

Les réactions au décès de Steve Jobs en disent long sur les Américains**Aaron Chatterji professeur associé à la Fuqua School of Business de Duke University**

Le mouvement des Indignés qui manifestent à Wall Street ne s'adresse pas à tous les dirigeants d'entreprise. Aux Etats-Unis, on continue de les admirer tant que l'on considère leur contribution comme innovante

Les manifestants qui occupent Wall Street sont une illustration évidente des récents sondages selon lesquels les Américains perdent confiance dans les dirigeants économiques et ont toujours plus l'impression que les entreprises ont trop d'influence sur notre société.

Comment réconcilier ces observations avec la couverture médiatique obsessionnelle du décès de Steve Jobs, le déversement de larmes sur les réseaux sociaux et le grand nombre de fleurs déposées devant les magasins Apple à travers tous les Etats-Unis?

Sans prendre de risque, on peut affirmer qu'aucun autre patron américain ne recueillerait autant d'adulation s'il devait mourir aujourd'hui. Aucun ne recevrait des hommages si uniformément rayonnants de la part du président des Etats-Unis, de ses concurrents, des poids lourds médiatiques et des Américains ordinaires. Qu'est-ce qui rend donc Steve Jobs, patron milliardaire d'une multinationale gigantesque, différent d'un Jeff Immelt de General Electric, d'un Jamie Dimon de JP Morgan ou d'un T. Boone Pickens de BP Capital, si ce n'est que Steve Jobs était bien plus riche?

Premièrement, il y a certainement la perception, en dépit de la position dominante d'Apple sur le marché, que Steve Jobs était un entrepreneur iconoclaste et un «outsider» éternel. Ce récit a été renforcé par le marketing intelligent d'Apple, particulièrement les publicités mémorables qui mettaient aux prises «Mac contre PC». La contre-culture de Steve Jobs et sa marque de fabrique – pull noir à col roulé – ont imprégné la culture d'Apple et son image à tel point que les consommateurs ont toujours l'impression d'affirmer audacieusement leur identité individuelle par leurs achats, peu importent les millions de personnes qui détiennent un modèle identique.

Deuxièmement, il y a la notion que Steve Jobs et Apple ont créé des produits tangibles et une valeur sociale immense pour une large frange d'Américains, contrastant directement avec les titans de Wall Street. Bien sûr, la vérité est plus compliquée. Les produits d'Apple sont fabriqués par des sous-traitants comme Foxconn en Chine tandis que Bank of America prétend que la banque fournit un accès au crédit, pas des iPad, à des petites entreprises qui engagent des travailleurs de «main street».

Enfin, l'histoire personnelle de Steve Jobs joue un rôle: son abandon par ses parents biologiques; son échec spectaculaire et son expulsion de l'entreprise qu'il avait fondée avant de faire un retour spectaculaire pour sauver cette même entreprise; son combat vaillant contre le cancer jusqu'à la fin, qui a permis à de nombreux Américains de s'identifier à lui bien plus qu'à n'importe quel autre directeur d'entreprise. Cette affinité éclipse complètement les témoignages de ceux qui ont travaillé avec lui, expliquant qu'il avait une personnalité difficile.

Les nombreuses réactions au décès de Steve Jobs reflètent nos sentiments ambivalents face aux grandes entreprises et à la création de richesse aux Etats-Unis. Ceux qui fulminent contre les rémunérations de Wall Street ne s'émeuvent pas des milliards de Steve Jobs parce qu'ils pensent qu'il les a gagnés en créant des produits utiles et innovants que nous pouvons toucher, alors que des responsables insidieux et invisibles de sociétés ont fait plonger l'économie tout entière. Puisque Steve Jobs n'était pas né dans l'opulence et qu'il était presque toujours en concurrence avec des rivaux plus grands que lui, nous n'avons jamais regardé Apple et sa domination du marché de la musique numérique comme nous l'avons fait pour Goldman Sachs et Microsoft lorsqu'ils se sont jetés de tout leur poids dessus. J'en conclus qu'il existe une entente généralisée aux Etats-Unis sur le fait que devenir riche tout en créant de la richesse pour son entreprise et la société est toujours une bonne chose, et cela malgré les inquiétudes quant à un retour du populisme et de la lutte des classes. La politique, les sauvetages de banques et les déficits budgétaires n'ont pas changé le consensus qui prévaut sur la noblesse d'un «bon business».

Alors que beaucoup divergent sur la valeur que l'on attribue à certaines industries ou produits et se demandent si des relations intimes entre les riches et les puissants empêchent une concurrence juste, les Américains n'ont pas l'air de mettre en doute le fait qu'un secteur privé entreprenant et innovant est important. Donc, tandis que nous exposons clairement nos ignorances en adulant ou en diabolisant les dirigeants d'entreprise américains, la réponse à la disparition prématurée de Steve Jobs démontre que les Américains sont plus favorables aux affaires que jamais.