

Point de vue

La crise impose de repenser le rôle de l'entreprise, par Franck Riboud

LE MONDE | 02.03.09 | 13h20 • Mis à jour le 02.03.09 | 13h20

Pour le chef d'entreprise que je suis, la période dans laquelle nous sommes entrés soulève de manière très vive une question longtemps occultée et qu'il me paraît nécessaire d'affronter : celle du rôle de l'entreprise dans notre société. Pendant de nombreuses années, qu'on s'en félicite ou qu'on le déplore, il était admis qu'une entreprise cotée avait pour seule finalité de générer une valeur maximale et toujours croissante pour ses actionnaires. Cette conception étroite du rôle de l'entreprise nous a conduits dans l'impasse, et c'est pour moi une des leçons majeures de la crise.

D'abord parce que la recherche de la maximisation du profit n'est mécaniquement pas durable : à force de se laisser griser par des taux de rendement de 10, puis 15, puis 20, et pourquoi pas 25 %, on oublie simplement qu'il y a une limite physique au-delà de laquelle le château de cartes s'écroule. Cette limite, nous venons brutalement de l'atteindre.

Ensuite parce que cette attitude a distendu de manière préoccupante les liens de l'entreprise avec ses autres parties prenantes : ses fournisseurs, ses salariés, ses clients, les territoires dans lesquels elle opère. Tous participent pourtant au processus de création de richesse, et certains peuvent avoir le sentiment que leurs intérêts sont parfois ignorés.

Les évolutions de la crise actuelle nous rappellent pourtant cruellement une évidence de plus en plus imparable : celle de l'interdépendance des différents secteurs, des différentes entreprises, des différentes parties prenantes. Elles nous rappellent non seulement que la crise peut se propager en quelques semaines de la sphère financière à la sphère industrielle, de Wall Street à Shanghai, mais elles nous rappellent aussi qu'une entreprise, même prospère, vivant dans un environnement fragile se fragilise elle-même.

Elles nous rappellent ainsi qu'on ne peut faire l'économie d'une forme de solidarité entre acteurs. Elles nous rappellent le bon sens : qu'aucun organisme ne se développe dans un milieu appauvri ou dans un désert. Et qu'il est donc de l'intérêt même d'une entreprise de prendre soin de son environnement économique et social, ce qu'on pourrait appeler, par analogie, son "écosystème".

En d'autres termes, une entreprise doit créer de la valeur pour ses actionnaires car sans leur investissement il n'y a pas d'économie. Mais au même titre qu'elle doit créer, à travers ses propres investissements, de la valeur et de la richesse pour ses autres parties prenantes. Car c'est aussi du développement et du bien-être de son environnement que dépend sa pérennité. Et c'est de cette manière qu'elle acquiert son utilité sociale.