



## Conseillé

La Décroissance n°170,  
juin 2020

À la manière d'un Beigbeder qui racontait avec cynisme son métier de publicitaire dans le célèbre roman *99 francs*,

Damien Lelièvre (un pseudonyme) témoigne de son travail de conseiller financier dans le secteur de la banque-assurance. On y retrouve le même sentiment de l'absurde chez l'auteur, qui se décrit comme « *un déchet mou du capitalisme* ». « Conseiller » est d'ailleurs un terme trompeur, « vendeur » est plus approprié. Dans son récit intitulé *Force de vente*, il décrit comment les petits cadres comme lui sont formés à manipuler les clients pour leur fourguer des assurances inutiles, des crédits à foison, des produits bancaires qui rapportent à l'entreprise. Les méthodes de persuasion sont « *issues d'un travail scientifique d'optimisation de l'interaction avec le consommateur* » : le client de la banque-assurance est profilé, mis en données, et le traitement informatisé conçu pour « *maximiser la rentabilité financière* ». Le vendeur suit les injonctions de ses logiciels, pour pousser à prendre un prêt auto, un crédit à la consommation ou une assurance de personnes. Un écran s'interpose entre lui et ses « conseillés ».



L'envahissement du numérique lui ôte son autonomie, le soumet à une pression accrue et un stress permanent, fait perdre tout sens à ce travail censé reposer sur la relation humaine, sur l'écoute, où peut parfois surgir de l'empathie. Les tâches étant de plus en plus automatisées, les conseillers devenus de simples appendices de la machine se voient même menacés par le développement de « l'intelligence artificielle », du traitement des données par algorithmes : « *Je ne sais pas ce qu'il restera du conseiller bancaire dans dix ou vingt ans* », déclare ainsi le PDG d'Orange, qui a ouvert une banque en ligne. Ces banques 100 % numériques, aux très faibles effectifs, sont en train de prospérer avec leurs tarifs attractifs. Tout se fait sur internet, où des « agents conversationnels » robotisés font office de conseillers. L'ensemble du secteur bancaire suit cette évolution : de nombreuses agences ferment, de plus en plus d'opérations se font en ligne ou via des automates, le face à face s'efface. Et c'est toute la société qui glisse vers la généralisation du « sans contact », du paiement électronique et tracé, de l'ordiphone obligatoire.

Subissant « de l'intérieur » cette évolution, l'auteur en appelle aux humains : « *J'aimerais surtout que les gens redeviennent vivants. Qu'ils arrêtent d'acheter des trucs et des services. Qu'ils oublient leur téléphone, se voient et se parlent pour de vrai* »...

Un programme que l'on approuve !

P. T.

Damien Lelièvre, *Force de vente. Dans la peau d'un conseiller financier*, Le Monde à l'envers, 2020 (102 pages, 5 euros).