

Propriétés et partages: masques pour qui et pour quoi?

LEADERSHIP > Idées

La poursuite sans borne de la maximalisation de la valeur actionnariale est de plus en plus dénoncée aujourd'hui comme une dangereuse idéologie. En postulant que les actionnaires sont les propriétaires de l'entreprise et peuvent en faire tout ce qu'ils en veulent, elle a grandement contribué aux dérives exubérantes de nos économies ces dernières décennies et nous en payons aujourd'hui (presque) tous le prix.

A la faveur de la crise structurelle que nous traversons actuellement, il est inévitable et heureux que de nouvelles idées surgissent, avec la volonté de remettre en cause cette idéologie. Cette dernière est souvent associée à l'idée d'une « économie fondée sur la propriété », à laquelle il faudrait opposer une « économie fondée sur le partage ». Pourtant, lorsque l'on prend la peine de gratter un peu, il n'est pas sûr que les nouvelles idées mettent réellement en cause les fondements de l'idéologie. Voyons cela de plus près au travers de deux exemples connus: la « valeur partagée » (shared value), chère à Michael Porter, et le « maillage » (the mesh), cher à Lisa Gansky.

La valeur partagée promeut la création de valeur économique pour une organisation (corporate) tout en créant de la valeur pour la société dans son ensemble (society). Selon Porter, cette valeur partagée peut être réalisée par chaque organisation en repensant ses produits et ses marchés, en redéfinissant la productivité de sa chaîne de valeur et en identifiant de nouveaux partenariats avec des acteurs publics et not-for-profit.

Le maillage, quant à lui, part d'un constat simple: aujourd'hui encore, la majorité des entreprises s'obstine à suivre la formule « créer un produit ou un service, le vendre et glaner l'argent de la vente ». On vend une tondeuse à gazon, la personne retourne chez elle avec son produit et tout est fini. Peu de businessmen, y compris la majorité des entrepreneurs et des investisseurs en capital-risque, envisagent des manières de faire des affaires et

de créer de la richesse autrement. Même s'ils s'échinent à utiliser les réseaux sociaux pour commercialiser leurs produits, ils restent au bout du compte fidèles au schéma traditionnel acheteur-vendeur où l'usage d'un bien implique la possession.

« On confond l'activité productive en général de l'entreprise et la reproduction du capital qui est l'objet de la société. »

Selon Gansky, les entreprises qui embrassent au contraire la philosophie du maillage « comprennent et exploitent au contraire ingénieusement le tourbillon engendré par la mobilité, les activités basées sur la localisation et l'utilisation partagée, le web et la croissance des réseaux sociaux. [...] L'accès signifie que [les clients] n'ont pas à posséder les produits pour en profiter. [Ils] peuvent tout simplement les utiliser, les partager, économisant ainsi de l'argent et réduisant ainsi les petits traquas de la vie quotidienne. » Un exemple bien connu de ces entreprises est Zipcar, leader mondial de

l'autopartage, et qui connaît une croissance annuelle de 30%.

CONCEPTS CREUX?

A première vue, ces deux exemples pourraient nous laisser penser, comme l'écrit Gansky, que « l'économie fondée sur la 'propriété' se voit distancée par l'économie fondée sur le 'partage' ». Pourtant, lorsqu'on y réfléchit un peu, on comprend vite que les choses sont plus compliquées que cela. Ainsi, malgré ce que son nom pourrait laisser penser, le concept de « valeur partagée » ne nécessite en rien de questionner l'idéologie de la valeur actionnariale: celle-ci peut continuer à être poursuivie selon la logique habituelle qui est ici simplement affinée pour mieux saisir les opportunités en termes de nouveaux business que représentent certains enjeux sociaux.

La « valeur partagée » ne remet pas plus en cause l'idée, non-fondée, selon laquelle les actionnaires seraient les propriétaires des entreprises et pose des questions préoccupantes: que faire, par exemple, si les organisations privées qui ont développés commercialement de nouveaux services d'utilité générale décident que, après tout, ceux-ci ne sont pas assez rentables et qu'ils doivent soit s'en retirer, soit en augmenter fortement les prix?

Quant aux entreprises associées au « maillage », notons que, dans la plupart des cas, le « partage » se situe au niveau de la consommation de services alors que les biens sous-jacents (par exemple les voitures) restent la propriété d'une organisation particulière, de façon tout à fait classique. Contrairement à



Laurent Ledoux:

« Malgré leurs limites et les risques de renforcer l'idéologie dominante, les concepts de 'valeur partagée' et de 'maillage' peuvent être un premier pas pour nous aider à faire bouger les lignes et, in fine, à établir de nouvelles « règles du jeu » plus justes. »

ce que Gansky laisse entendre, les entreprises du « maillage » ne sont donc pas « fondées sur le principe de partage » dans l'absolu et leur mode de fonctionnement ne nécessite pas de

remise en cause de l'idéologie de la valeur actionnariale.

Faut-il pour autant rejeter les concepts de « valeur partagée » ou de « maillage » comme étant creux et masquant, consciemment ou pas, la résilience de l'idéologie de la valeur actionnariale? Nous ne le pensons pas. Mais pour apprécier au mieux ce qu'apportent ou n'apportent pas ces nouveaux concepts, pour les « démasquer », un petit détour par la philosophie, et en particulier la philosophie du droit, peut se révéler fort utile et « libérateur ». Lors du dernier séminaire en date de PhiloMa, Mikhail Xifaras, philosophe et professeur de droit public à Sciences po' nous a guidés dans ce détour réflexif.

DES GROS MOTS

Fondamentalement, Mikhail Xifaras nous a permis de prendre conscience de deux choses. Tout d'abord, Propriété, Entreprise et Création sont trois « gros mots », c'est-à-dire des concepts dont tout le monde pense savoir ce qu'ils veulent dire alors que rien n'est moins

! L'essentiel

1. *Propriété, Entreprise et Création sont trois « gros mots », c'est-à-dire des concepts dont tout le monde pense savoir ce qu'ils veulent dire alors que rien n'est moins clair.*
2. *Ces concepts sont autant d'outils juridiques que l'on peut façonner et réinterpréter pour organiser diversement les rapports entre les personnes, entre les entreprises et la société dans son ensemble, pour renégocier entre eux les « règles du jeu ».*
3. *Le droit nous offre de formidables degrés de liberté pour sortir, si nous le voulons vraiment, de l'idéologie de la valeur actionnariale et de l'individualisme possessif qui la sous-tend, pour penser différemment la création collective.*

clair. Ensuite, cela n'est pas trop grave, que du contraire, pour autant que l'on prenne toute la mesure de la complexité de ces concepts. En effet, on peut alors se rendre compte que ces concepts sont autant d'outils juridiques que l'on peut façonner et réinterpréter pour organiser diversement les rapports entre les personnes, entre les entreprises et la société dans son ensemble, pour renégocier entre eux les « règles du jeu ».

« Il est possible, si nous le voulons, de sortir du carcan de ce qu'on appelle 'l'individualisme possessif'. »

Pour s'en convaincre passons brièvement en revue ces trois « gros mots » :

• **Propriété:** On peut définir la propriété comme « le droit exclusif d'une personne de faire ce qu'il veut avec la chose dont il est dit propriétaire ». Mais à la réflexion, cela ne vaut que pour un nombre de choses très limité, comme une cravate par exemple. Prenons au contraire l'appartement dont vous vous dites propriétaire: vous avez ainsi le droit d'en exclure des tiers, mais pas vos enfants, qui en vertu de votre obligation juridique à les entretenir, ont une immunité contre votre pouvoir d'exclusion. Vous avez le droit d'exclure des tiers de la cage d'escalier, mais pas tous les tiers. Par exemple, pas les invités des voisins co-propriétaires qui ont un privilège d'accès à la cage d'escalier. On comprend ainsi que la propriété est un mot qui recouvre un ensemble de prérogatives juridiques (des droits et des privilèges divers) dans une situation donnée. Ainsi, dans un cas célèbre aux Etats-Unis, les commerçants d'une petite ville ont revendiqué des droits de propriété particuliers sur l'usine de US Steel dont l'économie locale dépendait totalement et qui menaçait de fermer. Ils estimaient en effet que US Steel avait créé des attentes légitimes dans leur chef, ce qui leurs conférait certains droits. Ils n'ont pas eu gain de cause, mais leurs arguments juridiques tenaient la route. Au travers de ces deux exemples, on

peut donc entrevoir que la propriété n'est pas la simple expression d'un rapport entre une personne et une chose mais, bien plus, un dispositif qui distribue des prérogatives, du pouvoir, des droits, des obligations, de la liberté, de l'argent et qui organise ainsi les rapports entre les divers acteurs, les divers intérêts en jeu — la manière dont ils vont négocier entre eux, les « règles du jeu ». En ce sens, le dogme selon lequel « les actionnaires sont propriétaires de l'entreprise » est un dispositif particulier réglant que la valeur créée par l'entreprise revient aux actionnaires. Cette règle est évidemment très favorable aux actionnaires, et beaucoup moins aux autres intérêts propriétaires en jeu mais d'autres dispositifs sont tout à fait possibles.

NŒUD COMMUN

• **Entreprise:** Une entreprise correspond à l'organisation du travail collectif d'un groupe dont les buts peuvent être multiples: produire des objets ou des services mais également produire des communautés dans lesquelles on se sent bien, on y a des amis. Or, juridiquement, nous avons tendance à n'y voir qu'une extension de la « société » dont le but déclaré n'est souvent que de faire du profit. Au travers de cette vision étroite, nous confondons l'activité productive en général de l'entreprise et la reproduction du capital qui est l'objet de la société. Or, la structure de l'entreprise, c'est l'ensemble des devoirs fiduciaires des managers à l'endroit de toutes les parties prenantes à l'activité économique de l'entreprise. On peut dès lors imaginer en droit bien d'autres formes de collectifs productifs qui n'ont aucun rapport avec le modèle de la « société » classique, tournant autour 1) de la domination du capital sur les autres composantes de l'activité et 2) de la subordination du travail au pouvoir hiérarchique des managers. C'est ce que font par exemple les collectifs qui produisent des logiciels libres. On voit donc à nouveau comment le droit peut nous permettre, si nous le voulons, de repenser les « règles du jeu » de l'entreprise.

• **Création:** Quand on regarde les stratégies de justification de la propriété intellectuelle, on tombe inévitablement sur trois idées:

> La création est un travail; les fruits du travail appartiennent de droit naturel au travailleur (Locke).

> La création est l'expression de la personnalité de son auteur et donc lui appartient (Hegel).

> La création, c'est bon pour la société car cela crée de la valeur; il faut donc inciter les créateurs à créer, et pour cela leur accorder le monopole temporaire de l'exploitation commerciale de leurs créations (Bentham).

Or, quand on y regarde de plus près, on constate que, malgré ces différences, ces théories ont un nœud commun: c'est la propriété même des choses, de ses créations, qui fonde l'individu, le créateur, qui le rend propriétaire de lui-même. C'est ce que l'on appelle « l'individualisme possessif ». Or, ici encore, il est possible si nous le voulons de sortir de ce carcan. Par exemple, en considérant que ma création est bien ma propriété mais qu'elle n'est pas exclusive. Ainsi le dispositif juridique du *copyleft* et des *creative commons* (au contraire du *copyright*) se caractérise par le fait d'exclure du titre de propriété le « droit d'exclure »: chacun doit pouvoir accéder au code source pour l'améliorer ou pour écrire un nouveau logiciel. Et comme on a pu le voir, de tels dispositifs permettent une productivité extraordinaire.

PENSER DIFFÉREMMENT

Au travers de la mise en perspective juridico-philosophique de nos trois « gros mots », on comprend mieux les formidables degrés de liberté qu'offre le droit pour sortir, si nous le voulons vraiment, de l'idéologie de la valeur actionnariale et de l'individualisme possessif qui la sous-tend, pour penser différemment la création collective. Mais cela nécessite de se demander ce qu'on cherche à créer et ce pourquoi on crée. Cela nécessite de « démasquer » ce qui se cache vraiment derrière les dispositifs actuellement dominant de propriété.

En ce sens, malgré leurs limites évoquées ci-dessus et les risques de renforcer, inconsciemment ou involontairement, l'idéologie dominante actuellement, les concepts de « valeur partagée » et de « maillage » peuvent être un premier pas pour nous aider à faire bouger les lignes et, in fine, à établir de nouvelles « règles du jeu », plus justes et peut-être mêmes plus productives. Pour autant bien sûr que les concepts associés à l'économie du 'partage' ne deviennent de nouveaux « masques » pour que rien ne change vraiment...

LAURENT LEDOUX (PHILOMA) 