



"La charité est devenue une affaire de professionnalisme"

Par Stéphane Benoit-Godet

La seule bonne volonté est insuffisante, affirme le banquier Patrick Odier. Il importe autant de mettre des ressources à disposition que de les allouer de manière ciblée et contrôlable.

Associé-gérant de Lombard Odier Darier Hentsch, Patrick Odier compte parmi les banquiers suisses les plus concernés par les thèmes de la responsabilité sociale des entreprises et de l'écologie. Son poste de vice-président d'économiesuisse lui assure aussi une haute vue sur ce qui se passe dans ce domaine dans d'autres secteurs.

Stéphane Benoit-Godet : Pourquoi les entreprises doivent elles s'impliquer davantage dans la vie de la collectivité ?

Patrick Odier : Il s'agit tout d'abord d'améliorer leur image. Mais cette explication n'est pas suffisante. Celles-ci doivent s'impliquer davantage si elles entendent augmenter leurs perspectives de succès. Si on continue à penser uniquement à court terme - et donc à son image - on ne change rien au niveau de l'impact de l'entreprise sur la collectivité. Seule une vision à long terme peut avoir des effets positifs. Et elle accompagne une véritable évolution des mentalités.

Laquelle ?

L'opinion publique se soucie de ce que font les entreprises. Cela va de l'amélioration du traitement des déchets aux salaires des cadres dirigeants. Je perçois cette tendance comme un retour à la primauté de l'intérêt collectif au détriment de l'individualisme. C'est une chance. Les excès d'un développement à tous crins ont eu de tels impacts que les gens sont désormais concernés individuellement. Des événements qui les affectaient peu, comme les désastres écologiques, sont devenus prioritaires.

Vous auriez pu faire cette réflexion il y a dix ans au moins en ce qui concerne la frange la plus concernée de la population. Qu'est ce qui a changé ?

La mesure de la croissance économique dans le monde dépasse aujourd'hui tout ce que l'on aurait pu imaginer. La mondialisation est en train de montrer toute l'amplitude qu'elle peut donner à l'activité économique. Et les actionnaires commencent à se demander comment utiliser la manne dont ils disposent autrement que pour eux-mêmes.

Avez-vous un exemple concret ?

Quand les résultats des entreprises dépassent le budget pour l'éducation de nombreux pays, comment ne pas s'interroger sur l'implication du privé dans la collectivité ? Tout le monde y pense, et plus seulement une minorité. La finance peut permettre à la collectivité de réaliser de nouveaux projets et de faire en sorte qu'ils soient rentables.

La responsabilité sociale est un terme galvaudé aujourd'hui. Votre définition ?

C'est la capacité de l'entreprise à développer une écoute attentive de son environnement. Et ce n'est pas simple. Même si c'est plus évident pour une société de personnes comme la nôtre, où l'humain reste au centre des préoccupations. Nous sommes une entreprise familiale et nous avons donc par nature une grande capacité d'écoute. Et le succès à long terme repose sur la primauté du facteur humain et sur l'attention portée à l'évolution de son environnement.

N'est-il pas naïf de considérer que la somme des intérêts forcément et logiquement égoïstes des entreprises va finalement œuvrer pour le bien de tous ?

Il y a une clé pour saisir ce phénomène. On en revient au don qui est forcément dirigé vers l'extérieur de l'entreprise mais qui a aussi des effets endogènes. Si vous prenez soin de vos employés, vous diminuez les facteurs de risque dans le domaine des ressources humaines. Il faut que les intérêts "égoïstes" et altruistes convergent. Et c'est possible. Regardez les entrepreneurs qui disposent d'une fortune considérable suite à la vente de leur société. C'est très bien que certains donnent beaucoup mais cela ne suffit pas. Ils devront trouver un écho dans la collectivité pour que leur don soit efficace. Vous ne pouvez pas faire le bien tout seul.

La charité doit donc être "business as usual" si l'on veut être efficace ?

Oui, totalement. La charité est devenue une affaire de professionnalisme. Il importe tout autant de mettre des ressources à disposition que de les allouer de manière ciblée et contrôlable. Pour y parvenir, il est nécessaire de mettre en place une véritable organisation, la seule bonne volonté n'est plus suffisante.

La question centrale devient non pas "combien" je vais donner mais "qui" va décider de l'emploi de ces fonds ?

Il est important en effet que le donateur privé ne confonde pas ressources et pouvoir discrétionnaire. Dans le même ordre d'idées, il faut développer des axes de partenariat entre les investisseurs et les pouvoirs publics. Ces acteurs sont complémentaires et doivent travailler ensemble à l'émergence de solutions. A titre d'exemple, notre Maison vient de lancer un fonds sur les infrastructures qui rencontre un grand succès. Il existe une vraie envie d'investir dans le traitement de l'eau ou la construction de ponts. Il faut ainsi réussir à allier l'intérêt privé à la cause publique.

Cette accélération de l'économie - cette hyperéconomie en quelque sorte - est-elle responsable de la mise à l'agenda de l'écologie ?

Oui. Suite aux excès de l'économie, l'écologie est devenue une contrainte dans tous les processus de production. Mais, bonne nouvelle, le potentiel notamment économique, généré par la préoccupation écologique est énorme et la Suisse me paraît bien placée pour en profiter. Il y a là une source de croissance considérable.

L'enjeu de la philanthropie peut-il se décrire aujourd'hui avec les mêmes termes que celui de l'écologie ? L'hyperéconomie pousse-t-elle à la charité ?

Nous touchons là une partie plus restreinte de la population. Pour donner, il faut déjà avoir. La philanthropie équivaut, selon moi, aux droits et devoirs de celui qui a des privilèges. Beaucoup de personnes ont des moyens mais ne savent pas quand et comment fixer leurs priorités. Notre objectif, en tant que banquier privé, est de définir les composantes du patrimoine qui assureront le rythme de vie, seront transmises aux générations futures, et mises à disposition. Nous sommes structurés pour conseiller en la matière le donneur individuel ou l'entreprise. Cela peut aller de l'identification de la cause à la conduite du projet. Si nous ne gérons pas tous les aspects, nous mettons en relation les donateurs avec les experts adéquats.

Comment choisir la cause pour laquelle s'investir ?

Il faut penser comme un cuisinier qui veut améliorer un plat. Il ne pense pas aux ingrédients mais aux sensations que va lui apporter sa future création. A nous de trouver la recette.