



Génèse d'une entreprise

Moments de la genèse d'une entreprise

Contrairement à l'atelier du vendredi après-midi, où le modèle des « solutions » a été développé comme modèle mémétique central, nous abordons ce matin la genèse d'une structure sous un angle plus analogique. L'entreprise naissante est pratiquement assimilée à une créature, alors que dans le modèle précédent, les créatures sont les solutions qui consistent respectivement à fabriquer, échanger, utiliser ou éliminer un objet. Dans ce cadre, le moment de la création initiale de la structure peut s'entendre comme une solution de fabrication : « créer une entité juridique nommée entreprise ». Une entreprise est un objet très particulier, mais qui est bel est bien, à son origine, le fruit d'un acte de création, donc relevant d'une variété mémétique en soi : la création d'entreprise.

Nous sommes dans une pépinière d'entreprises. C'est dans un tel écosystème que se développent ces solutions.

Si l'on poursuit ce cheminement heuristique, on retrouvera quelques années plus tard l'entreprise « viable » comme un écosystème à part entière où vivent des solutions de fabrication, de transaction et d'usage en plus ou moins grand nombre.

La discussion du samedi matin portait sur les moments particuliers, dans la genèse d'une entreprise, où des phénomènes de sélection peuvent se manifester. Dans les projets, dans les démarches, dans les premiers temps de vie précaire de la structure.

Une première représentation schématique des conditions d'émergence d'une entreprise apparaît comme la rencontre entre un besoin compris ou supposé de la part d'une clientèle et la capacité de fournir une offre. Les deux choses étant reliées par une capacité d'opérer la transaction en récoltant le paiement. Mais au centre de ce phénomène de concrétisation, il y a avant tout (au minimum) une personne. Le créateur de l'entreprise. Il n'y a pas d'entreprise sans créateur

Bertrand rappelle un livre « Bâtisseurs d'empires par accident » sur l'histoire des NTIC qui retrace trois temps dans la vie d'une entreprise : le temps des défricheurs, celui des bâtisseurs et celui des gestionnaires. Le mythe du créateur nourrit et organise l'entreprise comme un puissant mèmeplexe symbolique. La présence de ces mêmes symboliques fait l'objet de mutations. Dans certaines boîtes, comme Accor ou Hewlett Packard le mythe est encore vivant et se maintient de façon stable dans le code mémétique des solutions courantes.

Lors d'une conférence sur les blogs (un autre objet que l'on peut créer, comme une entreprise) j'ai entendu Dominique Cardon, un sociologue de chez France Télécom, spécialiste des nouveaux usages, évoquer le fait que souvent, la création d'un blog correspond à une situation de surcharge émotionnelle, consécutive à des événements très forts comme la perte d'un proche, d'un emploi, ou une expérience personnelle marquante. Pour une création d'entreprise, on peut également suspecter une surcharge émotionnelle au moment de la création. Bernard évoque son expérience de création d'entreprise effectuée dans les 24 heures suivant sa démission d'un autre job.

Quelles motivations pour le créateur d'entreprise ?

Le plaisir de jouer, risquer, gagner
Faire connaître ce que l'on aime, ce que l'on fait bien

Sentiment d'urgence, une opportunité à saisir immédiatement
 Faire comme Papa
 Gagner ma vie tout seul
 Exploiter un modèle qui marche
 Etre reconnu par la société
 Mieux répondre à un besoin que l'on ressent
 Envie de posséder voiture, bateau, maison, etc.
 Vivre une aventure collective
 Explorer, défricher une voie nouvelle
 Inventer la vie de demain
 Bouleverser le jeu existant
 Relever un défi

Comblé un vide

Cette dernière formulation, comblé un vide, semble résumer toutes les autres
 Ce vide est aussi un appel, on peut le voir comme un vide intérieur à comblé

Voici quelques schémas de la vie intérieure du créateur d'entreprise :



