

/Q/ L'augmentation, ça motive ou pas ?

J.-N. G. Il ne faut pas demander à l'argent ce qu'il ne peut pas donner. Si je n'éprouve pas de plaisir à dessiner, ce n'est pas plus d'argent qui me fera mieux dessiner. Si je n'ai pas de satisfaction à vendre, ce n'est pas une plus grosse prime qui me fera mieux vendre. Si les commerciaux n'ont pas envie de se battre pour des produits et pour l'entreprise, ce n'est pas l'argent qui les motivera. Les commissions les transformeront en mercenaires, le mercenaire étant celui qui met son métier au service d'une cause mais aussi au service de sa cause. Alors, ils vendront pour eux-mêmes et non pour l'entreprise. Et si on les licencie, ce qui arrive tôt ou tard, on découvre des tonnes de cadavres dans le placard. En

1947, Frederick Herzberg, auteur d'une théorie qui lie la motivation au travail à deux facteurs – la satisfaction et l'insatisfaction –, affirmait : «L'argent, ça démotive sûrement, mais ça ne motive pas.» L'argent n'est en fait qu'un accélérateur de motivation, non pas un moteur mais un turbo. Si les salariés n'éprouvent pas de plaisir à travailler dans l'entreprise, gagner davantage ne leur donnera pas plus de satisfaction. De même, si les gens réalisent que l'entreprise ne sait pas restituer de manière équitable à ses collaborateurs une partie de l'argent gagné ensemble, elle les trompe. Ils se sentent abusés, négligés, abandonnés, trahis.

