

Quand McKinsey, le plus grand cabinet de conseil mondial, veut "réinventer" le capitalisme



McKinsey propose notamment d'inventer une nouvelle mesure pour remplacer le PIB.

Avec Atlantico.fr

Redéfinir le capitalisme ! Un autre monde est possible ! Qui dit ça ? Nuit Debout ? Jean-Luc Mélenchon ? Non, les très capitalistes consultants de McKinsey & Company, le prestigieux cabinet de conseil en "stratégie" qui a fait de sa mission, justement, le service au capitalisme.

Et pourtant, [dans le McKinsey Quarterly](#), la revue trimestrielle de la firme, Eric Beinhocker, un ancien de McKinsey, et Nick Hanauer, entrepreneur et capital-risqueur, proposent cette idée...et en réalité elle est bien plus sérieuse qu'il pourrait y paraître de premier abord.

Redéfinir quelques termes...

Quand ils disent "redéfinir", ils pensent à cela : changer la définition des termes les plus souvent utilisés pour parler du capitalisme—et ainsi changer les attitudes des dirigeants d'entreprise, des actionnaires, des employés et de la société en général. Alors, que proposent-ils ?

D'abord, redéfinir la prospérité. On redéfinit la prospérité en termes d'argent accumulé, mais en réalité cette mesure n'est pas précise. Après tout, le français moyen a des revenus beaucoup plus faibles que Louis XIV—mais pourtant il a accès à des choses, comme une télévision ou des antibiotiques, auxquels Louis XIV n'avait pas accès, même pour tout l'or de Versailles. La prospérité ne se mesure pas en espèces sonnantes et rébuchantes, mais en **"accumulation de solutions à des problèmes humains."**

"Ces solutions vont du prosaïque (des chips plus croustillantes) au très sérieux (des remèdes pour des maladies mortelles)", continuent-ils. "Au final, l'étalon de la richesse d'une société est la somme des problèmes humains qu'elle a résolue et le degré auquel le plus grand nombre peut jouir de ces solutions."

Et puisqu'on a redéfini la prospérité, on peut maintenant redéfinir le PIB. Ce n'est pas une idée nouvelle : on se souvient que le Bhoutan avait promu un "Produit Intérieur de Bonheur" plutôt qu'un PIB, et que l'économiste nobélisé Joseph Stiglitz avait également parlé d'alternatives au PIB. "Le plus gros problème avec le PIB est qu'il ne reflète pas la manière dont la croissance change les expériences vécues et concrètes de la plupart des gens."

Donc le PIB mesure mal la prospérité. Il faut le remplacer par "une mesure du taux auquel de nouvelles solutions aux problèmes humains deviennent disponibles." La croissance n'est pas une croissance du PIB, mais une **"croissance de la qualité et de la disponibilité de solutions aux problèmes humains."**

Ce qui est vraiment intéressant c'est qu'ils proposent même une méthode pour formaliser cette mesure qui peut sembler un peu farfelue au premier abord. Mais, arguent-ils, après tout, c'est comme ça qu'on mesure l'inflation : en mesurant le prix des biens et services d'un "panier" consommé par le foyer moyen. Les économétristes mesurent comment le panier change avec le temps et change selon les pays ou les niveaux de revenus. On pourrait imaginer un processus similaire pour cette mesure des solutions aux problèmes humains.

Et le capitalisme, alors ?

Et le capitalisme dans tout ça ? Hé bien, les entreprises, justement, existent pour ça. "Chaque entreprise est fondée à la base sur une idée pour résoudre un problème. [...] **La contribution cruciale que fait l'entreprise à la société est de transformer les idées en produits et services qui résolvent des problèmes.**" Il s'avère que le capitalisme est le mécanisme d'organisation économique qui fournit le taux le plus élevé de résolution de problèmes humains.

Les auteurs se livrent donc à une critique de l'idée, acquise depuis des siècles, que les entreprises existent pour maximiser le profit et la valeur actionnariale. Non, répondent les auteurs. Les entreprises existent pour résoudre des problèmes. Offrir un bon rendement aux actionnaires est important, mais c'est comme boire de l'eau ou avoir à manger—c'est nécessaire pour vivre, mais ce n'est pas l'objectif.

L'idée que les entreprises doivent se concentrer sur la valeur actionnariale est parfois justifiée par l'idée que le capital est un des actifs les plus rares dans la société et donc que les entreprises doivent être en concurrence pour l'attirer. Mais [comme le signale Clayton Christensen](#), le gourou de l'innovation de Harvard, dans un article de la Harvard Business Review, ce n'est pas vrai. L'actif le plus rare dans la société est la connaissance—la "matière première" qui permet la résolution de problèmes qui est l'objectif des entreprises.

Un autre partisan de la remise en question du dogme de la valeur actionnariale—et qui a créé énormément de valeur actionnariale—est le fondateur d'Amazon, Jeff Bezos. Dans sa première lettre aux actionnaires d'Amazon, [qu'il joint à chacune de ses lettres annuelles aux actionnaires](#), il a averti ses actionnaires qu'augmenter la valeur actionnariale à court-terme ne serait pas son objectif. Son objectif ne serait pas tant la "résolution de problèmes" mais le client final. En servant le client, Amazon pourrait prendre des parts de marché et avoir un public fidèle et ainsi, au final, les actionnaires y retrouveraient leur compte. Par exemple, les prix bas d'Amazon réduisent sa marge de profit, mais rendent les clients fidèles et dissuadent les concurrents, ce qui permet de prendre des parts de marché. Bezos a [déclaré à Business Insider](#) qu'il consacre six heures par an aux relations avec ses actionnaires.

L'idée de remettre en question des mesures économiques "sérieuses" comme le PIB ou la valeur actionnariale peut sembler gauchisante, mais elle s'inscrit dans la lignée des idées libérales. Joseph Schumpeter, l'économiste libéral et auteur du concept de "destruction créatrice" ne pensait pas autre chose. De même, l'aspect de créativité de l'entreprise était une des idées les plus importantes de Friedrich Hayek.

Au lieu de valoriser l'argent et la richesse, proposent les auteurs, nous devrions "valoriser les solutions innovantes aux problèmes que nous avons."