

Éditorial

Volume 12, Number 3, 1999

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1008656ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1008656ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Presses de l'Université du Québec

ISSN

0776-5436 (print)

1918-9699 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

(1999). Éditorial. *Revue internationale P.M.E.*, 12(3), 7–8.
<https://doi.org/10.7202/1008656ar>

Éditorial

Il peut sembler téméraire de continuer de parler de PME et d'entrepreneuriat dans une période où il ne se passe pas de mois, sinon de semaine, sans qu'on n'annonce une nouvelle mégafusion ou une réorganisation internationale de multinationales. Par exemple, dans l'industrie automobile, l'américaine Chrysler vient de fusionner avec l'allemande Daimler-Benz et Volvo est achetée par Ford ; dans le pétrole, British Petroleum s'associe avec Amoco et Exxon se marie avec Mobil Oil ; dans les communications, American Telephon and Telegraph s'entend avec Telecommunication International ; dans le secteur pharmaceutique, Ciba-Geigy unit ses actifs à ceux de Sandoz ; en Europe, la française Rhône-Poulenc vient de s'allier avec Hoescht pour créer le premier groupe chimique mondial. Au Québec, Provigo est acheté par Loblaw et Sobey fusionne avec IGA tandis qu'Alcan s'unit avec Pechiney et Aluisse. Cette tendance à la concentration s'observe également dans le secteur financier, comme on vient de l'annoncer avec la fusion de Banker Trust avec la Deutsche Bank pour créer la plus importante banque dans le monde, devançant de peu la banque suisse UBS, issue de la fusion de l'Union des Banques Suisses et de la Société de Banque Suisse. Ces fusions ne se réalisent pourtant pas sans créer certains problèmes ; ceux-ci sont notamment liés aux difficultés de concilier diverses cultures d'entreprise et expliquent de nombreux échecs, comme on l'a vu dans les grandes firmes-conseils et comme on le suppose dans le cas de la prise de contrôle de Nissan par Renault.

Ces vagues de fusion ne sont pas nouvelles. On n'a qu'à se souvenir, pour les plus âgés, de la disparition des petits épiciers et boulangers du coin, absorbés par les chaînes ou intégrés dans des groupements d'achat. Parallèlement, on remarque depuis quelques années le retour ou la multiplication de boutiques spécialisées : boucheries ou fromageries, pâtisseries et chocolateries, boutiques de vêtements ayant pour cibles certains groupes de jeunes, etc. Et cela se poursuit. Dans cette lutte de pouvoirs que mènent les géants pour mieux contrôler les marchés et s'adapter au changement, souvent au détriment des consommateurs et parfois avec l'aide des gouvernements, le comportement de ces entrepreneurs ou de travailleurs autonomes semble bien héroïque.

Pourtant, les petites entreprises continuent à jouer un rôle majeur dans nos économies non seulement parce qu'elles sont toujours les premières créatrices d'emplois, qu'elles se retrouvent dans toutes les régions et municipalités et qu'elles se renouvellent continuellement pour s'adapter au changement tout en favorisant, mais aussi parce qu'elles empêchent justement par leur présence et leur dynamisme une sclérose de nos économies advenant une prise de contrôle de ces géants. Ce serait alors le triomphe des dinosaures craint par Joseph Schumpeter il y a plus de cinquante ans et annoncé par les tenants de la théorie de la stagnation

de long terme de nos économies, comme John Stuart Mill en 1848 ou Simon Kuznetz dans les années 1950. De plus, elles ont eu un rôle clé dans la croissance des classes moyennes de la plupart des pays et, par conséquent, dans l'instauration de la démocratie¹ ; dans les pays en développement, elles forment la base d'une mise en place graduelle d'un circuit économique dans plusieurs régions, ce qui est essentiel au démarrage de l'économie et au développement.

En fait, les nouvelles entreprises agissent dans nos économies comme des abeilles qui aiguillonnent sans arrêt les grandes entreprises, les forçant à se renouveler ; sans elles, les grandes entreprises finiraient par se reposer sur leur pouvoir et sur les multiples ententes formelles et informelles leur permettant de se partager les marchés et de les contrôler. Adam Smith, pourtant le père du capitalisme, n'avait-il pas déjà dit il y a 200 ans que « lorsque les gens d'affaires se réunissent pour se divertir [...], la conversation finit toujours par se porter sur les moyens de tromper le public et/ou sur les moyens d'augmenter les prix² ».

Mais, encore une fois, l'environnement économique favorise souvent plus les grandes entreprises, comme le rappellent dans ce numéro Bernard Sauner-Leroy, en soulignant les capacités des entrepreneurs à surmonter l'incertitude environnementale, Jean-Claude Pacitto et Franck Tordjman, en rappelant les difficultés des toutes petites entreprises à innover, Karim Messeghem, en analysant l'impact de la quasi-obligation des PME d'implanter les techniques de qualité totale, ce qui peut y entraîner des changements majeurs ou encore Pierre-Yves Touati, en parlant du capital de risque dans les régions françaises. Ces obstacles peuvent toutefois surgir des PME elles-mêmes, c'est-à-dire de la psychologie des entrepreneurs, comme le montre Philippe Pailot dans son article sur la transmission d'entreprises.

La direction

-
1. Dans son *Histoire de Russie* (Paris, Payot, 1963, notamment p. 166 à 169), le grand spécialiste Gustave Welter explique qu'une féodalité tronquée a empêché la formation d'une classe moyenne qui a favorisé par la suite la concentration du pouvoir et la dictature d'abord du tsar et, plus tard, du Soviet suprême.
 2. Voir à la p. 137 du chapitre II de l'édition de 1909 de l'ouvrage de C.J. Bullock, *Enquête sur la nature et les causes de la richesse des nations* (1776).