HAL
open science

La liberté d'entreprendre, un défi institutionnel ?

Marie-Laure Salles-Djelic

To cite this version:

Marie-Laure Salles-Djelic. La liberté d'entreprendre, un défi institutionnel ?. Hamid Bouchikhi. L'art d'entreprendre, Pearson Education, pp.201 - 210, 2008, 9782744063619. hal-01891985

HAL Id: hal-01891985

https://sciencespo.hal.science/hal-01891985v1

Submitted on 10 Oct 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Chapitre 1

La liberté d'entreprendre, un défi institutionnel ?

MARIE-LAURE DJELIC*

ANALYSE *Faut-il forcément voir l'environnement institutionnel comme un frein à la liberté d'entreprendre ? Pourquoi la Silicon Valley des années 1990 était-elle un lieu si propice à l'entrepreneuriat ? Quelles leçons peut-on en tirer ?*

Daniel Plainview tient entre ses mains une pierre noircie ; celle qui pourrait bien sceller son destin et annoncer le succès et la fortune. Un geste maladroit et il se retrouve prisonnier, la jambe cassée, tout seul au fond du trou d'exploration qu'il a lui-même creusé. La rage, la volonté, la puissance du désir pour un futur à construire le galvanisent. Il réussit à s'extraire du puits et rampe jusqu'à la ville la plus proche pour faire expertiser l'échantillon qui décidera de son avenir. On devine qu'il ira voir ensuite un médecin. De cette aventure, il gardera jusqu'à la fin de sa vie une

* Marie-Laure Djelic est professeur de management à l'Essec. Ses thèmes de recherche vont de l'histoire du capitalisme à la gouvernance de la mondialisation. Elle a notamment publié *Exporting the American Model*, prix Max-Weber 2000 du meilleur livre de l'American Sociological Association.

claudication forte, comme un prix à payer par avance pour sa fortune future.

Cette scène d'ouverture du film *There Will Be Blood* est d'une puissance extraordinaire. Elle est un condensé parfait, en quelques images, du mythe de l'entrepreneur héroïque qui affronte seul le monde et construit, là où il n'y avait rien, par la seule force de sa volonté. L'entrepreneur héroïque est sans conteste l'un des mythes fondateurs et structurants du capitalisme contemporain. Sans remettre en cause le courage, la volonté et l'énergie nécessaires à la démarche entrepreneuriale, il faut néanmoins reconnaître que la réalité de cette démarche, aujourd'hui, est assez éloignée de la version pure du mythe telle que Daniel Plainview l'incarne. L'entrepreneur du 21e siècle est rarement seul. Il est, qui plus est, étroitement imbriqué dans un réseau dense d'institutions auxquelles il ne peut échapper. Ces institutions peuvent bien sûr représenter des contraintes, mais elles peuvent aussi rendre plus facile et moins risquée l'aventure entrepreneuriale.

L'entrepreneur héroïque

L'image de l'entrepreneur héroïque s'est construite au fil de l'histoire. Le terme « entrepreneur » existe en Europe dès le Moyen Âge. Mais la notion d'entrepreneuriat acquiert une dimension particulière avec le développement du capitalisme moderne. De fait, le mythe de l'entrepreneur héroïque reflète un certain nombre d'évolutions sociales, économiques et idéologiques qui ont marqué les périodes moderne et contemporaine.

Tout d'abord, l'entrepreneur héroïque est un fils des Lumières. Il est seul devant son destin, voire celui des autres. Il agit, il construit, il défie la nature. L'entrepreneur héroïque transforme le monde, sa vie, celle des autres, par la seule force de son caractère et de sa volonté. Il est un artisan du progrès. Sans la révolution idéologique du 18e siècle, qui a fait de l'homme le maître de son destin, de la nature et du progrès, l'entrepreneur héroïque est difficilement pensable. L'homme des Lumières est au centre du monde – il a pris la place de Dieu. L'entrepreneur-héros a sans conteste un caractère divin. Le parallèle est fort ici avec le personnage mythique

d'Hercule – un demi-dieu qui agit seul et transforme le monde envers et contre tout (tous) !

Le mythe de l'entrepreneur héroïque s'inscrit aussi dans un schéma évolutionniste, inspiré des théories de Charles Darwin et, encore plus, d'Herbert Spencer. L'entrepreneur héroïque est un combattant ; il lutte et il survit. Le jeu de la compétition est un jeu sanglant – avec ceux qui gagnent, bien sûr, mais aussi ceux qui perdent. Ne restent que les « meilleurs », selon Spencer – ceux qui ont su contourner tous les obstacles et imposer leur propre survie. Dans une vision spencérienne du monde, l'évolution est nécessairement source de progrès et toute violence intermédiaire en devient justifiable et justifiée. L'entrepreneur est l'un des rouages de ce mécanisme, le moteur de la « destruction créatrice » comme l'a décrit Joseph Schumpeter (Schumpeter, 1976).

Dans sa version contemporaine, le mythe de l'entrepreneur héroïque doit beaucoup enfin à l'épopée du capitalisme américain. La solitude, les espaces inexplorés, les frontières à dépasser, le « tout est possible dans un univers sous-socialisé » sont autant de dimensions à rapprocher de l'expérience américaine du 19e siècle. Les grands capitaines du capitalisme américain sont avant tout des aventuriers solitaires, des combattants maîtres de leur destin, souvent dénués de scrupules. Les Rockefeller, Gould, Frick, Carnegie ou Morgan partent de rien pour construire des empires. Ils sont les chevaliers fougueux d'un capitalisme en devenir. Ils ont changé le monde en changeant leur propre destin (Nevins, 1940). Ils ont créé, certes, mais ils ont aussi beaucoup détruit. En cela, ils sont l'image même d'un spencerianisme décomplexé où le sésame justificateur est « la survie des meilleurs » (« *survival of the fittest* »). C'est là le revers de la médaille. Les capitaines héroïques du capitalisme américain ont parfois été décrits en des termes moins flatteurs – comme les barons voleurs (*robber barons*) du monde moderne en référence aux barons allemands du Moyen Âge qui s'enrichissaient en imposant des taxes exorbitantes sur les navires qui traversaient le Rhin (Josephson, 1934). Par ailleurs, de manière surprenante et un tant soit peu ironique, les entrepreneurs d'hier sont devenus en quelques décennies, au tournant du 20e siècle, les piliers d'un capitalisme de plus en plus oligopolistique où la grande entreprise s'est

imposée comme une institution incontournable. Dans les industries ainsi transformées, le projet entrepreneurial devient toujours plus complexe et plus risqué.

Si l'on y réfléchit bien et en conclusion partielle qui se veut plus qu'une anecdote, l'entrepreneur héroïque tel que décrit ici, dans sa version mythique, est sans conteste un homme. Les catégories mobilisées sont « masculines » au sens stéréotypique du terme et la réconciliation avec un entrepreneuriat au féminin apparaît difficile pour le moins !

Du poids des institutions...

On a donc, d'un côté, le type idéal d'un entrepreneur libre, seul, pouvant opérer avec un minimum de contraintes, mais prenant, en contrepartie, des risques parfois très élevés. La forme d'entrepreneuriat associée est un entrepreneuriat fort, agressif, créatif et potentiellement révolutionnaire et donc, nécessairement, comme tout acte révolutionnaire, un tant soit peu destructeur. Ce mythe s'est cristallisé sans aucun doute avec le développement du capitalisme américain depuis le début du 19e siècle, mais il reste fort et vivant. On en trouvait encore la marque très nette pendant la période de la bulle Internet où les médias relayaient l'image de « *serial* entrepreneurs », d'esprits créatifs au fond d'un garage devenant soudain milliardaires, de succès fulgurants, de la révolution permanente, d'une quête du Graal qu'on appelait alors la recherche du « *new new thing* » (Lewis, 2001). Jim Clark, l'un des « *serial* entrepreneurs » de la Silicon Valley les plus connus, décrivait lui-même l'entrepreneur comme un être « toujours insatisfait, anxieux, en mouvement permanent, messianique et profondément créatif ». D'un autre côté, tout semble devoir brider cette créativité et ce mouvement permanents. La société, les institutions, les « autres », les émotions apparaissent facilement comme des freins, des sources de perturbation ou de blocage. Dans les années 1990, c'était en général l'analyse qui était proposée pour expliquer, en France comme en Europe, le manque relatif d'entrepreneurs et d'esprit entrepreneurial. Les complexités administratives, la lourdeur des institutions sociales et fiscales, le

poids de la législation sur les droits d'auteur, la rigidité des institutions financières, mais aussi l'aversion au risque et le poids des normes culturelles et des pratiques sociales étaient autant de facteurs institutionnels, nous disait-on, créant en Europe un climat peu propice à l'entrepreneur et à son épanouissement. Le contraste, bien sûr, était souvent fait avec le cas américain et en particulier avec le contexte de la Silicon Valley. Le dynamisme entrepreneurial caractéristique des États-Unis était associé, nous disait-on, à une pression institutionnelle nettement moindre, ou plus exactement à un environnement institutionnel plus favorable.

Le poids des institutions n'était pas une dimension nouvelle en Europe, loin s'en faut. Longtemps, en France par exemple, l'entrepreneur est resté associé à un modèle traditionnel de la petite et moyenne entreprise, souvent familiale. Ce modèle d'entrepreneuriat a, de fait, peu à voir avec le mythe de l'entrepreneur héroïque décrit plus haut. L'entrepreneur français, historiquement, était un entrepreneur construit, défini et limité par l'environnement familial et social dans lequel il était imbriqué. De nombreux pamphlets et articles dénonçaient, dès les années 1930, un certain « malthusianisme » de l'entrepreneur français (Levi-Leboyer, 1974). L'entrepreneur français traditionnel créait sa firme avant tout comme une source, un gage de stabilité familiale et patrimoniale. Dans ce contexte, la stabilité et la régularité étaient souvent préférées par les entrepreneurs eux-mêmes à la prise de risque et à la saisie d'opportunités. Même l'innovation technologique pouvait être perçue comme un risque, en particulier en ce qu'elle avait tendance à générer une dépendance financière pour l'entrepreneur et sa famille – et donc à introduire une instabilité structurelle pouvant potentiellement rejaillir, en cas de coup dur, sur le statut social et la réputation de la famille. Bien souvent, ceci était perçu comme un risque beaucoup trop lourd et donc impossible à prendre (Djelic, 1998).

Dans les années 1990, en France comme en Europe, le débat sur les obstacles institutionnels à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise prenait une ampleur nouvelle (Hauser, 2000). De manière intéressante, il n'a pour autant pas été question d'arguer en faveur d'un désert institutionnel au nom d'une liberté d'agir

absolue, ce qui aurait bien sûr été fort utopique. L'argument était plutôt d'appeler à une transformation en profondeur d'un certain nombre d'espaces institutionnels avec pour objectif de les rendre plus compatibles avec la démarche entrepreneuriale.

... à l'entrepreneur « imbriqué » du 21e siècle

Le modèle était alors les États-Unis et, plus précisément encore, la Silicon Valley qui, dans un contexte certes différent, avait retrouvé son image classique d'eldorado. Mais la Silicon Valley des années 1990 était tout sauf le *wild wild West* ! Les analystes qui se penchaient sur la question de savoir pourquoi la Silicon Valley était alors un lieu si propice à l'entrepreneuriat mettaient en avant... un contexte institutionnel particulier et extrêmement favorable à l'initiative individuelle et entrepreneuriale (Lee *et al.*, 2000). Le défi pour l'Europe n'était donc pas d'évacuer toute forme de structure institutionnelle, mais plutôt de repenser en profondeur ses institutions et de les transformer. Il s'agissait d'envisager l'environnement institutionnel non plus comme un espace contraignant, source de freins et d'obstacles, mais bien comme un ensemble d'outils permettant de fluidifier et de faciliter l'initiative entrepreneuriale.

Lorsqu'on regardait la Silicon Valley des années 1990, on s'apercevait très vite que l'entrepreneur n'était pas un « héros solitaire » ! Il était un individu « créatif, anxieux et plein d'énergie », mais fortement imbriqué dans un espace institutionnel dense.

1. On trouvait tout d'abord un ensemble d'institutions dynamiques et actives produisant de la recherche, des idées nouvelles, de l'innovation – en particulier technologique. La région se caractérisait par la présence d'universités d'exception qui, de plus, avaient su attirer autour d'elles de nombreux laboratoires et entreprises de recherche privés ou semi-publics. Il existait une réelle fluidité entre ces différents acteurs de la production de connaissances dans la région et de nombreux éléments institutionnels permettaient les échanges, les collaborations ainsi qu'une forte mobilité. Cette énergie vitale en matière de

recherche et d'innovation technologique n'était pas, loin s'en faut, le simple résultat de la « main invisible » et des mécanismes « naturels » de marché. L'histoire de la Silicon Valley montre que, dans les années 1950 et 1960 en particulier, l'État avait été un facteur fort d'impulsion et de structuration de cette dynamique. Les besoins et les commandes du secteur de la défense américain expliquaient en bonne partie l'intensité du mouvement d'innovation et les vastes moyens dont il disposait. L'industrie des semi-conducteurs, par exemple, était née de cette combinaison magique entre besoins et standards de performance imposés par l'État, fonds majoritairement publics renforcés par des investissements privés et quelques innovateurs-entrepreneurs géniaux (Lécuyer, 2000).

2. Dans les années 1990, un tissu dense d'institutions financières était un autre trait marquant de la Silicon Valley. Ce contexte institutionnel particulier permettait de structurer des flux de financement adéquats, quelle que soit la nature du projet envisagé. On trouvait une multiplicité d'acteurs complémentaires qui pouvaient intervenir aux différents moments de la démarche entrepreneuriale. L'environnement institutionnel financier semblait construit pour accompagner pas à pas l'entrepreneur dans son projet et dans son parcours. Ces multiples acteurs, au rôle souvent très spécifique, allaient des *business angels* aux sociétés de capital-risque, en passant par les fonds d'amorçage jusqu'aux réseaux plus classiques des banques d'investissement.
3. Bien sûr, la responsabilité principale de ces acteurs était d'accompagner les besoins en financement des entrepreneurs à différents moments de leur parcours. En réalité, leur rôle était souvent plus large et les *business angels* comme les fonds d'amorçage ou les sociétés de capital-risque s'impliquaient aussi souvent dans un *coaching* étroit de l'entrepreneur et un suivi du projet sur de multiples dimensions. Ce rôle d'accompagnement sur des facettes multiples était renforcé, relayé et décuplé par un environnement institutionnel de médiateurs de toutes sortes – cabinets de conseil, chasseurs de têtes, coachs, cabinets comptables, web et marketing designers, avocats... L'entrepreneur était vraiment loin d'être seul ! À chaque

moment critique, il pouvait chercher et obtenir des réponses à ses questions, une aide directe dans ses démarches.

4. Par-delà cette densité institutionnelle structurée autour de la recherche, du financement et du conseil au sens large, certains soutenaient que la force et la spécificité de la Silicon Valley résidaient dans sa capacité à structurer et à mobiliser les réseaux sociaux (Castilla *et al.*, 2000). Cette capacité pouvait s'expliquer de différentes manières, mais elle reflétait avant tout une grande mobilité sur le marché du travail et la densité des schémas d'échange et de collaboration décrits plus haut. Venant renforcer ces éléments, on peut aussi souligner la multiplication d'initiatives visant à encourager les rencontres et le développement des réseaux sociaux. Les séminaires, les « First Tuesday », « First Thursday », « Mobile Monday » et autres *happy hours* jouaient un rôle structurant – et étaient conçus comme tels – dans la dynamique entrepreneuriale locale.
5. Enfin, de manière plus diffuse, mais sans doute tout aussi significative, il est important de souligner le rôle d'une culture porteuse du défi entrepreneurial. Une telle culture n'était pas seulement le fruit du hasard et/ou de l'histoire. C'était aussi un construit cognitif soutenu, diffusé, reproduit (ou pas) par différentes formes d'institutions de socialisation. Les médias jouaient bien sûr un rôle clé ; le discours politique aussi s'avérait structurant. Mais le système éducatif était sans doute encore plus au cœur de la cristallisation et de la reproduction d'une culture entrepreneuriale.

Quelques remarques en conclusion

La conclusion qu'on pouvait donc tirer d'une étude approfondie de l'expérience de la Silicon Valley était qu'elle n'avait rien d'un « miracle » ! La nature entrepreneuriale de cette région pendant cette période reflétait bien plus que la simple agrégation d'un grand nombre d'initiatives individuelles. Elle exprimait un fort degré de structuration de l'activité économique et une densité institutionnelle très significative. Elle montrait aussi que le secteur public avait eu, tout au moins au début, un rôle d'impulsion

et de stimulation non négligeable. Les leçons qui en étaient alors tirées pour l'Europe étaient en général assez simples. Elles impliquaient souvent, de fait, un rôle important pour les autorités politiques aussi bien locales et nationales qu'européennes. Il s'agissait non pas de détruire, mais de réinventer le tissu institutionnel. Il fallait avant tout redynamiser la recherche et créer les mécanismes institutionnels et les systèmes d'incitation qui permettraient un échange plus dense et une collaboration plus régulière entre les lieux de recherche (en particulier l'université), d'une part, les entreprises et la société, d'autre part. L'université et la connaissance qu'elle produit se devaient d'assumer un rôle moteur pour la croissance économique et de générer l'innovation qui serait à la base de la démarche entrepreneuriale. Il fallait, bien sûr, faciliter le financement des initiatives entrepreneuriales et ce, de manière différenciée et appropriée à chaque étape de développement d'un projet entrepreneurial. Il fallait aussi créer les conditions institutionnelles de l'accompagnement managérial, technique, marketing ou commercial de ces projets. Ceci pouvait se faire en stimulant le déploiement d'une industrie des services efficace ou bien même, dans certains cas, par le biais d'initiatives publiques ou semi-publiques. Enfin, il était souvent répété alors en Europe qu'il nous fallait stimuler l'expression et la diffusion d'une culture de l'entrepreneuriat. On appelait à la création de programmes spécifiquement dédiés à la création d'entreprise dans les écoles de commerce ou dans les écoles d'ingénieurs. On parlait d'incorporer bien en amont dans le système scolaire (dès la maternelle) la créativité, le goût du risque et la prise d'initiatives – prérequis indispensables à la démarche entrepreneuriale. L'urgence de la situation était relayée dans les communiqués officiels, les rapports, les livres verts, les livres blancs, les discours des autorités politiques au niveau local, national ou européen. Et ce relais trouvait un écho puissant dans les médias. On insistait aussi sur l'importance des réseaux et le concept des « First Tuesday » et autres *happy hours* allait alors se répandre en Europe comme une traînée de poudre. À la fin du 20e siècle et au début du 21e siècle, de fait, la liberté d'entreprendre était devenue un défi institutionnel !

RÉSUMÉ

Loin de la figure mythique du « héros solitaire », l'entrepreneur est étroitement imbriqué dans un réseau institutionnel dense. Comme le montre l'exemple de la Silicon Valley des années 1990, ces institutions peuvent permettre de fluidifier et de faciliter l'initiative entrepreneuriale.

BIBLIOGRAPHIE

E. Castilla, H. Hokyu, E. Granovetter, M. Granovetter, « Social Networks in Silicon Valley », *in* Lee *et al.* (eds), *The Silicon Valley Edge*, Stanford University Press, 2000, p. 218-247.

M.-L. Djelic, *Exporting the American Model*, Oxford University Press, 1998.

H. Hauser, « Entrepreneurship in Europe », *Business Strategy Review*, vol. 11, n° 1, 2000, p. 1-9.

M. Josephson, *The Robber Barons : The Great American Capitalists, 1861-1901*, New York, Harcourt, Brace and Company, 1934.

C. Lécuyer, « Fairchild Semiconductors and its Influence », in Lee *et al.* (eds), *The Silicon Valley Edge*, Stanford University Press, 2000, p. 158-183.

M. Lévi-Leboyer, « Le patronat français a-t-il été malthusien ? », *Mouvement Social*, 88, 1974.

C.-M. Lee, W. Miller, M. Hancock, H. Rowen (eds), *The Silicon Valley Edge*, Stanford University Press, 2000.

M. Lewis, *The New New Thing*, Penguin, 2001.

A. Nevins, *John D. Rockefeller : the Heroic Age of American Enterprise*, 2 vol., New York, C. Scribner's sons, 1940.

J. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York, Harper Torchbook Edition, 1976.

There Will Be Blood, film réalisé en 2008 par Paul Thomas Anderson, d'après le roman d'Upton Sinclair, *Oil*.