

**L'art de communiquer**

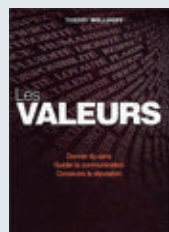


**Barack, Inc.**  
**Leçons d'une campagne exceptionnelle**  
 Par Barry Libert, Rick Faulk.  
 Editions Pearson, 2009, 197 p.

■ Que nous apprend la campagne présidentielle d'Obama? Les auteurs identifient, à l'usage des managers, trois principes clés au fondement de la communication du président. Premièrement, garder son sang-froid, même dans les temps chauds. Comment? En recherchant des solutions concrètes. Deuxièmement, être interactif. Comment? En mobilisant des millions de jeunes électeurs grâce à Facebook et Youtube, sans les autres outils de communication. Troisièmement, devenir le symbole du changement. Comment? En incarnant lui-même la rupture, en montrant la voie.



**De l'éthique et de l'usage**



**Les valeurs:**  
**Donner du sens, guider la communication**  
 Par Thierry Wellhoff.  
 Editions Eyrolles, 2009, 199 p.

■ Voilà un livre sérieux et pratique dont les premiers chapitres synthétisent l'état de l'art sur la question. Thierry Wellhoff innove en proposant un nouveau modèle de réflexion. Que nous dit-il? D'une part, les valeurs renvoient au code génétique de l'entreprise, c'est-à-dire à son identité et à son histoire passée et présente. D'autre part, et dans le même temps, elles constituent une éthique, dans le sens où elles nourrissent des pratiques concrètes et des usages. D'où l'équation savante: identité + éthique = réputation. CQFD. Pas mal, non?

**PAR STÉPHANE HAEFLIGER**  
 DIRECTEUR DES RESSOURCES HUMAINES  
 DE LA BANQUE PRIVÉE ESPIRITO SANTO



**ROBIN CORNELIUS**  
 Fondateur  
 d'une entreprise  
 qui se veut  
 éthique.

**LE LIVRE QUI A MARQUÉ**

**Robin Cornelius,  
 patron de Switcher**

Son choix: «Le capitalisme est-il moral?» Non, il est de la responsabilité des dirigeants de respecter la morale et l'éthique, selon le Vaudois. **PAR LAURE LUGON ZUGRAVU**

**L**e patron de Switcher, l'entreprise éthique du Mont-sur-Lausanne, ne craint pas le paradoxe. Surtout quand elle s'appuie sur la dialectique d'André Comte-Sponville avancée dans son ouvrage *Le capitalisme est-il moral?* Réponse du philosophe français appuyée par le patron romand: «Non, le capitalisme n'est pas moral, il est amoral, mécanique. Sinon, ce serait la première fois que la vertu ferait gagner de l'argent.»

Credo étrange, pour un entrepreneur? Pas tant que cela: Comte-Sponville définit quatre ordres qui prévalent dans une société: l'ordre économique, technique et scientifique, l'ordre politique et juridique, l'ordre de la morale et celui de l'amour. Le premier est incapable de se limiter lui-même; le second non plus, «puisque l'on peut concevoir des cadres légaux mais immoraux», explique le pa-

tron de Switcher, invoquant le spectre du «salaud légaliste». Le troisième, structuré par le devoir et l'interdit, n'aurait quant à lui pas grande substance sans le quatrième. «J'appelle morale ce qu'on fait par devoir, et éthique ce qu'on fait par amour», écrit Comte-Sponville. C'est à ce stade que l'entrepreneur éclairé doit se manifester, estime Robin Cornelius: «On ne doit pas compter sur le marché ou la morale pour produire de l'éthique, mais sur la responsabilité individuelle de ses dirigeants. Le consommateur peut exiger d'une entreprise la transparence sur son comportement et la traçabilité des produits qu'il achète.» Responsabilité, discernement, mentorat, contre profit immédiat, pouvoir, autorité, résume le patron. Dont acte. ■

**Le capitalisme est-il moral?**  
 Par André Comte-Sponville.  
 Editions de Poche, 2004, 256 p.

