Communication et organisation

21 | 2002

Espace et communication dans les organisations

Le gouvernement d'entreprise comme idéologie d'Yvon Pesqueux, Paris : Ellipses, 2000, 268 pages, 21,34 €

Gino Gramaccia

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2702>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.2702

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2002

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Gino Gramaccia, « *Le gouvernement d'entreprise comme idéologie* d'Yvon Pesqueux, Paris : Ellipses, 2000, 268 pages, 21,34 € », *Communication et organisation* [En ligne], 21 | 2002, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2702> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.2702

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Le gouvernement d'entreprise comme idéologie d'Yvon Pesqueux, Paris : Ellipses, 2000, 268 pages, 21,34 €

Gino Gramaccia

- 1 Cet ouvrage, rigoureux et dense, fait le point des transformations à l'œuvre dans le capitalisme d'aujourd'hui. Si la mondialisation est évoquée, c'est sous l'angle plus original et aussi plus technique de l'analyse des marchés financiers et du gouvernement de l'entreprise. L'actionnaire d'un capitalisme de type mutualiste devient un rôle type. Le productif et ses processus passent alors au second plan au profit de l'entreprise... profit. C'est qu'il importe maintenant de créer de la valeur financière plutôt que de gérer une croissance interne soumise au risque (p. 40). La valeur économique du travail a tendance à diminuer plus rapidement que la valeur économique de l'entreprise (p. 106). Ce nouveau capitalisme est également marqué par la fin des entrepreneurs et le début de l'ère des managers (p. 115). L'exemple de la Du Pont de Nemours en témoigne. La coordination de type hiérarchique dans l'entreprise processus cède la place à une coordination de type client-fournisseurs dans l'entreprise profit. *« La ponctualité des relations qui s'établissent entre les acteurs à la lumière de l'intérêt garantit la flexibilité de l'ensemble sans « décret » de type hiérarchique »* (p. 123).
- 2 Si l'entreprise processus a pour métier de créer de la valeur en innovant et donc, finalement, en répondant à la demande sociale, l'entreprise profit a pour stratégie d'accroître la valeur actionnariale. Dans un cas, on parlera de processus productif (ou ingénierique) orienté sur le procès du travail, dans l'autre, de stratégie économique orientée sur la valorisation du capital. *« La logique de l'efficiency, dit l'auteur, se diffuse au détriment des valeurs collectives dont le support politique est ainsi contesté »* (p. 140). Mais cette logique peut prendre les habits de la responsabilisation sur le prétexte, par exemple, de l'écologie, en acceptant *« le jugement du marché, en acceptant la primauté des intérêts des propriétaires »* (p. 143).
- 3 Le libéralisme est une pragmatique, une pratique de développement de ses propres forces, de ses propres conditions de régénérescence, capable si nécessaire de se concilier

les motifs de légitimité de la sphère politique. Mais à une condition cependant : de dissocier la sphère privée du domaine public (p. 150). L'individu est la composante première d'un système naturel de l'échange, du jeu de la « loi » de l'offre et de la demande. Le lieu naturel est le marché et le mécanisme idéal est le jeu de la concurrence pure et parfaite, l'information jouant un rôle de flux régulateur. L'individu advient au marché, s'inscrit dans le jeu de l'échange, exerce son droit de liberté dans la loi mécanique de la concurrence par le contrat privé (p. 173). S'installe alors selon l'auteur, à la fin du XX^e siècle, une pensée libérale qui présente le marché comme une alternative équitable à la cité, comme le lieu d'exercice de liberté et de justice (p. 173).

- 4 La problématique centrale de l'ouvrage (et son grand mérite) porte sur la nature politique de la pragmatique libérale. Il importe de cerner les principes fondamentaux du gouvernement de l'entreprise, donc de poser la question de la nature « politique » du libéralisme. Ces principes sont clairement posés : la concurrence pure et parfaite pour le marché et le principe de transparence informationnelle. A ceci s'ajoute, pour servir la cause politique, le vecteur technique que constituent les nouvelles technologies de l'information et de la communication (p. 259). Dans ce contexte, la valeur actionnariale devient le terme médiateur entre la logique de marché et la logique de société et « la valeur de référence, support de justice au nom de l'efficacité des marchés » (p. 259). L'appareil de marché, dit l'auteur, devient le « miroir virtuel » de l'appareil d'État. Mais alors lequel de ces deux appareils incarne le mieux l'idée de justice, garantit le mieux l'application du principe démocratique ? Quelles pourraient être les séquelles d'une dérive ou d'une perversion de l'un ou l'autre de ces appareils ? Au terme de cette œuvre exigeante, le débat, nous semble-t-il, reste ouvert.