

Business

COLUMN



PIERRE MERCIER,
managing director
COMPUTER PROFILE
pierre@computerprofile.be

BRUNO VAN MARSENILLE,
managing director
SIZE COMMUNICATION
bruno@sizecom.be

Small is beautiful

Dans le film d'Henri Verneuil, "1 000 milliards de dollars" datant de 1982 et dénonçant le pouvoir des firmes multinationales, il est dit qu'il faut réunir les trente plus grosses sociétés au monde pour atteindre le chiffre d'affaires mythique de 1 000 milliards de dollars. Le héros, un journaliste financier, est fasciné par le fait que, dix ans plus tôt, il fallait réunir trois cents sociétés pour atteindre ce même montant. Après avoir revu ce film dernièrement, nous n'avons évidemment pas manqué de regarder combien il fallait réunir d'entreprises pour atteindre les 1 000 milliards de dollars en 2006. Il n'en faut que 3, soit Wal-Mart (349), Exxon Mobil (335) et Royal Dutch Shell (319)! Alors, *big is beautiful*? Dans son livre "Small is beautiful" paru en 1973, l'économiste Ernst Schumacher critiquait déjà le manque d'efficacité des grandes entreprises, lançant ainsi l'idée de 'smallness within bigness', à savoir une forme spécifique de décentralisation. D'après lui, "pour qu'une grande organisation tourne, elle doit se comporter comme un ensemble de petites entités". Or, quand on voit la centralisation à outrance qui touche pratiquement toutes les firmes multinationales avec de moins en moins de décisions dans les 'petits' pays tels que la Belgique, on se demande si la leçon de Schumacher a été bien comprise.

Elon Musk, riche entrepreneur en série, s'est fait connaître par la vente de sa société PayPal à eBay pour 1,5 milliard de dollars. Une somme qu'il réinvestit ensuite dans deux projets très créatifs. Le premier, SpaceX, consiste à développer des fusées pour un budget dix fois inférieur à ceux pratiqués actuellement. Le deuxième consiste à lancer la fameuse Tesla Motors, la voiture électrique aux performances et au design époustouflants.

Il est convaincu de réussir dans ces deux projets. Elon Musk est un non-conformiste qui cherche d'abord à réussir une percée technologique. Elon Musk croit en cette citation du

scientifique américain, Alan Kay: "Ne vous inquiétez pas de ce que peuvent faire les autres, le meilleur moyen de prévoir l'avenir, c'est encore de l'inventer". Il s'entoure de brillants chercheurs qui ronronnent à la NASA ou chez Boeing. Il forme de petites équipes efficaces qui partent d'une page blanche avec une ligne directrice - presque un cahier des charges - très claire: comment développer une fusée coûtant dix fois moins cher que celles utilisées actuellement? Comme Schumacher en son temps, il est choqué de voir le manque d'efficacité de l'industrie moderne de l'aérospatiale et de l'automobile. Est-ce la taille de ces entreprises qui freinent leur créativité? Finalement, il faut ces nouveaux jeunes milliardaires pour oser

dépoussiérer des dossiers tels que la voiture électrique aux Etats-Unis et tenir tête aux lobbies pétroliers et automobiles prêts à tout faire pour conserver la situation actuelle.

Les grandes entreprises rattrapent leur manque de créativité en rachetant à tour de bras leurs nouveaux challengers. Même une société comme IBM, pourtant réputée pour son centre de recherches, passe par neuf acquisitions en 2006 pour gagner des parts de marché et compléter sa gamme technologique. La puissance financière de ces grands groupes permet, au travers d'acquisitions, de combler des

tards qui semblent inhérents à leur taille.

Regardez comment Oracle cherche à s'imposer dans le domaine applicatif par les rachats successifs de huit sociétés depuis janvier 2006. Les groupes pharmaceutiques aussi, sous la pression des médicaments génériques, sont contraints de fusionner rapidement pour survivre, incapables de sortir un nouveau médicament.

N'est-ce pas d'ailleurs le nouvel écosystème mondial? On quitte une grande société après avoir entièrement fait le tour du propriétaire. On aspire à davantage de flexibilité, de créativité, de liberté pour lancer sa propre *start-up* qu'on lui revendra quelques années plus tard... Alors, oui, *small is beautiful!* ■

“Le meilleur moyen de prévoir l'avenir, c'est encore de l'inventer.”
