

C'est à notre collègue et ami, Sylvain Kuenzi, qu'échet, cette fois, l'honneur de présenter le conférencier de la soirée, M. André Wuerth. L'orateur a obtenu un doctorat en science de communication et mass médias dans le cadre d'un projet de recherche du Fonds national suisse de 1994 à 1998. C'était après l'EEE, et cela l'a amené à faire une étude sur l'évolution des stéréotypes entre Romands et Alémaniques vu par la TSR et DRS pour la période allant de 1958 à 1994. M. Wuerth reconnaît avoir acquis ainsi, par cette thèse, les deux tiers de tout son savoir universitaire. À l'époque, les professeurs avaient encore le temps de suivre un doctorat. Puis il a également mis sur pied une petite entreprise, une société simple, dans l'idée d'avoir en plus de sa formation universitaire, une expérience pratique qui, ses études terminées, en 1998, lui faciliterait le franchissement de l'exigeante sélection des employeurs. C'est ainsi qu'en 1994, il est venu s'installer en terre neuchâteloise, à Auvernier, très exactement où il a fondé AS Asset Services dont les activités principales sont :

- Analyse individuelle : évaluation des besoins du client.
 - Environnement : observation permanente du niveau macro.
 - Constitution de fortune : formation continue de fortune à l'aide de fonds de placement.
- Fort de ses expériences, M. André Wuerth publie également des articles dans l'AGEFI.

1. Préambule

L'orateur déclare d'emblée à l'auditoire n'avoir voulu donner que peu de supports pour une raison très simple, son but n'étant pas de fournir un classeur de plus aux auditeurs, mais bien plutôt, peut-être, de leur permettre à l'occasion de cet exposé, de reprendre une idée ou deux dans le cours de leur vie.

2. Les causes de l'antagonisme entre l'économie et l'humain

L'orateur de prendre à partie cinq membres de l'auditoire et de leur poser à chacun, à brûle-pourpoint, cette question : Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit si je vous demande qu'est-ce ce que vous avez entendu à la radio, lu dans la presse, ou vu à la télévision. Le conférencier écrit les réponses que l'auditoire peut lire en rétroprojection, à savoir :

1. Guerre en Irak
2. Le marché de l'emploi
3. Foot
4. Déficit américain
5. Bush

Puis, il informe s'arrêter sur cette question sur laquelle il reviendra par la suite de l'exposé. M. Kuenzi est venu me parler dans mon bureau pour mettre au point le sujet de la soirée. M. Wuerth déclare alors avoir fait quelques réflexions, notamment à la suite d'une grande association de réviseurs qui lui avait demandé, quelques mois auparavant, de traiter, ni du contrôle, ni de l'aspect légal, ni de la notion de révision, mais de l'aspect social des sociétés suivantes : Enro / Wordlcomm / Swissair / Rentenanstalt...? Réviseurs AA (qui a disparu) et ensuite finalement de parler des résultats boursiers de Creative Accounting en 2002 – l'orateur fait, à ce moment de son exposé, une parenthèse pour déclarer qu'il est lui-même sociologue. En effet, reprend-il, dans le contexte de ces sociétés, il y a quelque chose qui s'est passée, et, c'est *vachement* intéressant de se poser certaines questions et d'en connaître les causes : Est-ce que ces gens sont mauvais ?

Swissair et les autres étaient-ils nuls ? C'est important de le savoir. Finalement, on peut aussi travailler sur d'autres aspects.

3. Les conséquences probables

En effet, il y a aussi toute une liste de probabilités qui peuvent interférer en la matière et que l'orateur illustre brièvement :

- La réputation des gens par rapport à des collègues, par rapport aux mass médias
- La notion de challenge, d'euphorie, d'attention, d'émotion, de pouvoir, de prestige, de survie, de statut, de rôle.

Tous ces éléments jouent un rôle essentiel dans les rapports humains et peuvent avoir des incidences positives ou négatives. À cela, ajout-t-il, lors de notre entretien, M. Kuenzi a proposé d'aborder aussi plus concrètement les notions suivantes :

- Absentéisme,
- Identification à l'entreprise,
- Décalage (le corporate communication dit que tout va bien et à l'intérieur, on sait que la réalité est tout autre.
- Exploitation (le personnel a le sentiment d'être utilisé, pressé, jeté). Rappel est fait au passage des revendications, prévues en novembre, des employés du secteur public.
- Motivation et performance.

4. La communication

En conclusion de cette énumération, que ce soit Enron ou Bush ou l'absentéisme ou la motivation, il y a quelque chose qui lie tout ça, précise l'orateur. Et ce n'est finalement qu'en connaissant ce lien qu'on arrive vraiment à discuter ce sujet et à traiter l'antagonisme entre l'économie et l'humain. Qu'est-ce que ça pourrait être ? Qu'est-ce qui lie tout cela que ce soit sur le plan privé, personnel (je ne vais pas tellement bien, le chef m'embête, alors je reste plutôt à la maison ou le directeur de la Rentenanstalt fait encore des entreprises à côté pour avoir encore plus d'argent ou Swissair qui achète n'importe quoi, ou Enron qui falsifie la comptabilité). Il y a quelque chose qui lie tout ça : c'est la communication. En effet, que ce soit pour mon manque de motivation, que ce soit la réputation pour Enron, que ce soit la reconnaissance, etc., la communication transgresse tous les niveaux de structuration que ce soit sur le plan privé, familial, entrepreneurial (corporate communication) ou sur le plan de la société, mass médias. Et pour donner quelque chose de concret, le conférencier propose à l'assemblée de faire un petit voyage dans la tête pour revenir à l'antagonisme.

5. Un voyage dans la tête

Le conférencier revient sur les cinq questions qu'il a posées en début d'exposé et redemande aux personnes le pourquoi de leur question respective :

1. Guerre en Irak : tout le monde en parle
2. Emploi : actualité

3. Foot : un grand problème et une toute petite chose

4. Déficit américain : défi des États-Unis durant les quatre prochaines années

5. Busch

Bien. Oui, nous avons ici quelques thèmes, mais est-ce que vous avez une idée, dit l'orateur, de ce qui se passe en Afrique du Sud, en Allemagne, au Kenya, au Canada ? Vous savez quelque chose ? Non, donc pas grand-chose. Donc il y a quelque chose ici qui justement – et c'est propre à l'homme – a déjà beaucoup affaire avec l'antagonisme, l'économie, etc. Quelque chose ici est déjà passé quand vous me parlez de guerre en Irak Pourquoi il y a ces thèmes et pas d'autres. Et de poser la question : Est-ce que les journaux fournissent ce qu'au fond ils veulent. Une voix dans la salle : « ce que nous attendons, ou mieux ce qu'ils croient que nous attendons. » Et l'orateur de poursuivre : et qu'est-ce qu'on attend ? (certainement pas Godot). Qu'est-ce que vous lisez, ce n'est pas la loi, parce qu'il faut la lire. La loi n'est pas un texte qui doit plaire, la loi est un texte qui doit structurer, c'est pourquoi elle est pénible à lire. Par contre un roman policier... Qu'est-ce qui est essentiel ?

L'intérêt : Est-ce que vous lisez quelque chose qui ne vous intéresse pas ? Non, mais par obligation, au plan professionnel. Ce qui vous intéresse : vous le lisez. En somme, on attend ce qui pourrait nous intéresser. Juste une question sur le terme intéresser. Qu'est-ce que ça veut dire « intéresser ». Qu'est-ce que ça veut dire : international ? intercommunal ? intercantonal ? Qu'est-ce que « inter » signifie ? « inter » élément tiré du latin *inter* « entre » exprime soit l'espacement, la répartition dans l'espace, et dans le temps, soit une relation, un lien de réciprocité. Dans le cas qui nous préoccupe, il est pris dans le sens de ce qui importe au sujet, de ce qui le touche, voire de ce qu'il désire et qui lui arrive en conséquence de l'extérieur, tous les jours, en mille façons, par courriels, livres, informations, etc.

La sélection : Et qu'est-ce que vous faites en tant qu'être humain d'abord ? On sélectionne tous les jours. L'être humain est une véritable machine à sélectionner et heureusement. La preuve aujourd'hui on a une masse énorme d'informations qui arrive sur soi. Mais, dit l'orateur, je n'ai jamais entendu quelqu'un me dire qu'il est noyé sous les flots d'informations. Il y a cent ans, il y en avait beaucoup moins. Mais on vit quand même, et on a justement un outil : la sélection. À l'ordinateur, avec les courriels, c'est très facile, on clique sur *delete* et c'est parti. Un mot clé dans la communication : sélection. Regardez les dancings quand on était jeune et tout ça, là on sélectionne. À l'Uni quand un mâle est en face d'une femelle, on sélectionne. Les enfants sélectionnent les habits qu'ils veulent mettre.

L'attribution : À ce stade, la présentation devient visuelle. La deuxième chose est encore plus riche d'enseignement. L'orateur dessine un O. Qu'est-ce que vous faites ? Vous interprétez. Et maintenant remarquez ce que votre magnifique cerveau fait : l'orateur ajoute d'autres signes = TTO. C'est quoi ? Une lettre et laquelle « O ». À ce niveau, qu'est-ce que vous faites ? C'est là le début de l'antagonisme. C'est l'attribution. On prend un code et on l'attribue à ce qu'on a. Et la très grande et magnifique question est : de quelle manière attribuons-nous ? Et l'autre question que d'aucuns trouvent brutale : il faut avoir quelque chose pour pouvoir attribuer. Le cerveau déteste l'incertitude. Or, chaque être humain reçoit chaque jour des codes dont il doit faire l'attribution. En conclusion, l'homme est condamné d'attribuer. Si je vois un Noir, dit l'orateur, il est sale, si c'est un Alémanique, il est con, si c'est un Romand, c'est un buveur... Chaque être humain est condamné à attribuer, autrement il reste dans le flou. Dans l'hypothèse où, la personne est dans l'impossibilité d'attribuer, elle est déboussolée.

Et maintenant la question pour pouvoir attribuer est extrêmement complexe. Il y a un nombre infini de codes qui arrivent tous les jours sur soi. Et faire l'attribution qu'est-ce que ça présuppose ? Exemple du parking, il faut avoir des cases pour pouvoir classer les choses.

Les cases : Le conférencier dessine plusieurs pots qu'il rétroprojette. Là, dit-il, il y a trois pots « magnifique, moche, grosse nana » D'où viennent ces cases ? Tombent-elles du ciel ? Non, du vécu, de l'enfance. Maintenant, la question se pose : Tout le monde a-t-il le même nombre de cases ? Les avis sur la question divergent. En revanche, ce qui est certain, c'est qu'il faut les remplir.

L'enfant sauvage : Le conférencier résume l'histoire de cet enfant sauvage en France, élevé au XVIII^{ème} siècle, par des loups qu'un médecin de campagne retrouve à peu près à l'âge de cinq ans. Il le prend chez lui, et il lui apprend à manger, à rester debout, il lui apprend beaucoup de choses. Conclusion : échec total, l'enfant meurt.

Quand un enfant est né, les parents doivent l'éveiller, c'est-à-dire qu'ils doivent veiller à ce qu'il ait un cerveau bien organisé avec toutes ses petites cases bien en ordre comme dans une ruche d'abeille. Si, par exemple, l'enfant a des parents qui n'ont rien, qui vivent dans des murs sans rien du tout, qui ne sortent jamais, qui n'ont aucun intérêt, combien d'informations arrivent sur cet enfant pour mettre en place les cases : pas beaucoup. En revanche, il y a des parents qui vivent normalement, qui discutent, qui expliquent la télévision, le télé-journal. Et puis, il y a un autre bébé dans un autre environnement, lui, dans un environnement riche de codes, est-ce qu'il va mettre plus ou en moins de cases en place. Exemple : d'un côté, il y a un enfant qui comme l'enfant sauvage à trois cases, d'un autre côté, il y en a un autre qui a sept cases. Maintenant attribution. J'ai un chef qui ne me plaît pas, qui m'embête. Moi, je n'ai que trois cases, et je suis – on a été étudié ceci avec la peur –, condamné d'attribuer, car si je n'attribue pas je reste dans le flou. Je n'ai que trois cases : très bon, moyen, nul. Mon chef m'embête, je ne peux pas beaucoup différencier, je dois tout mettre sur trois cases : très bon, moyen, nul. La réduction la plus forte étant : bon et mauvais, plus et moins, top et flop. C'est la réduction la plus grande qu'on peut faire. Les médias pour fournir ce que le lectorat attend – il faut savoir que la consommation des médias requiert un effort intellectuel – et le lecteur n'aime pas trop en faire alors la préférence va aux médias qui réduisent le plus possible, ce qui conduit à un codage binaire simple top et flop : la bourse : monte ou baisse, tel entreprise a une tête : elle est bonne ou mauvaise... c'est la réduction la plus totale. Mais, en procédant ainsi, c'est le moyen de donner la possibilité à plus de récepteurs de pouvoir attribuer parce que la probabilité que tout le monde ait deux cases, est assez grande, si, par contre, (hilarité générale différée) vous prenez un professeur que fait-il : il commence à différencier, il ne parle pas du bleu, il parle du bleu foncé, du bleu clair, du bleu de Berlin, du bleu de Prusse, du bleu d'Anvers, du bleu céleste, du bleu de Pompéi, du bleu d'empois, du bleu de safre, du bleu de cobalt, du bleu d'email (dit frite d'Alexandrie) et, dit l'orateur, moi, je suis à la télévision avec mes trois cases et je ne sais pas où les mettre, alors qu'est-ce que je fais : je zappe.

En conclusion, le conférencier déclare : les carottes sont cuites à cinq ans. Ensuite, il faut faire avec. La meilleure chose : on peut encore se marier, c'est l'éducation forcée.

Un tonnerre d'applaudissements à remercier, M. André Wuerth de sa brillante, intéressante et instructive prestation. Puis le verre de l'amitié traditionnel a permis des échanges de cases animés.

Le rédacteur :
Jacques Maurice Chenaux

Neuchâtel, le 10 novembre 2004