



Article scientifique

Article

2001

Published version

Open Access

This is the published version of the publication, made available in accordance with the publisher's policy.

Pour une théorie de l'échange dans les réseaux sociaux : un essai sur le don dans les réseaux industriels de la Silicon Valley

Ferrary, Michel

How to cite

FERRARY, Michel. Pour une théorie de l'échange dans les réseaux sociaux : un essai sur le don dans les réseaux industriels de la Silicon Valley. In: Cahiers internationaux de sociologie, 2001, vol. 2, n° 111, p. 261–290. doi: 10.3917/cis.111.0261

This publication URL: <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:41656>

Publication DOI: [10.3917/cis.111.0261](https://doi.org/10.3917/cis.111.0261)

Cet article est disponible en ligne à l'adresse :

http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=CIS&ID_NUMPUBLIE=CIS_111&ID_ARTICLE=CIS_111_0261

Pour une théorie de l'échange dans les réseaux sociaux. Un essai sur le don dans les réseaux industriels de la Silicon Valley

par Michel FERRARRY

| Presses Universitaires de France | Cahiers internationaux de sociologie

2001/2 - n° 111

ISSN 0008-0276 | ISBN 2130520804 | pages 261 à 290

Pour citer cet article :

— Ferrarry M., Pour une théorie de l'échange dans les réseaux sociaux. Un essai sur le don dans les réseaux industriels de la Silicon Valley, Cahiers internationaux de sociologie 2001/2, n° 111, p. 261-290.

Distribution électronique Cairn pour Presses Universitaires de France .

© Presses Universitaires de France . Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

**POUR UNE THÉORIE DE L'ÉCHANGE
DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX.
UN ESSAI SUR LE DON
DANS LES RÉSEAUX INDUSTRIELS
DE LA SILICON VALLEY**

par Michel FERRARY

RÉSUMÉ

À partir de l'analyse des réseaux sociaux qui sous-tendent les réseaux industriels de la Silicon Valley, cette recherche montre que la nature des biens échangés et le degré d'interdépendance des acteurs économiques font de l'échange par le don le principe dominant d'échange dans les réseaux. Dans la Silicon Valley, les échanges d'information entre les capital-risqueurs, les juristes, les entrepreneurs, les dirigeants d'entreprises, les journalistes, les professeurs d'université... se font pour l'essentiel au sein de réseaux d'acteurs interdépendants et complémentaires qui respectent implicitement les principes du don dans leurs échanges.

Mots clés : Réseaux sociaux, Échange par le don, Réputation, Silicon Valley.

SUMMARY

From the analysis of the social networks underlying the industrial networks of Silicon Valley, this search points out that because of the nature of the exchanged goods and the degree of interdependence between the economic actors, the exchange by the gift is the principle rule of exchange in networks. In Silicon Valley, the exchanges of information between venture capitalists, lawyers, entrepreneurs, managers of large companies, journalists, professors... are done essentially within networks of interdependent and complementary actors who implicitly respect the rules of the gift exchange theory.

Key words : Social networks, Gift exchange, Reputation, Silicon Valley.

La sociologie économique (Granovetter et Swedberg, 1992) a mis en évidence l'influence des réseaux sociaux dans la coordination des acteurs économiques et la circulation des biens. Les réseaux sociaux s'imposent comme une forme institutionnelle au même titre que le marché ou l'organisation (Powell, 1990 ; Uzzi, 1996 ; Podolny et Baron, 1997). Si les réseaux sociaux sont un fait social identifié, il n'en demeure pas moins que la nature et la dynamique

Cahiers internationaux de Sociologie, Vol. CXI [261-290], 2001

des échanges des biens en leurs seins restent imprécises. Soit la nature des échanges entre les membres d'un réseau est ramenée au modèle néoclassique de l'échange marchand (Jones, Hesterly et Borgalli, 1997 ; Williamson, 1994), soit ces échanges sont appréhendés en termes de relations de pouvoir (Yamagishi, Gillmore et Cook, 1988 ; Burt, 1992). Cependant, le recours à ces théories de l'échange est-il suffisant pour expliquer la circulation des biens entre les membres d'un réseau social ? En quoi l'encastrement des échanges économiques dans leur environnement social modifie-t-il la nature de l'échange ? Certains acteurs économiques peuvent-ils contribuer plus que d'autres à la dynamique des échanges ? En quoi la nature des biens échangés influence-t-elle les modalités de l'échange ? Le réseau social est-il une externalité à la sphère économique ou se construit-il par l'échange économique ? Existe-t-il des formes d'institutionnalisation des réseaux ?

Nous considérons un échange comme un comportement social par lequel transite un bien matériel ou immatériel comme les informations, les symboles ou le prestige (Homans, 1958, p. 606). L'échange est un acte volontaire fait par des individus qui sont motivés par les bénéfices économiques, symboliques et sociaux qu'ils retirent de l'échange (Blau, 1964, p. 91). Cependant, la compréhension des échanges au sein d'un réseau d'acteurs économiques à travers des analyses en termes d'échanges marchands ou de relations de pouvoir est insuffisante pour appréhender la nature et la dynamique de la circulation des biens. À partir de l'analyse des échanges entre les acteurs économiques de la Silicon Valley (région au sud de San Francisco dans laquelle se concentrent de nombreuses entreprises de haute technologie), nous montrerons que la nature des biens échangés et la densité des réseaux sociaux font de l'échange par le don le mode principal d'explication de la circulation des biens (Mauss, 1950). Nous appuierons notre réflexion sur des travaux de chercheurs qui ont construit une théorie de l'échange socialisé à partir des travaux de Mauss (Blau, 1964 ; Salhins, 1972 ; Ekeh, 1974). Certains chercheurs ont tenté d'élaborer un nouveau paradigme en sciences sociales en considérant le don comme un phénomène social total à l'origine de tous les échanges (Caillé, 1993, p. 4). Notre objectif n'est pas d'affirmer qu'un mode d'échange (transaction marchande, relation de pouvoir ou don) est la forme généralisée d'échange mais que le degré de socialisation de l'échange et la nature du bien échangé déterminent le mode d'échange dominant pour expliquer la circulation des biens. D'un point de vue théorique, chaque institution est dominée par un mode d'échange : le marché par la transaction marchande, les organisations par les relations de pouvoir, et les réseaux sociaux par le don.

Le recours au terrain de recherche de la Silicon Valley se justifie car de nombreux chercheurs s'accordent pour voir dans cette région l'archétype du réseau industriel (Saxenian, 1994 ; Powell, 1990 ; Podolny, Stuart et Hannan, 1996 ; Granovetter, 2000). Le dynamisme de la région est dû à la concentration d'acteurs économiques indépendants détenteurs de ressources complémentaires (70 % des entreprises ont moins de 10 salariés et 85 % en ont moins de 100 – Saxenian, 1994, p. 44). La configuration industrielle est proche de l'idéal de la concurrence pure et parfaite car aucun acteur économique n'est en position monopolistique. On y trouve à la fois des universités prestigieuses (Stanford, Berkeley) fournissant de la main-d'œuvre qualifiée et de la recherche de haut niveau, des laboratoires de recherche (SRI, Xerox/PARC...), de grandes entreprises (Hewlett-Packard, Intel, Cisco, Oracle...) et de nombreux prestataires de services (capital-risqueurs, juristes, comptables, banques d'affaires, chasseurs de tête...).

La Silicon Valley ne doit pas se comprendre comme une accumulation de ressources mais comme une multitude de réseaux sociaux permettant d'assurer une diffusion de l'information optimale entre des acteurs économiques complémentaires. Une étude (Miller, 1999) comparant 9 technopoles dans le monde (Silicon Valley, Sophia-Antipolis, Taiwan, Singapour...) sur 11 critères (densité de la connaissance, qualité de la force travail, interaction avec les universités, qualité de vie...) montre que la caractéristique spécifique de la Silicon Valley est la présence de nombreuses sociétés de capital-risque. Pour cette raison, notre analyse de la circulation des informations en tant que biens économiques se fera à partir d'une compréhension des échanges des capital-risqueurs avec les autres acteurs économiques. D'un point de vue méthodologique, nous nous sommes focalisés sur des entretiens semi-directifs avec plusieurs de ces acteurs économiques complémentaires (14 capital-risqueurs, 17 entrepreneurs, 9 cadres de grandes entreprises des technologies de l'information, 4 professeurs de Stanford, 2 avocats, 1 chasseur de têtes, 1 expert-comptable et 1 consultant en relations publiques). L'objectif étant de réaliser une triangulation méthodologique (Yin, 1989) en reconstruisant des cas d'entreprises dans lesquels étaient impliqués ces acteurs afin de comprendre la logique de leurs relations d'échanges.

Dans une première partie, nous décrivons les réseaux industriels de la Silicon Valley pour montrer en quoi ses mécanismes de fonctionnement font des capital-risqueurs les acteurs centraux de ces réseaux. Dans une seconde partie, nous expliquerons pourquoi ni la théorie marchande de l'échange, ni une approche en termes de relation de pouvoir ne permettent de comprendre la nature et la

dynamique des échanges dans les réseaux industriels de la Silicon Valley. Dans une troisième partie, nous montrerons en quoi la dynamique des échanges entre les acteurs économiques de la Silicon Valley appartenant à un même réseau relève d'une logique de réciprocité dont les principes sont basés sur la logique du don (Mauss, 1950). Dans une quatrième partie, nous montrerons que la stabilité et la dynamique de l'échange par le don dépendent de la nature des biens échangés, du degré d'interdépendance des acteurs économiques et de leur degré de socialisation.

I. — LE RÔLE DES CAPITAL-RISQUEURS DANS LES RÉSEAUX INDUSTRIELS DE LA SILICON VALLEY

I.1. *Des acteurs centraux dans les réseaux industriels de la Silicon Valley*

Une société de capital-risque est constituée sur la base d'un partenariat entre deux à une quinzaine d'associés. Elle collecte des fonds auprès d'institutions (banques, assurances, grandes entreprises, universités) et de riches particuliers pour des montants allant de 300 millions à 10 milliards de francs. Elle investit ces sommes en prenant des participations au capital de sociétés en phase de création. Sa rétribution est directement liée aux plus-values réalisées par ses investissements lors de l'introduction en bourse ou de la vente de ses participations à une grande entreprise (elle s'attribue entre 20 et 30 % des plus-values). En 1999, les 135 sociétés de capital-risque implantées dans la région de San Francisco ont financé plus de 1 600 entreprises de hautes technologies pour un montant dépassant 175 milliards de francs.

Lorsqu'un capital-risqueur réalise un investissement, il doit analyser trois natures de risque : un risque de marché (s'assurer qu'il existe des clients potentiels pour le produit ou le service), un risque technologique (s'assurer que la technologie ou le concept sont bien les plus élaborés et qu'ils ne sont pas menacés par des concurrents potentiels) et un risque de management (s'assurer que les entrepreneurs ont les compétences techniques et humaines pour développer l'entreprise) (Perez, 1986). Bien souvent les capital-risqueurs ont une double formation d'ingénieur et de gestionnaire ainsi qu'une expérience professionnelle dans une entreprise de haute technologie. Ils ont donc les compétences requises pour réaliser l'analyse des projets. Cependant, pour compléter cette analyse, ils vont mobiliser leurs réseaux sociaux pour collecter des informations sur les trois natures de risque. Ces échanges d'information sont infor-

mels et se fondent souvent sur une connaissance interpersonnelle des individus. Ce mode de fonctionnement permet une prise de décision rapide. Il n'est pas rare qu'un capital-risqueur décide en moins d'une semaine d'investir 100 millions de francs dans la phase de création d'une entreprise.

Il y a différents statuts parmi les capital-risqueurs, ce qui influence leur fonctionnement (Podolny, 1993). Ce statut est essentiellement lié à la notoriété des firmes qu'ils ont financées et à leur niveau de rentabilité. Ainsi, les sociétés de capital-risques les plus réputées de la Silicon Valley sont Sequoia Capital (Apple, Cisco, Yahoo...), Kleiner, Perkins, Caufield and Byers – KPCB (Sun, Amazon.com, AOL...), Mayfield Fund (Compaq, Silicon Graphics, Tandem...), Accel Partner (Redback...), Benchmark Capital (eBay, Webvan...), Menlo Venture (Ascend...). Leur réputation permet à ces sociétés d'attirer les meilleurs projets, de lever des fonds plus importants et d'inciter les autres acteurs économiques à collaborer avec eux. Les autres capital-risqueurs en sont réduits à financer les projets rejetés par leurs confrères de statuts plus élevés.

Les capital-risqueurs sont centraux dans la Silicon Valley parce qu'ils attirent les projets de création d'entreprise, les évaluent et les financent. Ils sont souvent impliqués dès l'origine du projet et ont des relations privilégiées avec les entrepreneurs, ce qui leur donne un excellent niveau d'information sur l'entreprise (Aoki, 1999). Les capital-risqueurs de la Silicon Valley ont quatre fonctions : ils financent les start-up par des prises de participation en capital, ils évaluent implicitement les projets pour les autres acteurs économiques de la région en décidant d'investir ou de ne pas investir, ils accumulent le savoir relatif à la création et au développement des entreprises et ils en font bénéficier les entrepreneurs qu'ils financent, ils constituent une force centrifuge autour de laquelle gravitent les acteurs économiques impliqués dans le cycle de vie des entreprises en phase de création (juristes, chasseurs de têtes, grands groupes industriels, banques d'affaires...).

Si Schumpeter (1983) a fait de l'entrepreneur un innovateur capable de fédérer des ressources autour d'un projet innovant, dans la Silicon Valley, ce rôle est assuré par les capital-risqueurs. L'efficacité de cette division du travail est due au fait que l'entrepreneur crée rarement plusieurs entreprises et n'optimise pas les connaissances accumulées par son expérience. En revanche, une société de capital-risque finance entre cinq et vingt projets par an. Elle accumule donc de la connaissance sur l'efficacité du cycle de vie des entreprises en création.

I.2. *Les raisons de la centralité des capital-risqueurs dans les réseaux industriels de la Silicon Valley*

La recherche de profitabilité conduit les capital-risqueurs à s'investir dans le management des entreprises afin d'accélérer la maturation de l'innovation qui permettra l'introduction des entreprises sur les marchés financiers ou leur cession à un grand groupe industriel. Hellman et Puri (1999) ont étudié 173 entreprises nouvellement créées et ont montré que le fait d'être financé par un capital-risqueur constitue un facteur d'accélération du développement de l'entreprise. De par leur statut d'actionnaires, les capital-risqueurs siègent au conseil d'administration des entreprises qu'ils financent et, en fonction du stade de développement, ils mobilisent leurs réseaux pour amener les ressources adéquates (Saxenian, 1994, p. 39). Dans les premières phases, ils interviennent dans les recrutements, le choix du cabinet d'avocats, du chargé de relations publiques et des comptables (Perez, 1986, p. 40). Ainsi Bernie Lacroute, Associé de KPCB explique : « Quand nous investissons dans une entreprise, nous intervenons dans le processus de recrutement de ses dirigeants. Nous connaissons bien les gens des secteurs des nouvelles technologies. L'entreprise que nous finançons a recours à un cabinet de chasseur de têtes, nous fournissons des noms à ce dernier, nous participons au comité de recrutement. On fait jouer le prestige de KPCB pour convaincre les dirigeants que l'on veut recruter pour nos start-ups. »

Les capital-risqueurs favorisent ensuite les mises en contact avec des clients et des fournisseurs potentiels et pour finir ils servent d'intermédiaire avec des grands groupes industriels désirant racheter des entreprises pour compléter leur portefeuille technologique ou avec les banques d'affaires (Goldman Sachs, J.-P. Morgan...) quand il s'agit d'organiser une introduction boursière. Ainsi, pour X. Casanova, créateur de Fireclick : « Le fait d'avoir été financé par Atlas Venture et Menlo Venture, deux sociétés de capital-risque très réputées dans la Silicon Valley, nous a permis de rentrer en contact avec des entreprises qu'ils ont financées comme Webvan ou Women.com afin d'envisager des partenariats. Sans eux nous n'aurions pas pu les rencontrer. »

Dans un environnement caractérisé par l'urgence et la vitesse de circulation de l'information, les capital-risqueurs constituent une forme de socialisation de l'évaluation des risques pour les autres acteurs économiques impliqués dans la création d'entreprises. Dès lors qu'un grand nom du capital-risque (Kleiner, Perkins, Caufield & Byers, Sequoia Capital, Benchmark Capital...)

décide d'investir dans un projet, il signale la validité du projet à l'ensemble de la communauté. Cette dimension est d'autant plus importante que souvent les prestataires de services se font rémunérer en actions des entreprises qu'ils aident mais qu'ils ne sont pas nécessairement très compétents pour évaluer les risques technologiques, managériaux ou de marché. Cette validation permet aux entrepreneurs d'attirer les meilleurs prestataires de services, fournisseurs et partenaires potentiels. Ainsi, Paul G..., chasseur de têtes très réputé reconnaît : « Je n'accepte que trois ou quatre missions de recrutement en même temps alors que je reçois entre 40 et 60 propositions de mission par mois. La première chose que je regarde pour faire mon choix est quels sont les capital-risqueurs qui ont financé l'entreprise. Si c'est un nom célèbre, je l'accepte ; sinon je décline la proposition. »

Certains entrepreneurs font même participer des capital-risqueurs à leur capital non pour obtenir des ressources financières mais pour accéder à leurs réseaux sociaux. Par exemple, le créateur de Webvan, M. Border, était suffisamment riche pour financer sa société et J. Walker, le fondateur de Priceline, n'avait pas besoin de financement car sa société générerait suffisamment de profits, pourtant tous les deux ont fait rentrer le capital-risqueur Benchmark dans leur capital. La raison explicite est que par ce biais ils ont accédé aux réseaux des partenaires de Benchmark ; notamment pour recruter des dirigeants de haut niveau (Stross, 2000).

Les capital-risqueurs dépendent également de leurs réseaux. En tant qu'acteurs centraux des réseaux, ils reçoivent beaucoup d'informations et de projets d'investissement (environ une centaine par mois pour chaque partenaire d'une société de capital-risque). Or le principe de fonctionnement des capital-risqueurs consiste à n'étudier que les projets qui ont été recommandés par une personne qu'ils jugent fiable (avocats, professeurs d'université...). Ainsi, J. Doerr (partenaire de Kleiner, Perkins, Caufield et Byers) affirme : « Je ne regarde jamais un projet qui ne m'est pas chaudement recommandé par quelqu'un dont je respecte le jugement. Si vous n'avez pas une introduction, un moyen de vous faire coopter, il n'y a aucune chance que j'accepte de vous financer. Je reçois plus de 200 projets par mois, soit près de 2 500 par an, alors que je réalise une dizaine d'investissements sur la même période. Je n'ai matériellement pas le temps de les analyser, tout dépend de la personne qui vous recommande. »

Par ce comportement, les capital-risqueurs transfèrent une partie de l'évaluation des risques sur les membres de leurs réseaux. Personne n'a intérêt à recommander un projet qui ne soit pas un succès

potentiel pour ne pas courir le risque de voir sa crédibilité remise en cause et être exclu du réseau. Trois polytechniciens étudiant à l'Université de Stanford en ont fait l'expérience lorsqu'ils ont voulu créer leur entreprise. Ils ont contacté une quinzaine de Français de la Silicon Valley (dont de nombreux polytechniciens) pour obtenir une introduction auprès d'un capital-risqueur. Si tous ont accepté de les recevoir et de les conseiller, aucun n'a accepté de les coopter auprès d'un financier de son réseau car ils ne croyaient pas en la viabilité du projet. La densité des réseaux sociaux de la Silicon Valley favorise la construction d'effet de réputation (Milgrom et Roberts, 1992). La réputation devient un actif économique que les individus préservent en refusant de coopter dans leurs réseaux les acteurs économiques qu'ils ne jugent pas fiables.

Les capital-risqueurs vont institutionnaliser leur centralité dans les réseaux à travers leurs pratiques de recrutement. Les réseaux socio-économiques de la Silicon Valley sont pour l'essentiel de trois natures : universitaires (Stanford, Harvard, MIT, UCLA...), entrepreneuriaux (anciens salariés de grandes entreprises comme Intel, Sun, Fairchild...) et ethniques (25 % des résidents californiens sont des étrangers). Si l'on analyse le profil des 18 associés de Kleiner, Perkins, Caufield and Byers, 11 d'entre eux sont diplômés de Stanford, Harvard ou UCLA ; ils sont d'anciens salariés d'entreprises comme Intel, HP, IBM, Oracle, DEC, Booz Allen, Microsoft, Andersen Consulting, eBay ou Sun pour ne citer que les plus célèbres ; et 4 associés sont d'origine étrangère (indienne, taiwanaise, anglaise et française). On retrouve les mêmes caractéristiques dans les autres sociétés de capital-risques réputées comme Sequoia Capital ou le Mayfield Fund.

Les capital-risqueurs vont institutionnaliser de manière implicite leurs relations avec les acteurs économiques qui leur sont complémentaires (avocats, professeurs d'université, chasseurs de têtes...) en leur permettant d'investir des montants limités dans leurs fonds d'investissement (ainsi un chasseur de tête a pu investir 350 000 F dans un fonds de Sequoia Capital et a reçu 7 millions de francs huit ans plus tard lors de la liquidation du fonds). De même, le dernier fonds d'investissement levé par Kleiner, Perkins, Caufield & Byers a pour investisseurs des universités (Stanford, Yale, Harvard, MIT...), des fonds de pensions, et à titre privé, les dirigeants d'AOL, Sun, Netscape, Cisco, Compaq, Yahoo, Intel, Visio et Nanogen (Kaplan, 1999). Le fait qu'il y avait plus d'investisseurs potentiels que n'en voulait la société de capital-risque a permis à cette dernière de choisir non pas uniquement sur le critère financier mais également en fonction des contributions non monétaires (réseaux et expertises) que pouvaient apporter les investisseurs. En contrepartie,

les capital-risqueurs espèrent obtenir des informations gratuitement quand ils les demandent. Le chasseur de tête précité a plusieurs fois donné des informations gratuitement sur des dirigeants que les capital-risqueurs recrutaient pour des entreprises qu'ils avaient financées.

Inversement, certains acteurs économiques feront leur possible pour être admis dans ces fonds afin de bénéficier de leur rentabilité ou accéder aux informations véhiculées par les réseaux qu'ils institutionnalisent. Par exemple, les capital-risqueurs interviennent pour mettre en relation les grandes entreprises à la recherche de nouvelles technologies et des entrepreneurs qui cherchent un soutien industriel pour passer à la phase de développement. La qualité des relations avec les capital-risqueurs permet aux grandes entreprises d'accéder aux nouvelles technologies avant leurs concurrents. Pour institutionnaliser des liens privilégiés, les grandes entreprises investissent dans les fonds gérés par les capital-risqueurs ou créent leur propre fonds (ATT, Lucent, Intel, Microsoft...) pour cofinancer des entreprises avec des capital-risqueurs traditionnels.

Une dynamique vertueuse de constitution de réseaux socio-économiques s'articule autour des capital-risqueurs. Ces derniers centralisent les projets que leur envoient les autres membres du réseau, ils évaluent leur potentiel et mobilisent les ressources nécessaires au développement des projets. La régularité des relations entre les acteurs économiques conduit à la stabilisation de réseaux de prestataires de services. Cette stabilité favorise un apprentissage mutuel d'acteurs complémentaires et permet l'émergence d'un lien de confiance qui renforce l'efficacité du réseau. Les réseaux sociaux vont constituer un mode de diffusion de l'information et d'accès aux ressources plus efficient que le marché (Granovetter, 1985 ; Uzzi, 1996 ; Ferrary, 1999). Ne pas être inséré dans ces réseaux sociaux constitue un handicap pour un acteur économique.

Si les capital-risqueurs sont au cœur des réseaux d'innovation de la Silicon Valley, il n'en demeure pas moins qu'ils sont extrêmement dépendants des autres acteurs économiques impliqués dans le cycle de vie des entreprises. La question étant de savoir sur quoi se fonde la dynamique d'échange d'information entre ces acteurs économiques interdépendants.

II. — LES LIMITES DES THÉORIES DE L'ÉCHANGE SOCIAL
DANS LEUR APPLICATION
À LA COMPRÉHENSION DES RÉSEAUX

II.1. *La théorie de l'échange marchand confrontée
aux réseaux industriels de la Silicon Valley*

La division du travail qui caractérise les économies développées est un facteur d'efficience économique et d'accroissement des gains de productivité. La spécialisation des agents économiques induit la question de leur coordination et de l'échange de leur production respective (Durkheim, 1930). Les économistes (Smith, 1776 ; Ricardo, 1819 ; Hayek, 1973) ont fait des mécanismes concurrentiels du marché le mode de circulation des biens (produits, services, informations) le plus efficient au sein d'une économie monétarisée.

L'idéal type de l'échange marchand est un échange désocialisé (Granovetter, 1985 ; Lazonic, 1991) dans lequel n'intervient pas l'environnement social des agents économiques ; l'échange est atemporel (les échanges passés et les anticipations ne sont pas sensés influencer l'échange présent) ; au moment de l'échange le bien échangé et sa contrepartie monétaire sont clairement définis et toute forme d'incertitude est exclue soit par la standardisation du produit soit par la définition d'un contrat complet. L'échange est réciproque et librement consenti entre des acteurs économiques opportunistes à rationalité limitée (Williamson, 1985). Les institutions juridiques et l'État protègent la liberté de contracter et garantissent la réalisation des contrats.

Ce modèle a donné lieu à de nombreuses critiques qui ont conduit les économistes à faire évoluer ce modèle d'analyse (Faveau, 1989). D'un point de vue théorique, l'échange économique s'appuie désormais sur des contrats implicites (Hart et Holmstrom, 1987), il est temporel car il y a des effets d'apprentissage dus aux échanges passés qui permettent de réduire les coûts de transaction (Williamson, 1985) et les échanges futurs sont pris en compte dans les calculs d'optimisation à travers la théorie des jeux à coups répétés (Kreps, 1990). Enfin il est socialisé par la prise en compte d'effets de réputation qui peuvent être induits par un échange interindividuel qui vont modifier la nature des échanges avec les autres acteurs économiques (Milgrom et Roberts, 1992).

La dernière différence majeure avec l'approche de la sociologie économique tient au fait que pour les économistes, l'individu reste un *homo oeconomicus* qui optimise ses profits et ne recherche pas de rétributions symboliques et/ou psychologiques. De plus, il n'existe

pas de bien qui ne puisse pas faire l'objet d'une valorisation monétaire et qui ne puisse pas transiter par le marché. Il y a une volonté des économistes d'endogénéiser tous les échanges dans la sphère économique (Becker, 1974). L'apport de la sociologie économique (Smelser et Swedberg, 1994) est non seulement d'affirmer que tous les échanges ne peuvent pas être ramenés à des échanges économiques, mais plus, c'est parce qu'il y a des échanges non économiques que les échanges économiques deviennent possibles. Comprendre les réseaux comme étant de purs phénomènes économiques (Jones, Hesterly et Borgalli, 1997) trahit la définition des concepteurs de la sociologie économique pour qui « une action économique ne peut être séparée de l'approbation, du statut, de la socialité et du pouvoir » (p. 7). « L'action économique est une forme d'action sociale ; l'action économique est socialement située et les institutions économiques sont des constructions sociales (p. 19) » (Granovetter et Swedberg, 1992).

L'observation de la Silicon Valley pourrait faire croire que l'opportunisme des acteurs économiques et les mécanismes concurrentiels du marché sont ceux qui régulent la circulation de l'information. L'information est un bien qui peut s'acheter et les échanges peuvent être formalisés par des contrats. Lorsqu'un entrepreneur crée une entreprise, il rédige un projet, il lève des fonds en échange d'une participation à son capital, il paye un juriste pour toutes les procédures juridiques, il loue les services d'un chasseur de têtes pour recruter des salariés et il sous-traite certaines de ses activités en contractant avec des prestataires de services (comptables, relations publiques, créateurs de sites Internet...). De même le capital-risqueur qui évalue des risques peut acheter les études de marché et les analyses sectorielles produites par des cabinets spécialisés (Forrester, Jupiter, IDC...) et il peut louer les services d'experts pour analyser les technologies.

Cependant, l'analyse de la circulation de l'information dans la Silicon Valley montre que les échanges marchands n'en expliquent qu'une faible partie. De nombreuses informations transitent de manière informelle entre les acteurs économiques et ne donnent lieu ni à contrat ni à compensation financière. Par exemple, lorsque Éric A... (partenaire de la société de capital-risque Atlas Venture) a collecté de l'information pour évaluer le projet des trois créateurs de l'entreprise Annor.com, peu d'entre elles ont transité par une relation marchande. Pour valider la potentialité du marché, il a appelé trois connaissances personnelles (le dirigeant d'une entreprise qui est marié avec une de ses amies ; le directeur technique d'une société qui par le passé avait travaillé dans la même société que lui ; le troisième étant un ingénieur dont il avait fait la connaissance

parce qu'il l'avait presque recruté dans sa société de capital-risque). Ces derniers lui ont donné des informations de manière informelle sans qu'il n'y ait de transactions marchandes. Concernant l'évaluation des individus, il a contacté les professeurs que les trois jeunes étudiants de Stanford lui avaient donnés en référence. Là encore, les professeurs ont donné des informations sans recevoir de contrepartie monétaire. Tout comme la personne qui connaît les trois entrepreneurs pour avoir fait ses études avec eux et qui donne des informations à titre privé à Éric A... parce que ce dernier est au conseil d'administration de sa société. Dans l'évaluation de ce projet, la seule information acquise à travers un échange que l'on peut qualifier de marchand est le contrat de conseil que Éric A... a conclu avec un professeur d'informatique de Stanford pour examiner la technologie de l'entreprise. L'échange est marchand car il y a eu contrat, prestation de services et paiement. En revanche, cet échange est socialement encastré car c'est la connaissance personnelle de ce professeur qui a amené Éric A... à le consulter.

La théorie de l'échange marchand est limitée pour comprendre la nature des échanges entre les acteurs économiques de la Silicon Valley, notamment parce que tous les biens échangés ne sont pas marchandisables au sens où leur circulation ne peut pas se faire par le biais du marché à travers un contrat commercial et une contrepartie monétaire. Ceci pour trois raisons. Soit le bien n'est pas, par nature, marchandisable : on n'achète pas la confiance (Arrow, 1974), les cadeaux ne peuvent pas être marchandés (Godbout, 1992), soit par convention le marché n'existe pas (on ne vend pas de l'information sur ses amis ou le journaliste ne paye pas le chef d'entreprise qui lui accorde un entretien) ou enfin parce que la loi l'interdit (par exemple un ingénieur sera tenu au secret par son employeur et ne pourra pas vendre son savoir comme consultant). Cependant, le fait que ces informations ne soient pas marchandisables ne signifie pas qu'elles ne circulent pas entre les acteurs économiques, cela signifie qu'il y a une dynamique de circulation des informations qui est autre que marchande.

II.2. *Le rôle des relations de pouvoir dans les échanges entre les acteurs de la Silicon Valley*

Les sociologues qui dans la lignée de R. Burt (1992) analysent les réseaux sociaux en termes de relations de pouvoir sont conduits à donner une définition élargie de la notion de pouvoir et à lui faire perdre sa force explicative. Selon ces auteurs, un agent économique A qui détient une ressource aura du pouvoir sur l'agent B qui la désire. En refusant de donner cette ressource, l'agent écono-

mique exerce son pouvoir (son refus pouvant se justifier par le fait que B n'a rien à donner en contrepartie). Inversement, si l'agent B a recours à la violence ou à l'usage de la règle pour prendre à l'agent A sa ressource contre son gré, on sera dans une relation où B exercera son pouvoir. Ainsi, quel que soit l'échange ou le non-échange, tout s'explique par une relation de pouvoir. Tout comme les économistes, avec la relation marchande, certains sociologues tentent d'appréhender toutes les relations sociales comme étant des relations de pouvoir. Pour cela, ils sont amenés à recourir à une confusion sémantique qui leur fait confondre pouvoir au sens de « capacité à » comme attribut de la personne, abstraction faite de toute interaction (je peux courir, je peux acheter...), et le sens de pouvoir dans son sens conflictuel, c'est-à-dire la « capacité d'exiger » de l'autre sans qu'il n'y ait d'échange réciproque.

Il est constructif de se référer à une définition plus stricte de la notion de pouvoir comme étant la capacité d'un acteur à obliger un autre à suivre un comportement qu'il ne voulait pas suivre à l'origine (Blau, 1964, p. 115). Dans ce cas, la relation de pouvoir se caractérise par le fait qu'un individu peut obtenir des ressources d'un autre sans en échange lui donner quelque chose d'équivalent. Les menaces physiques ou non et les sanctions négatives sont utilisées comme moyens de pression pour vaincre la résistance de l'autre (Parsons, 1963). Il y a, *a priori*, un conflit d'intérêt entre les membres de la relation de pouvoir et si elle conduit à un échange de biens, l'échange est nécessairement à somme négative. L'échange de biens dans le cadre d'une relation de pouvoir n'est pas réciproque car « les termes de l'échange sont plus favorables à l'une des parties en présence » (Crozier et Friedberg, 1977, p. 69).

Si l'on se réfère à Blau (1964, p. 118), toute relation d'interdépendance entre des individus qui conduit à un échange réciproque caractérise l'absence d'une relation de pouvoir. L'échange qui a lieu sous l'influence d'une relation de pouvoir est nécessairement asymétrique et sans réciprocité. Dès lors qu'un individu obtient une contrepartie équivalente à ce qu'il donne, il y a réciprocité et donc absence de relation de pouvoir. Comme l'indiquent Crozier et Friedberg (1977, p. 68) : « Si A et B ont les mêmes atouts et que donc l'échange est égal, il n'y a pas de raison de considérer que l'une des personnes se trouve en situation de pouvoir à l'égard de l'autre. » La relation de pouvoir ne permet pas de saisir les échanges à somme positive dans lesquels les deux partenaires tirent profit de l'échange.

Par nature la relation de pouvoir est une forme d'échange non réciproque. Une relation stable et durable ne peut pas se construire sur une relation de pouvoir car l'acteur défavorisé dans l'échange n'aura de cesse de sortir de cette relation. Cette possibilité de sortir

de l'échange est relativement facile dans une relation marchande encadrée par le droit commercial. Un fournisseur a toujours la possibilité de vendre les biens qu'il produit à un autre client – même si l'existence d'actifs spécifiques peut ralentir cette flexibilité (Williamson, 1985). L'atomicité des prestataires de services dans la Silicon Valley fait qu'aucun d'entre eux n'a de pouvoir monopolistique permettant d'imposer une dépendance. La pluralité des juristes, capital-risqueurs, experts-comptables... fait que chaque acteur économique peut changer de partenaire si les modalités de l'échange ne lui conviennent pas. La compréhension de la circulation des informations à travers des relations de pouvoir se révèle être particulièrement pertinente au sein des organisations (Crozier, 1963 ; Mintzberg, 1982 ; Pfeffer, 1981) car la rationalisation des flux conduit à la création de « monopsones » et de « monopoles » internes qui sont à l'origine des situations de pouvoir (ainsi un directeur de la comptabilité sera obligé de recourir aux services de la Direction informatique pour acheter des ordinateurs et ne pourra pas choisir son fournisseur ; de même une usine de production d'un constructeur automobile ne peut pas choisir son distributeur mais doit utiliser le réseau de distribution de l'entreprise).

De plus, du fait de la vitesse de circulation de l'information dans les réseaux sociaux de la Silicon Valley, celui qui userait de son pouvoir pour imposer un échange déséquilibré se créerait une mauvaise réputation qui rendrait les autres acteurs économiques réticents à entrer en relation avec lui. Au sein d'un réseau social, la régulation est informelle. Il n'y a pas de règles organisationnelles sur lesquelles pourraient s'appuyer les acteurs (Crozier, 1963). Les acteurs sont libres de refuser ou d'accepter l'échange qui leur est proposé. Ainsi, lorsque cet entrepreneur, ancien élève de Stanford, a contacté des anciens de son université pour trouver des capital-risqueurs afin de financer son entreprise, l'un d'entre eux lui a proposé de racheter son entreprise. Dans la mesure où la proposition ne lui convenait pas, il l'a refusée et conclu un accord avec des capital-risqueurs proposant des modalités de financement qui lui convenaient. Lorsqu'un acteur économique accepte un échange qui est apparemment asymétrique, c'est que la perte est de court terme et qu'à moyen terme cela se révélera profitable. Ce qui pourrait en apparence s'interpréter comme un échange imposé par une relation de pouvoir est en fait un comportement d'optimisation à moyen terme du partenaire apparemment défavorisé et pour lequel les termes de l'échange futur seront favorables.

Cette analyse ne signifie pas qu'il n'y a pas de relations de pouvoir dans la Silicon Valley, le procès antitrust contre Microsoft a montré que cette entreprise a abusé de son pouvoir de monopole

(plus de 90 % des ordinateurs PC utilisent son système d'exploitation Windows) pour s'approprier de force des technologies développées par des petites entreprises (Liebowitz, 1999). La thèse défendue est que la relation de pouvoir n'est pas explicative de l'essentiel de la circulation des informations entre les acteurs économiques de la Silicon Valley.

Dans la Silicon Valley, un agent économique n'obtient pas quelque chose parce qu'il a le pouvoir de le prendre sans donner de contrepartie, mais parce qu'il sera capable de rendre. Le donneur ne donnerait pas s'il n'anticipait pas qu'on allait lui rendre une contrepartie. La stabilité constatée des relations entre des prestataires de services indépendants (Castilla, 2000) est un signal que les échanges ne peuvent pas être fondés sur des relations de pouvoir mais sur des échanges réciproques. Certains capital-risqueurs travaillent toujours avec les mêmes juristes et les mêmes banques d'affaires. Les meilleurs de chaque catégorie travaillent ensemble, créant des réseaux de ressources plus riches (ainsi le capital-risqueur Kleiner, Perkins, Caufield & Byers, le cabinet d'avocats Wilson, Sonsini, Goodrich et Rosati et la banque d'affaires Goldman Sachs collaborent régulièrement au service des mêmes entreprises). Les agents économiques se constituent en réseaux économiques pour optimiser leurs ressources individuelles et dans ce cas n'est admis dans le réseau qu'un détenteur d'une ressource complémentaire et équivalente qui peut être utile aux autres membres de la communauté.

Ainsi, ni l'échange marchand, qui est réciproque mais ne permet pas d'échanger toutes les natures de biens, ni la relation de pouvoir, dont l'asymétrie de l'échange rend cette dernière instable, ne permettent d'expliquer la nature et la dynamique des échanges entre les acteurs économiques de la Silicon Valley.

III. — POUR UNE THÉORIE DE L'ÉCHANGE DANS LES RÉSEAUX SOCIO-ÉCONOMIQUES : L'ÉCHANGE PAR LE DON

III.1. *Les principes de l'échange par le don*

— *La nature de l'échange par le don*

La compréhension des échanges à travers une théorie du don permet de saisir l'interaction entre des échanges économiques et non économiques tout en gardant l'hypothèse de l'opportunisme comme facteur explicatif du comportement des individus. Comme le souligne Mauss, « [...] le caractère volontaire, pour ainsi dire, apparemment libre et gratuit, et cependant contraint et intéressé de ces pres-

tations. Elles ont revêtu presque toujours la forme du présent, du cadeau offert généreusement même quand, dans ce geste qui accompagne la transaction, il n'y a que fiction, formalisme et mensonge social, et quand il y a au fond, obligation et intérêt économique » (1950, p. 147). L'individu échange bien par intérêt, cependant son intérêt ne se porte pas que sur des biens économiques ; il porte également sur des « biens » symboliques et psychologiques.

Parce que l'échange est socialisé, le transfert de biens économiques s'accompagne d'échanges symboliques et sociaux. Les réseaux sont multifonctionnels. Ils ont une fonction économique, psychologique et sociologique. Les trois formes d'échanges s'interpénétrant plus ou moins selon que les réseaux se superposent. La compréhension de ces échanges ne peut se faire sur la base de relations marchandes. La nature des échanges est plus complexe à la fois dans sa nature, dans son terme et dans sa dimension sociale. Tout comme dans les tribus mélanésiennes, « [...] ce qu'ils échangent, ce n'est pas exclusivement des biens et des richesses, des meubles et des immeubles, des choses utiles économiquement. Ce sont avant tout des politesses, des festins, des rites, des services militaires, des femmes, des enfants, des danses, des fêtes, des foires dont le marché n'est qu'un des moments et où la circulation des richesses n'est qu'un des termes d'un contrat beaucoup plus général et beaucoup permanent » (Mauss, 1950, p. 151).

Le pur échange marchand est un échange qui est complet, financier, instantané (ou à terme de paiement fixé) et interindividuel. Il est la forme d'échange la plus simple et il ne s'applique qu'à une forme précise de biens. L'échange marchand ne se comprend pas en lui-même, il faut le recontextualiser dans son environnement économique, social et institutionnel. Cette socialisation conduit à reconsidérer la nature et la dynamique de l'échange.

Il est possible de définir quatre natures d'échange selon la socialisation de l'échange, la forme contractuelle, le terme et la nature du paiement :

La première est la forme pure d'échange marchand : l'acheteur et le vendeur utilisent le marché pour signaler leur désir de transaction. Pour payer le bien acheté (produit, service ou information), l'acheteur utilise un moyen financier (billet, chèque, lettre de crédit...). L'échange est complet instantanément car les termes du contrat formel lèvent toutes les incertitudes. Par exemple, tel entrepreneur veut acheter des ordinateurs, il choisira au hasard cinq fournisseurs, les sollicitera, et en sélectionnera un en fonction du prix et de la qualité de service. La dimension interpersonnelle n'intervient pas et elle n'est pas nécessaire à l'échange. Plus généralement, l'échange de biens standardisés (billets d'avion, journaux,

voitures, actions...) peut se réaliser au travers d'un échange dépersonnalisé.

La seconde nature d'échange est lorsqu'un échange marchand est socialement déterminé : l'acheteur et le vendeur utilisent leurs réseaux sociaux pour signaler leur volonté d'échanger et confronter leur offre et leur demande. Pour payer le produit acheté l'acheteur utilise également un moyen financier. L'échange est aussi complet instantanément. La socialisation peut être directe ou indirecte. Tel entrepreneur qui cherche un juriste et le rencontre parce que ce dernier participe aussi au bureau des parents d'élèves de l'école de ses enfants constitue une forme de socialisation directe. La prescription est un mode indirect d'échange d'information socialisée. Par exemple, si tel entrepreneur cherche un juriste, il en parle à son capital-risqueur lors d'un conseil d'administration. Ce dernier le mettra en contact avec un juriste avec lequel il travaille régulièrement. Il y aura un contrat commercial entre l'entrepreneur et le juriste, mais la mise en relation est le fait de leur appartenance au même réseau social.

La troisième nature relève du don/contre-don de biens économiques : l'acheteur et le vendeur utilisent leurs réseaux sociaux pour signaler leur désir de transaction et confronter leur offre et leur demande. L'échange par le don relève du contrat implicite entre les acteurs économiques et permet l'échange d'informations qui ne sont pas marchandisables. Parce qu'il est implicite, ce contrat doit être socialisé pour être sécurisé. On parlera de don/contre-don de biens économiques pour deux raisons. D'une part, parce que la compensation du bien échangé n'est pas financière, mais est constituée d'un autre bien économique (on est proche du modèle du troc). D'autre part, le don ne se traduit pas par une compensation immédiate, mais par une compensation différée dont la nature n'est pas définie au moment de l'échange. La relation n'est pas formalisée, le contrat est implicite et incertain. Par exemple, un entrepreneur veut recruter un directeur commercial. Il en parle à son capital-risqueur ou à un ami, qui le met en contact avec un candidat potentiel. Si l'entrepreneur recrute le responsable commercial, il n'aura payé aucun intermédiaire pour avoir l'information. En revanche, il se sera créé implicitement une obligation à l'égard de ces personnes (en l'occurrence son capital-risqueur). Il éteindra sa dette en effectuant un contre-don (par exemple, en présentant un nouvel entrepreneur à son capital-risqueur). Pour sa part, le capital-risqueur fait le don car il anticipe que le receveur pourra faire le contre-don. Tel journaliste acceptera de parler d'une entreprise dans l'un de ses articles et en contrepartie, l'entrepreneur emploiera ce journaliste pour rédiger le contenu de son site Internet. Tel juriste conseillera gra-

tuitement telle personne, avec laquelle il prend son café tous les matins, qui en contre-partie le recommandera au directeur juridique de son entreprise.

La quatrième nature concerne le don/contre-don de biens non économiques (symboliques, psychologiques...) : les acteurs économiques sont aussi des individus avec des aspirations non économiques relevant du besoin psychologique et/ou du besoin de reconnaissance sociale qui seront satisfaits par des échanges avec d'autres individus (Maslow, 1954 ; McGregor, 1960). Ces besoins sont bien souvent non achetables. Dans ce cas le « bien » échangé n'est pas économique et n'appelle pas une compensation financière. Dans la Silicon Valley, on assiste à ce genre d'échanges symboliques. Tel entrepreneur invitera tel juriste dans son conseil d'administration, qui en contrepartie l'invitera sur son bateau ou à son club de golf. Tel doyen d'université fera admettre tel capital-risqueur au conseil d'université parce que ce dernier aura fait don de plusieurs millions de dollars à l'université. Tel célèbre chef d'entreprise acceptera de donner une interview à un journaliste, qui en contrepartie écrira un article élogieux. Tel célèbre capital-risqueur acceptera d'accorder une interview à un chercheur de l'Université de Stanford car il est fier de susciter un intérêt scientifique et en contrepartie le chercheur obtiendra les informations nécessaires à son projet.

Concernant la dynamique des échanges, il faut les analyser dans leur temporalité et leur socialité. Un échange marchand peut entraîner un don de biens économiques, qui lui-même peut entraîner un contre-don de biens non économiques. C'est parce que les échanges économiques s'articulent avec des échanges non économiques que l'on peut parler d'échanges socialement encadrés. Si sur un marché pur, seule la première forme d'échange existe, dans un réseau social dense, ce sont les quatre natures qui s'entremêlent dans des échanges multiples. Par exemple, un chasseur de tête permettra à un chef d'entreprise mélomane de le rejoindre au conseil d'administration de l'orchestre philharmonique de San Francisco (bien non économique) et, tacitement, ce dirigeant se sentira obligé de recourir aux services de ce chasseur de tête pour une mission de recrutement dans son entreprise (bien économique). L'analyse de l'économie du don au sein des réseaux sociaux n'exclut pas l'échange marchand, mais l'inclut dans un ensemble plus vaste. Il peut y avoir concomitance de l'échange marchand et du don. Il peut y avoir une forme de don (appelant le contre-don) derrière un échange marchand. Par exemple, un acteur économique accepte de vendre ou d'acheter un produit à un prix donné à une personne en particulier (alors qu'il aurait pu faire la même transaction avec quel-

qu'un d'autre au même prix) parce qu'il souhaite entrer dans une logique de don/contre-don avec cette personne en particulier.

Ce qui se joue dans l'échange n'est pas seulement l'optimisation des profits monétaires. Il y a aussi une forme de rétribution symbolique. Ainsi tel entrepreneur pourra se vanter que John Doerr (le « légendaire » associé de Kleiner, Perkins, Caufield & Byers) l'a appelé pour lui demander des informations sur un individu qui lui a soumis un projet. Si John Doerr a obtenu une information à forte valeur économique, l'entrepreneur qui lui a donné cette information a reçu une rémunération symbolique immédiate (le prestige d'avoir été sollicité par John Doerr) et une créance implicite sur le moyen terme (il pourra demander à John Doerr de lui rendre le don sous la forme d'un entretien lorsqu'il créera une nouvelle entreprise).

Dans l'échange marchand, l'échange est fini au sens où il y a une contrepartie financière qui est définie au moment de l'échange. Les flux sont synchrones et l'un des deux est financier. Les acteurs ne se préoccupent pas *a priori* de leurs relations futures. Dans l'échange par le don, l'échange est diachronique et rarement financier. Celui qui fait le don anticipe que l'autre fera un jour prochain le contre-don sous une forme ou sous une autre. Le contrat est implicite et incertain car le donneur prend un risque qui est celui de ne pas avoir la contrepartie de son don.

— La dynamique de l'échange par le don

Souvent l'analyse des réseaux montre que ceux-ci se fondent sur des communautés ethniques (juive pour les diamantaires décrits par Coleman (1988), chinoise (Granovetter, 1985), arabe pour les marchands de Geertz (1962), aveyronnaise pour les brasseries parisiennes analysées par Ferrary (1999)). L'exemple de la Silicon Valley semble valider l'idée que les réseaux se constituent souvent sur des bases ethniques (Saxenian, 1999). Cependant cette condition n'est pas suffisante. Il ne suffit pas d'appartenir à une communauté (universitaire, entrepreneuriale ou ethnique) pour que s'amorce la dynamique de l'échange. Pour que se constitue un réseau, il faut qu'il y ait un intérêt à échanger entre les individus. Pour être admis dans un réseau, il faut détenir une ressource à échanger qui intéresse les membres de ce réseau.

De nombreuses entreprises européennes ont échoué dans leur tentative d'implantation dans la Silicon Valley car elles ne fournissaient pas de ressources aux salariés qu'elles localisaient dans cette région (Ferrary, 2001). Dans leur stratégie d'infiltration des réseaux d'innovation pour réaliser de la veille technologique, les grandes entreprises peuvent amener de nombreuses ressources spécifiques

complémentaires. Elles peuvent apporter un marché nécessaire au développement d'une entreprise, elles peuvent amener un accès privilégié à une technologie (par exemple, Intel donne aux entreprises qu'elle finance un accès exclusif à son dernier microprocesseur six mois avant de le mettre sur le marché afin qu'elles puissent développer des logiciels qui utiliseront son microprocesseur), elles peuvent favoriser un développement à l'étranger ou racheter l'entreprise (en 1999, la vente de leurs participations à des grandes entreprises a été la modalité de sortie privilégiée par les capitalistes pour réaliser leurs plus-values).

Une condition pour initier l'échange est donc d'avoir une ressource à donner que l'autre veut obtenir et pour laquelle il est prêt à donner quelque chose en contrepartie. Le réseau d'acteurs économiques peut se construire sur la base de réseaux sociaux existants (universitaire, entrepreneurial ou ethnique), mais peut également être porteur de sa propre dynamique lorsque les acteurs économiques détiennent les ressources nécessaires à l'initiation de l'échange. Dès lors que l'individu possède des ressources à échanger avec les membres du réseau qu'il veut pénétrer, il doit donner et rendre pour construire une relation durable. Dans la Silicon Valley, les individus auront d'autant plus tendance à rentrer dans cette dynamique qu'ils sont tous interdépendants. Une comptabilité informelle est tenue et si les échanges sont déséquilibrés, la dynamique de l'échange est interrompue. Parce que l'information n'est pas vendable en tant que telle, toute information donnée constitue une créance sur le donataire qui ne s'éteindra qu'avec le contre-don.

Les principes de l'échange par le don sont les suivants : d'une part, un don n'est jamais gratuit, il appelle toujours un contre-don. Comme le souligne Mauss : « Les dons circulent en Mélanésie, en Polynésie, avec la certitude qu'ils seront rendus. Mais il est, dans toute société possible, de la nature du don d'obliger à terme. Le temps est nécessaire pour exécuter toute contre-prestation » (Mauss, 1950, p. 198). Si l'on se réfère à l'approche anthropologique de Mauss, dans l'échange par le don, l'individu qui veut recevoir est obligé de donner préalablement et celui qui reçoit est obligé de rendre. Celui qui donne n'a pas de certitude sur la capacité de l'autre à rendre, ni quand et comment le don lui sera retourné. En revanche, l'individu qui est incapable de rendre le don sera exclu des échanges futurs non seulement avec son partenaire mais également avec les autres membres de la communauté que constitue le réseau. Ce qui pourrait apparaître comme un don « gratuit », parce qu'il ne donne pas lieu à une compensation immédiate, est en fait un paiement d'un don ultérieur. Ainsi, tel capital-risqueur appellera un ingénieur d'un grand groupe indus-

triel pour valider son analyse d'un *business plan* et celui-ci acceptera de lui donner ces informations sans être payé sous forme monétaire. Cette gratuité est illusoire car le don s'inscrit dans un système d'échange réciproque plus complexe et le capital-risqueur devra tôt ou tard rendre le don et à terme l'échange sera réciproque (Gouldner, 1960). Cependant la nature du contre-don n'est pas définie, il peut être économique ou non économique. Le terme du contre-don n'est pas fixé si ce n'est que le donataire ne fera pas un nouveau don tant qu'il n'aura pas reçu de contre-don.

Le premier don représente un enjeu important, dans la mesure où un individu est obligé de rendre le don qu'il accepte ; refuser le premier don marquera le refus d'initier une dynamique d'échange car « la prestation totale n'emporte pas seulement l'obligation de rendre les cadeaux reçus ; mais elle en suppose deux autres aussi importantes : obligation d'en faire, d'une part, obligation d'en recevoir, de l'autre. Refuser de donner, négliger d'inviter, comme refuser de prendre équivaut à déclarer la guerre ; c'est refuser l'alliance et la communion » (Mauss, 1950, p. 161). Pour pénétrer les réseaux sociaux de la Silicon Valley, les nouveaux arrivants vont devoir donner aux membres des réseaux afin d'instaurer une obligation à rendre. Cependant, comme dans les tribus mélanésiennes, il est toujours possible de refuser le premier don et signifier par là même un refus d'échanger avec celui qui a fait le don car « une position reconnue dans la hiérarchie, des victoires dans les *potlatch* antérieurs permettent de refuser l'invitation ou même, quand on est présent, de refuser le don sans que guerre s'ensuive. C'est pourquoi on s'adresse quelquefois avec crainte à ses invités ; car s'ils repoussaient l'offre, c'est qu'ils se manifesteraient supérieurs » (Mauss, 1950, p. 210). En refusant le don, le receveur évite d'avoir à le rendre et ainsi d'amorcer une dynamique d'échange. Pour que le premier don soit accepté par un capital-risqueur, il faut que ce dernier n'ait pas déjà accès à la ressource apportée. Dans ce cas, il acceptera ce premier don et s'engagera implicitement dans une dynamique d'échange.

Jacques V..., associé d'une société de capital-risque de second rang explique comment il a tissé des relations avec une société de capital-risque de premier rang : « Tous les capital-risqueurs de faible statut veulent établir des relations avec les capital-risqueurs dominants dans la Silicon Valley (KPCB, Sequoia Capital, Mayfield...), notamment pour récupérer les projets qui convergent vers eux mais qu'ils n'ont pas le temps d'analyser. Pour établir cette relation il faut d'abord leur donner quelque chose. Ainsi, j'ai financé Phone.com depuis sa création. Quand il fallut réaliser le dernier tour de financement avant son introduction en bourse et que la société allait

être un succès qui garantissait une très grande rentabilité de l'investissement, plutôt que de souscrire entièrement à ce tour de financement et garder toute la plus-value potentielle, j'ai proposé aux associés de Sequoia Capital de participer à ce tour de financement. Ils pouvaient refuser l'offre car ils savaient qu'en l'acceptant, ils s'engageaient à me rendre un service dans le futur. Ils ont accepté et réalisé une plus-value importante. Depuis, je travaille régulièrement avec eux, ils m'envoient des projets et parfois ils m'invitent dans des syndications de financement qu'ils mettent en place pour une entreprise. »

Parfois, la dynamique du don s'inverse. Les capital-risqueurs, sachant qu'ils disposent de ressources auxquelles veulent accéder les autres acteurs économiques, vont obliger les autres à faire le premier don. Par exemple, un capital-risqueur peut contacter un chasseur de têtes qu'il ne connaît pas pour avoir des informations sur un entrepreneur sans avoir à payer monétairement l'information. Le chasseur de têtes sollicité acceptera de faire le premier don demandé car il sait que par là même il oblige le capital-risqueur à lui retourner le don dans le futur (invitation à siéger à un conseil d'administration, mission de recrutement...). Le raisonnement tenu par le chasseur de têtes est anticipé par le capital-risqueur et explique son comportement.

IV. — LA DENSITÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX ET LA NATURE DES BIENS ÉCHANGÉS FONT DE L'ÉCHANGE PAR LE DON LE MODE OPTIMAL DE COORDINATION DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

L'incertitude portant sur les biens échangés remet en cause la régulation marchande (Thévenot, 1989) et va conduire les acteurs économiques à porter leur jugement sur les producteurs. Le bien ne vaut que par celui qui le fournit. Même si la standardisation des compétences individuelles (notamment par les diplômes) permet de lever l'incertitude sur les producteurs (Salais et Storper, 1993), il n'en demeure pas moins qu'une évaluation basée sur une relation interpersonnelle sera plus fiable. Cette évaluation s'appuie sur une pluralité d'échanges économiques socialisés, c'est-à-dire inscrits dans une temporalité, dans un groupe social et dans des échanges non économiques. Les échanges non économiques permettent d'encadrer la relation d'échange économique dans un environnement social plus dense et modifie la nature de l'échange pour le faire évoluer d'une logique marchande à une logique du don et

ainsi permettre des échanges qui ne seraient pas possibles dans une pure logique marchande.

Parce que dans la Silicon Valley, les informations échangées supportent une grande incertitude, les acteurs économiques vont socialiser l'échange économique. Quand la socialisation de l'échange n'est pas économiquement justifiée, les acteurs économiques ne le socialisent pas. Par exemple, le capital-risqueur ne socialise pas avec son vendeur de journaux ou avec son fournisseur de billets d'avion. En revanche, il invitera régulièrement les entrepreneurs qu'il finance, les journalistes, les professeurs d'université... car il y a un intérêt économique réciproque à socialiser. L'observation de la communauté française de la Silicon Valley le confirme. Les Français qui sont impliqués dans l'univers de la création d'entreprise (entrepreneurs, capital-risqueurs, avocats...) vont avoir des modes de socialisation différents des salariés expatriés par une entreprise française et qui sont dans la région pour une durée déterminée et n'ont pas la volonté de créer des entreprises. Dans les associations de Français – comme le DBF, Eurotrash ou les Dynamiques – on retrouve beaucoup de personnes de la première catégorie car ces réunions ont officiellement pour finalité de réunir des Français qui veulent faire des affaires dans la région. En revanche, les matches de football dans lesquels se retrouvent les Français réunissent en grande majorité des salariés de grandes entreprises françaises. Dans ce cas, les échanges sont essentiellement non économiques, ou lorsqu'ils le sont c'est de manière anecdotique (renseignements sur les visas, sur l'école des enfants...). Il n'y a pas d'arrière-pensée économique explicite et quiconque utiliserait ces rencontres dans cet objectif se ferait rejeter du groupe. La nature de l'activité économique influence la stratégie de socialisation. Dans le premier cas, la socialisation sera à finalité économique alors que dans le second, la socialisation est porteuse de sa propre logique (le désir de se retrouver entre Français...).

Les capital-risqueurs vont socialiser les relations économiques qu'ils entretiennent avec les entrepreneurs et les prestataires de services avec lesquels ils sont amenés à collaborer. Par exemple, Sequoia Capital institutionnalise des relations durables avec des prestataires de services (juristes, chasseurs de têtes, responsables de relations publiques...) en les invitant à participer à ses fonds d'investissements et en les invitant régulièrement à des dîners dans lesquels tous ces partenaires échangent des informations. De même, KPCB organise chaque année une semaine de ski à Aspen avec tous les directeurs généraux des entreprises qu'il a financées. L'objectif étant de nouer des alliances et de partager de l'information. Plus généralement, les capital-risqueurs organisent régulièrement des

dîners ou des cocktails où chacun est invité avec son conjoint. Cette socialisation permet d'obtenir des informations : le comportement d'un individu avec son conjoint et/ou ses amis peut être très révélateur de son comportement en tant que manager. De plus, être ou ne pas être invité à ces événements constitue une forme de rétribution symbolique, aussi la socialisation accroît le coût des trahisons en augmentant les coûts économiques de coûts symboliques et sociaux (perdre la reconnaissance de ses amis, ne plus être convié aux événements organisés par le réseau...). Ces rites de socialisation ne sont pas gratuits, ils visent à mettre en place les conditions d'un ostracisme social. L'incapacité à rendre un don est publiquement connu et remet en cause la confiance que la communauté portait à l'individu, cela pouvant conduire à son exclusion des échanges au sein de la communauté et à un affaiblissement du statut social de l'individu. Ces phénomènes de réputation ne sont possibles que dans la mesure où l'individu est fortement socialisé. Ne pas rendre le don marque la fin des échanges. Ainsi, trois entrepreneurs qui avaient bénéficié de l'aide informelle (expertise, contact...) de plusieurs personnes lorsqu'ils créaient leur entreprise ont décidé de donner des actions à certains d'entre eux pour rémunérer leur aide. Cela constitue un contre-don qui permet d'envisager des échanges futurs. En revanche, ils ont refusé d'attribuer des actions à des personnes qui pensaient avoir contribué suffisamment pour en obtenir. Le refus marque la fin des échanges économiques et sociaux avec les personnes en question et influencera les échanges futurs avec les membres des réseaux de ces dernières.

La socialisation des acteurs économiques assure l'optimalité de la régulation par le don car ne pas rendre le don n'est réellement sanctionné que dans les réseaux sociaux. La problématique posée par la théorie des jeux à coups répétés trouve sa réponse dans la socialisation des acteurs (Shubik, 1982). Un agent économique faiblement socialisé pourra optimiser un échange de court terme car ne pas rendre le don ne nuira pas à sa réputation et il pourra toujours trouver un autre partenaire d'échange. En revanche, dès lors que l'acteur sera fortement socialisé, tout comportement opportuniste de court terme sera connu de tous et l'individu ne pourra plus échanger avec les membres du réseau. C'est parce qu'il est socialisé que l'échange par le don est un échange stable. Tricher dans l'échange peut être lourdement sanctionné, non pas légalement, car il n'y a pas de contrat formel, mais socialement. L'exemple de Glenn Mueller, qui fut associé de la société de capital-risque Mayfield Fund, illustre parfaitement ce mécanisme de sanction sociale. Au début des années 1990, il avait financé Jim Clark, professeur de Stanford qui a créé l'entreprise Silicon Graphi. Profitant de la naï-

veté de l'entrepreneur, le capital-risqueur a obtenu une part plus importante du capital de la société que ne le prévoit l'usage. Lorsque que la société a été cotée en bourse, seul le capital-risqueur s'est réellement enrichi. Jim Clark a ensuite créé une autre société, Netscape, et il a refusé d'être financé par Glenn Mueller. De plus, Jim Clark, figure connue de la Silicon Valley, s'est répandu sur la rapacité des capital-risqueurs (c'est lui qui a popularisé dans un livre le terme *vulture capitalist* – ce qui signifie capitaliste vautour – à la place de *venture capitalist* – qui signifie capital-risqueur). Les conséquences pour Glenn Mueller ont été très importantes. D'une part de nombreux entrepreneurs ont refusé d'être financés par Mayfield Fund et ses associés lui ont reproché de ne pas avoir réussi à investir dans l'entreprise Netscape qui paraissait prometteuse. Le 4 avril 1994, quand Netscape a été officiellement créé, Glenn Mueller s'est suicidé (Kaplan, 1999, p. 243) ; ceci étant le résultat de son rejet par les réseaux sociaux de la Silicon Valley par lesquels il satisfaisait ses besoins économiques, sociaux et psychologiques.

Le droit contractuel sécurise l'échange marchand et non pas l'échange par le don qui est une forme d'échange implicite. C'est la socialisation qui sécurise l'échange par le don par la création d'effet de réputation. Dans la Silicon Valley, de nombreux événements sociaux publics ou semi-privés contribuent à la socialisation des acteurs économiques : conférences, congrès, associations, conseils d'administration... Ce sont des lieux institutionnalisés de socialisation où chacun vient chercher « gratuitement » des informations et où se construisent les réputations sur la capacité des membres du réseau à rendre les dons qui leur sont faits et à se conformer aux règles implicites de la communauté.

La dynamique de la socialisation de l'échange économique pour en faire un phénomène social total peut varier. Soit d'une relation économique, la relation va s'étendre à des relations non économiques ; soit d'une relation non économique, la relation va devenir économique. L'appartenance à un même réseau social peut être préexistant et indépendant de l'échange (par exemple deux personnes diplômées de la même université ne savaient pas qu'elles allaient échanger dix ans plus tard) ou le réseau peut être construit volontairement en prévision d'échanges futurs. Dans tous les cas, pour les acteurs économiques de la Silicon Valley, les sphères professionnelles et privées vont se recouper. Le temps étant une ressource rare (Blau, 1964, p. 126), les individus consacreront du temps à donner de l'information à ceux qui pourront la leur rendre et les réseaux professionnels et privés vont tendre à se confondre. Inversement, les acteurs économiques qui refusent d'entrer dans des relations interpersonnelles seront exclus, parce que, implicitement en se

désocialisant ils se coupent des lieux de circulation de l'information et parce qu'ils inspirent la méfiance en refusant de socialiser. Le propre de l'échange par le don est d'être un échange total dans lequel on ne peut pas séparer les échanges économiques des échanges non économiques.

La fréquence des interactions économiques et la densité des relations sociales permettent de lever l'incertitude liée au hasard moral (Jensen et Meckling, 1976) en permettant d'anticiper précisément les comportements individuels. La répétition des relations crée la confiance qui permet des échanges d'information qui ne seraient pas possibles dans une pure relation de marché. Par exemple, personne ne « vendra » à un investisseur l'information selon laquelle tel entrepreneur est malhonnête ou alcoolique. En revanche, il est possible d'acquérir l'information dans le cadre d'une relation informelle. L'asocialisation des acteurs économiques peut les conduire à renoncer à l'échange. Ainsi, pour Alain Azan, associé de la société de capital-risque Sofinnova : « Quand j'analyse un projet d'investissement j'accorde une grande importance à la qualité des entrepreneurs. Je mobilise mes réseaux pour obtenir informellement des informations sur leur personnalité, leur passé, leurs expériences... Si jamais je n'arrive pas à obtenir des renseignements par ce biais, je préfère renoncer à investir car ne pas savoir à quoi m'en tenir concernant la personnalité d'un entrepreneur est un risque trop important. » La socialisation devient une condition nécessaire à l'échange par le don et refuser cette socialisation conduit à être exclu de l'échange économique. Tout comme dans les sociétés mélanésiennes (Mauss, 1950, p. 198), c'est la coercition sociale qui garantit la réciprocité de l'échange. La contrainte sociale ne peut s'exercer que dans la mesure où l'information est publique. Pour cela les acteurs économiques réaliseront leurs échanges en public ou leur donneront un maximum de publicité. La densité sociale dans la Silicon Valley, l'usage permanent des nouvelles technologies, la presse spécialisée (*Redherring, Upside, The Industrial Standard...*) assurent la circulation de l'information et la publicité du comportement des individus.

CONCLUSION : LE CERCLE VERTUEUX
DE LA SOCIALISATION DE L'ÉCHANGE
DES BIENS INCERTAINS ENTRE ACTEURS INTERDÉPENDANTS

Les sciences sociales ont montré que la circulation des biens économiques pouvait être déterminée par différents mécanismes d'échange : la transaction marchande, la relation de pouvoir ou l'échange par le don. Chaque mécanisme constituant la forme

dominante dans les trois formes institutionnelles que sont respectivement le marché, l'organisation et le réseau. L'analyse du fonctionnement des réseaux sociaux de la Silicon Valley montre qu'en ce qui concerne les relations d'échange entre des acteurs économiques juridiquement indépendants mais interdépendants au niveau économique, l'échange par le don se révèle être la modalité d'échange la plus efficiente et la plus stable. Cette efficience est due à l'incertitude intrinsèque des informations échangées par les acteurs économiques. De par leur nature, certaines informations ne peuvent pas transiter par des échanges marchands, les acteurs économiques utilisent donc des modalités spécifiques d'échange. La nature des biens échangés rend nécessaire la socialisation de l'échange et vient entretenir une socialisation préexistante liée au fait d'avoir travaillé dans la même entreprise, d'être diplômé de la même université ou d'appartenir à la même ethnie. Ces conditions aident, mais ne sont pas suffisantes pour stabiliser des réseaux socio-économiques, il faut que les individus soient interdépendants et qu'ils détiennent des ressources complémentaires.

Cependant, l'échange par le don ne peut pas constituer une théorie généralisée des échanges. D'une part, c'est l'incertitude inhérente à la nature des informations échangées dans des réseaux industriels qui rend importante la nature de la personne qui émet l'information. D'autre part, c'est la forte socialisation des acteurs économiques et leur interdépendance qui modifient leurs comportements d'optimisation. La probabilité sera plus grande de voir émerger des relations de pouvoir et des relations strictement marchandes lorsque les acteurs économiques n'appartiennent pas au même réseau social et qu'ils sont moins interdépendants sur le plan économique. L'incertitude justifie la coordination par le réseau (Powell, 1990); donc, dès lors que l'échange est certain, le réseau n'a plus de justification économique. Il y aura une désocialisation de l'échange économique et les réseaux de l'individu ne rempliront plus qu'une fonction sociale et psychologique.

L'échange par le don est coûteux et il existe des modes d'échanges moins onéreux. Au même titre qu'il a des coûts de transaction à l'échange marchand (Coase, 1937), il y a des coûts à l'échange par le don. Comme le souligne Mauss (1950, p. 239) : « Ce sont justement les Romains et les Grecs, qui, peut-être à la suite des Sémites du Nord et de l'Ouest, ont inventé la distinction des droits personnels et des droits réels, séparé la vente du don et de l'échange, isolé l'obligation morale et le contrat, et surtout conçu la différence qu'il y a entre des rites, des droits et des intérêts. Ce sont eux qui, par une véritable, grande et vénérable révolution ont dépassé toute cette moralité vieillie et cette économie du don trop chanceuse, trop spendieuse

et trop somptuaire, encombrée de considérations de personnes, incompatible avec un développement du marché, du commerce et de la production, et au fond, à l'époque, anti-économique. » Aussi, dès lors que les produits sont standardisés ou que le droit sécurise suffisamment les échanges, les coûts de socialisation deviennent économiquement injustifiés car il n'y a plus d'incertitude à réduire. Dans ce cas, les échanges économiques et la socialisation ne se feront pas nécessairement avec les mêmes groupes sociaux.

CERAM

Rue Dostoïevski, BP 085

06902 Sophia Antipolis Cedex

Michel.Ferrary@ceram.fr

BIBLIOGRAPHIE

- Aoki M., *Information and Governance in the Silicon Valley Model*, Working paper, Stanford University, 1999.
- Arrow K., *The Limits of the Organisation*, W. W. Norton, 1974.
- Baker W., Market Networks and Corporate Behavior, *American Journal of Sociology*, n° 96, 1990, p. 589-625.
- Becker G., *Essays in the Economics of Crime and Punishment*, Columbia University Press, 1974.
- Blau P., *Exchange and Power in Social Life*, John Wiley and Sons, 1964.
- Bourdieu P., Le capital social, in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 31, janvier 1980, p. 7-9.
- Burt R., *Structural Holes : The Social Structure of Competition*, Harvard University Press, 1992.
- Caillé A., *Ce que donner veut dire. Don et intérêt*, La Découverte, 1993.
- Callon M., Techno-Economic Networks and Irreversibility, in J. Law (ed.), *A Sociology of Monsters*, Routledge, 1991, p. 132-164.
- Castilla E., Networks of Venture Capital Firms in Silicon Valley, 2000, article non publié.
- Coase R., The Nature of the Firm, *Economica*, 4, 1937, p. 386-405.
- Coleman J. S., Social Capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, vol. 94, 1988, supplément, p. 95-120.
- Crozier M., *Le phénomène bureaucratique*, Le Seuil, 1963.
- Crozier M. et Friedberg E., *L'acteur et le système*, Le Seuil, 1977.
- Degenne A. et Forse M., *Les réseaux sociaux*, Armand Colin, 1994.
- Durkheim É., *De la division du travail social*, PUF, 1893.
- Eccles et Crane, *Doing Deals : Investment Banks at Work*, Harvard Business School Press, 1988.
- Ekeh P., *Social Exchange Theory*, Heinemann, 1974.
- Favereau O., Marchés internes, marchés externes, *Revue économique*, vol. 40, n° 2, 1989, p. 273-328.
- Ferrary M., Confiance et accumulation de capital social dans la régulation des activités de crédit, *Revue française de Sociologie*, XL-3, 1999, p. 559-586.

- Ferrary M., Managing Disruptive Technologies Life Cycle by Externalizing the Research. Social Network and Corporate Venturing in the Silicon Valley, *International Journal of Technology Management*, 2001 (à paraître).
- Geertz C., The Rotating Credit Association : A Middle Rung in Development, *Economic Development and Cultural Change*, 10, 1962, p. 240-263.
- Ghoshal S. et Nahapiet J., Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage, *Academy of Management Review*, vol. 23, n° 2, 1998, p. 242-266.
- Godbout J., La circulation par le don, *Revue du MAUSS*, n° 15, 1992, p. 215-231.
- Gouldner A., The Norm of Reciprocity : A Preliminary Statement, *American Sociological Review*, vol. 25, n° 2, 1960, p. 161.
- Granovetter M., The Strength of Weak Ties, *American Journal of Sociology*, n° 78, 1973, p. 1360-1380.
- Granovetter M., Economic Action and Social Structure : The Problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology*, 91 (3), 1985, p. 481-510.
- Granovetter M. et Swedberg R., *The Sociology of Economic Life*, Westview Press, 1992.
- Granovetter M., Social Network in Silicon Valley, 2000, article non publié.
- Hart O. et Holmstrom B., The Theory of Contracts, *Advances in Economic Theory : Fifth World Congress*, T. Bewley (ed.), Cambridge University Press, 1987.
- Hayek F. A., *Rules and order*, Routledge, 1973.
- Hellmann T. et Puri M., *The Interaction between Product Market and Financing Strategy : The Role of Venture Capital*, Working paper, Stanford University, 1999.
- Homans G., Social Behavior as Exchange, *American Journal of Sociology*, vol. 63, 6, 1958, p. 597-606.
- Jensen M. et Meckling W., Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure, *Journal of Financial Economics*, 3, 1976, p. 305-360.
- Jones C., Hesterly W. et Borgatti S., A General Theory of Network Governance : Exchange Conditions and Social Mechanisms, *The Academy of Management Review*, vol. 2, n° 4, 1997, p. 911-945.
- Kaplan D., *The Silicon Boys*, Morrow, 1999.
- Karpik L., L'économie de la qualité, *Revue française de Sociologie*, avril-juin 1989, p. 187-210.
- Kreps D., *Game Theory and Economic Modelling*, Clarendon Press, 1990.
- Lazonick P., *Business Organization and the Myth of the Market*, Cambridge University Press, 1991, 372 p.
- Leff N., Entrepreneurship and Economic Development : The Problem Revisited, *Journal of Economic Literature*, mars 1979, p. 46-64.
- Liebowitz S. J., *Winners, Losers and Microsoft : Competition and Antitrust in High Technology*, Independent Institute, 1999.
- Maslow A. H., *Motivation and Personality*, Harper & Row, 1954.
- McGregor D., *The Human Side of the Enterprise*, McGraw-Hill, 1960.
- Mauss M., *Essai sur le don*, PUF, 1950.
- Milgrom P. et Roberts J., *Economics, Organization et Management*, Prentice Hall, 1992.
- Miller W., Technology Parks in the World, 1999, article non publié.
- Parsons T., *Social Structure and Personality*, Free Press of Glencoe, 1963.

- Perez R., *Inside Venture Capital*, Praeger, 1986.
- Pfeffer J., *Power in Organizations*, Pitman Publication, 1981.
- Podolny J., A Status-based Model of Market Competition, *American Journal of Sociology*, 98, 1993, p. 829-872.
- Podolny J., Stuart T. et Hannan M., Networks, Knowledge, and Niches : Competition in the Worldwide Semiconductor Industry, 1984-1991, *American Journal of Sociology*, novembre 1996, p. 659-689.
- Podolny J. et Baron J., Resources and Relationships : Social Networks and Mobility in the Workplace, *American Sociological Review*, vol. 62, 1997, p. 673-693.
- Powell W. W., Neither Market nor Hierarchy : Network Forms of Organization, in B. Staw and L. Cummings (eds), *Research in Organizational Behavior*, Greenwich, JAI Press, vol. 12, 1990, p. 295-336.
- Ricardo D., *Des principes de l'économie politique et de l'impôt*, Gallimard, 1987.
- Sahlins M., *Stone Age Economics*, Aldine Publishing Company, 1972.
- Salais R. et Storper M., *Les mondes de production*, Éd. de l'EHESS, 1993.
- Saxenian A., *Regional Advantage*, Harvard University Press, 1994.
- Saxenian A., The Silicon Valley-Hsinchu Connection : Technical Communities and Industrial Upgrading, 1999, article non publié.
- Schumpeter J., *The Theory of Economic Development : An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and Business Cycle*, New Brunswick, 1983.
- Shubik M., *Game Theory in the Social Sciences : Concepts and Solutions*, MIT Press, 1982.
- Smelser N. J. et Swedberg R., *Handbook of Economic Sociology*, Princeton University Press, 1994.
- Smith A., *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des Nations*, Gallimard, 1989.
- Stross R., *Eboys : The First Inside Account of Venture Capitalists at Work*, Marrow, 2000.
- Thévenot L., Équilibre et rationalité dans un univers complexe, *Revue économique*, vol. 40, n° 2, 1989, p. 147-197.
- Uzzi B., The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations : The Network Effect, *American Sociological Review*, vol. 61, 1996, p. 674-698.
- Williamson O. E., *The Economic Institutions of Capitalism*, The Free Press, 1985.
- Williamson O. E., *Les institutions de l'économie*, InterÉditions, 1994.
- Yamagishi T., Gillmore M. et Cook K., Network Connections and the Distribution of Power in Exchange Networks, *American Journal of Sociology*, vol. 93, n° 4, 1988, p. 833-851.
- Yin R., *Case Study Research*, Applied Social Research Methods Series, 1989.

REMERCIEMENTS

L'auteur tient à remercier Mark Granovetter pour les nombreuses discussions sur les réseaux de la Silicon Valley lors de son séjour à l'Université de Stanford, et Loïc Cadin, Jean-François Coget et Pierre Kletz pour leurs commentaires de la première version de cet article.