



Sachez décrypter les messonges ¹

« Les valeurs humaines sont au cœur de notre entreprise »

Décryptage

Les salariés sont les ressources qui nous causent beaucoup de problèmes. Les seules ressources qui méritent d'être comptabilisées sont les ressources financières.

Lorsque le management commence à insister sur l'importance des facteurs humains dans l'entreprise, vous pouvez craindre qu'une décision impopulaire soit en gestation.

Maxime

Les valeurs morales ne sont pas cotées en bourse.

« Après étude attentive de toutes les solutions, nous avons décidé de... »

Décryptage

Notre culture n'admet pas les choix arbitraires. Il faut toujours laisser croire que toute décision relève d'une profonde réflexion, après consultations et études approfondies. En fait, toute décision est un acte individuel qui résulte de la seule volonté du décideur.

Ce que l'on attend d'une décision, ce n'est pas qu'elle ait été prise de façon rationnelle. Ce que l'on attend, c'est que celui qui l'a prise s'implique à tout mettre en œuvre pour atteindre l'objectif qu'il a fixé.

Maxime

Les gens veulent faire ce qu'ils veulent, parce qu'ils le veulent.

¹ *Messonge (ou Message)*

Séquence de discours,

exprimée avec une certaine solennité, par un émetteur peu scrupuleux ;

destinée, sous de fausses apparences, à séduire la confiance du destinataire.

Exemples de messonges : certains slogans publicitaires, certaines promesses électorales.

« Nous récompensons les performances des meilleurs collaborateurs »

Décryptage

Vous êtes jaloux de vos collègues qui sont promus ou augmentés, alors que vous végétez. Prenez exemple : alors que vous vous contentez de savoir faire et de faire, vos collègues méritants, eux, le font savoir. Et puis, ils se montrent tellement aimables vis-à-vis de leurs supérieurs.

Maxime

Il vaut mieux gagner ses galons dans les antichambres que sur les champs de bataille.

« Chez nous, le Client est roi »

Décryptage

Le client n'est qu'une abstraction. L'entreprise n'est pas jugée sur le degré de satisfaction de ses clients, mais sur son bilan financier. L'entreprise tend à ne s'occuper que de ses clients rentables.

Maxime

Le client, c'est celui qui a mon argent dans sa poche.

« N'allez surtout pas vous imaginer que... »

Décryptage

Vous êtes perspicace. Vous avez bien deviné le sens de ma manœuvre, mais je suis beau joueur, je vais changer de tactique.

Maxime

Je persiste à vous prendre pour un naïf prêt à gober d'autres sornettes.

C'est la lecture de l'article « La vérité, rien que la vérité » du numéro de décembre 1997 de Forum Logiciel (publication de Martinig & Associés) qui m'a donné l'idée de ce petit essai.

Les non-dits et les rumeurs sont à la source de bien des problèmes dans les entreprises. Mais, la mise en pratique d'une vérité totale, exprimée avec une franchise trop brutale, ne risquerait-elle pas d'attiser les tensions ?

Forum Logiciel cite sa source « Here's a radical idea - tell the truth ! » Fast Company, August-september 1997.

Brad Branton y développe la théorie de l'honnêteté complète (radical honesty).

Mais je vous mentirai en écrivant que j'ai pris la peine d'étudier cet ouvrage.

Maxime

Toutes les vérités ne sont pas bonnes à dire. ▲

Alain Coulon