

Chap 6 – Les transformations de l’entreprise depuis le 19^e siècle

« Est entreprise toute activité qui a pour but de produire des biens et des services destinés à être vendus sur des marchés en vue de générer des profits » (INSEE). Aussi différencie-t-on les micro entreprises (TPE), les PME, les entreprises de taille intermédiaire (ETI) et les grandes entreprises. En économie d’entreprise, depuis l’article « *The Nature of the Firm* » (R. Coase, 1937) on présente plutôt l’entreprise comme un lieu de « *coordination dirigée* » par opposition au marché, lieu de « *coordination spontanée* ». Ancien administrateur du Crédit lyonnais, Henri Germain proclamait « *ce n’est pas de notre métier d’être des entrepreneurs, mais de prêter aux entreprises en leur laissant les risques* ».

I- La petite entreprise familiale pendant la première Révolution industrielle :

La première Révolution industrielle est tirée par de **petites entreprises** généralement familiales, souvent dans le *leading sector* du textile, créées par des entrepreneurs-capitalistes (J. Turgot) à partir de leurs fonds propres, ce qui leur confère le statut de « self-made men » (Carnegie, Rockefeller). Dans les pays de *l’early start* (Grande-Bretagne, France), la **proto-industrialisation** est encore massive (Verley) ; le nombre d’ouvriers dans les entreprises est donc faible. Mais la Grande Dépression (1873-1896) entraîne la faillite de nombreuses entreprises, ce qui entraîne un premier mouvement de concentration. La Révolution Industrielle est un tournant. Elle entraîne une **mutation économique**, l’entreprise se développe car le marché et la production marchande sont intrinsèquement liés. Une **mutation organisationnelle**, les entreprises deviennent de plus en plus complexes. Et enfin une **mutation juridique**, l’émergence du droit commercial et du droit économique témoignent de cet effet.

II- Le triomphe de la grande entreprise depuis la seconde Révolution industrielle :

-Les innovations de la seconde Révolution industrielle (*chimie, électricité, automobile*) apparaissent dans les **1870s-1880s**, ce qui implique des investissements plus chers, au moment même où l’économie est en phase B de Kondratiev. Les entreprises répondent donc par la **concentration** : le nombre d’entreprise diminue mais leur taille moyenne augmente, elles réduisent leurs coûts de transaction, leurs coûts de production et accroissent leur pouvoir de marché. En Allemagne et aux Etats-Unis, des entreprises géantes, qualifiées de « **trusts** », voient ainsi le jour : Rockefeller crée la Standard Oil (1882), T. Edison la General Electric Company (1892). Le trust de Rockefeller, parvenu à une situation de monopole, est combattu par le **Sherman Antitrust Act** (1890) qui parvient à diviser l’entreprise en 34 sociétés en 1911 (la Standard Oil détient 90% du pétrole raffiné aux Etats-Unis en 1900). Parallèlement, on assiste à la « **révolution managériale** » (J. Burnham, *La Révolution managériale*, 1941) en raison de la diversification des produits dans les entreprises de plus en plus grandes. Enfin, la « première mondialisation » accroît le volume des flux internationaux de biens et services, ce qui permet par exemple à Ford d’exporter son « modèle T » et de

développer des filiales en Europe et au Canada dès la fin du 19^e siècle. En 1932, Mantelet fonde Moulinex en pleine crise. Grâce à une innovation, son entreprise devient après 1945 l'une des plus grandes firmes françaises dans l'équipement de cuisine : c'est aussi le début de l'ère de consommation de masse. De nombreux hommes vont inspirer ces entrepreneurs. C'est notamment le métier de B. Trujillo qui influence énormément le monde de la grande distribution dans les 1950s en mettant en place des séminaires pour former les prochains dirigeants des entreprises commerciales et du monde entier. Se met alors en place la logique des MMM (*Méthodes Marchandes Modernes*) fondée sur la croissance permanente. L'objectif est de gagner toujours plus en vendant moins cher une masse croissante de produits (cf. mon exposé sur Herbert Kelleher).

-La concentration se poursuit au début du 20^e siècle quand le taylorisme se généralise, puis encore davantage pendant les Trente Glorieuses, où la grande entreprise va véritablement triompher d'abord sous la forme U quand le mode de production fordisme diminue, puis sous la forme M quand les firmes s'intègrent aux échanges mondiaux (Chandler, *La main visible des managers*, 1977). En effet, la consommation de masse fait désormais écho à la production de masse ce qui va permettre l'affirmation de véritables technostructures (J-K Galbraith, *Le Nouvel Etat industriel*, 1967), les économies s'ouvrent au commerce international et se constituent de plus en plus en conglomérats ou en FTN, sur fond de financement par voie bancaire (économie d'endettement). « *Ce sont les entreprises qui imposent des produits aux consommateurs, et non l'inverse* » (J-K Galbraith, *L'Ere de l'opulence*, 1958).

III- L'essoufflement de la grande entreprise dans les 1970s puis son nouvel essor dans les 1980s :

A) Le retour de la petite entreprise :

-Les années 1970s consacrent la « crise du fordisme », et par-là même celle de la grande entreprise, qui « *apparaît de plus en plus comme une espèce de dinosaure claudiquant vers son extinction* » (Wall Street Journal, 1974). Comme en témoigne la publication de *Small is beautiful* (1973) par Schumacher, on se tourne alors de nouveau vers les entreprises de petite taille, jugées plus souples, plus créatives et plus dynamiques (David Birch les qualifie de « gazelles », *The Job Generation Process*, 1979). Elles participent en effet de la « *troisième révolution industrielle* » (J. Rifkin) : Intel invente par exemple le microprocesseur en 1971. Elles se constituent souvent en « *clusters* » (M. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, 1990) pour accumuler leur savoir-faire dans une zone géographique et bénéficier d'effets de synergie, ou « Mittelstand » en Allemagne (*Stabylo, Playmobil, UHU*). Du côté des grandes entreprises, on développe également la sous-traitance auprès de petites entreprises, ou même l'essaimage (Pinchot).

-Mais on n'abandonne pas pour autant la grande entreprise. La méthode Ishikawa (*cercles de qualité*) vise à augmenter l'efficacité et la productivité dans le travail via une intensification de l'engagement du personnel, de la communication et les relations au

sein de l'entreprise, on prend en compte les travaux de l'école des relations humaines (en particulier la *théorie des besoins et des motivations* de **F. Herzberg**) en diversifiant et enrichissant le travail pour augmenter l'intérêt des travailleurs au travail.

B) Une nouvelle vague de concentration avec la mondialisation (1980s) :

-Le mouvement de concentration des entreprises s'accroît dans les **1980s** avec les processus de fusion-acquisition (« *croissance externe* ») qui tendent à créer des « *firmes globales* » (**W. Andreff**, *Les multinationales globales*, **1996**), entreprises recherchant tout à la fois l'approvisionnement en matières premières, l'augmentation des parts de marché à l'étranger, la rationalisation de la production, et la rentabilité financière pour répondre aux exigences de leurs actionnaires dans ce nouveau paradigme qu'est celui de la « *corporate governance* ».

-De plus en plus, ce qui prime dans l'entreprise de notre « *société de la connaissance* », de notre économie créative, c'est l'imagination, les idées, les logiciels, l'information, tout ce qui relève du tertiaire. **Y. Moulier-Boutang** (*Le capitalisme cognitif, la nouvelle grande transformation*, **2007**) montre que l'on s'achemine vers une société où l'immatériel et la connaissance prennent le pouvoir, dans laquelle une « *creative class* » contribue à l'intelligence collective et, ce faisant, à la création de biens publics aux rendements croissants et aux externalités positives. Le capitalisme traditionnel tendrait donc à disparaître, au profit d'une économie du partage, dans laquelle la séparation entre consommateur et producteur tendrait à s'effacer au profit de la figure du « *prosumer* » (**J. Rifkin**, *La nouvelle société du coût marginal zéro, l'internet des objets, l'émergence des communaux collaboratifs et l'éclipse du capitalisme*, **2014**)

The social responsibility of business is to increase its profits (1970, *New York Times*)

M.Friedman

“*Businessmen who talk this way are unwitting puppets of the intellectual forces that have been undermining the basis of a free society these past decades*” assène le père des monétaristes au début de cet article écrit dans le *New York Times*. Or, l'entrepreneur ne répond qu'aux besoins de son entreprise, à ses intérêts. Il peut être poussé à prendre des mesures « *sociales* » dans sa vie mais ce sera en tant que citoyen, *i.e.* Il dépense son temps et son énergie et pas ceux de son entreprise, il ne peut pas exister de responsabilités sociales pour l'entreprise. Par ailleurs, si l'entrepreneur arrive à prendre des mesures sociales au sein de l'entreprise, il devient celui qui alloue les ressources, qui les redistribue et qui impose ou pas des taxes. En effet, la responsabilité sociale pourrait se traduire par une baisse du prix du produit final au bénéfice du consommateur. Or, cela se répercute sur les salaires des employés et donc procède à une réallocation des ressources. Faire une telle chose, placer le businessman comme figure de serviteur-citoyen relève d'un modèle socialiste et politique qui ne reprend pas les mécanismes du marché (*c'est l'Etat qui s'occupe de la taxation par exemple*). De plus, une des responsabilités sociales est de baisser l'inflation, mais l'entrepreneur n'est pas un expert de l'inflation : doit-il baisser les prix, dépenser l'argent des consommateurs ?

Toutefois, la figure de l'entrepreneur social ne peut être qu'une image de mode, qu'un voile dans un contexte anti-capitaliste (années 1970s, la montée du chômage et de la mondialisation). Finalement, la meilleure façon d'entreprendre des actions civiles et sociales, c'est de s'engager complètement dans la recherche de profits pour l'entreprise et cela, en suivant les règles du jeu, *i.e.* sans fraude.

Entrepreneurs' perceived chances for success (1988)

Cooper, Woo & Dunkelberg

Lorsque l'entrepreneur crée son entreprise, il a beaucoup à perdre : heures de travail investies dans le projet, capital, coûts irrécupérables, réputation, etc. Pourtant, en 1988, 50000 entreprises sont créées chaque mois, sans compter tous les achats d'entreprises par d'autres. L'étude porte sur les entrepreneurs bien établis qui gèrent leur entreprise (2994 entrepreneurs sont interrogés). D'après les résultats, 81% de ces derniers pensent que les résultats de leurs entreprises respectives seront favorables (>7 sur 10) et 33% pensent qu'ils ont 100% de chance de succès. Cela n'est pas dû au secteur d'activité de l'entreprise (plus ou moins favorable et attractif), ni aux ressources initiales de l'entrepreneur mais à l'idée qu'ils peuvent contrôler leur destin et que l'attractivité de la firme est sans faille. Cooper appelle cela l'*optimistic bias*.

A heterodox theory of the business enterprise (2016)

Tae-Hee Jo

L'économiste souhaite s'éloigner des axiomes néoclassiques pour prolonger le point de vue hétérodoxe de la théorie de l'entreprise et de son organisation. Il montre donc que la théorie hétérodoxe est une alternative indépendante du système marshallien. L'entreprise, placée dans un contexte de production à économie monétaire, a pour principal objectif la prolongation à travers le temps de son appareil productif. L'entreprise n'est pas sensible à la règle du marché et essaie impunément de s'accaparer de ce dernier par tous les moyens possibles (administration prix et quantités, relations et accords sociaux discrétionnaires, création de biens et services). Le travail présenté manque tout de même d'axiomes hétérodoxes puissants tels que la théorie de la valeur de Marx, la distribution *post*-keynésienne et certaines idées institutionnalistes. De plus, d'autres approches peuvent être étudiées selon l'économiste (approches sociale, féministe, écologique, etc.).