LES 100 MOTS de L'ÉCONOMIE

Jean-Paul Betbèze

QUE SAIS-JE ?

Les 100 mots de l'économie

JEAN-PAUL BETBEZE

Chef économiste de Crédit Agricole SA
Membre du Conseil d'analyse économique
auprès du Premier ministre

Cinquième édition mise à jour

23e mille

Introduction

Peut-on faire 100 ?

Crise : le mot est désormais installé dans nos têtes, avec sa cohorte de nouveaux compagnons : *bonus* [1], *subprime* [2], régulation macroprudentielle [3], qui rejoignent les anciens : récession, déflation, dépression, crise de 1929. Nous sortons peu à peu, pas à pas, de la plus grave crise économique, financière et sociale de l'après-guerre. Nous avons eu très peur, sans bien comprendre. Aujourd'hui, l'espoir renaît, comme si la crise n'allait pas laisser de traces. Grave erreur : la sortie sera compliquée, lente et surtout concurrentielle : les premiers sortis seront sans doute les mieux lotis. Les réformes seront donc plus difficiles encore à faire si on tergiverse, et plus nécessaires. Pas surprenant donc si l'économie nous inquiète, avec ses mots et ses débats d'experts. Or, ils ne sont pas inaccessibles, loin de là. D'où l'idée de ce petit ouvrage, mis à jour pour s'adapter à une réalité décidément changeante, mais sans que les mots fondamentaux pour la comprendre, eux, aient changé.

Alors, peut-on comprendre toujours notre monde économique en 100 mots ? Pourquoi pas, si on retient ceux qui semblent décisifs. Pourquoi pas, si on les explique et les relie, sans jamais s'éloigner de ce qui se passe autour de nous. De fait, nous sommes servis : krachs, bulle, délocalisations et désindustrialisation, *peg* du yuan, inflation, *Return on Equity*, chômage, *Rules versus Discretion*, trappe à pauvreté, Pacte de stabilité, Banque centrale européenne, « euro fort », croissance, inégalités, courbe en J… virevoltent autour de nous.

Pour avancer, ces pages présentent ainsi les 100 mots qu'il vaut mieux connaître pour mieux vivre l'« économie » dans le monde actuel, un monde qui mute en sortant de la crise. Tous les mots y ont au moins un sens, c'est-à-dire au moins un enjeu. Les mots anglais y prennent une place croissante,

en attendant les chinois. Et tous s'organisent en fonction de logiques et de forces (technologiques, financières, sociales…). La carte du vocabulaire de l'économie est celle des nouveaux pouvoirs, des stratégies, des devenirs qui se forgent.

Alors, pour éviter un dictionnaire coupé du réel, il a semblé plus utile de montrer comment fonctionne notre économie, à partir de ces 100 mots. Un glossaire, à la fin, permet de les retrouver, en les reliant à d'autres, plus spécifiques, et à de grands noms d'économistes. On peut lire le tout, choisir des thèmes, ou encore picorer, sans oublier jamais ce qui se joue derrière ces mots, rien moins que la croissance, l'emploi, le futur – notre futur.

Notes

[1] *Bonus :* c'est la rémunération des *traders*, des vendeurs de produits financiers dans les salles de marchés. Ces *bonus*, dont certains atteignaient plusieurs millions d'euros, ont joué un rôle dans la crise. Ils ont en effet incité certains vendeurs (essentiellement anglo-saxons) à proposer des produits risqués et complexes bâtis sur des produits immobiliers (voir note 2). La bulle des prix a ainsi monté, le risque s'est propagé, jusqu'à l'éclatement de 2007. Aujourd'hui, il s'agit de réguler les *bonus* pour éviter de telles incitations et de telles propagations : mieux vaut tard que jamais. Surtout, il faut que ce soit fait partout.
[2] *Subprime :* ce mot est à l'origine de la première grande crise financière du xxi^{e} siècle. Il s'agit de crédits immobiliers faits, aux États-Unis, à des clientèles présentant des garanties inférieures *(sub)* à la moyenne *(prime)*. Ils sont ensuite titrisés, c'est-à-dire vendus à d'autres agents économiques, autrement dit répartis. Mais le problème vient du fait que ces crédits s'avèrent bien plus risqués que prévu, notamment par leurs acheteurs, et qu'il est difficile de savoir exactement ce qu'ils valent, dans des marchés devenus très inquiets. Cela pousse chacun à devenir plus circonspect, pour emprunter et surtout pour prêter. Une récession mondiale en est résultée.
[3] Pour suivre le système bancaire et financier dans son ensemble, notamment la croissance et les conditions générales d'octroi des crédits.

Chapitre I

Moi, mon besoin et l’entreprise

L’économie est globale, mais elle est aussi l’addition de milliards de désirs, de volontés, de sentiments. Au fond, tout commence par Moi, par ce que je veux, plus exactement par ce que je peux vouloir, en fonction de mes possibilités financières, des conditions auxquelles on me l’offre, et aussi de mon état d’esprit (optimisme, inquiétude…).

1 – Besoin

Le besoin, c’est le sentiment d’un manque, qui nous pousse à consommer, donc à travailler, donc à prendre des risques.

Tout vient en effet de lui et l’étymologie nous le dit : c’est la « forme masculine de *besogne*… La *besogne* est ce qu’on a à faire et le besoin est ce qui pousse à la faire » [1]. Le besoin nous conduit ainsi à trouver des moyens pour le satisfaire, au moyen de la *besogne*, travail, investissement, avec une nécessaire prise de risque. Un besoin qui peut être réel (manger, boire ou dormir) ou abstrait (écouter de la musique, voir le dernier film). Mais un besoin qui suppose toujours des ressources financières pour pouvoir demander le bien recherché, c’est-à-dire le payer chez le consommateur, et d’autres pour pouvoir l’offrir, c’est-à-dire le produire chez l’entrepreneur.

Il ne sert donc à rien de dire que les besoins peuvent être fondamentaux ou secondaires, superficiels ou créés, puisque chacun correspond à un manque, à *mon* manque. Et c’est là que la psychologie intervient. Car celui qui ressent un besoin ne voit pas pourquoi un autre le hiérarchiserait à sa place.

L’univers des besoins est celui des lacunes, désirs, pulsions, comme on voudra. Il est historique et social, puisque, outre les revenus, les demandes dépendent à la fois des technologies (micro-ondes ou dvd), des conditions de travail (en liaison avec l’urbanisation), des structures sociales (depuis les familles éclatées jusqu’aux célibataires des grandes villes) et de tout ensemble de représentations (statut social, statut local, aspirations…). Cet univers des besoins est en expansion, avec le niveau de vie, les innovations technologiques, la progression des services et la diffusion des informations et des images. Il est aussi en complexification, notamment sous l’effet de règles qui font évoluer la production et l’échange (traçabilité des produits, engagements de croissance durable, responsabilité des producteurs et des distributeurs…), les demandes (responsabilité sociale, environnementale, sécurité et traçabilité, etc.) et la finance (rendement, risque).

2 – Amour

C’est surtout l’amour de soi-même, pas tant celui d’autrui, qui pousse l’entrepreneur à offrir des produits au client. Il satisfait les besoins qu’il détecte ou écoute, et gagne ainsi de l’argent.

Mais il s’agit là de besoins qui doivent être solvables du côté du client, condition nécessaire, et rentables du côté de l’entrepreneur, condition suffisante. Cela n’est pas une critique du capitalisme, mais une simple vérité. C’est même la base de son bon fonctionnement pour Adam Smith. En effet, pour reprendre son célèbre exemple, si le vendeur de bière s’aime, il devra offrir une bière de bon rapport qualité/prix à son client. Et c’est seulement ainsi qu’il prospérera. Trop simple peut-être, mais pas faux.

Le capitalisme ne vit pas en effet l’opposition entre offre et demande comme un antagonisme. C’est au contraire la base d’une solution, constamment recherchée et trouvée, entre le comportement d’offre, qui pousse l’entrepreneur à vendre plus cher, et celui de demande, qui conduit le consommateur à regarder le prix qu’on lui propose avec attention. Chacun, en tâtonnant, fera une part de chemin, en cherchant un peu mieux qui veut quoi (quelles prestations ?) et pour combien (quel prix ?).

3 – Information

L’information concerne ce que veut ou fait le client, ce que fait ou veut le concurrent. Et ni l’un ni l’autre ne la donnent facilement.

Sa recherche est donc au cœur du dispositif d’achat-vente. Le demandeur ne livre pas spontanément sa propension (son désir) à acheter à tel prix, pas plus que le vendeur son inclination à vendre à tel autre. Le premier n’indique pas nécessairement ce qu’il recherche, ni le second tout ce qu’il peut offrir. Le processus d’achat-vente est ainsi un jeu de révélations successives. C’est un tâtonnement, où il ne s’agit pas seulement de dire ce qu’on est prêt à acheter ou à vendre à un prix donné, mais aussi les compléments que l’on est prêt à accueillir côté client ou à proposer côté fournisseur.

L’asymétrie d’information est ainsi au centre de la relation économique. Autrement dit, aucun des protagonistes ne sait (exactement) ce que l’autre peut faire, mais chacun sait (à peu près) ce qu’il désire et peut financer. La thèse de l’amour – ou plus prosaïquement celle du « doux commerce » (Montesquieu) – permet l’échange en lui donnant une base minimale : le prix. Ce prix synthétise le mieux les informations disponibles et fonde le système de marché, le capitalisme. Il ne dit pas tout, mais il en dit assez pour que l’échange ait lieu, sur le marché.

4 – Entreprise

L’entreprise est l’organisme qui traite, pour déboucher sur une action, les informations qui viennent des acheteurs effectifs et potentiels et aussi celles qui viennent des concurrents.

Cette « action » est la production de biens et services destinés à être vendus. Plus précisément, comme un bien ou un service ne se définit jamais par une seule caractéristique, il s’agit plutôt d’un ensemble de prestations destinées à être réunies, puis vendues.

L’entreprise va ainsi traiter de mieux en mieux les informations sur ce que le demandeur souhaite, pour les produits qu’il achète. Elle examine aussi les prestations qu’il juge inutiles, et plus encore celles qui lui font défaut : ses désirs insatisfaits. La recherche d’informations de la firme est ainsi la triple étude de ce qui est offert et demandé, de ce qui est offert sans être vraiment demandé, enfin de ce qui n’est pas assez offert ! Un jeu de l’amour et du besoin, en quelque sorte. Par exemple, une automobile offre un ensemble de prestations (vitesse, sécurité, consommation, espace…), puis une série d’autres, plus ou moins optionnelles. Il s’agit bien sûr de vendre plus et, plus encore, de connaître des souhaits, d’explorer de nouvelles possibilités. Une part des options d’aujourd’hui, c’est l’équipement de base demain. Mais d’autres voudront plus simple : une *Logan*, juste ce qu’il leur faut, et surtout « verte » ! Le jeu n’arrête jamais !

À partir de cette démarche analytique, l’entreprise va réunir des moyens humains, techniques, financiers et informationnels pour connaître cette « carte des besoins » que le prix, seul, ne suffit jamais à dessiner. Et pour voir comment réaliser ce produit, autrement dit délimiter son organisation, elle va mesurer ce qu’il lui en coûte de faire elle-même ou de faire faire par d’autres (de sous-traiter). Chaque entreprise se définit ainsi par l’analyse de ses coûts internes, qu’elle compare aux prix, et externes, qui lui viennent des marchés. Ils lui donnent le coût d’opportunité entre ce qu’elle fait ou fait faire : elle construit ainsi ses frontières, toujours changeantes en fonction des goûts, de la concurrence, des prix et de la conjoncture. L’entreprise est une organisation en constant mouvement.

5 – Droits de propriété

L’entreprise est dite privée si les droits de propriété appartiennent majoritairement à des individus ou à d’autres sociétés privées. Elle est publique lorsqu’elle est possédée essentiellement par l’État.

Bien sûr, les objectifs des entreprises privées varient. Mais toutes veillent à leur pérennité, ce qui veut dire à maintenir une certaine rentabilité. Pour l’entreprise publique, ses objectifs viennent d’un cahier des charges déterminé par la puissance publique, incarnant la volonté populaire.

Entre ces formes très typées, on trouve des structures mutualistes ou coopératives (agriculture et industries agroalimentaires, crédit, assurance… où l'objectif de rentabilité se combine aux valeurs mutualistes de proximité, de solidarité et de durée), ou encore associatives (club de sport, défense d'intérêts spécifiques). Ces entreprises, du fait de structures de coûts contrôlées et d'un objectif de rentabilité plus faible, permettent d'offrir des prestations à certains ménages qui, autrement, en seraient privés. Secteurs privé, public et mutualiste sont ainsi l'organisation qui entend répondre aux divers besoins, en fonction d'objectifs et de droits de propriété différents. Ils sont complémentaires, mais aussi parfois concurrents.

6 – Consommateur intermédiaire et consommateur final

Le « consommateur final » boucle la chaîne des consommations intermédiaires. Il « consomme », étymologiquement il « détruit », l'ensemble des prestations qui lui sont proposées.

Quand une entreprise offre un bien, elle doit convaincre le grossiste de l'acheter. Elle lui dit alors qu'il a tout intérêt à le faire, puisque le détaillant va le vouloir, pour la bonne raison que le client final brûle de venir le chercher ! C'est ainsi une chaîne de désirs qui bâtit l'acte d'achat. Elle construit une série d'achats-ventes entre divers consommateurs intermédiaires, jusqu'au consommateur final. Il faut donc, aussi, que chaque intermédiaire gagne de l'argent. Les prestations qui permettent l'échange final sont ainsi celles qui font la succession des échanges. Pour vendre, il faut à la fois plaire en bout de chaîne et à chacun des maillons : pas facile.

7 – Capital

Le capital, c'est l'argent que l'entrepreneur réunit pour lancer son opération et accumule avec le temps.

L’histoire de toute entreprise commence avec des ressources monétaires. Cet argent est mobilisé pour satisfaire les besoins solvables et rentables, et plus encore pour les étendre. Pour cela, des informations seront cherchées et utilisées et, en permanence, des décisions seront prises. C’est ce qu’on appelle « entreprendre ».

Le capital représente la base de départ de la firme. Il est transformé en actifs non monétaires, pour embaucher, acheter, vendre, et devient le fondement de la firme et la source des droits de propriété. Être capitaliste, c’est engager un capital qu’on entend faire fructifier. Engager du capital, c’est faire un ensemble de choix qui transformeront l’apport monétaire en investissements et en contrats divers : embauches, locations, achats, assurances… Engager du capital, c’est donc renoncer à la liquidité immédiate, et donc prendre des risques, mais dans l’espoir d’en avoir plus ensuite, pour accumuler des profits. Ces profits ne seront cependant là qu’une fois achevée, et bien achevée, la chaîne des achats et des ventes, avec des risques à chaque étape. Pour repartir à l’aventure.

8 – Risque

Le risque vient des comportements imprévisibles des acteurs économiques et sociaux et des limites des systèmes d’information qui les relient, auxquels s’ajoutent les aléas.

Si une entreprise décide d’utiliser son capital monétaire pour accroître sa production, elle peut ne pas savoir, ou ne pas voir, qu’un concurrent va en même temps offrir plus, mieux, moins cher, plus original qu’elle, ou bien qu’un nouveau venu va entrer sur le marché. Or, ceci peut bouleverser l’équation économique de la production, pour l’entreprise ou pour le marché. Le risque vient d’abord de ce qu’on ignore.

Il vient ensuite de ce qu’on ne voit pas. Si une entreprise analyse « un marché », par exemple celui des fours de cuisine, elle peut ne pas « voir » qu’il s’agit de moins en moins d’un marché où le but est de cuire des aliments, mais, de plus en plus, de les préparer rapidement. Ainsi le marché des fours est-il de plus en plus concurrencé par celui des micro-ondes. Pour

vraiment réussir, le mieux est alors d'offrir un produit dont les prestations surclassent celles du concurrent. Dans cette même logique, la cassette disparaît devant le cd, qui disparaît devant le dvd, en attendant la télévision à la demande. Le téléphone portable est un carnivore qui mange le réveil, l'appareil photo, la montre, la caméra… en attendant de permettre de payer le pain ou le journal. C'est demain !

En troisième lieu, le risque vient de la façon… dont on l'assume. Certaines entreprises se préparent, s'organisent, résistent, rebondissent et réussissent mieux que d'autres. Le risque mesure alors les succès de leurs ventes, ventes aux clients, aux marchés financiers et au public en général (c'est la notoriété). Il y aura des succès d'un jour, puis en série, mais sans jamais rien d'automatique. Les *success stories* peuvent toujours s'interrompre, et (heureusement) les descentes aux enfers s'arrêter. Tout est affaire de gestion et de maîtrise du risque dans la durée, sachant qu'il s'agit ici du risque d'entreprise, qui n'est jamais seul. Il y a aussi les risques politiques, sociaux, macro-économiques, financiers et les catastrophes naturelles. La culture du risque est donc essentielle pour être aux aguets et se préparer à réagir.

9 – Embaucher

Embaucher, c'est recourir aux services de salariés, pour produire, vendre, analyser, communiquer, transporter… C'est savoir détecter et mobiliser leurs capacités.

Ces employés apportent leur travail et leur ingéniosité à l'entreprise. En pratique, ils acceptent d'obéir, un temps donné, aux demandes de leur hiérarchie, en contrepartie d'une rémunération. Le contrat de travail est un contrat de moyens, pas de résultat. Quand le salarié le signe, il échange son temps contre de l'argent. Et quand l'entreprise gère du personnel, elle fait en sorte de transformer ce temps des salariés en prestations offertes et rentables. C'est tout l'intérêt, et c'est tout le problème : l'embauche fait ainsi se rencontrer une personne qui cherche à embaucher et une autre qui veut l'être. Pour que l'embauche ait lieu, il faut que l'écart de situation – l'asymétrie d'information dans la langue des économistes – soit réduit au

maximum entre l'employeur potentiel et l'employé potentiel. Qui est-il – se demande l'employeur ? Quels sont ses diplômes, son expérience professionnelle, ses motivations ? Que sait-il, que peut-il et surtout que veut-il faire ? Pour quelles rémunérations (salaire et primes) ? L'étude du cv*(curriculum vitae)* est la base du travail d'information à mener, avec les salaires et primes demandés. Ces indications révèlent l'idée que le candidat se fait sur ce qu'il peut apporter à la firme. À elle d'en juger. Mais quelle est donc cette entreprise ? Quelle place vais-je y avoir ? Quel épanouissement va-t-elle m'apporter, quelle formation, quelle carrière – se demande, de son côté, le candidat. Il faudra que chacun explique qui il est et ce qu'il veut.

Embaucher est donc un risque partagé. Si le salaire que demande le candidat est trop faible, cela cache peut-être des lacunes, des « vices cachés » se dira l'employeur potentiel. S'il est trop haut, peut-être annonce-t-il des promesses étonnantes, à moins que ce ne soit de l'esbroufe ! Le prix – en l'espèce, le salaire – ne dit donc pas tout. Il est une information, à croiser avec d'autres, d'où l'importance de la période d'essai pour mieux connaître le candidat côté entreprise, et pour que le salarié connaisse mieux l'entreprise. Ce risque est d'autant plus grand qu'il faudra, en cas d'erreur, faire partir le salarié, avec un ensemble de coûts associés. Mais le salarié, une fois embauché, est lui aussi en risque. Il peut être déçu, ne pas se plaire, ne pas donner sa pleine mesure, ou bien partir. Il peut au contraire bien s'intégrer dans l'équipe, rester, s'épanouir. Disons-le : la décision la plus complexe de la firme est l'embauche. Pour qu'elle soit un succès, il faut créer une situation gagnante pour les deux parties. Il faut que le salaire puisse croître, en fonction des résultats obtenus et des responsabilités assumées. Il faut que l'entreprise puisse motiver ses salariés, pour accroître chez eux « la bonne productivité », celle qui fait produire plus et mieux, avec moins de tensions, de pannes ou de *stress*. Le salaire minimum (smic, salaire minimum interprofessionnel de croissance) est la rémunération du salarié qui a les plus basses qualifications. Il comprend qu'il est menacé par la concurrence et les nouvelles technologies, et l'entreprise doit comprendre qu'elle a tout intérêt à mieux le former et à l'augmenter en fonction d'une carrière à créer avec lui. Dis-moi comment tu embauches, je te dirai qui tu es.

10 – Investir

Investir, c'est transformer du capital monétaire en capital réel, matériel ou immatériel.

Le capital réel, c'est une machine qu'on achète. L'investissement est industriel, avec ses coûts et ses risques.

Avec ses coûts d'abord, puisqu'il s'agit de s'assurer que l'achat est nécessaire, que l'on ne peut plus utiliser l'équipement existant ou recourir à un sous-traitant. Il peut sembler étrange de se demander si les entreprises investissent à bon escient, tant l'idée la plus répandue est que l'investissement est la base de leur efficacité et de leur compétitivité, et qu'elles n'investissent pas assez. Mais il faut savoir aussi qu'existe souvent dans la firme un *lobby* investisseur. Il est en général formé des ingénieurs et des techniciens. Ils ont tendance à demander l'équipement dernier cri, par exemple en informatique, avec le risque de ne pas s'assurer assez de sa fiabilité, de sa compatibilité avec les autres, et moins encore des formations nécessaires pour bien l'utiliser, pour ne pas dire de sa nécessité et de sa durabilité.

Avec ses risques ensuite, car investir suppose que l'on sait comment va évoluer la demande à moyen terme. Est-ce qu'elle va croître, stagner, baisser, osciller ? Le danger est en effet de se tromper sur la demande future que l'investissement doit satisfaire, et donc sur ses caractéristiques. Si l'on pense que la demande va stagner, croître faiblement, ou baisser, c'est d'investissement de productivité qu'il s'agit. Le coût de production par unité produite doit diminuer. Si l'on estime au contraire que la demande va croître fortement, c'est un investissement de capacité qu'il faut. L'entreprise doit acheter des machines capables de produire plus, plus vite, avec moins d'arrêts et de pannes. Et si l'on pense plutôt que la demande va fluctuer, c'est un investissement de flexibilité qui est nécessaire, comme ces chaînes d'automobiles capables de produire sans changement plusieurs variantes d'un même modèle ou bien, après seulement quelques heures d'adaptation, des modèles différents. Nous n'en sommes plus à la *Ford T*, qui pouvait changer, mais à condition de rester T et noire ! Dans la reprise lente que

nous vivons, les investissements cherchent à produire moins cher par unité avec plus de souplesse : productivité et flexibilité. On ne sait jamais de quoi demain sera fait, moins encore par temps de crise.

11 – Immatériel

L'investissement est de moins en moins affaire d'industrie, de machines, d'équipements. Il concerne de plus en plus une dépense abstraite, impalpable, immatérielle, qui permet à l'entreprise de fonctionner.

C'est par exemple un brevet, c'est-à-dire le droit de produire quelque chose qui n'a pas été trouvé dans l'entreprise, ou encore une licence, c'est-à-dire l'autorisation de vendre certains produits d'une marque donnée (licence de distribution).

Mais, même quand l'entreprise achète une nouvelle machine, elle doit former ses salariés. Changer de génération d'ordinateurs ou de systèmes comptables entraîne ainsi d'importantes dépenses de personnel. Ces dépenses sont plus risquées encore que celles d'un investissement physique : elles sont le plus souvent irrécouvrables, car invendables.

L'investissement immatériel doit donc s'amortir sur peu d'exercices, avec l'espoir que son effet sera rémanent, mais sans assurance. Par exemple, la publicité de marque est faite pour entretenir le capital de notoriété de la firme. Si la campagne est bien conçue, il sera plus facile de lancer des produits *a priori* mieux acceptés.

L'embauche (→ 9) est aussi un investissement. Une règle de praticien, qui ajoute les coûts de recherche, de formation, à d'éventuels insuccès, indique ainsi que son coût moyen équivaut à une année de salaire.

Enfin, l'entreprise est entourée de tout un ensemble de règles et de procédures à établir, préparer, roder, faire évoluer. Une entreprise bien organisée a pensé à sa signalétique, à son papier à lettres, à son site Internet, à l'organisation de ses réunions et de ses comités, aux circulations de ses messages. C'est là tout ce qu'on appelle des « investissements de forme

», parce qu'ils donnent une forme… à tout. Il s'agit d'une sélection et d'une sédimentation de bonnes pratiques, avec leur cortège de notes de travail et de normes. Tous ces travaux font, au quotidien, fonctionner régulièrement la firme et réduisent son risque opérationnel. Ils créent cette institution économique particulière qu'est l'entreprise, avec son histoire et sa culture. C'est même là, en réalité, que se trouve sa plus importante immobilisation. Souvent décisive, pratiquement invendable, elle n'est pourtant jamais évaluée !

12 – Vendre : du chiffre d'affaires à la valeur ajoutée

Vendre, c'est offrir des prestations (biens et services) avec l'idée de percevoir un revenu monétaire qui dépassera les frais engagés.

La vente correspond à un chiffre d'affaires, ce qui renvoie à un ensemble de factures émises, dont une part a été encaissée à une date donnée, et l'autre reste encore due. À long terme, le chiffre d'affaires égale les encaissements… aux impayés près.

De ce chiffre d'affaires, il faut soustraire les achats faits à d'autres entreprises, ce qui donne la « valeur ajoutée » par la firme. Au niveau d'une économie, la somme de ces valeurs ajoutées est le pib (produit intérieur brut) qui mesure la croissance. De cette somme des valeurs ajoutées se soustraient les salaires qui rémunèrent les salariés, les frais financiers – qui rémunèrent les prêteurs, les impôts sur les résultats – pour les services collectifs. Reste le profit.

13 – Profit

Le profit, c'est ce qui reste à l'entreprise et qui lui permet, au moins, de continuer à fonctionner et, au mieux, de se développer.

C’est ce qui reste après qu’elle a encaissé les ventes et décaissé les charges. Une part importante de ce profit y demeure pour compenser l’usure des équipements, c’est la dotation aux amortissements. C’est, au fond, de « l’argent qui ne sort pas ». Une deuxième part se trouve sous forme de liquidités à la clôture des comptes de l’entreprise pour payer les dividendes. Ils sont là pour rémunérer et fidéliser les actionnaires et au moins autant pour envoyer des messages positifs aux marchés. Une troisième part est mise en réserve et s’ajoute à la dotation aux amortissements. Ce profit accumulé, dotation aux amortissements plus réserves, forme l’épargne de l’entreprise, son autofinancement. Il permet d’investir plus, de vendre sur une plus vaste échelle, d’avoir plus de stocks, d’embaucher davantage, de faire plus de publicité et de résister aux chocs… Car il est la garantie offerte aux agents économiques « au cas où » et aussi l’engagement de continuer à gagner de l’argent pour rémunérer les actionnaires.

Le profit rémunère ainsi des décisions, des risques, des paris si l’on veut : ceux du bon produit, du bon investissement, de la bonne embauche, du bon brevet, du bon emplacement, de la bonne publicité, en tout cas des choix meilleurs que ceux d’autres. Et plus encore dans la durée. Indispensable pour poursuivre l’activité de la firme, ce profit devient de plus en plus complexe à maintenir, et plus encore à accroître, dans un univers toujours plus concurrentiel. *A fortiori* dans une période de crise.

Et ce profit est toujours suspect. Il prend aux yeux de certains les formes d’un tour de passe-passe, d’une magie, d’un vol (Proudhon), d’une exploitation (Marx), d’une aliénation (Bourdieu). Rien n’empêche alors de se lancer dans des diatribes contre lui. Reconnaissons, au moins, que ce fameux « vol » n’est pas si facile à perpétrer !

14 – Actionnaire

L’actionnaire est l’agent économique qui détient une part du capital de la firme. C’est un copropriétaire.

C’est lui que l’on va trouver derrière la quête de rentabilité de l’entreprise. Il entend en effet obtenir plus de capital que celui qu’il a avancé. Mais

pourquoi donc ? Parce qu'il a risqué son épargne bien sûr, mais aussi parce que cette exigence lui permet de s'assurer que les gestionnaires de la firme, les managers, ne vont pas se laisser vivre (→ 35, 44). En quelque sorte, demander du profit permet d'en obtenir ! Comment comprendre ce paradoxe ?

Regardons l'histoire. Il fut un temps, il y a deux siècles, où le capitaliste était l'entrepreneur. À cette époque, acheter des titres de l'entreprise ou lui prêter de l'argent, c'était le faire à lui et à sa famille. Une famille qui avait une bonne part de ses divers capitaux dans la firme. Elle y avait son capital financier, puisqu'elle en était propriétaire, plus son « capital humain », puisqu'elle y travaillait, plus son « capital social », puisqu'elle en tirait son statut et sa renommée. Dans une telle situation, l'« asymétrie d'information » entre l'extérieur et l'intérieur de l'entreprise – autrement dit, le fait de ne pas bien savoir de dehors ce qui se passait dedans – pouvait être forte. Que fait donc la famille ? Comment décide le patriarche ? Difficile de savoir, mais on disposait en contrepartie de beaucoup de garanties sur la bonne fin de ses choix, car cette famille avait un énorme avantage à réussir : accroître sa fortune contre un terrible risque à échouer : sa ruine économique et sociale !

À l'heure actuelle, les familles ne possèdent plus les entreprises, au moins les grandes. Ce sont les cadres dirigeants qui les administrent. C'est le vaste public qui détient les titres, directement et surtout indirectement par les sicav (société d'investissement à capital variable) et les pea (plan d'épargne en actions), et plus encore par les divers investisseurs institutionnels (prononcer « zinzins »), compagnies d'assurance et caisses de retraite notamment. Comment donc savoir ce qui se passe ?

Dans un monde où la propriété du capital se diffuse, la préoccupation du profit doit être plus transparente et plus décomplexée. Le résultat obtenu est une chose, mais l'équation économique et sociale de sa naissance change du tout au tout. C'est le profit qui assure le bon fonctionnement de la société essentiellement salariale qui est la nôtre. C'est lui qui permet le maintien des valeurs boursières, gage de dividendes, mais surtout d'activité et d'emploi, donc de retraites. La société salariale est *aussi* une société

actionnariale. Il n’est pas sûr que ce soit *bien* compris, moins encore en période de crise.

Notes

[1] L. Clédat, *Dictionnaire étymologique de la langue française*, Paris, Hachette, 1914.

Chapitre II

Quand l’entreprise s’occupe de « mon » besoin, et aussi des autres entreprises

L’entreprise doit s’occuper de « mon » besoin si elle veut faire « son » profit ! Mais cet objectif, bien connu, ne dit rien de la méthode employée ni du résultat obtenu. Il ne s’agit donc plus de savoir pourquoi chercher du profit, puisque la cause est entendue (elle n’a pas d’autre solution pour, simplement, continuer à exister), mais plutôt de savoir comment. Et ce n’est pas simple du tout.

15 – Marché et étude de marché

Marché : c’est une rencontre d’acteurs économiques, entreprises ou ménages, qui sont en désaccord, puis en accord.

En désaccord d’abord, puisque les uns veulent vendre et les autres acheter, en accord puisqu’ils trouvent un prix autour de l’échange. À la Bourse par exemple, les vendeurs pensent que le prix de l’action ne va plus (beaucoup) monter, donc qu’ils ont mieux à faire que de garder le titre. Les acheteurs pensent le contraire. Le prix mesure le solde des positions entre acheteurs et vendeurs et son évolution. La « profondeur » du marché donne ainsi l’importance du nombre d’acteurs impliqués des deux côtés de l’opération. Si le marché est profond, il peut accepter plus de vendeurs (ou d’offreurs) sans pour autant *décaler* (c’est-à-dire sans que le prix bouge beaucoup) à la baisse (ou à la hausse). Cette confrontation fait la base de l’économie de

marché, et aussi sa philosophie. Les sentiments doivent pouvoir s'exprimer librement et le marché reflète la balance des opinions qui s'exprime par le prix à un moment donné.

Une étude de marché est l'examen des modalités de rencontre entre l'offre et la demande de prestations : qui voudra quoi ? Il faudra en tirer des conséquences sur les prestations à offrir, à ajouter ou à réduire pour agir sur le marché de façon à accroître les profits de l'entreprise.

Le point de départ est l'étude (du marché), c'est-à-dire des besoins actuellement connus et satisfaits. Il faut toujours chercher à mieux connaître ce que veut le client, en fonction de ses objectifs, de ses caractéristiques et de ses contraintes.

Pour le consommateur, on suit ainsi le revenu, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, la taille du ménage, le lieu d'habitation, le niveau de formation, sans compter un ensemble d'aspects psychosociologiques, de goûts, d'aspirations et de rêves. Mais cette recherche, déjà complexe, n'est jamais isolée. Elle se déroule toujours au milieu des actions des concurrents, en fonction des messages déjà reçus, des habitudes acquises, des places déjà prises

Connaître le marché, avec tous ces leviers qui peuvent l'influencer, conduit ainsi à sélectionner un certain nombre de variables. Dans le domaine économique, au risque de simplifier, prix et revenu, crédit et moral des ménages sont déterminants pour comprendre la consommation. Pour l'investissement, ce seront la croissance, les profits, les conditions de crédit et le moral des entrepreneurs.

16 – Prix, élasticités prix et revenu

Un prix mesure les conditions d'achat, sur un marché, entre vendeurs (qui veulent plus… de profit) et acheteurs (qui veulent moins… payer). En dynamique, pour un ménage, la sensibilité (on dit : l'élasticité) de sa demande au prix dépend de l'évolution comparée de sa demande par

rapport à celle du prix. Il en est de même pour l'élasticité de la demande au revenu.

Mais il y a prix et prix. Si l'indice des prix évolue moins vite que le revenu, les ménages sont plus riches. Ils pourront alors dépenser davantage, ce qui bénéficie aux biens et services perçus comme étant de rang dit supérieur.

Naît ainsi une hiérarchie des biens. Grâce à la diffusion des innovations et à la concurrence, les prix des biens baissent. « De luxe », innovants ou pionniers à leur début, ils se répandent. Avec la hausse des revenus réels des ménages (qui permet de dépenser davantage) et les gains de productivité (qui font baisser les prix), la donne change. Les produits de « très haut de gamme », puis pour « acheteurs pionniers », deviennent « haut de gamme » et destinés à une clientèle aisée ou socialement typée. Et le processus continue. Il fait que la voiture, le réfrigérateur, le lave-linge, le téléviseur couleur… deviennent omniprésents, comme l'ordinateur, et se retrouvent dans l'immense majorité des ménages. Leurs prix ont beaucoup baissé : ils accroissent d'autant leur marché potentiel, car ils augmentent le revenu réel de leurs acquéreurs.

Les produits dits de luxe, ou haut de gamme, sont élastiques au prix et au revenu. Une hausse de 1 % de leurs prix en fait significativement baisser la demande. Symétriquement, une hausse de 1 % du revenu des consommateurs en fait augmenter la demande de plus de 1 %. Ce n'est que dans le cas de biens de très haut de gamme, ou à composante ostentatoire, que l'effet snob fait augmenter la demande quand le prix monte. J'achète parce qu'on sait que c'est cher !

De l'autre côté du spectre, les produits de base sont inélastiques au prix. Une hausse de 1 % de leurs prix en fait peu baisser la demande, tandis que la hausse de 1 % du revenu du ménage n'a pratiquement pas d'effet sur la demande qui s'adresse à eux. Ce n'est que dans le cas de biens essentiels que la hausse des prix en fait monter la demande. Ainsi, quand, dans la très pauvre Irlande du xviii^{e} siècle, le prix des pommes de terre monte, leur demande monte encore. Elle s'effectue en lieu et place de produits devenus plus inaccessibles encore, comme la viande.

Symétriquement, à partir d'un certain seuil, et en supposant que notre ménage n'épargne pas plus, son nouveau revenu va à des produits nouveaux. Ils sont, eux, inélastiques au prix et élastiques au revenu. Et le processus s'enclenche. C'est le cycle de vie du produit, allant de la naissance à la banalisation, antichambre de la disparition.

Dans l'entreprise, on trouve la transposition de ces élasticités. D'un côté, si le chiffre d'affaires – ou, mieux, la valeur ajoutée – monte, cela la conduit à investir plus, plus précisément dans un investissement de capacité. D'un autre côté, la hausse des prix des produits industriels achetés par la firme la pousse plutôt à des investissements de productivité, dans le but d'économiser.

Certes, revenu et prix ne sont pas les deux seuls déterminants des décisions d'achat, mais ils sont les plus aisément appréhendables. Pour les économistes, même si des aspects sociologiques ou psychologiques interviennent, tout se passe comme si l'essentiel des décisions était lié à des évolutions de prix – ce qu'il en coûte d'acheter – et de revenu – ce qui permet d'acheter. Dans ce contexte, des baisses des taux de crédit pour le ménage ou l'entreprise, ou encore des campagnes de publicité ou des « promos », sont plus des accélérateurs que des déclencheurs. On n'achète pas parce que le crédit est moins cher ou plus facile. C'est parce qu'il est moins cher ou plus facile qu'on passe à un acte d'achat. Ajoutons qu'il ne faut jamais oublier l'ambiance, le « climat » des entreprises ou le « moral » des consommateurs. On n'achète jamais seul, même si le lien n'est jamais mécanique.

17 – Concurrence

La concurrence est le système qui naît de la confrontation entre offreurs et demandeurs de prestations.

Plus précisément, il s'agit de comprendre trois sortes de rapports : ceux entre offreurs (qui se préparent à produire), ceux entre demandeurs (qui rêvent et calculent avant d'exprimer des demandes) et enfin entre offreurs et

demandeurs, quand ils se rencontrent sur le marché. Ce troisième rapport est le plus connu, mais il n'est pas le seul.

Pour un *secteur* donné, c'est-à-dire pour un domaine qui correspond à la majeure part du chiffre d'affaires d'un ensemble d'entreprises, comme le btp ou l'automobile, la concurrence est connue dans ses grandes lignes. Elle vient d'études publiques ou commandées par des syndicats professionnels, ou encore de travaux de consultants. L'étude sectorielle du marché est le plus souvent un savoir partagé *(common knowledge)*.

Cette vision commune fonde les actions de la concurrence. Si l'avenir s'annonce brillant, c'est le temps de l'investissement de capacité. S'il se fait plus compliqué, avec une croissance du secteur qui épouse celle de l'économie en général, l'accent va porter sur la réduction des coûts, l'efficacité, la productivité. La bataille des prix est alors ouverte. Et quand le secteur mûrit, il faut être moins cher encore si l'on veut rester en vie. Et continuer à innover si l'on veut grandir. Que dire si la croissance est moins sûre comme aujourd'hui, dans la crise, avec des consommateurs inquiets et très sensibles aux prix, dans une logique *low cost* ?

18 – Moins cher car avec plus de produits : les économies d'échelle *(economies of scale)*

Il y a économie d'échelle quand le coût moyen de production baisse au fur et à mesure que la taille de la production augmente.

Si l'entreprise a l'idée qu'une plus forte croissance est devant tous, il faut qu'elle se prépare à y répondre, et mieux que les autres. Les investissements de capacité qu'elle choisit lui permettront de produire davantage, avec des coûts moyens décroissants. Sa taille augmente.

Cela permet à certains ateliers, au sein de la firme, de se spécialiser pour y développer leurs savoir-faire. C'est ici que l'on retrouve la fameuse

fabrique d'épingles d'Adam Smith (→ 64), où la spécialisation permet à chacun d'être plus efficace, au bénéfice de l'ensemble. Encore faut-il que le marché des épingles s'étende, donc qu'il soit rationnel de créer un atelier spécialisé. Si tel est le cas, il y a baisse des prix (*alias* gains de productivité, donc augmentation du marché potentiel) et, peut-être, amélioration de la qualité. Les économies d'échelle sont la base de l'efficacité économique : les épingles pourront être *et* moins chères *et* meilleures.

Mais, il ne faut pas se le cacher, cette sorte d'économies doit être gérée de près pour se matérialiser, notamment en matière de qualité (car elle n'est jamais acquise), mais aussi parce qu'elle suscite des risques. D'abord, ces entités de taille plus grande doivent fonctionner sans problème. Si tel n'est pas le cas, la panne est de plus grande ampleur. Ou encore des mouvements sociaux peuvent naître dans une population plus concentrée et plus homogénéisée. Plus grave, l'entreprise de grande taille peut se trouver de trop grande taille. Elle subit alors des coûts moyens trop élevés si le volume de vente n'est pas, ou n'est plus, au rendez-vous. L'économie d'échelle, qui devait faire baisser le coût moyen de production « au fur et à mesure que l'échelle de production augmentait », devient alors son contraire : la déséconomie d'échelle. À partir d'un certain niveau de production, des dysfonctionnements internes (encombrements, tensions), ou bien les comportements des concurrents (qui baissent plus vite leurs prix ou différencient leurs produits), à moins que ce ne soient des changements de goûts, font baisser la demande adressée à l'entreprise. Son propre coût moyen de production remonte. Et si chaque entreprise élargit sa production, pour faire des économies d'échelle, le risque de saturation s'accroît, ce qui renforce d'autant la probabilité d'une guerre des prix. Plusieurs firmes sont alors en danger mortel. Regardons ce qui se passe dans le domaine de l'automobile, avec les anciens pays émergents qui se lancent dans la bagarre, ou dans l'acier, avec l'Inde et la Chine. Et regardons à quel point la crise actuelle précipite les réorganisations, les fermetures et les concentrations.

19 – Moins cher car de mieux en mieux : l'apprentissage *(learning by*

doing)

Il y a économie d'apprentissage (learning by doing) quand le coût moyen de production baisse en fonction du cumul, au fil du temps, de ce qui a été produit.

Toutes les activités des firmes ne sont pas affaire de quantité ou de production de masse. Pour des produits complexes, où la qualité et la sécurité sont essentielles, il faut faire en sorte que des groupes de salariés poursuivent leur travail sur des séries limitées. La firme d'Adam Smith change. Elle ne fabrique plus des épingles, mais plutôt des avions, des fusées, des montres sophistiquées, des sondes spatiales… C'est moins facile. Surtout, la malfaçon n'y a pas les mêmes conséquences.

Dès lors, le fait de reprendre, d'une fabrication à la suivante, des opérations complexes, de résoudre les mêmes difficultés ou des difficultés voisines, crée des habitudes, des expertises, des organisations plus sûres et plus efficaces entre salariés de plus en plus qualifiés. Travailler ensemble suscite des effets d'apprentissage et de coopération qui réduisent pannes et difficultés.

20 – Moins cher car fait par les autres : la sous-traitance *(outsourcing)*

La sous-traitance permet de « faire faire » des prestations dans une entreprise non possédée par la firme.

Cette unité va fonctionner comme un atelier du type fabrique d'épingles, si l'expertise technique y est faible ou moyenne, ou comme un atelier de type *learning by doing*, si la technicité y est élevée.

Bien évidemment, la sous-traitance ne résout pas tous les problèmes. Il faut d'abord s'assurer que la qualité de l'entreprise sous-traitante est au rendez-vous, sauf à prendre le risque de revoir les erreurs, d'en assumer les risques et d'affronter les clients mécontents. Il faut s'assurer aussi que l'entreprise sous-traitante est en état financier de fonctionner, que ses marges lui permettent de produire, et plus encore de suivre les avancées technologiques de la profession. L'expression « sous-traitance » est en effet trompeuse, avec l'idée qu'il s'agirait d'une espèce de sous-production. Or, il s'agit en réalité d'une coproduction. Une prestation sous-traitée ne peut être défaillante, au risque de mettre le tout en difficulté ou en retard, au risque de réduire la compétitivité, l'image ou, pire encore, la santé de l'entreprise donneuse d'ordres.

Ainsi le concept de sous-traitance est-il en train d'évoluer. Les entreprises qui décident de partager une part de leurs activités entrent en réalité dans des logiques de partenariat. Ces logiques vont au-delà de rapports d'achat-vente immédiats : elles engagent l'avenir. Il faut que l'entreprise donneuse d'ordres s'assure de la continuité des opérations avec son partenaire (donc de sa solidité financière, technique et managériale), de sa probité (pour qu'il ne copie pas, ne contacte pas les clients en direct, ne livre pas les savoirs…) et plus encore de leur progression en qualité et en technologie.

On voit ainsi croître le secteur dit des « services aux entreprises ». En anglais, c'est le *b to b (business to business)*. Il regroupe des entreprises *(b)* capables d'offrir à d'autres des services partagés et adaptés, avant d'atteindre le consommateur final *(c)*. On passe ainsi d'un modèle *b to c (business to customer)* à un modèle *b to b to c*. L'entreprise entre dans un réseau, au cœur des relations de productions matérielles et immatérielles, qu'elle doit constamment animer et faire progresser. La crise en cours tend cette dynamique. Sous la pression d'une demande en chute, la demande de prix plus bas se fait plus forte. Les entreprises doivent réagir plus rapidement et s'ajuster de manière plus violente : une phase de concentration se produit alors partout.

21 – Moins cher car fait ailleurs : la délocalisation

Délocaliser, c'est changer de lieu de production, le plus souvent de pays, et désormais de continent.

À partir de ces logiques de réorganisation, les firmes se mettent à changer d'implantation, pour tout ou partie de leur activité. Sous la pression de la concurrence, avec des transports dont les prix baissent et la fiabilité croît, avec la « nouvelle économie » et les possibilités d'échange de données (*edi*, en anglais ; ged, gestion électronique de documents, en français), plus encore avec la crise, une entreprise peut disloquer sa fonction de production.

Elle était une organisation d'hommes et de machines d'un même lieu, en tout cas d'un même pays. Mais dans un monde où le coût horaire du travail varie de 22,1 € aux États-Unis à 2,1 en moyenne en Chine, en passant par 30,2 en Allemagne, 22,8 en France, 3,4 en Bulgarie et 5 en Roumanie, avec les chutes des protections douanières, la donne change !

Nombre d'entreprises se décrivent comme *fabless*, sans fabrique, sans usine. Elles sont devenues un centre financier, stratégique et logistique, avec un *hub* (un moyeu) qui pilote les chaînes d'activités, de la conception à la vente. Bien sûr, un tel choix ne va pas sans risque pour l'entreprise, outre les problèmes d'emploi que cela crée dans le pays. En outre, ce qui se fait ailleurs peut avoir plus de défauts que ce qui vient de régions plus sûres. On peut rétorquer que les nouvelles technologies impliquent une moindre implication de la main-d'œuvre directe, du fait du recours à un nombre plus important de « machines », et que la main-d'œuvre locale est étroitement contrôlée. Mais le droit économique et social n'est pas le même. Là-bas, que diront donc les juges ?

Voilà pourquoi les entreprises mettent en avant des stratégies de délocalisation/relocalisation. Elles font « bouger » certaines de leurs activités, en faisant en sorte que l'avance technologique demeure autant que

possible au cœur de la firme. En même temps, cette réorganisation escorte souvent des alliances avec un producteur local. Il est chargé d'aider à l'implantation, de discuter avec les centres de formation, les autorités, de trouver des débouchés sur place et de contrer d'éventuelles copies. Les entreprises peuvent aussi acheter certains de leurs produits à des producteurs locaux. Attention à ne jamais céder à l'angélisme : certains cas chinois montrent qu'il faut toujours rester sur ses gardes.

À l'entreprise qui réalisait une large part de sa production dans un même lieu succède celle qui produit, soustraite, délocalise pour réexporter et vendre, et qui fait également du négoce. Nous voilà en *b to b to b to c* ! Les marges de manœuvre de cette entreprise ont augmenté, au prix d'une complexité croissante. Il s'agit pour elle de répondre à plus de contraintes concurrentielles, juridiques ou environnementales pour vivre et se développer. Produire ou sous-traiter devient : quel degré de complexité accepter, avec les coûts et les risques qui vont avec ? Et aujourd'hui : comment sécuriser ce système dans la crise pour marquer l'écart par rapport aux concurrents ?

22 – Moins cher car vendu ensemble : les économies de gamme

L'économie de gamme vient de la vente conjointe de produits différents dans un même acte commercial.

À côté des économies qui viennent de la production (économies d'échelle, d'apprentissage, de sous-traitance ou de délocalisation), la concurrence conduit à développer une autre logique très efficace : la vente conjointe. Elle ne se déroule pas dans l'usine, mais dans le lieu et/ou dans l'acte même de vente.

Ainsi, au lieu de vendre ici des produits de banque et ailleurs d'assurance, on propose dans une même démarche des produits de banque *et* d'assurance. Certains produits d'assurance renforcent des produits de banque (l'assurance-crédit, par exemple), ou l'inverse (l'assurance se paie à

crédit). Tous bénéficient d'une mise en commun d'une plus riche base de données. Cet entrepôt de données, *datawarehouse*, engrange les savoirs de l'entreprise sur les demandes de ses clients. Il les analyse, les croise, les affine. C'est ainsi que l'on peut connaître des saisonnalités d'achats, certaines logiques plus détaillées de demande, autrement dit que l'on peut mieux cerner les élasticités/prix et revenu.

Fait nouveau, c'est également ainsi que l'on peut figurer de véritables « filières » de consommation de produits et de services. Acheter une voiture pour un particulier, c'est souvent demander un crédit, c'est toujours demander des assurances. Et quand une entreprise investit, elle s'endette le plus souvent (export, extension ou recherche…). C'est aussi la source d'un risque. Autant lui proposer de le couvrir.

Cette vente conjointe de produits et de services dans des *packages*, des paquets de prestations, se différencie des concurrences antérieures. Elles reposaient en effet sur les coûts de production et conduisaient, à l'extrême, à des délocalisations sèches. L'avantage de l'économie de gamme ne vient pas des gains liés à la « délocalisation », mais de la proximité du client. Elle met ainsi l'accent sur le réseau de vente, sur les canaux de distribution (agences ou boutiques, téléphone, courrier, *e-mail*…), sur la base de données que ce maillage enrichit, pour permettre des offres plus fines, et sur le talent du vendeur.

En effet, l'asymétrie d'information ne vient pas seulement de celui qui ne veut pas parler pour se protéger (sur ses problèmes de production, de chiffre d'affaires, de concurrence, de dettes…) mais aussi de celui qui ne parle pas… parce que le vendeur ne lui demande pas ce qu'il veut d'autre, ou ne lui propose pas.

Bien sûr, l'économie de gamme n'est pas toujours facile à matérialiser et ne résout pas tout. La progression de ventes liées suppose en effet des expertises conjointes, et plus encore des compréhensions mutuelles entre des métiers qui, ainsi, se rapprochent. Le banquier-assureur doit comprendre, s'il est banquier, ce qui est nécessaire à l'assureur. Symétriquement, s'il est assureur, il doit maîtriser ce que fait le banquier. Autrement, on s'expose à d'insuffisantes exploitations des économies de gamme, donc à des coûts peu ou pas rentabilisés ou, pire, à des

déséconomies de gamme. Des actions de formation et des logiciels d'aide commerciale (système expert) sont ainsi indispensables pour poser les bonnes questions, vérifier, avoir la bonne démarche. Certains « défenseurs des consommateurs », syndicats de consommateurs ou même certaines autorités publiques (par exemple européennes), ne sont pas nécessairement d'accord avec tout ceci. Ils accusent le vendeur de « forcer » la main, de vendre des produits, moins nécessaires, avec d'autres, qui le sont beaucoup. Économies de gamme ou pas, il faut choisir, donc expliquer et convaincre.

23 – Moins cher car plus et ensemble : les économies d'envergure

Les économies d'envergure combinent économies d'échelle et de gamme : il faut vendre plus et conjointement.

Les premières viennent de la production ; les secondes de la distribution. Elles forment la base de l'expansion de la firme, en lui permettant de s'étendre et de gagner des parts de marché. Cette entreprise produit ainsi à moindre coût et vend de manière plus efficace.

En même temps, l'économie d'envergure conduit à des organisations plus complexes. La théorie économique parle alors d'efficience X ou d'inefficience X pour « décrire » la façon dont les membres de l'entreprise vont, plus ou moins bien, s'organiser. X, parce qu'on ne peut tout comprendre, tout avoir, tout savoir, ni tout prévoir ! Il faut donc toujours chercher à comprendre, expliquer, former, organiser… et revoir ce qu'on fait. Il faut savoir marier flexibilité et complexité. C'est même la vraie base de la croissance et de l'emploi dans les économies développées. Pas facile, mais obligatoire.

24 – Moins cher car vendu en réseau : les économies de franchise

La franchise, c'est la participation d'un entrepreneur indépendant à une chaîne où l'offre de prestations est normée.

Tel investisseur sera hôtelier, bijoutier ou vendeur de produits pour enfants… Il adhérera à une chaîne avec, à la clef, une charte de ses droits et ses devoirs.

La participation à une franchise permet, côté franchiseur, d'amortir sur plus large échelle les investissements d'organisation, de notoriété, en fait « de forme », qu'il a réalisés. Côté franchisé, elle permet de bénéficier des effets de réseau, c'est-à-dire de la renommée de la chaîne. Cette dernière réduit l'asymétrie d'information du client. Il va se dire que, si tel hôtel ou si tel commerce appartient à telle chaîne, c'est qu'il assure des prestations d'une qualité qu'il connaît déjà, avec un très faible écart. Il achète une sorte d'« assurance de prestations »… et pousse la porte.

25 – Plus cher car unique : l'innovation

Innover, c'est changer radicalement une technique, un produit, une organisation.

C'est bouleverser les anciennes relations de production ou de demande, c'est modifier la chaîne des coûts, chambouler les repères de prix. Le brevet permet ainsi de prendre un avantage par rapport aux autres. Ils ne pourront que suivre, si l'innovation est un succès. Par exemple, Inter-net permet de commander directement des produits, donc de court-circuiter des réseaux de distribution. C'est un retour au *b to c* ! Mais, même sans commander, Internet permet, tant aux consommateurs qu'aux concurrents, de « balayer » les prix sur le marché. Cela peut inciter à la guerre des prix, en tout cas à la

vigilance du côté des producteurs. Chacun développe alors Internet comme un canal de distribution à côté des autres, plus traditionnels.

L'innovation fait baisser les prix des produits antérieurs et augmente les nouveaux. Cependant, le récent épisode de la « nouvelle économie » a montré que la dépréciation de la « vieille économie » avait été trop forte, et plus encore l'appréciation de la « nouvelle ». Une chose est de savoir que l'innovation est indispensable pour assurer le progrès économique, une autre de reconnaître qu'elle n'écrase pas nécessairement le passé. Parfois l'innovation tue, et l'on ne trouve plus de disques vinyle dans le commerce traditionnel (sauf collectionneurs ou *disk-jockeys* !). Mais elle peut aussi s'ajouter, et l'on peut s'écrire, se téléphoner, se *smser*, et se *e-mailer*. Aujourd'hui, l'innovation a un rôle décisif dans la sortie de crise.

26 – Plus cher car assuré : la qualité

La qualité correspond à une offre de prestations qui s'éloignent peu, voire très peu, d'une moyenne définie et annoncée.

Quand vous allez dans un hôtel deux étoiles, vous avez une idée de l'offre qui vous sera faite, de la taille des chambres, du confort de l'ensemble. Ce sera la même chose pour un hôtel d'une ou de trois étoile(s). L'écart de prix traduit non seulement l'écart de prestations entre les types d'hôtels, mais aussi le fait que, pour chacun, il n'y a pas de mauvaises surprises. L'incertitude sur les prestations est plus réduite encore quand, par exemple pour un hôtel deux étoiles, vous poussez la porte d'un membre d'une chaîne, comme on l'a vu avec la franchise (voir (→ 24)). Le client est plus confiant, donc plus enclin à dépenser.

Là encore, il achète une « assurance de prestations ». Elle vient de la « démarche qualité » qu'adopte l'entreprise et qui va se retrouver dans toutes ses activités. Il s'agit, par exemple, de répondre au client sous un nombre donné de jours, de ne pas le faire attendre à un central téléphonique plus de *x* secondes, ou d'obtenir un taux maximum de malfaçons dans une usine.

Mathématiquement, cette qualité représente un écart à la moyenne. Elle suppose des contrôles, mais aussi des organisations, des formations et des incitations adéquates, et plus encore un état d'esprit tourné vers la qualité.

27 – Plus cher car renommé : la marque

La marque est un signe et un engagement.

Un signe d'abord, et l'on verra tel crocodile sur un vêtement, ou les lettres *LV* accolées sur un sac. Au-delà du symbole, qu'on pourra trouver social, avec le prix qui lui est attaché, la marque est aussi un engagement de qualité. L'offreur doit tenir la promesse qu'annonce son nom. La marque est une assurance, d'où le prix du produit. En contrepartie, elle confère un degré de monopole. Aliénation : peut-être ; irrationalité : pas sûr.

C'est pourquoi l'histoire ne s'arrête pas là. La concurrence entre marques de distributeurs se développe. L'idée est d'atteindre plus sûrement le consommateur final, mais aussi (surtout ?) d'être référencé par le distributeur. Si la marque de telle eau est célèbre, elle ne peut pas ne pas être en présentoir. Le distributeur développera alors la sienne pour réduire le degré de monopole qu'aura obtenu le producteur, et ainsi de suite. Par différence, les producteurs de produits banalisés ne peuvent que produire moins cher, donc couper leurs coûts et se regrouper (→ 18). À vos marques !

28 – Moins cher si plus consommé : la fidélisation

Il y a fidélisation d'un client quand sa consommation au temps t fait, avec une assez bonne probabilité, qu'il sera client en t + 1

Ce client fidèle fournit la base d'un chiffre d'affaires récurrent : on comprend qu'il soit recherché. Voilà pourquoi le client du *fast-food* aura un repas gratuit au-delà d'un certain nombre achetés, celui de la banque des cadeaux en fonction de *points* d'activité, ou le voyageur aérien des tickets, selon les *miles* parcourus *(mileage)*. Il faut que chacun revienne.

Il faut donc, d'abord, qu'il vienne. Voilà pourquoi l'entreprise tentera d'attirer le client avec des offres alléchantes, en contrepartie d'un contrat d'utilisation. L'opérateur téléphonique offrira l'appareil avec une ristourne conséquente, mais avec un engagement d'utilisation. Et plus un client est fidèle, plus il est accoutumé à utiliser les prestations offertes. Un *learning by using* individuel se met en place. Il sera alors coûteux pour lui (et plus encore pénible) de changer d'offreur, car il devra apprendre les nouveaux codes, les nouveaux numéros, les nouvelles pratiques… Le client fidèle n'est pas nécessairement inerte ou enfermé dans des contrats. Il fait aussi un calcul coût-avantage : sa fidélité est rationnelle.

29 – Moins cher, mais c'est pour le groupe : l'affinité (économie de club)

La consommation par groupe manifeste le souhait des clients de renforcer le référentiel auquel ils s'identifient.

Les consommations affinitaires se développent partout, en fonction des sports (tel club de foot), des passions (telle chanteuse), d'un lieu (telle ville), d'une religion, d'une culture, d'une langue, ou de n'importe quelle logique affinitaire. Dans le monde de plus en plus mêlé qui est le nôtre, certaines identités entendent demeurer, des groupes cherchent à se créer.

Nous entrons dans l'« économie *face book* ». Les offres de produits ou de services deviennent donc plus précises, car destinées à des populations ciblées. Le détenteur américain d'une carte de crédit n'arborera pas nécessairement une carte *gold*, signe de son revenu, mais plutôt celle d'un

club sportif, signe de son engouement. En allant dans certains magasins, il bénéficiera certes de remises, mais ces magasins savent aussi qu'ils peuvent compter sur ce client fidèle et dépensier, puisque c'est pour son groupe ! En même temps, plus le club se développe, plus il se renforce. Le réseau de ses membres communique et échange plus. Il devient alors de plus en plus intéressant pour des entreprises de leur faire des conditions avantageuses, et ainsi de suite. Selon certains, la « valeur » financière d'un club progresse selon le carré de ses membres !

30 – La concurrence ne peut être ni pure ni parfaite

La concurrence pure et parfaite décrit un monde où la seule variable est le prix, pour un produit homogène dans un monde fluide et rationnel.

Dans ce contexte, les offreurs sont prêts à offrir une quantité *x* de produit pour un prix *y*, et à ce prix les demandeurs sont prêts à acheter *x'*, mais *x'* est inférieur à *x* ! Le marché est donc déséquilibré (voir (→ 15) : marché et étude de marché).

Si le prix baisse, la quantité offerte sera plus faible, mais celle demandée sera plus forte : l'écart se réduit. C'est le tâtonnement, jusqu'au moment où le maximum de produits sera, à la fois, acheté et vendu, pour un prix donné. En même temps, ce prix qui va équilibrer le marché des biens de consommation suppose que les produits seront effectivement… produits. Il faut donc que des salariés soient d'accord pour travailler un certain temps pour un certain salaire, tandis que, par ailleurs, des investisseurs auront apporté les ressources financières en contrepartie d'une certaine rémunération, le taux de l'intérêt. Tous les marchés (bien, travail, capital) s'équilibrent. Nous sommes chez Léon Walras.

Et à l'optimum dit de Pareto, où aucune situation ne peut être meilleure ici sans être plus mauvaise ailleurs, le marché des biens échange le plus de produits à un prix donné, le marché du travail emploie le plus de salariés à

un salaire donné, le taux de l’intérêt permet la meilleure allocation intertemporelle des ressources.

Bien sûr, on peut toujours critiquer cette présentation, de même qu’on peut dire au théoricien de l’astrophysique que les étoiles ne fonctionnent pas dans un univers sans friction. Mais elle a l’avantage de présenter ce que pourrait être la situation la plus favorable pour tous, avec des voies pour y parvenir : la transparence, la concurrence, la flexibilité.

31 – Le monopole ne peut durer longtemps

La situation de monopole est celle où une seule entreprise occupe le marché.

Dans ce cas, plus le monopoleur (seul vendeur) produit, plus le prix moyen de ce qu’il offre doit baisser, puisqu’il est le seul à l’offrir. À coût moyen constant, ses profits baissent donc. Mais il se trouve que les coûts de ce qu’il produit ont tendance à monter, au-delà des gains qui lui viennent des économies d’échelle et d’expérience, puisqu’il demande de plus en plus de main-d’œuvre et de produits intermédiaires. Il peut donc continuer à vendre, jusqu’au moment où tous ses profits auront disparu. Tragique destin !

En fait, il peut y avoir monopole pour de bonnes raisons, si les rendements d’échelle sont croissants, c’est-à-dire si le coût moyen de production ne cesse de baisser avec la quantité offerte. C’est le cas de l’électricité ou du téléphone. La ligne est très coûteuse à installer, mais de plus en plus rentable si elle transporte toujours plus de kilowatts ou de messages. Il y a ainsi monopole naturel. Personne ne songerait (sauf à engager une course à la ruine) à créer une seconde ligne de tgv pour véhiculer des passagers entre Paris et Lyon ou à doubler les lignes électriques pour entrer en guerre des prix avec edf.

La question qui se pose est donc celle de la régulation de ce type de marché pour éviter des abus. Elle fait ainsi distinguer l'infrastructure de transport, qui est un monopole, des compagnies, éventuellement privées, qui peuvent l'emprunter. Ce sont les wagons ou les trains pour le rail, la voix ou les données pour le téléphone. L'« opérateur historique », l'ancien monopoleur, voit ainsi arriver de nouvelles sociétés pour la téléphonie ou l'électricité, comme auparavant pour la télévision. Il peut ne pas aimer, mais le client apprécie, lui. Le tout se passe désormais sous le contrôle d'agences indépendantes (arcep pour le téléphone et La Poste, cre pour l'électricité). Elles doivent veiller à ce que la concurrence ait lieu, donc à ce que l'ancien « monopoleur » fasse effectivement de la place aux nouveaux entrants… en baissant ses prix et en facilitant le passage des clients d'un réseau à l'autre (c'est, par exemple, la question de la « portabilité » des numéros de téléphone d'un opérateur à un autre).

À côté du monopole naturel, à réguler, des positions fortes peuvent exister, à surveiller. Le cartel est le cas extrême, où l'entente de quelques-uns conduit à un monopole de fait. Il est répréhensible et doit être démantelé, car il fait monter les prix, au détriment de tous (hors le cartel bien sûr). Le reste du temps, devant des situations jugées problématiques, les autorités essaient de mesurer l'écart entre les prix sur un marché jugé concurrentiel et un autre, estimé trop concentré. Dans un marché concurrentiel, quelques intervenants suffisent pour une vraie concurrence, avec des parts de marché assez réparties. Une arrivée est toujours possible : la barrière à l'entrée du marché n'est pas infranchissable. Le marché est alors dit « contestable », l'arrivée d'un nouveau venu y est une « menace crédible ». La rente de monopole, cet écart entre le prix du monopole et celui de la concurrence, attire des entrants… qui vont la faire diminuer, concurrence oblige.

Si la concurrence est assez vive, les clients assez réactifs, les autorités de la concurrence assez pugnaces, le risque de monopole est réduit. Un taux de profit satisfaisant naît alors de cette concurrence économiquement efficace *(workable competition)*. Elle ne doit pas être trop faible, ce qui conduirait au monopole. Elle ne doit pas être trop forte, ce qui laminerait les marges et freinerait les investissements, l'innovation – et donc, à moyen terme, la croissance et l'emploi. Tout est toujours affaire de dosage.

32 – La concurrence monopolistique est partout

La concurrence monopolistique réunit plusieurs offreurs qui cherchent à se singulariser.

Quand le latin nous parle de « plusieurs qui courent les uns contre les autres » (concurrence), et le grec d'un *(mono)* vendeur *(pole)* [1], il n'y a pas de contradiction dans les termes. Les deux langues décrivent la coexistence, sur un même marché, de certains degrés de monopole (par la marque, l'emplacement…), mais dans un contexte suffisamment ouvert. L'acheteur peut exprimer des préférences et changer de fournisseur ou de lieu d'achat. Il peut rompre son contrat, sans frais trop importants et sans aller au tribunal.

Cette situation traduit bien notre réalité économique. La concurrence réduit constamment les marges (la grande surface, Internet, le nouvel entrant, plus les autorités de surveillance et les associations de consommateurs…). En même temps, toute entreprise innove, fidélise, crée de nouvelles prestations qu'elle offre, de plus en plus en bouquets. À long terme, le profit diminue avec la concurrence ; entre-temps, il renaît avec les innovations et les différenciations. Ce jeu date de la nuit des temps et s'appelle (aussi) croissance.

33 – L'oligopole est la forme dominante des marchés

L'oligopole est la rencontre, sur un même marché, d'un nombre limité (oligo : quelques-uns) d'offreurs, trois à cinq en général.

Dans ce contexte, chacun est suffisamment gros pour que son action ait un effet sur l'autre ou bien pense qu'il pourrait en avoir : l'interdépendance est dite alors « conjecturale ». Cette situation se retrouve dans la grande

majorité des marchés, avec des oligopoles nationaux, régionaux ou mondiaux. Par exemple, chez les *majors* de la musique – Universal Music, Sony, emi, Warner et bmg –, chacun cherche à se différencier de l'autre, chacun surveille l'autre.

La concurrence par le prix est permanente, mais elle peut avoir des effets très violents. En effet, à partir d'un certain niveau de réduction, « les autres » doivent absolument réagir, sauf à prendre de gros risques par rapport à leurs clients. Les batailles de prix, par exemple à la baisse sur certains tarifs aériens ou à la hausse sur les taux d'intérêt offerts aux dépôts bancaires, réduisent toujours après coup le nombre des intervenants sur le marché.

La bataille peut aussi se produire sur les standards, elle est souvent plus violente (on parle de *killing application*, avec l'idée que le *winner takes it all* : avec l'application tueuse, le gagnant rafle toute la mise). On se souvient de celle entre pal et secam pour la télévision couleur ou, pour le magnétoscope, entre Bétamax et vhs. vhs l'emporta, même si les techniciens pensaient différemment. Dans la concurrence des standards et des normes, la coexistence est impossible sur longue période. La lutte se fait plus sur les terrains de la vente, de la finance, parfois même de la politique, que sur celui de la technique. Vient toujours un moment où l'un prend une avance sur l'autre, réelle ou supposée. Alors, les distributeurs jouent le gagnant en le présentant davantage en magasin, les développeurs parient sur le standard dominant. Les loueurs de cassettes offrent d'abord les succès de cinéma sous le format vhs. Les enfants voient les nouveaux jeux électroniques d'abord sous pc. La prophétie devient autoréalisatrice [2]. Toute ressemblance avec la stratégie d'Apple serait un pur hasard.

34 – Concentration et naissances : plus cher, puis moins cher, puis moins nombreux, puis plus cher,

puis moins cher, puis moins nombreux…

Les marchés sont comme des marigots où alternent des batailles à la baisse des prix, avec morts, entre grands concurrents.

La plupart des grands marchés sont des oligopoles, avec un nombre réduit d'intervenants. Ils utilisent tous les outils de la concurrence (prix, produit, emplacement, publicité, standards, alliances…), mais selon des intensités différentes dans le temps.

Il y a ainsi des phases où la tension est faible ou moyenne : chacun s'observe. Le marché se construit et se stabilise, un peu comme autant d'alligators qui se regardent dans un marigot. Puis une idée vient ici, une innovation là, une campagne publicitaire ailleurs, à moins que ce ne soit un nouveau pdg, pour ne pas mentionner une crise économique… et tout le système est déstabilisé.

La bataille fait alors rage. Pendant plusieurs semaines, on prend l'avion ou téléphone pour un prix inférieur au coût de production, on peut réserver le nouveau produit à un prix imbattable, on place ou emprunte à des conditions qui correspondent à une perte pour la banque. Devant ces aubaines, les clients peuvent bouger, en tout cas menacer de le faire. Le plus souvent, c'est suffisant : leur menace est crédible. Ils profitent alors de la meilleure offre faite par l'autre entreprise, mais sans avoir à changer de fournisseur, puisque le leur doit s'ajuster ! On imagine ce qui se passe du côté des marges : les pertes s'accumulent. Les clients savent bien que cela n'aura qu'un temps, que la bataille ouverte par la baisse des prix va bientôt réduire le nombre des « animaux ». Moins nombreux, ceux qui restent seront un peu plus gros. Ils devront alors retrouver leurs forces, donc se refaire : raison de plus pour profiter de la bataille. Pendant ce temps, naissent aussi de nouveaux bébés, plus innovants, plus petits… Ils profitent de la fatigue, de la sympathie, de la stratégie, de la myopie, ou de la suffisance des gros. Le calme revient sur l'étang, jusqu'à la prochaine fois [3].

Notes

[1] Il ne faut pas confondre le *pole* de ville (avec un petit *o* ; *omicron* en grec), de *métropole* ou encore de *mégalopole* avec le *pole* de vendeur (avec un grand *o* ; *oméga*, en grec) que l'on retrouve dans *monopole* ou *oligopole*.
[2] Une prophétie est autoréalisatrice (effet Merton) si l'annonce que la chose vient fait qu'elle vient. Annoncer la victoire du standard fait gagner le standard, tout comme la montée du dollar ou celle de la Bourse. Mais ceci ne marche pas toujours !
[3] E. Maskin et J. Tirole, « A theory of Dynamic Oligopoly II: Price Competition, Kinked Demand Curves and Edgeworth Cycles », *Econometrica*, 1988.

Chapitre III

Quand la finance s’occupe de l’entreprise

Cette « loi de la jungle », puisque nous avons des alligators, ou bien cette concurrence, puisqu’il y a confrontation de désirs et de possibilités, change constamment la donne. Le terrain ne cesse de s’étendre, puisque les marchés s’élargissent : la baisse des prix solvabilise en effet toujours plus de clients. En même temps, les joutes opposent des acteurs plus gros, puisque les moins réactifs et inventifs meurent. Le tout se passe sous l’influence d’un taux de rentabilité croissant demandé par les actionnaires – sous l’« aiguillon du gain » –, comme disait Marx, à ceci près que les actionnaires sont – de plus en plus – des salariés ou d’anciens salariés, devenus retraités. Demandé… mais pas nécessairement obtenu.

35 – Le rendement des fonds propres *(Return on Equity)*

C’est un ratio, le résultat net (return) *de l’entreprise divisé par ses fonds propres* (equity).

C’est le rendement qu’obtient le capital apporté par les actionnaires. Quand 1 milliard d’euros de fonds propres rapporte par exemple 90 millions, le rendement est de 9 %. Ce taux se compare à celui d’un placement à long terme en obligations (de l’ordre de 4 %) ou à court terme (environ 1 % actuellement en zone euro, mais c’est un taux de crise). On comprend pourquoi il s’agit là d’un indicateur et d’un incitateur. Indicateur, il marque

l’intensité de la pression qu’exercent les actionnaires sur le management de la firme. Ils entendent y réduire l’« asymétrie » de situation qui vient de leur extériorité par rapport à la société. Comme ils ne sont pas dedans, un taux de profit élevé montre *a priori* que l’on prend en compte leur demande de rentabilité, en faisant les efforts de productivité, d’innovation ou de conquête de clientèle.

Incitateur, le résultat demandé devient assez vite une norme : c’est le fameux 15 %. Le milliard d’euros *devrait* ainsi (hors circonstances exceptionnelles) rapporter 150 millions. Ce taux annoncé obsède les managers, car il est possible pour certains quelque temps, mais pas pour tous tout le temps. Cette norme qui se veut générale et permanente est en réalité très sélective. Elle conduit les dirigeants à retenir des solutions assez voisines, en fonction de ce qu’attend le marché financier. Ils mènent alors des opérations au numérateur, où il s’agit d’augmenter *R*, le *Return*. Il faut abaisser les coûts *(cost cutting)* et se recentrer sur le métier de base, le *core business*. Ces opérations s’accompagnent de cessions d’unités jugées peu ou pas stratégiques. Des actions complémentaires conduisent les entreprises à ne retenir que leurs lieux et pôles d’excellence, à en fermer, à délocaliser. En même temps, pour réduire le dénominateur, *E* pour *Equity*, les entreprises vont voir leurs banquiers (→ 42) et le marché obligataire (→ 43). Elles veulent accroître leur endettement et moins solliciter leurs actionnaires. À la limite, les entreprises rachètent même une part de leurs actions, considérant qu’elles ont trop de capital – en réalité, trop de capital par rapport à la rémunération exigée par le marché.

Avec un actif plus spécialisé et un crédit accru, le rendement des fonds propres devient mathématiquement plus élevé. Il répond aux souhaits des actionnaires ; il devrait permettre de juger les managers, sinon les enrichir. Mais avec quels effets à moyen terme ? Car ces choix conduisent à des renforcements sur des activités certes maîtrisées, mais souvent mûres. Que va-t-il se passer si les entreprises se concentrent trop sur des métiers plus réduits, avec plus de dettes et moins de fonds propres, si les goûts des clients changent ou le marché financier se retourne – comme on vient de le voir ? Car il faut toujours lancer des projets, chercher, explorer et diversifier. Cette entreprise plus rentable devient en fait plus risquée, car plus court-termiste et souvent plus endettée. C’est l’effet mécanique de ce

que veut l'actionnaire, à cor et à cri… Saura-t-il l'admettre ? Les crises récentes, surtout la dernière, lui feront-elles entendre raison, et préférer une rentabilité plus modeste et plus sûre ? Pas… sûr.

36 – L'assurance

Assurer, c'est répartir le risque. C'est le mutualiser entre le plus grand nombre d'intervenants.

Mais pour qu'il y ait assurance, il faut qu'il y ait un vrai risque, c'est-à-dire que la personne ou l'entreprise qui s'assure n'ait pas intérêt au sinistre. Il y aurait autrement sélection adverse (en anglais : *adverse selection*). Il ne faut pas non plus que, après avoir été assurée, cette même personne se montre indolente ou prenne des décisions qui la mettent plus en risque. Il y aurait alors aléa de moralité (autrement dit changement de comportement, en anglais : *moral hazard*). Par exemple, pour l'assurance-auto, il faut à la fois connaître le passé du conducteur et veiller à ce qu'il ne conduise pas plus vite, maintenant qu'il est « bien assuré ».

Avant, il faut donc chercher l'« information cachée » sur la personne ou la société ; après, il faut suivre le contrat pour empêcher l'« action cachée ». Autrement, le risque aurait une probabilité plus grande de se matérialiser et le contractant plus de chance de « bénéficier » de la mutualisation. L'escroquerie n'est pas bien loin… puisque ce sont « les autres » qui paient !

Par ses fonctions d'analyse, de répartition et de suivi des risques, l'assurance joue un rôle fondamental pour « assurer » la croissance. Elle différencie les risques d'entreprise de ces « malheureux concours de circonstances ». Les premiers sont liés à des fautes de gestion, et engagent donc le capital des actionnaires. Les seconds sont couverts par les primes des assurés et permettent donc de poursuivre l'activité. Si l'assurance n'existait pas, il faudrait que l'entreprise couvre elle-même une part plus importante des risques qu'elle prend et fait prendre à ses salariés, clients et fournisseurs. Pour pouvoir payer les sinistres, elle devrait choisir soit des activités plus risquées et conserver une encaisse liquide importante (sinon

très importante), soit des activités moins risquées. Mais, dans l'un et l'autre cas, sa croissance serait beaucoup plus faible. En outre, l'assurance qui analyse et sélectionne le risque, puis le répartit en le mutualisant, peut aussi le vendre à d'autres agents économiques. Des gestionnaires d'actifs ou des caisses de retraite, désireux de répartir leurs actifs, achètent ainsi des produits dérivés correspondant, par exemple, à des assurances d'aléas climatiques. Un client se couvre de la sécheresse ; un autre, de l'inondation. Pas de vraie croissance sans bonne assurance. Et que se passerait-il si chacun de nous devait s'autoassurer ?

37 – La démarche stratégique

La démarche stratégique est un acte de réflexion. Elle décrit les choix possibles de la firme en fonction des évolutions de la situation économique et de la firme, avec ses forces et ses faiblesses, sans oublier jamais la concurrence et ses évolutions possibles. Puis vient la décision.

La situation économique est formée par l'économie au sens large, avec son potentiel de croissance (somme de la population active et de la productivité du travail), par la demande adressée au secteur et à la firme. Les choix de la firme concernent notamment ses produits, ses prix, ses canaux de distribution ou de marque, les pays ou les secteurs où elle entend commercer et produire. Ses objectifs sont évidemment multiples : part de marché, croissance du résultat, notoriété… Ils se regroupent autour d'une notion financière unique, le rendement des fonds propres (voir (→ 35)). C'est ce rendement qu'il faut faire croître, en plein milieu de la concurrence, c'est-à-dire des situations financières, économiques, techniques et sociales des principaux membres de l'oligopole et de leurs propres choix stratégiques.

À partir de cette analyse, le management organise un ensemble de choix économiques et sociaux (investissements, désinvestissements, formations, reconversions, embauches, licenciements, localisations), financiers et médiatiques, pour parvenir au résultat escompté. Il se donne aussi un plan de marche, avec des dates de suivi des objectifs. Il étudie la façon dont il va en parler en externe, notamment aux marchés financiers, et en interne, aux

différentes catégories de salariés. Il peut même penser à un plan B… « au cas où » (c'est toujours recommandé). Et il en parle, en interne, pour expliquer, convaincre et entraîner l'adhésion et, en externe, pour les clients, les concurrents (aussi) et les marchés financiers.

38 – Le portefeuille d'activités

Le portefeuille d'activités de la firme réunit l'ensemble des domaines dans lequel elle opère.

Cette logique de portefeuille a un double sens. Le premier est économique, avec l'idée que toutes ces activités vont connaître des phases de naissance, développement, maturité et déclin. Le portefeuille d'activités est ainsi la juxtaposition, à un moment donné, de métiers parvenus à des étapes différentes de développement.

Le deuxième sens est de nature assurantielle, avec l'idée que les activités en croissance et en maturité vont être bénéficiaires. Elles vont alors financer les nouvelles, et permettre des replis éventuels. Il ne s'agit pas de mettre tous ses œufs dans un même panier, mais de mettre dans un même panier (l'entreprise) des œufs, des poussins et des volailles ! La vente de certaines d'entre elles permettra même d'acheter plus d'œufs et d'autofinancer la progression de la bassecour !

On aura reconnu le modèle du bcg (Boston Consulting Group), où le cycle de vie des activités permet à la firme de maîtriser sa croissance. Tout cela est vrai si la concurrence le permet, et aussi la technologie, et aussi la législation, sans oublier clients, actionnaires et concurrents… Bref, le portefeuille doit être surveillé de près.

39 – Le cœur de métier *(core business)*

Le core business*est l’activité où l’entreprise manifeste ses plus fortes compétences et obtient ses meilleurs résultats.*

Ce domaine concentre les effets positifs des économies d’échelle, d’apprentissage et de gamme – bref, des économies d’envergure. L’entreprise bénéficie également, pour ce cœur de métier, d’une image favorable. Elle lui permet d’embaucher les salariés les plus productifs, d’offrir le meilleur rapport qualité/prix à ses clients, de plus en plus nombreux et fidèles, tandis que les banques et les marchés la financent sans difficulté, que les actionnaires sont satisfaits, et les concurrents inquiets. Bref, il s’agit là d’un cercle vertueux, d’une *success story* des entreprises qui réussissent. Mais à quel degré et pour combien de temps ? Le *core* s’use. La concurrence est permanente, des crises surviennent. Il faut toujours être sur ses gardes.

40 – Portefeuille d’activités ou *core business* ? Capitalisme familial, managérial ou patrimonial (financier) ?

Les objectifs du capitalisme, au-delà du profit qui résume les attentes et permet de continuer, changent avec l’histoire et les « variétés » mêmes du capitalisme.

L’entreprise monoproduit du capitalisme familial maximise plutôt le profit, le groupe du capitalisme managérial gère un portefeuille d’activités à moyen terme. Le capitalisme financier croit au *core business* et au *Return on Equity* qui est censé l’accompagner.

Comment choisir entre portefeuille d’activités et *core business* ? Faut-il organiser l’échéancier des métiers dans le temps, ou retenir le meilleur d’entre eux ? Il n’y a pas de réponse dans l’absolu : elle dépend de qui la pose.

Si celui qui arrête la démarche et le plan stratégique est le propriétaire de la firme, nous sommes dans un capitalisme familial. La tendance sera, le plus souvent, à se renforcer sur un nombre limité de domaines, ceux d'où vient l'entreprise, pour aller vers d'autres, jugés plus porteurs ou devenus plus accessibles. Mais il faut maîtriser cette évolution, pour ne pas prendre trop de risques ni perdre le pouvoir. Et Bic restera longtemps dans les stylos.

Si le capitalisme est managérial, les entreprises sont en général plus anciennes et de plus grande taille. Elles vont alors, le plus souvent, mener une politique de portefeuille d'activités. Cette politique a l'avantage de réduire le risque total de la firme (plusieurs œufs dans le panier), tout en permettant un certain autofinancement de la croissance. Nous trouvons le modèle du bcg(→ 38), où les nouvelles activités – les « dilemmes », selon le mot proposé par ce cabinet de conseil – sont financées grâce aux « vaches à lait ». Une croissance largement interne, qui plus est autofinancée, constitue une garantie de stabilité des managers par rapport aux actionnaires. Si nécessaire, ils n'hésiteront pas à chercher des ressources auprès des banques ou du marché obligataire *(corporate bonds)*. Mais ils hésiteront devant des augmentations de capital : elles pourraient changer la géographie du pouvoir actionnarial ou conduire à des questions trop précises de la part des propriétaires. Et tel groupe hôtelier offrira une gamme complète, d'une à cinq étoiles, pour pouvoir s'autofinancer dans la durée… aussi longtemps que possible, bien sûr.

Enfin, si le capitalisme devient patrimonial, il correspond aux désirs financiers d'actionnaires extérieurs à la firme, et le choix se porte plutôt vers le *core business*. Ce que veulent ces actionnaires, c'est retenir des entreprises de qualité, rentables si possible sur une assez longue durée, avec un profil cyclique clair et typé (→ 38). Ils auront ainsi des entreprises spécialisées dans l'alimentaire, le bâtiment, les médias… Ils organiseront alors, à leur manière, le panier d'activités qui leur conviendra. On passe ainsi du portefeuille d'activités au sein de la firme, typique des capitalismes familiaux et surtout managériaux, à la recherche du bon *core business*, typique du capitalisme financier et patrimonial actuel. Dans ce cas, le risque pris par telle entreprise pourra (devra) être plus élevé (avec moins de métiers et plus de dette), puisque le processus d'assurance se situe en amont, les investisseurs ayant diversifié leur patrimoine. On en vient ainsi

au portefeuille de participations de l'actionnaire, le plus souvent gestionnaire d'actifs ou assureur, parfois *hedge fund* (fonds fermé spécialisé), non plus à celui des activités de la firme. Nous sommes dans les grands portefeuilles, sélectionnés par des analystes et des gérants, offerts à des investisseurs grands ou petits, en fonction de leurs souhaits en matière de risque, de pays ou de secteur.

41 – La stratégie d'endettement et l'effet de levier

L'effet levier (ou effet de levier) permet à l'entreprise qui s'endette d'accroître le rendement de ses fonds propres.

Si le rendement du projet est par exemple de 20 % et le taux de l'emprunt de 6 %, il est évident que le recours à l'emprunt économise du capital et permet de mieux le rentabiliser.

À la limite, on ne comprend pas pourquoi l'entreprise ne ferait alors que s'endetter ! Elle obtiendrait une rentabilité quasi infinie, pour le maigre capital qu'elle investirait. Mais on retrouve ici l'asymétrie d'information et l'aléa de moralité, § 3 : en effet, si le banquier (ou le marché) finance le quart de l'opération, c'est bien l'actionnaire qui porte l'essentiel du risque. Il sera donc prudent. Si, à l'autre extrême, ce dernier n'apporte que 5 ou 10 % des concours, on peut penser qu'il sera moins vigilant ou poussera à des choix plus risqués. La banque, ou le marché financier, sera le vrai porteur du risque. Et il n'est pas sûr que le rendement qu'il obtient (ou pense obtenir) couvre le risque qu'en réalité il prend.

Ainsi l'effet levier comporte-t-il deux dimensions. La première est l'écart entre la rentabilité brute anticipée du projet et le taux de l'intérêt. La seconde est le montant emprunté, par rapport à celui qui sera autofinancé. Il est normal que le taux de l'intérêt soit inférieur au taux de rendement, dans notre exemple : 20 % et 6 %. Il faut en effet rémunérer le risque d'entreprise et aussi le travail qui consiste à surveiller *(monitorer)* les opérations pour le compte du prêteur et de l'actionnaire. Mais, plus la part

de dette augmente, plus s'accroît le risque du prêteur, donc plus son taux de rémunération doit augmenter. Le taux d'intérêt passe ainsi de 6 % à 7, 8, 9 %. Autrement, le prix du risque ne sera pas réellement perçu. La porte sera alors ouverte à des firmes qui s'endettent plus, pour des projets plus risqués. Il y aura alors davantage de croissance économique et de rentabilité des titres, mais pour un temps seulement. Par exemple, un promoteur immobilier s'endette de plus en plus pour acheter des immeubles qu'il revend ensuite. La valeur de ses titres monte, pour autant qu'il trouve preneur à ses achats. Mais vient (toujours) un moment où les prix du mètre carré peuvent sembler excessifs, c'est-à-dire qu'il est de plus en plus difficile de les financer à crédit, donc de les vendre. Les prix des immeubles baissent alors, c'est la récession dans l'immobilier, avec des pertes boursières et bancaires qui se propagent. Vient (toujours) un moment où l'on trouve que les titres sont trop chers, des firmes trop fragiles. Moralité : l'effet levier est un accélérateur de croissance, par le crédit, mais à utiliser avec modération. Toute référence avec des événements survenus dans l'immobilier et la finance américaine, mais aussi espagnole ou irlandaise serait pure coïncidence. Ce qui conduit à l'idée qu'il faut seconder le discernement de l'entreprise et des marchés financiers par la régulation en matière de transparence et la supervision, en matière de financement.

42 – Le crédit bancaire

La banque a le droit, très spécifique, de faire crédit, c'est-à-dire de créer, moyennant analyses du risque et intérêt, de la monnaie. Cette création de monnaie permet d'accélérer la croissance en anticipant les achats.

La banque participe ainsi au financement de la firme (investissement, stock, export, import, projet…) ou à celui du ménage (crédit à la consommation ou au logement…). Du point de vue de la banque, la raison d'être de ce crédit est la rentabilité qu'elle peut en tirer, tant directement par la marge qu'il entraîne, qu'indirectement par les activités qu'il peut susciter, grâce à la fidélité du client à « son » banquier.

La source de ce crédit vient de la capacité de la banque à créer de la monnaie par le découvert bancaire au sens large [1], sachant que la marge

d’intérêt (différence entre les conditions de prêt et le coût des ressources) est une source de revenus majeure de la banque, que le remboursement des crédits permet de stabiliser le bilan et que les fonds propres (augmentés des réserves) garantissent les opérations malencontreuses.

La logique de base du crédit est que les conditions de son octroi doivent rémunérer le risque pris. Il s’agit de connaître le client et son histoire, de connaître aussi les risques statistiques de défaut pour sa catégorie (pour une entreprise : taille, secteur, structure de propriété). Ce calcul se fait, sans jamais oublier les conditions de la concurrence et les gains futurs qu’amènera le client, s’il est bon, s’il le reste et s’il reste ! La tarification bancaire est un art difficile. Il s’agit de dépister l’information nécessaire, de trouver des garanties et de bâtir une clientèle qui prendra d’autres produits que le crédit. Pour la firme bancaire, le crédit est un produit d’appel. C’est la capacité de la banque à faire « entrer » le client dans une logique d’économie de gamme, à partir du crédit, qui assurera la progression de sa propre rentabilité et renforcera sa solidité (dont le client lui-même bénéficiera).

Symétriquement, si le crédit se passe mal, il faut que la banque réagisse au plus tôt et envoie des messages pour faire changer les comportements ou les choix de ses clients. Il faut que le ménage fasse plus attention à ses dépenses ; l’entreprise, à sa gestion. La banque peut exiger des garanties supplémentaires. Dans le cas d’une entreprise, si l’alerte parvient assez vite, la banque peut se retirer du *pool* bancaire. Autrement, elle devra rester et s’impliquer davantage dans l’analyse de la situation, accorder sans doute des crédits supplémentaires, aller jusqu’à reprendre possession de l’actif financé, pour le vendre, plus tard. Tout cela se fera avec de fortes tensions humaines et sociales, plus des pertes. Sur le marché de l’occasion (le « marché secondaire » par rapport au « marché primaire », c’est-à-dire celui du neuf) ou, pire, à la casse, les biens industriels, machines de chantier ou matériels agricoles valent en effet peu, les stocks d’invendus moins encore, et les « produits en cours » rien du tout. Et encore, il s’agit ici d’actifs physiques ! Car que faire d’études de marché ou de travaux de conseil que l’on a financés ?

Par construction, l'activité bancaire est décalée et cyclique. Les profits bancaires d'aujourd'hui manifestent les décisions passées. Ils ne disent rien de celles qu'on vient juste de prendre. On comprend également que la banque ainsi décrite se veut relationnelle : elle escorte son client dans la durée. Toutes ne font pas le même choix, certaines préfèrent être occasionnelles, à l'acte, en fonction de telle ou telle opportunité, et d'autres se spécialiser dans tel ou tel type de produit (crédit à l'immobilier, à la consommation…). La régularité de leurs revenus ne sera donc pas la même. La crise que nous vivons prouve la supériorité de la banque universelle (en Europe continentale) sur la banque spécialisée (en Angleterre par exemple, dans l'immobilier notamment).

43 – L'endettement sur le marché *(corporate bond)*

Pour réunir des ressources très importantes, les entreprises peuvent solliciter le marché financier et émettre des obligations.

L'endettement sur le marché est différent de l'endettement bancaire. D'abord, il s'agit d'un « marché de gros » (pour des opérations peu nombreuses, avec de grands noms), alors que la banque traite surtout beaucoup d'opérations petites et moyennes.

Ensuite, l'endettement sur le marché obligataire suppose une information donnée à tous, à la différence du rapport privé qu'entretient l'entreprise avec son banquier. Nous ne sommes plus en financement « intermédié », mais en financement direct, autrement dit « désintermédié ».

Si l'entreprise veut émettre une obligation *(corporate bond)*, il faut qu'elle parle d'elle de manière précise aux marchés et indique ce qu'elle entend faire du montant collecté. L'acheteur du titre de dette veut savoir où il met les pieds : dans quelle entreprise, pour quel projet. Il craint de participer sans le savoir, donc sans en être rémunéré par des taux plus élevés, à des projets plus risqués que ceux que mène en général l'entreprise. Cette présentation du crédit obligataire de l'entreprise est menée et endossée par

quelques banques. Elles sont situées à des rangs différents (chef de file, cochef de file…) selon leurs parts au montage du projet et selon leurs engagements financiers, car elles prendront aussi une part du crédit. Elles valident ainsi les informations et la démarche, puis se chargent de « placer » le papier auprès d'investisseurs institutionnels. Tout cela, sans oublier les agences de *rating* (notation) qui évaluent l'opération et la société. Elles indiquent, par une note, les niveaux de risque auxquels l'une et l'autre se situent. Enfin, les prospectus de l'emprunt obligataire sont validés par l'Autorité des marchés financiers (amf).

La caractéristique de l'obligation *corporate* est sa liquidité. Elle crée une nouvelle classe d'actifs, entre les actions, d'un côté, les actifs monétaires ou quasi monétaires, de l'autre. À la différence du crédit fait par la banque, et qui y demeure parfois jusqu'à sa fin [2], l'obligation *corporate* est un crédit vendu sur le marché. Son détenteur final peut le céder quand il le désire. Bien sûr, il encourt un risque en vendant pendant que le crédit s'amortit. Le marché prend en effet le « papier » moins cher, si les taux d'intérêt ont monté, et plus cher s'ils ont baissé [3]. Plus grave, l'entreprise peut connaître des difficultés et voir monter son risque et, pire encore, ne pas honorer sa signature. Le *bond*, l'obligation, devient alors *high yield*, haut rendement, ce qui traduit de manière polie son niveau de risque, puis *junk*, pourrie, ce qui exprime sans équivoque le jugement que le marché porte sur la firme. L'écart de taux d'intérêt selon les signatures (le *spread*) marque l'idée que se fait le marché de la santé relative de l'entreprise, autrement dit de son risque.

44 – Valorisation boursière *(Price to Book)* et achat d'entreprises

La valorisation boursière (Price to Book) *indique quel est le cours* (Price) *en Bourse de 1 € ou de 1 $ de fonds propres inscrits au bilan (au* Book*).*

Combien la Bourse valorise-t-elle 1 € de capital de telle ou telle entreprise ? Plus qu'un euro, et on trouve alors le vrai secret de ce que l'actionnaire cherche, au travers du *Return on Equity* : acheter moins cher d'autres

entreprises et les payer « en papier », c'est-à-dire par échange des titres qu'il détient, en monnaie privée. C'est pourquoi il pousse l'entreprise où il a investi à accroître le rendement de ses fonds propres. Elle augmente alors sa valorisation boursière, et surtout davantage que les autres valorisations. Son cours « surperforme » les autres et lui donne un pouvoir d'achat supérieur. Le problème n'est donc plus le portefeuille d'activités de notre firme de départ : il s'agit de faire que le bon *core business* et de bonnes politiques d'endettement permettent d'acquérir d'autres entreprises à de bonnes conditions. L'actionnaire fait son marché parmi les entreprises. Mais le risque n'est jamais absent. Au contraire, il ne fait que croître. D'abord parce que la firme de départ est plus spécialisée dans son actif et plus endettée. Ensuite parce qu'elle doit s'endetter encore pour en acheter d'autres, sachant que l'opération de croissance externe n'est jamais *a priori* gagnante. C'est même la plus risquée de toutes, pour des raisons commerciales, techniques, politiques et sociales, mais aussi financières. En effet, les entreprises proies (ou cibles) sont tout autant endettées que l'entreprise prédatrice, parfois plus. Elles ont souvent voulu se protéger en grossissant. Désormais, il faudra les digérer, les diriger et les rentabiliser davantage… Bonne chance !

Notes

[1] En effet, même si l'expression ne s'utilise que pour les petits crédits aux particuliers, qui est plus du dépannage, la logique de la création monétaire est toujours la même : la banque permet à une entreprise de tirer sur des lignes qu'elle a ouvertes chez elle. L'entreprise règle ainsi ses fournisseurs, elle peut investir, avec l'idée que ses ventes lui permettront de rembourser.
[2] De plus en plus, en effet, les banques vendent leurs crédits aux investisseurs institutionnels pour récupérer plus vite une part de leur marge, et surtout se donner les moyens de faire de nouveaux crédits à partir de leur base de fonds propres. Ce sont des dérivés de crédit (comme on avait vu plus haut, § 36, les produits que vendaient les assurances). La législation prudentielle (dite de Bâle) limite en effet les encours de crédit à un certain pourcentage des fonds propres, pour des raisons de sécurité. Il devient ainsi de bonne gestion que la banque cède une partie de ses crédits dans des

opérations de titrisation, notamment ses crédits à la consommation ou de découvert sur carte bancaire. On trouve cette même tendance pour les crédits les mieux margés, car plus risqués et complexes, de la banque d'entreprise, tels les financements de projet. La banque monte l'opération (une usine, une autoroute), puis elle vend une part importante du crédit. Elle garde les marges de montage, plus une part des marges d'intermédiation, mais pour des fonds propres qui auront significativement diminué. Toujours le *Return on Equity*. Mais la situation change du tout au tout quand le crédit titrisé est de mauvaise qualité, ce qui est le cas des subprimes (voir (→ Introduction)), ces crédits hypothécaires américains faits à des clientèles fragiles et qui sont à l'origine de la crise bancaire en 2007-2008. Cette fois, la recherche de rentabilité a fait naître un risque particulièrement élevé, et donc beaucoup d'inquiétude et de pertes.

[3] Pour une obligation émise à 5 %, si les rendements (pour un même niveau de risque) passent à 4 %, le papier vaut plus cher, puisqu'il rapporte relativement plus qu'un autre qui vient d'être émis à 4 %, et symétriquement si les rendements passent à 7 %.

Chapitre IV

Quand les organisations et les pouvoirs publics s’occupent de tous

L’entreprise, avec ses clients, prospects, salariés, financiers, actionnaires, sans oublier les autres entreprises, s’insère dans des structures plus vastes encore, privées ou publiques. Privées, elles représentent des intérêts déterminés ; publiques, elles doivent incarner l’intérêt général. La frontière entre elles n’est cependant pas simple, d’autant que le milieu coopératif et mutualiste prend un poids croissant, tout comme le monde associatif. Ajoutons que l’interdépendance croît entre les acteurs, que la définition de l’intérêt général n’est pas aisée, et que la « capture du législateur » par des intérêts catégoriels est toujours possible. En outre, les salariés sont aussi électeurs, peuvent être actionnaires ou membres de syndicats, de partis politiques ou d’associations, et les clients peuvent se réunir en associations de consommateurs, les fournisseurs peuvent se concentrer, les associations se multiplier. Les actionnaires ne sont pas seuls, de moins en moins même ; eux aussi se regroupent. L’entreprise est ainsi entourée et pénétrée d’autres organisations, de réseaux, de réseaux de réseaux : elle ne peut pas ne pas en tenir compte.

45 – Le temps des organisations

Une organisation regroupe un ensemble d’acteurs qui ont des préoccupations économiques communes, à titre principal ou secondaire.

Ils entendent les étudier et les défendre. Un syndicat de salariés, un parti politique, des associations de parents d’élèves ou d’écologistes, de

consommateurs ou de producteurs, religieuses ou laïques, sportives ou d'idées, un *fan-club* de vedette ou des passionnés de vieilles voitures sont autant de regroupements de personnes. Ils veulent faire entendre leur voix, à côté et parfois à l'encontre de l'entreprise.

Chacune élabore des analyses, avec des critiques et des propositions. Chacune va exercer des influences sur les autres et sur les pouvoirs publics, de manière à faire passer ses idées et ses demandes. Une organisation est toujours un groupe de pression, explicite ou implicite, dont les interventions ont toujours des effets économiques.

Notre système s'agrandit et se ramifie. Il voit croître le nombre de groupes qui exercent des influences, directes ou indirectes, sur les décideurs par des actions de *lobbying*. Les rapports économiques et sociaux traditionnels (salariés/patrons) deviennent plus complexes, l'exercice de tout pouvoir plus difficile. Il faut expliquer et convaincre.

46 – Les temps des règles *(Rules versus Discretion)*

Cette expression oppose deux façons de concevoir la politique économique, selon des règles (rules) ou des principes qui s'adaptent (discretion).

Cette dichotomie se retrouve pour les actions monétaire, budgétaire, commerciale, en attendant d'autres domaines. L'approche par les règles *(rules)* précise les fondements, les objectifs et souvent les moyens de l'action qui sera menée. Cela met chacun à même d'en comprendre la logique, de l'anticiper, d'en voir les effets. Nous sommes du côté de la transparence.

L'approche discrétionnaire *(discretion)* est moins visible et prévisible. Elle introduit une latitude d'analyse et d'interprétation dans l'action, même si, bien sûr, elle se fonde sur les mêmes objectifs qu'une politique par les règles dans un domaine donné : toujours la croissance. Une politique discrétionnaire suppose des jeux d'acteurs, des influences multiples. Elle

permet en revanche plus de finesse dans l'analyse et la mise en œuvre des choix.

Pour fonctionner, la règle doit être légitime, simple et connue de tous. En zone euro, c'est la stabilité des prix « inférieure à 2 % et proche de ce chiffre » ou le budget « proche de l'équilibre », en tout cas avec un déficit « inférieur à 3 % du pib ». Cette règle permet une pression des électeurs, des syndicats, des marchés financiers ou encore des autres pays. Mais la simplicité n'est pas toujours efficace. Un pays petit ou moyen peut avoir plus de 2 % d'inflation (par exemple l'Espagne) et donc en profiter sans que son dérèglement fausse l'objectif d'ensemble… pendant un temps [1] (→ 51). Un déficit de moins de 3 % du budget, en théorie non répréhensible, n'a pas non plus le même sens selon que la croissance du pays est faible ou forte, le pays petit ou gros, fort ou fragile [2]. Autant dire que la crise a mis à mal les règles en Europe.

La règle veut la transparence et est préventive, la politique discrétionnaire est plutôt curative. Elle intervient pour résoudre le problème, largement né du fait qu'on n'a pas suivi la règle ! Pour en sortir, il faut donc plus mettre en avant les règles, mais en précisant les modalités de leur interprétation, en veillant à ce qu'elles s'appliquent partout, sans oublier les sanctions. De manière plus douce, la « discrétion contrainte », ou *constrained discretion*, entend éviter les « arbitrages réglementaires » (autrement dit éviter d'aller dans les endroits où les règles sont plus souples et permettre au contraire un retour à la norme). C'est précisément ce dont il s'agit avec les politiques budgétaires européennes, où les budgets devraient être présentés dans une optique pluriannuelle de réduction des déficits.

47 – Le temps des nouvelles répartitions : la subsidiarité

Le principe de subsidiarité s'inspire du système helvétique, de la doctrine catholique et de la tradition germanique. Il vise à assurer que la prise de décision est la plus proche possible du citoyen.

Au niveau de l'Europe, l'action à entreprendre doit se justifier par rapport aux possibilités offertes aux échelons inférieurs (national, régional ou local). L'Union européenne n'agit alors, hors les domaines de sa compétence exclusive, que lorsque son action est plus efficace qu'aux niveaux national, régional ou local.

Ce principe est lié à ceux de nécessité et de proportionnalité. Ainsi, l'Union ne doit pas excéder ce qui est nécessaire pour atteindre les objectifs du traité de Rome. Elle doit privilégier les moyens les moins contraignants (la directive par rapport au règlement) et éviter d'entrer dans des législations trop détaillées.

48 – L'État et ses fonctions

L'État exerce des fonctions de gestion, de surveillance, d'allocation et de redistribution de ressources.

Il doit d'abord organiser la société civile, ce qui veut dire la protéger à l'extérieur (armée) et à l'intérieur (police, justice). Il doit ensuite contribuer à en améliorer le niveau de vie (santé, famille, formation générale, information, recherche). Il doit enfin (surtout ?) la dynamiser. Pour cela, il doit contribuer à accroître le potentiel de production (politiques d'emploi, formation, recherche, innovation, famille), gérer les écarts de revenu et de patrimoine (politiques de répartition), aider enfin à structurer et à protéger les territoires (politique de l'espace, grands travaux, écologie).

Pour être plus efficaces, ces politiques ne peuvent venir que d'une stratégie. Elle doit recenser et organiser les capacités disponibles (privées, publiques, semi-publiques, mutualistes, coopératives, associatives), autour d'axes majeurs. Il s'agit de donner un sens à l'effort de tous, d'en montrer l'efficacité, d'en permettre la bonne fin. Faire faire, plutôt que faire.

La politique monétaire s'inscrit ainsi dans des stratégies longues, au-delà de la régulation conjoncturelle. Il s'agit de stabiliser les anticipations de prix, ce qui agit sur la formation des salaires et les décisions des entrepreneurs. La politique budgétaire s'effectue sous le regard des marchés financiers qui

achètent les titres publics et, en Europe, dans le cadre du Pacte de stabilité et de croissance (un pacte qui n'a pas été respecté). Il s'agit de s'engager aujourd'hui à stabiliser la dette publique, puis de la réduire par rapport au pib. Les politiques industrielles, sectorielles, territoriales… s'exercent dans le cadre d'organisations qui en précisent et déterminent les conditions. Il faut éviter les excès des subventions, faire respecter des normes, tandis que la concurrence entre États ne fait que croître. Il faut donc sélectionner et polariser les efforts, et surtout créer de meilleures conditions pour l'action de tous. L'État régalien doit œuvrer dans un environnement plus complexe. L'État économique, ou stratège, doit sélectionner certaines actions selon des axes fondamentaux : compétitivité, recherche, formation… Il doit ensuite convaincre de leur bien-fondé, les mener au mieux, surveiller et, éventuellement, punir.

Sa situation a en effet beaucoup changé avec l'accroissement des demandes qui s'adressent à lui, d'un côté, et la perte de ses degrés de liberté de l'autre. Une économie nationale pouvait, auparavant, rendre moins cher le travail national par la dévaluation (en changes fixes) ou par une dépréciation sollicitée (en changes flexibles) de sa monnaie. Cela est devenu très complexe entre grandes zones monétaires, impossible entre pays de la zone euro. Une économie nationale pouvait autrefois se protéger par des normes ou des aides. Cela est devenu pratiquement impossible dans le cadre européen, limité dans le contexte mondial. Elle pouvait avant stimuler sa croissance par la création monétaire, au risque d'un surcroît d'inflation, et par un déficit budgétaire, au risque d'une montée de sa dette. Oublions ! Ces quatre degrés de liberté : prix, déficit public, dette publique, taux de change se restreignent, sinon disparaissent. Ils se retrouvent désormais à un niveau supérieur, celui de l'Europe, où leur mise en œuvre est plus délicate. Les prix sont normés, tout comme le déficit public, la dette publique, le change ou les aides. Surtout, la concurrence internationale veille, sans compter les grandes organisations (Organisation mondiale du commerce, Fonds monétaire international…).

Alors, si rien n'est fait dans les domaines où l'action publique est possible (formation, recherche, concurrence, gestion du secteur public et du budget notamment) et selon les modalités qui demeurent ouvertes, et si rien n'est bien fait, pour réduire les déficits et soutenir la croissance, ce sont l'emploi

et la valorisation des firmes qui paient. Ce sont les seuls « degrés de liberté », plus exactement d'ajustement, qui demeurent ! Le chômage monte, la Bourse baisse, la valeur des pme chute.

On comprend les difficultés de l'*État stratège* quand il s'agit d'accélérer le rythme des réformes dans un univers plus contraint, où nombre de ses actions s'inscrivent dans des plans européens (directives) ou internationaux (par exemple, pour les échanges), et où les prérogatives qui lui restent sont souvent partagées avec d'autres. Il lui faut penser davantage en termes d'alliances avec d'autres pays ou acteurs, de responsabilités partagées dans des domaines choisis. Il lui faut expliquer davantage ce qu'il fait, pourquoi, avec qui. Et rendre compte.

49 – L'impôt, pourquoi ?

L'impôt est un prélèvement obligatoire des collectivités publiques, pas seulement de l'État, sur les entreprises et les ménages. Il est destiné à donner aux autorités les moyens de leurs stratégies, pour permettre le fonctionnement des activités publiques et soutenir une croissance plus soutenue et mieux équilibrée à moyen terme.

L'impôt est un prélèvement sur la richesse d'aujourd'hui, indépendamment de qui le paie (entreprise ou ménage), de son support (revenu, profit, terrains, locaux, actifs financiers) ou de son « mode de fabrication » (impôts forfaitaire, proportionnel, progressif, avec franchise ou abattements…). Pour qu'il y ait croissance, il faut que s'instaure un « climat d'investissement » : l'économie doit être sûre et bien gérée (armée, police, justice), le capital humain entretenu et accru (formation, recherche), l'espace structuré (cohésion sociale, infrastructures, environnement).

Par grandes fonctions, l'impôt (en termes plus techniques : les prélèvements obligatoires) sert d'abord à couvrir les dépenses publiques générales (éducation, défense, justice, charge de la dette…) et le coût des biens publics locaux. Cela permet de gérer la société. Il lui revient ensuite de contribuer à financer les problèmes de santé, de chômage et de retraite. Il a enfin une fonction de redistribution. La part progressive de l'impôt (sur le

revenu, les successions, la fortune) finance ainsi les dépenses de transfert : aides au logement, prestations familiales et minima sociaux.

Dans une situation où la croissance économique est modérée (donc la progression de la base fiscale limitée), la concurrence fiscale forte (entre pays comme en Europe ou entre régions d'un même pays comme aux États-Unis), et les besoins toujours en hausse, il faut faire des choix. L'impôt correspond-il au service souhaité ? Comment être sûr qu'il est efficace ? Avons-nous un « juste impôt », c'est-à-dire juste l'impôt qu'il faut pour assurer le plus de croissance et d'emploi possible sur une longue période ?

Avons-nous un « impôt juste » ? Celui qui prélève davantage sur ceux qui peuvent contribuer plus, sans susciter pour autant d'effets pervers trop importants ? Ou bien des logiques plus problématiques sont-elles en jeu : groupes de pression, influences territoriales ou organisationnelles, cycles politiques ? Cet impôt ne détourne-t-il pas des ressources qui auraient pu être employées par les acteurs privés (effet d'éviction) ? Ne freine-t-il pas l'activité économique privée, en dissuadant certains de créer plus de richesses ? C'est le fameux adage « L'impôt tue l'impôt », repris par la courbe dite de Laffer où, à partir d'un certain taux de prélèvement sur la richesse, celle-ci ne croît plus. Ne fait-il pas partir des salariés à l'étranger, tout comme des investisseurs ou des entrepreneurs ? Ne pousse-t-il pas ces derniers à faire des gains de productivité sur le territoire, au détriment de l'emploi, pour installer ailleurs leurs nouvelles usines ? L'impôt ne peut être isolé des choix à faire, il doit toujours être bien calibré et expliqué en fonction de la situation et de la stratégie.

50 – Les services publics

Les services publics ont trois missions :

- permettre « une utilisation efficace et équilibrée, dans l'espace et dans le temps, du territoire et des ressources communes, ici aussi à l'échelon national ou européen » [3] ;

- contribuer à la cohésion sociale (en France comme en Europe, le postier passe régulièrement chez tous) ;

- lutter contre l'exclusion (une ligne téléphonique simple sera accessible à tous, chacun pourra recevoir le courrier de base).

On voit ce que ces missions impliquent : des péréquations liées aux écarts entre prix et coûts – autrement dit, des subventions. Leur principe est admis, car aucune communauté économique ne peut fonctionner si elle n'est pas, aussi, sociale. En même temps, le respect de ces différentes missions implique leur moralité et leur efficacité.

Leur moralité d'abord : il ne s'agit pas de faire bénéficier tous les acteurs de toutes les prestations, car les subventions creuseraient les déficits et accroîtraient les écarts de situation. Nous trouvons ici notre « cher » passager gratuit (→ 51) qui profite de la situation.

Leur efficacité ensuite : les services publics provoquent une utilisation de ressources qui échappe à la logique de marché. L'idée est de soutenir la croissance et l'emploi, en créant des effets externes positifs (externalités). Cette échappée hors du marché, pour le renforcer ensuite quand il pourra fonctionner, est leur raison d'être, mais aussi leur risque. Elle doit donc toujours être contrôlée, sauf à devenir prétexte à des détournements de ressources.

C'est pour cette raison que la « mission de service public » doit être établie, testée, mesurée et régulièrement revue, sachant qu'elle n'implique pas nécessairement la propriété publique de l'entreprise. Ainsi, rien n'est plus essentiel à l'homme que l'eau, et pourtant elle lui vient, en France, grâce à des délégations de services publics, et cela, depuis des décennies ! Cette idée doit se développer, avec l'ouverture à la concurrence des monopoles publics en Europe, avec l'obligation de bien préciser les missions, avec des partenariats public-privé. Il devient possible d'établir les coûts et de les gérer dans la transparence et l'équité, donc dans l'efficacité économique et sociale.

51 – Le passager gratuit

Le passager gratuit – free rider *en anglais ; passager clandestin en français – bénéficie des lacunes du système de facturation et de surveillance. Il obtient des prestations sans en payer le prix (dans le bus ou le métro, par exemple) ou sans y avoir droit (dans les subventions ou l'assurance-chômage, par exemple).*

Il faut que les pouvoirs publics, quand ils arrêtent des mesures fiscales et sociales, se soucient d'éviter au maximum ces comportements pervers. Le passager gratuit voyage aux dépens du « riche » qui cotise, mais aussi du « pauvre » dont il détourne l'aide à son avantage, et donc la réduit. Il en est de même au niveau international. Celui qui ne fait pas d'efforts en matière de réduction de la pollution bénéficie de ceux des autres, donc en diminue l'effet, tout en bénéficiant d'un avantage concurrentiel, puisqu'il dépense moins.

52 – Réguler la concurrence

La concurrence peut conduire au monopole si on ne surveille pas l'évolution du secteur et si on ne gère pas l'oligopole à l'occasion des fusions.

Il s'agit bien ici de régulation, de réglage, car l'existence d'entreprises de plus grande taille est souvent souhaitable. Elles permettent de mener des programmes de recherche plus ambitieux, des investissements plus importants, d'assumer des risques supérieurs. Mais des entreprises de taille « trop » grande peuvent fermer le marché aux innovations et aux nouveaux venus, limiter l'expansion des pme en forte croissance (les « gazelles »). Elles peuvent conduire aussi à prolonger indûment la vie de certains équipements, voire de certains brevets. Bref, elles peuvent freiner la croissance et le développement.

Évidemment, ce réglage est complexe, notamment en matière de fusion. Il s'agit de savoir jusqu'où il faut être trop grand – autrement dit, à quel

moment les avantages obtenus pour la communauté, par l'innovation et la productivité, grâce à une taille supérieure, peuvent être annulés par les « abus de position dominante ». Le régulateur doit prendre en considération les forces qui font évoluer l'activité et l'espace concurrentiel et aussi le marché sur lequel elles s'exercent. Le risque est en effet qu'il mette trop l'accent sur le marché… de sa juridiction, jugé par lui pertinent, alors que l'industrie se mondialise. Il freine alors des rapprochements qu'un autre régulateur, placé sur un marché plus vaste, aurait vus comme bénéfiques à terme pour tous et, donc, pour le marché local.

Les journaux sont remplis de conseils et critiques sur les « champions » et la politique de la concurrence. Il faut en fait des « champions », et il faut les surveiller. Surtout, la politique de concurrence doit voir à moyen terme. Si elle se fait au seul bénéfice des consommateurs actuels, ils auront certes des prix bas, mais la croissance du secteur se fera peut-être ailleurs. Symétriquement, la Bourse sanctionne les firmes d'un marché plus surveillé que les autres : un jour ou l'autre, elles seront achetées. *A contrario*, si la politique de concurrence n'est pas assez efficace, elle permet des profits excessifs au détriment des consommateurs. Elle peut alimenter des investissements trop aventureux ou disproportionnés. Réglage toujours, naïveté jamais, intégration dans des espaces supérieurs et dans une perspective plus longue : de plus en plus.

Dans le cas européen, la grande majorité des arrêts en matière de concurrence sont acceptés. Mais on connaît des cas malheureux de rapprochements interdits : Schneider-Legrand ou Péchiney-Alusuisse-Altran. Ils auraient pourtant créé deux groupes européens de taille mondiale. Quelque temps après, Altran achète Péchiney…

L'enquête sur les aides d'État (subventions, abandons d'intérêt, de taxes ou de créances notamment) est une autre composante de la politique de la concurrence, dans la mesure où ces aides pourraient en distordre le jeu normal. Le juge de la concurrence enquête aussi sur les aides aux régions en retard, sur les programmes de formation ou de recherche, sur les aides aux pme, à la protection de l'environnement et enfin, bien sûr, aux entreprises en difficulté (comme Alstom). Réglage, encore.

53 – Protéger le consommateur et l’investisseur

Protéger le consommateur, c’est organiser un réseau de règles, garanties, assurances, assorties de sanctions, pour qu’il puisse consommer au mieux.

Il en est de même pour l’investisseur, l’emprunteur ou le prêteur… Chaque agent économique doit rester vigilant, sachant qu’il ne peut s’en remettre toujours à la logique « amoureuse » de l’offreur de bière (→ 2). Vigilant, mais ni soupçonneux ni angoissé.

Protéger le consommateur, c’est lui donner les meilleures conditions pour acheter, pour contracter, donc pour l’inciter à consommer davantage. On comprend que les négociations puissent être compliquées entre représentants des consommateurs, des entrepreneurs et des pouvoirs publics. Les premiers parleront d’influences excessives des entreprises, voire de mauvaise foi. Les deuxièmes diront que les informations sont toujours disponibles, que la maturité du client est nécessaire, que les demandes impliquent des coûts supplémentaires, au détriment de la croissance et de l’emploi. La puissance publique, de plus en plus située au niveau européen, doit alors arbitrer.

Au cœur de ces débats se trouvent l’asymétrie d’information et les dynamiques concurrentielles. L’asymétrie d’information, c’est que l’entreprise a plutôt tendance à parler dans sa langue, avec ses objectifs, et le consommateur peut ne pas tout comprendre, tout déchiffrer, tout accepter – étant dans une autre situation. Mais protéger le consommateur, est-ce mettre en risque l’entreprise locale et son salarié, freiner le champion de demain ou encore exclure du marché l’entreprise d’un autre pays ? Sur ces sujets, on ne peut avancer avec des solutions toutes faites, sans discussions ni transparence. Il faut développer l’information, permettre la réclamation simple et rapide en cas d’insatisfaction (Internet), en mettant l’accent sur les procédures amiables et en se méfiant d’une judiciarisation de l’économie. C’est notamment le cas des *class actions*, actions de groupe, sur le modèle américain. Dans ce cas, à l’instigation d’un avocat intéressé au résultat, des

clients peuvent se réunir et lui demander de *fortes* sommes en la menaçant d'aller en justice demander de… *très fortes* sommes. Il faut développer un climat de confiance et de dialogue pour éviter cette dérive, coûteuse pour tous, l'exemple américain est parlant.

Protéger l'investisseur, c'est revoir les règles bancaires et financières. D'abord, il faut faire en sorte que les incitations financières (les fameux *bonus*, voir n. 1, p. 3) ne poussent pas à des prises de risques inconsidérées. Il faut ensuite que les règles soient claires et bien expliquées, les prospectus bien faits. Il faut enfin que la régulation ait lieu partout pour éviter qu'un comportement de passager gratuit (→ 51) ne se produise, et bien sûr qu'elles n'aient pas d'effets pervers. C'est tout l'objet des discussions du G20 et des nouvelles régulations et supervisions européennes (à la suite des travaux du groupe de Larosière).

54 – La politique monétaire, ses objectifs et ses règles

La politique monétaire concerne l'action des autorités monétaires pour réguler le financement de l'économie et obtenir le plus haut niveau de croissance non inflationniste.

Cette politique a une condition : l'indépendance de la Banque centrale. Ses dirigeants ne doivent pas être soumis aux pressions des pouvoirs politiques. Leur crédibilité serait en jeu, donc leur efficacité. Leurs décisions s'inscrivent ainsi dans une perspective longue.

La politique monétaire veut ensuite des objectifs affichés (→ 46). Pour la bce, Banque centrale européenne, « l'objectif principal… est de maintenir la stabilité des prix » [4], soit un niveau d'inflation inférieur à 2 % à moyen terme, mais proche de ce chiffre. Cette règle centrale est assortie d'objectifs intermédiaires. Pour la bce, ce seront le pilier économique – les conditions de la croissance – et le pilier monétaire – à savoir, les progressions de la masse monétaire et du crédit.

Mais la bce ajoute, aussitôt après avoir précisé son objectif central : « Sans préjudice de l'objectif de stabilité des prix, [elle] apporte son soutien aux politiques économiques générales dans la Communauté, en vue de contribuer à la réalisation des objectifs de la Communauté, tels que définis à l'article 2 du traité. » Cet article du traité de Rome stipule : « La Communauté a pour mission, par l'établissement d'un marché commun, d'une union économique et monétaire et par la mise en œuvre des politiques ou des actions communes…, de promouvoir un développement harmonieux et équilibré des activités économiques dans l'ensemble de la Communauté, une croissance durable et non inflationniste respectant l'environnement, un haut degré de convergence des performances économiques, un niveau d'emploi et de protection sociale élevé, le relèvement du niveau et de la qualité de vie, la cohésion économique et sociale et la solidarité entre les États membres. »

Pour la Fed *(Federal Reserve System)*, depuis 1913, il s'agit plutôt de « promouvoir effectivement les objectifs de plus haut niveau d'emploi, de stabilité des prix, et de taux à long terme modérés », ce qui n'est pas *tout à fait* pareil. La bce a un objectif unique, la stabilité des prix, la Fed un objectif dual, l'inflation et le chômage.

Pour mettre en œuvre ces stratégies, la politique monétaire dispose de la double arme des mots et des taux. Les mots, pour esquisser l'avenir prévisible (à dix-huit mois, par exemple) et orienter ainsi les anticipations (notamment en matière de salaires et de prix). Les taux, pour renchérir ou réduire les conditions de refinancement des banques et infléchir leurs politiques de crédit. La Banque centrale modifie alors les conditions d'alimentation en liquidités des banques selon des fréquences hebdomadaires (pour des durées de deux semaines) et mensuelles (pour des durées de trois mois). Elle passe ainsi à l'acte, en envoyant des signaux.

De façon constante, la bce explique ses analyses, ses choix et ses actions devant le Parlement européen, dans diverses présentations ou conférences. Mais, pas plus que la Fed, elle ne peut échapper aux critiques de ceux qui la veulent plus dure – plus faucon *(hawk)*, selon le mot des marchés financiers – ou de ceux qui appellent à un comportement plus compréhensif, plus « colombe » *(dove)*. C'est notamment le cas quand des crises apparaissent,

comme avec la crise des *subprimes*. La Fed se montre plus réactive, en fait plus sensible à la croissance que la bce, qui est elle plus sensible aux prix sur moyenne période. Ainsi, la Fed a mis en œuvre des actions non conventionnelles globales d'achats de titres publics et de crédits hypothécaires, tandis que la bce mène une action de soutien aux pays les plus fragiles. Mais il ne sera pas facile de sortir des actions de soutien aux États-Unis ou en Europe : nous sommes dans l'exceptionnel, car dans l'après-crise.

55 – Les conditions monétaires et le change

Les deux limites de la politique monétaire sont la crédibilité interne, pour infléchir les comportements privés et publics (les déficits), et l'influence externe sur les changes.

La combinaison des taux d'intérêt et des taux de change détermine ce qu'on appelle les conditions monétaires. Par exemple, si les taux montent et aussi le change, le durcissement devient plus fort encore. Plus que voulu ? Les politiques monétaires sont délicates à mener, à la fois pour les signaux qu'elles retiennent, les messages qu'elles émettent et les outils qu'elles emploient.

En matière de signal, les banques centrales se donnent comme objectif de réguler l'évolution des prix à moyen terme. Pas facile : outre le mouvement de la conjoncture, des chocs peuvent intervenir. Le taux de change peut baisser et conduire à « importer » de l'inflation. Ou encore, le prix du baril de pétrole peut monter. La Banque centrale va alors avertir de ces risques et appeler tous les acteurs à la vigilance : ces hausses doivent être temporaires et absorbées par les gains de productivité. Elles ne doivent surtout pas « passer » dans les salaires et créer une boucle salaire-prix, autrement dit de l'inflation interne. Si le risque existe, la Banque centrale devra intervenir et hausser les taux d'intérêt, au bénéfice de la croissance et de l'emploi à moyen terme, et au risque d'un ralentissement à court terme. En matière de message, toute banque centrale est sous la pression des marchés financiers.

Ils souhaitent le plus souvent une croissance plus forte, donc des stimulations plus nettes, mais toujours dans un contexte non inflationniste. Ils reprochent souvent à la banque centrale d'être en retard *(behind the curve)* dans ses décisions. Dans tous les cas, la préoccupation de la Banque centrale est de ne pas se faire instrumentaliser par les marchés financiers, les médias, les politiques, les *lobbies*. Elle donne le maximum de transparence sur la manière dont elle arrête ses choix. Ici aussi la tendance est aux règles *(rules)*, sachant que la *discretion* la met davantage sous la pression directe des marchés (→ 46). Elle implique en effet un risque de volatilité accrue des cours (taux d'intérêt, taux de change et valeurs boursières), qui nuirait à la croissance. En réalité, aucune banque centrale ne campe entièrement dans le camp du *rule*, car elle serait une simple boîte, ni dans celui de la *discretion*, car elle serait une boîte entièrement noire. Il y a là affaire de dosage ou, si l'on veut, de *discretion* contrainte dans l'usage de la *rule* !

La vraie différence entre la Fed et la bce ne vient pas des objectifs écrits, assez généraux, mais des économies qu'elles gèrent. La Fed anime les États-Unis, entité ancienne, homogène, puissante, très réactive aux signaux de marché, notamment aux taux d'intérêt à court terme car très endettée. C'est une économie où les retraites dépendent de fonds de pension, donc de la Bourse, et où les indemnités de chômage durent (normalement) quelques semaines, où donc la réactivité des salaires au chômage est forte [5]. L'Europe est une organisation récente, complexe, différenciée, peu réactive aux signaux des marchés, où les taux courts restent moins influents que les longs, où les systèmes de retraite fonctionnent dans certains pays par capitalisation, dans d'autres par répartition, et où les assurances-chômage durent plusieurs mois, où l'endettement est en moyenne plus faible. Les États-Unis sont une économie de marché(s), l'Europe veut rester « une économie sociale de marché » et aussi (re)devenir « hautement compétitive » [6].

Le message dominant de la politique monétaire européenne est d'ordre structurel. Il concerne les anticipations de prix, le fameux « autour de 2 % ». De plus en plus connu et crédible, parce que précis, épaulé par les ouvertures des marchés des biens et services, il entend pousser à la

productivité et à la compétitivité. Il veut donner ainsi, avec le temps, plus d'efficacité à l'action monétaire, au risque d'une moindre réactivité.

Ajoutons que la politique monétaire américaine est complète : le change est commenté (éventuellement infléchi) par le Trésor (→ 63), bras politique, la régulation technique se fait par la Fed. Depuis janvier 2005 seulement existe, pour l'Eurogroupe, un responsable politique en charge de parler de l'euro. Souhaitons qu'il le fasse davantage. Souhaitons aussi que les messages des divers ministres des Finances européens deviennent plus convergents.

La crise que nous vivons montre le rôle décisif de la politique monétaire, par les messages et par les actions. Dès août 2007, la Fed et la bce, suivies des autres banques centrales, ont massivement soutenu les banques et évité une crise majeure. Les taux ont baissé, surtout les refinancements ont été massifs, recourant à des méthodes exceptionnelles. Actuellement, au moment où les premiers signes d'embellie apparaissent, les banques centrales ont à reprendre la liquidité créée, mais graduellement. Il ne s'agit pas d'alimenter des craintes d'inflation, si l'on va trop lentement dans la normalisation, ce qui ferait monter trop les taux longs, ni des craintes de replongée en récession, si on va vite, en montant trop rapidement les taux courts, ni des craintes de fractionnement en Europe, si les mesures non conventionnelles ne sont pas convenablement réduites.

56 – La politique budgétaire et ses objectifs

La politique budgétaire concerne l'action des collectivités publiques, tant en matière de ressources (prélèvements obligatoires) que de dépenses.

À court et moyen termes, la politique budgétaire fait varier les prélèvements et les dépenses, en hausse ou en baisse. Elle met ainsi en œuvre un ensemble de multiplicateurs, de consommation ou d'investissement. Par exemple, si l'impôt monte, il y aura moins de revenu disponible, donc moins de consommation « potentielle », puis moins d'investissement et

d’emploi. Mais comme le pays est endetté, cette taxation peut être interprétée positivement – et rasséréner les ménages et les entreprises.

Symétriquement, si la politique budgétaire décide de distribuer des chèques aux détenteurs des plus bas revenus, ou de se lancer dans de grands travaux, elle accroît les revenus en circulation, donc « potentiellement » la consommation et l’emploi. Et cela d’autant plus que cette consommation conduira, pour la satisfaire, à de nouveaux investissements. Mais là aussi, les choses ne sont pas aussi simples, d’où l’adverbe : « potentiellement ». En effet, la politique budgétaire opérant en économie ouverte, ces dépenses n’ont pas les mêmes effets et il faut les financer. Ainsi, stimuler la demande interne par des distributions de revenu ou de grands travaux peut susciter des importations, donc aider plutôt les voisins, puis déséquilibrer les échanges jusqu’à affaiblir le change. Financer la rentrée scolaire, la recherche ou une voie à grande vitesse n’a pas les mêmes conséquences. L’aide à la rentrée scolaire a un effet « coup de fouet », qui stimule le moral des ménages et soutient des psychologies vacillantes. Dépenser pour la recherche a plutôt un effet à moyen et long termes. Aider à de grands travaux dépend… des travaux eux-mêmes ! Certains sont très utiles, facilitant par exemple la communication, d’autres peu ou pas, s’ils sont pharaoniques. Qu’on se souvienne de la décennie de programmes de construction publique au Japon. Ils ont conduit à de grandes voies vides, à des ponts déserts, à des lits de rivière… pavés !

Dans ces conditions, si les ménages et les entreprises ont le sentiment que les choix officiels ne sont pas porteurs de croissance future, ils peuvent penser que le financement du déficit qu’ils engendrent va devenir problématique. La dette publique augmente, et plus encore celle qu’ils anticipent, car la croissance ne sera pas au rendez-vous. Les taux d’intérêt à long terme risquent de monter, devant des besoins de financement croissants, avec des perspectives de croissance médiocres : ce sera le prix du risque. En même temps, ces mêmes ménages peuvent se dire que des impôts supérieurs les attendent, demain ou après-demain, pour compenser le déficit qui se creuse aujourd’hui. Ils vont donc épargner, dès maintenant ! Dans ce contexte, dit d’équivalence ricardienne, le supplément de demande attendu de la stimulation de la dépense se trouve contrecarré… par la

diminution de demande née de l’accroissement de l’épargne. Beaucoup de déficit pour rien !

Au fond, l’action budgétaire s’inscrit surtout dans le moyen et le long terme, avec des politiques pour la famille, la recherche, les grands travaux, la formation, de façon à renforcer la croissance potentielle. Dans ce contexte, le déficit peut être mieux accepté, s’il est compris comme transitoire. On comprend que la crise complique la donne budgétaire, et donc la politique à mener. D’abord, la baisse d’activité creuse mécaniquement le déficit. Ensuite, les perspectives de reprise sont partout moroses, en dépit des plans de soutien, ce qui détériore les perspectives de déficit et de dette. D’où l’idée de recourir en France au Grand Emprunt, un ensemble de projets de grande taille, financés par emprunt, mais qui doivent renforcer la croissance à moyen terme. Là encore, même si les chiffres sont plus gros et les délais plus longs, le déficit *doit* être perçu comme transitoire.

57 – Le Pacte de stabilité et de croissance

Le Pacte de stabilité et de croissance détermine l’armature et l’action budgétaire de l’Union européenne en donnant des règles au déficit et à la dette.

Signé à Amsterdam en juin 1999, il s’établit en contrepoint de la politique monétaire de la bce. Il stipule que les États membres doivent stabiliser leur budget sur moyen terme *(close to balance)*, avoir un déficit maximal de 3 % du pib et une dette inférieure à 60 % du pib, hors circonstances exceptionnelles. Si des efforts ne sont pas entrepris pour réduire le déficit budgétaire au-dessous de 3 % sur deux ans, un système de sanctions est prévu. Cet ensemble de dispositions, avec celles de la bce, fabrique le *policy mix* de l’Union monétaire européenne, combinaison de la politique budgétaire et de la politique monétaire.

Le Pacte suit, en fait, une pratique de *Weight Watchers*, ces personnes « fortes » qui décident de maigrir ensemble, ne pouvant le faire seules. En zone euro, le « poids » correspond au déficit et à la dette publics de chacun, qui deviennent alors une matière d'intérêt commun. L'adhésion de chacun au groupe implique la « pesée » de tous, et aussi que chacun regarde le poids des autres et aide à le faire baisser, si nécessaire. C'est la fameuse « pression des pairs » ou *peer pressure*. Pour reprendre la fameuse trilogie européenne, il s'agit de dire qui est en faute *(name)*, de le pousser à changer de comportement *(shame)* et de le punir si rien ne vient *(blame)*.

Le Pacte est un contrepoids, si l'on peut dire, pour que les dérives de certains ne déséquilibrent pas l'ensemble, au préjudice de la croissance et de l'emploi de tous. Il est donc une ingérence dans les comptes d'un pays. C'est toujours la même idée d'intérêt commun, en l'espèce la « soutenabilité » des comptes publics, c'est-à-dire la capacité de rembourser les dettes sans crise.

On comprend que, politiquement, ce Pacte n'a pas eu bonne presse, à plus forte raison s'il concerne les plus importants pays d'Europe. Ils n'ont pas assez amassé de réserves pendant les années de forte expansion. Les voilà en difficulté dans la crise actuelle. Il s'agit alors de trouver des aménagements, pour que chaque pays fasse le maximum d'efforts sans pour autant tomber en crise plus forte, ni évidemment payer de sanctions, ce qui poserait encore plus de difficultés politiques qu'économiques. Mais aménager les *rules* n'est jamais facile, et dire que nous vivons une situation exceptionnelle ne peut suffire. D'où la double idée d'inscrire les politiques budgétaires de chaque pays dans des stratégies à moyen terme de rééquilibrage et de prévoir des soutiens spécifiques pour les pays les plus en difficultés. Le Pacte voulait faire de l'Europe l'économie la plus dynamique du monde à l'horizon 2010. La crise a fait reculer cette dynamique d'ensemble : il faut la reprendre. C'est l'idée du « pacte pour l'euro plus », de réduction concertée des déficits, de « semestre européen », où les pays échangent leurs « copies » budgétaires et d'intégrer dans la loi le nécessaire recours à l'équilibre des comptes publics.

58 – Les politiques sociales : la santé et la famille

La famille est l'organisation privée par excellence. Formation du couple, enfants… sont des choix éminemment personnels. Il n'en reste pas moins que les collectivités publiques ont leur rôle à jouer dans ce domaine, en aidant à la constitution et au développement des familles (logement, naissances, crèches, formations…). Ces actions sont parfois décrites comme une ingérence dans la vie privée. Elles sont pourtant essentielles pour la vie en communauté et la réparation de certains accidents de la vie (divorces, décès…), sans compter la croissance économique et sociale du pays. Nous vivons ensemble.

Les actions sur la santé impliquent une infrastructure d'offre de soins (formation des personnels, lieux de traitement) et des modes de financement des dépenses (avec des remboursements qui combinent la nécessaire prise en charge par la communauté avec la nécessaire responsabilité des acteurs). Comme la santé ne peut pas être du seul domaine marchand, on comprend les risques de dépassement des budgets, donc les régulations pour les gérer. Mais ce n'est jamais facile quand il s'agit de moins rembourser les frais médicaux ou d'augmenter le forfait hospitalier.

Les actions sur la famille sont sans doute, avec les politiques territoriales, celles qui ont l'impact le plus important et le plus durable sur un pays. En l'espèce, il s'agit d'aider les familles à avoir plus d'enfants, ce qui fait combiner aides pratiques (crèches, transports scolaires, aides à domicile…) et financières (fiscalité, bourses, travail allégé…). Quand on étudie les moyens d'accroître à très long terme la croissance potentielle française, les politiques familiales figurent en première place, suivies des actions de formation.

C'est ici qu'il faut parler des politiques de minima sociaux (rsa, allocation de parent isolé, de solidarité spécifique, d'invalidité…). Le rsa (revenu de solidarité active) est ainsi conçu pour ne pas faire s'effondrer la personne ou la famille exclue, depuis trop de mois, de la vie économique et de l'emploi

et lui permettre de reprendre le chemin du marché du travail. Une société développée ne peut se concevoir sans filet de sécurité. Encore faut-il qu'il ne crée pas une « trappe à pauvreté » dont il sera très difficile de sortir. C'est pour cela que les politiques d'assistance doivent toujours mettre en avant le retour au travail, en réalité à la société et pourquoi le rsa (revenu de solidarité active) a été mis en place, en lieu et place de l'ancien rmi. Souhaitons que ceci marche, en faisant attention à l'effet pervers des aides : l'accoutumance.

59 – Les politiques d'emploi et de formation

L'emploi est l'interrogation majeure dans une économie qui croît peu, qui s'ouvre, au milieu de chocs technologiques, concurrentiels, financiers… importants.

Pour autant, les politiques de l'emploi ne peuvent qu'être indirectes : pour l'essentiel, il s'agit en effet de renforcer l'employabilité des personnes, non de leur trouver des emplois publics au risque de déséquilibrer encore plus les comptes de l'État. L'employabilité commence par des actions très générales (santé, suivi du milieu familial, éducation de base). Elle se poursuit par des formations plus spécialisées, notamment en fonction des changements technologiques. Elle se complète par des formations tout au long de la vie, particulièrement aux alentours de 40 et de 50 ans, pour escorter les seniors dans leur carrière, une carrière qui s'allonge.

En même temps, de meilleures structures sont indispensables sur le marché du travail pour « profiler » les candidats, en examinant leurs expériences et leurs savoir-faire, pour décider d'éventuelles formations supplémentaires. Enfin, il faut les « pousser » à prendre des emplois, même s'ils ne correspondent pas exactement à leurs souhaits ou à leurs aptitudes. Autrement, le risque est de tomber dans un chômage long, dans une spirale d'échecs, dans une dépendance qui peut conduire à la « trappe à pauvreté » dont il est de plus en plus difficile de sortir (→ 58). Le salarié y perçoit un ensemble d'aides (minima sociaux + aides locales) qui peuvent en effet le

désinciter à reprendre un emploi, au risque d'une marginalisation sociale et humaine. L'idée se répand ainsi d'un engagement de la société pour escorter et former le chômeur. En même temps, celui-ci devra accepter les offres d'emploi, dites « valables », qui lui seront faites. Des discussions vont s'ouvrir entre partenaires sociaux pour que le chômeur ne puisse pas refuser deux offres « valables », en fonction de critères retenus d'un commun accord.

Par rapport aux théories des années 1950, la trousse à outils de l'économiste a changé. Il n'est plus possible de décider d'un déficit budgétaire massif, de décréter des emplois publics, de laisser filer la monnaie, de ne pas se soucier de l'inflation. Il faut accroître les aptitudes des salariés (formations et bilans de compétences : capital humain), les pousser à sortir des allocations et aides, pour ne pas diminuer leur employabilité en restant trop longtemps hors du marché du travail. Il faut, en même temps, réduire les charges qui pèsent sur les entreprises, notamment pour l'emploi le moins qualifié. Il faut donc que l'État national, et plus généralement les collectivités publiques, se réforment et se modernisent dans un contexte devenu plus exigeant. Il s'agit d'être partout moins cher et plus efficace, dans le privé et dans le public. Parallèlement, il faut que cet État national gagne des marges de manœuvre, au milieu de fortes contraintes monétaires (→ 54), budgétaires (→ 57) et de change (→ 55). Ajoutons que rien n'est possible sans pression politique pour les réformes, et débats entre partenaires sociaux pour les mettre en œuvre. Pas facile, mais indispensable.

60 – Les politiques salariales

Le salaire se détermine sur un ensemble de marchés où se comparent, par taille d'entreprise, par secteur, par région, par niveau de formation, par âge… les propositions des entreprises et les demandes des salariés.

Il est évident que, si le salaire dépasse la productivité, il n'y aura pas offre d'emploi par la firme, mais plutôt investissement de productivité, sous-traitance, achat de produits importés, délocalisation (au moins partielle). Il

faut donc que la productivité des salariés soit bonne et les salaires davantage modulés.

Parler de partage salaire-profit correspond à une lecture partielle. Le partage de la valeur ajoutée se fait après dévolution aux clients (à l'aval), aux fournisseurs (à l'amont) et aux collectivités publiques (par l'impôt) d'une part significative des gains de productivité. Pour continuer à croître et à soutenir l'emploi, il faut réduire les charges sur les salariés les moins qualifiés [7], et surtout les former. Plus généralement, il faut concevoir un contrat salarial à plusieurs composantes. La première est le salaire d'entrée, avec des clauses de revalorisation jusqu'à un certain niveau. Des primes interviendraient en fonction d'objectifs individuels, d'équipe, d'unité de production ou d'entreprise. Leur poids serait croissant. À des étapes données (40 ans et 50 ans notamment), des bilans de compétences et des formations auraient lieu. Ils détermineraient les évolutions de salaire de base et les taux de prime. Surtout, des politiques d'intéressement et de participation seraient systématiquement accrues. Cette combinaison salaires fixe et variable, intéressement et participation, plus éventuellement stock options, actions gratuites et préparation de la retraite, serait assortie de fiscalités spécifiques en fonction du délai de perception des revenus. Le cycle de vie du salarié, qui déterminait son cycle de consommation, avec un salaire régulièrement croissant jusqu'à la retraite, est aujourd'hui très perturbé. Il s'agit aujourd'hui de le reconstruire : il est la base du pacte social.

61 – Les politiques des retraites

La retraite est le salaire différé du salarié. Elle représente un engagement majeur de la société à son égard et participe ainsi à la croissance, en ce qu'elle fonde la solidarité des générations.

Pour autant, cette retraite est incertaine, car la concurrence évolue, les innovations pleuvent, la croissance faiblit, les déficits sociaux montent. Payer les retraites, plus exactement s'engager à le faire, c'est en réalité faire en sorte que la croissance continue d'être assez forte, donc que les politiques économiques (monnaie, budget, formation, territoire…) intègrent

un souci élevé d'efficacité. Et cet engagement n'est pas lié au fait que le système de retraite fonctionne par répartition ou par capitalisation. La répartition est celle de la valeur ajoutée, elle suppose de la croissance ; la capitalisation dépend des résultats actuels et escomptés, elle suppose de la croissance.

En même temps, les retraites doivent être régulées. Leur minimum ne peut être trop bas. Pour des carrières voisines, celles d'un secteur ne peuvent être trop basses par rapport à celles de tel autre, mieux défendu ou protégé. La retraite demande ainsi une équité intergénérationnelle et intersectorielle forte, notamment entre domaines public et privé, surtout quand les perspectives de croissance sont plus faibles ou davantage menacées, et que la durée de vie s'allonge. Dès lors, il faut faire en sorte que l'essentiel des « avantages acquis » le demeure, donc que les conditions économiques futures permettent de tenir les engagements antérieurs. Il faudra donc des aménagements : augmentation des durées de cotisation, composante par capitalisation, et toujours de la croissance. En réalité plus des deux : là encore, il en va du ciment social.

62 – Les actions stratégiques : recherche et territoire

L'investissement en recherche-développement est la dépense faite par l'État (recherche fondamentale, surtout) et les entreprises (recherche appliquée, plutôt) pour mieux comprendre notre monde et offrir des biens et services nouveaux.

Dans ce contexte, la recherche participe de la compétitivité à long terme d'une économie.

Cette recherche est très risquée, car on ne peut jamais savoir quand et comment elle va déboucher sur des applications pratiques, sur quels marchés, ni avec quelle rentabilité. En revanche, sur longue période, les grandes économies sont celles qui ont maintenu leur effort de recherche et

fait en sorte d’en consolider les résultats (politique des brevets aux États-Unis, par exemple).

La politique de la recherche se rapproche alors de celle du territoire. De grands pôles de recherche (*clusters*, grappes) ou de spécialisation réunissent des laboratoires publics et privés, des entreprises grandes et moyennes, de jeunes entreprises innovantes (jei). Le tout se déroule dans une atmosphère entièrement tournée vers la recherche et l’innovation. Silicon Valley et, plus près de nous, Grenoble ou Toulouse sont exemplaires de cette dynamique, en pleine révolution postindustrielle (→ 68). Elle est décisive pour réussir l’après-crise où il s’agira de soutenir la croissance par de nouvelles productions en matière de santé, de traitement de l’information et d’écologie notamment, en échangeant et en changeant.

63 – Le change et les soldes de la balance des paiements

Le taux de change décrit les conditions d’échange, d’un pays ou d’une zone à l’autre, du travail actuel et passé, des idées, des droits de propriété et des dettes. Il engage le futur.

Le change se détermine en fonction de la demande et de l’offre de monnaie nationale par rapport aux autres. Si l’euro est plus demandé qu’offert, il monte. Et s’il est plus demandé, c’est que les diverses « balances » qui correspondent à des catégories d’échanges conduisent à cette position.

La première balance est celle des biens et services (du commerce extérieur), à laquelle on ajoute les voyages et les « invisibles » (négoce, services, transferts unilatéraux) pour obtenir la balance des transactions courantes. Viennent alors le solde des investissements directs, physiques et financiers, et celui des prêts à plus d’un an pour arriver à la balance de base. Si une économie est compétitive, elle a un excédent commercial : elle fait entrer plus de monnaie qu’elle n’en sort, le taux de change du pays monte. Mais cette économie va aussi exporter des capitaux et en attirer d’autres, de sorte que sa situation finale n’est jamais jouée.

Tous les cas de figure sont possibles, du pays autant exportateur de biens que de capitaux (Angleterre et France du xix^{e}siècle), à celui importateur de biens et exportateur de capitaux (France d'aujourd'hui), en passant par ce grand importateur de biens et de capitaux que sont actuellement les États-Unis, sans oublier ce grand exportateur de biens qu'est la Chine… forcée d'exporter des capitaux… pour financer les États-Unis, même quand ils plongent le monde dans les difficultés !

Dans chaque cas, le marché des changes prend en compte les signes et les mouvements des diverses balances. Il analyse leurs sens et leurs dynamiques. Surtout, il compare. Avant l'euro, le franc était rapproché du mark, ce qui ne l'aidait pas toujours, mais donnait un signal clair. Désormais, l'euro est surtout l'ajustement du dollar. Les marchés continuent de voir « la première économie du monde » perdre en compétitivité (regardons son commerce extérieur) et s'endetter auprès de la Chine pour boucler son budget, sans détérioration trop violente de son change… et l'euro monte peu à peu. Mais cela ne durera pas… comme on l'écrit depuis une quarantaine d'années (→ 70)… Cela prouve qu'une monnaie de réserve est très longue à établir, et longue à concurrencer : la livre est restée dominante bien après les succès économiques et militaires des États-Unis. Aujourd'hui, quand l'inquiétude monte avec la crise mondiale, la Banque centrale américaine imprime des dollars plus que jamais pour que les États-Unis se sortent d'affaire au plus vite. Elle fait notamment pression à la montée du yuan et use (abuse) du statut international du dollar.

Notes

[1] Cela a été pris en compte dans la réforme du Pacte de stabilité, Conseil européen, 22-23 mars 2005.
[2] Autrement dit, un déficit s'explique dans une phase de ralentissement, pas en haut de cycle.
[3] Élie Cohen et Claude Henry, *Service public, secteur public* , rapport au cae, n° 3, 1997.
[4] Protocole sur les statuts du système européen de banques centrales et de la Banque centrale européenne. Voir *joc*, n^{o} 191 du 29 juillet 1992.

[5] Quand le taux de chômage monte, la tendance est au ralentissement des salaires nominaux (courbe de Lipsey). Quand les salaires ralentissent, la tendance est aussi à ce que les prix ralentissent. Par transitivité, il y a donc des relations entre le taux de chômage et le taux d'inflation (courbe de Phillips).

[6] « L'Union œuvre pour le développement durable de l'Europe fondé sur une croissance économique équilibrée et sur la stabilité des prix, une économie sociale de marché hautement compétitive, qui tend au plein-emploi et au progrès social, et un niveau élevé de protection et d'amélioration de la qualité de l'environnement » (art. I-3 du projet de Constitution, actuellement « enlisé »).

[7] Mais l'essentiel est fait en France.

Chapitre V

Quand nos (re)pères sont loin

Pour avancer, revisitons ce qu'ont dit les grands penseurs des temps anciens, qui ont forgé nos repères et nos mots, en nous proposant des solutions. Nous les regrouperons selon sept thèmes : production et cycles, échanges, emploi-monnaie-prix, équilibre social et régulations, environnement, complexité et stabilisation.

64 – Production et cycles : Smith, des épingles aux nouvelles organisations du travail

L'entreprise aujourd'hui est une chaîne de valeurs qui se déplace en fonction des demandes, des capacités de production, notamment techniques et technologiques, et des conditions fiscales et financières.

Quand Adam Smith (1723-1790) met la manufacture au centre de la croissance (*De la richesse des nations*, 1767) et en son cœur la division du travail, il décrit une chaîne simple, animée par la production. « Ce qui, dans une société encore un peu grossière, est l'ouvrage d'un seul homme devient, dans une société plus avancée, le travail de plusieurs. » Cette logique se poursuit dans des organisations plus complexes, comme la célèbre chaîne de production. Elle permet d'abaisser les coûts, donc d'ouvrir des débouchés et de mieux payer les salariés : c'est ce qu'on a nommé le fordisme. Le processus continue avec un engagement de qualité et en variant les productions sur une même chaîne (toyotisme).

Aujourd’hui, l’entreprise est un réseau complet de gestion d’informations, de passage de commandes, de réalisations, de livraisons, de vérifications. C’est un réseau qui s’internationalise, se découpe, bouge. Devenue chaîne de valeur, l’entreprise cherche les combinaisons les plus rentables, mais plus encore les plus propices aux nouvelles technologies et aux nouveaux marchés. La concurrence porte désormais sur le déplacement de cette chaîne : c’est tout l’enjeu des délocalisations et des relocalisations.

65 – Production et cycles : Marx, le travail productif dans une entreprise sans usine ni salarié

Le travail est un temps passé à des tâches de plus en plus abstraites, en contrepartie non plus d’un salaire, mais d’un système de rémunération.

Le travail d’aujourd’hui, dans les économies développées, est très largement abstrait et partiel. Plus de salariés sont devant des ordinateurs que devant des machines. Plus de temps est consacré à prospecter, préparer, organiser, suivre qu’à faire directement. Pour Karl Marx (1818-1883), le travail direct est la base de la richesse, car il a une productivité supérieure à un : il rapporte plus qu’il ne coûte. Bien sûr ! L’écart entre la valeur du travail et le coût du travailleur, la plus-value appropriée par le capitaliste, devient, à son avantage, la base de l’accumulation du capital et de la croissance. Est-ce bien sûr ?

Car que devient le travail aujourd’hui, seulement abstrait, seulement échanges de signes, signes qui pilotent des machines, machines qui obéissent dans de vastes salles désertes ? Que devient l’exploitation, quand les salariés sont devenus, par leurs fonds de pension, les principaux détenteurs des entreprises dans leurs pays et de plus en plus ailleurs, où ils font travailler d’autres salariés ? Les catégories marxistes de travail concret, de travail direct, d’exploitation et de division en classes, en fonction de la répartition de la plus-value, sont en difficulté. C’est alors que l’on entend parler d’« exploiteurs » et d’« exploités », mais selon des catégories qui

recouvrent plutôt celles de « riches » et de « pauvres », c'est-à-dire des inégalités de revenu et de patrimoine, ou encore celles de « décideurs » et d'« exécutants », c'est-à-dire des rapports d'autorité, non plus des « rapports sociaux de production ». Le socialisme n'est alors plus l'effet d'un changement révolutionnaire, mais plutôt celui d'évolutions graduelles dans une société salariale.

Car le salaire aussi a changé. Il devient un système de rémunération qui concerne pratiquement tout le monde. Une part en est directement versée, une part peut se conserver dans des comptes d'épargne temps et se voir réglée en argent ou temps libre, une part vient des résultats de la firme (intéressement, participation, *stock options*, actions gratuites), une part se retrouve dans des retraites spéciales ou des abondements de plans de retraites, une autre dans des programmes de formation ou d'aides diverses. Bien sûr, la complexité du système de rémunération (→ 60) varie avec le niveau hiérarchique du salarié, mais elle combine de plus en plus d'éléments. Elle entre dans une trajectoire, où il s'agit certes de percevoir plus aujourd'hui, mais aussi de devenir actionnaire de la firme et, de plus en plus, de s'inscrire dans des programmes de formation et de promotion tout au long d'une carrière qui devient plus longue, sans oublier les programmes de complément de retraite.

66 – Production et cycles : List, industries naissantes et politique industrielle

Une politique industrielle est une action consciente des autorités publiques pour organiser des choix productifs en fonction des marchés qu'elles décident d'ouvrir, de protéger et de financer.

Faut-il développer en Europe une politique industrielle ? Que font donc les Américains et les Chinois ? Friedrich List (1789-1846) écrit en 1840 le *Système national d'économie politique*. Il y prône le « protectionnisme éducateur ». Les industries naissantes *(infant industries)* doivent être

d’abord protégées, avant de pouvoir rivaliser avec les autres. « La protection douanière est notre voie, le libre-échange est notre but. »

Depuis, les concepts d’intérêt national de « facilités essentielles » (eau, électricité, capacités sanitaires) sont venus renforcer cette approche. Paul Krugman a parlé de « protectionnisme stratégique » dans un monde de concurrence imparfaite, avant de revenir au libéralisme, « faute de mieux ».

L’Europe hésite dans ce domaine. Elle s’est donné des objectifs de croissance (programme de Lisbonne) et de recherche (programmes de soutien). Mais elle déploie plus une logique concurrentielle pour construire un vaste marché intégré que pour donner naissance à des « champions européens ». Elle regarde encore avec suspicion toute politique industrielle, même baptisée « stratégie industrielle » (→ 52). Elle se demande toujours si les experts, les politiques et même les entrepreneurs sont mieux à même que le marché pour détecter les gagnants *(pick the winners)* et les besoins de demain. Plus que l’erreur *(pick the losers)*, elle craint le soutien aux puissances installées *(back the winners)*. Et, pourtant, qu’ont fait les États-Unis avec leurs programmes militaires ou la nasa ? A-t-on oublié qu’Internet doit son origine à des politiques de sécurité ? Et que font les « pays émergents d’Asie » – une expression qui date terriblement ? Et aujourd’hui, peut-on laisser les achats d’entreprises se faire sans réagir, au moins sans demander des engagements d’investissement, de recherche et de formation ? Surtout sans renforcer ici les entreprises, les structures de recherche, les réseaux européens ?

67 – Production et cycles : Kondratieff et la « nouvelle économie »

Un Kondratieff est un cycle long de croissance économique, essentiellement animé par des grappes d’innovations.

Vivons-nous le V^{e} Kondratieff ? La question est très débattue, d'autant que le concept même de cycle de Kondratieff n'est pas accepté par tous les économistes. Nikolai Dmitrijewitch Kondratieff (1892-1938) publie en 1925 à Moscou un article sur les cycles longs dans la vie économique, à partir de séries de prix françaises, américaines et anglaises. Il suscite alors de vives polémiques dans les milieux soviétiques, puisqu'il ne conclut pas à une crise irrémédiable du capitalisme. Pour lui, les cycles seraient liés à des dynamiques internes d'investissement. En 1926, l'article est traduit en allemand. Son auteur accède à la notoriété internationale en 1935, après sa publication dans *The Review of Economic Statistics*. Mais il a été déporté en 1930 en Sibérie et sera exécuté en 1938.

L'appellation de cycle de Kondratieff (d'une durée de vingt-cinq ans) vient de Schumpeter, en liaison, pour ce dernier, avec des vagues d'innovations majeures. Longtemps oublié dans les manuels, il fait un retour avec « le IV^{e} Kondratieff ». Ce serait celui des « Trente Glorieuses » (l'expression est de Jean Fourastié) de l'après-guerre, suivies d'une phase de dépression à partir des années 1970.

Peut-être vivons-nous aujourd'hui le V^{e} Kondratieff, avec la « nouvelle économie » ? La baisse des prix de traitement, stockage et transport de l'information permettrait ainsi à de nouvelles structures de naître, court-circuitant les anciennes, ouvrant la voie à de nouveaux produits et procédés, désormais sur une base plus internationale, sinon globale, avec de nouveaux pays et de nouvelles entreprises.

La réalité de cette vague repose sur des grappes d'innovations majeures. On les trouve avec la « nouvelle économie », mais leur effet sur les prix est plus ambigu. La hausse des prix de la phase d'expansion (phase A Kondratieff) a été extrêmement modérée. Elle se poursuit sous l'effet de la diffusion des produits dans un contexte de concurrence mondiale forte, de politique commerciale chinoise agressive et de surveillance des ententes, sans oublier les banques centrales qui surveillent les prix. Il ne s'agit pas, alors, à proprement parler, de crise, puisque la croissance se poursuit. Nous ne sommes pas en « grande dépression » mondiale (phase B Kondratieff), mais plutôt au milieu d'une vaste redistribution internationale des cartes. Ajoutons qu'à la « nouvelle économie » succèdent les biotechnologies,

sciences du vivant, et les nanotechnologies. Une révolution peut en cacher une autre. La crise que nous vivons n'est pas directement liée aux cycles de Kondratieff. Elle vient plutôt d'une bulle immobilière et financière géante, avec quelques innovations financières (avouons-le) et va bénéficier aux pays les plus épargnants.

68 – Production et cycles : Schumpeter et les grappes d'innovations

Une innovation n'est pas seulement technologique. Elle peut concerner « un bien nouveau », « une méthode de production nouvelle », « l'ouverture d'un débouché », « la conquête d'une nouvelle source de matières premières ou de produits semi-ouvrés », ou encore « la réalisation d'une nouvelle organisation ».

Josef Aloïs Schumpeter (1883-1950) met l'innovation au cœur de la dynamique économique. On redécouvre aujourd'hui l'importance de son approche.

De fait, les innovations sont multiples et viennent en grappes (→ 62). Elles bouleversent la donne concurrentielle et, donc, économique. Elles forcent à changer, pour s'adapter : c'est la « destruction créatrice ». Derrière l'innovation se trouve l'entrepreneur qui se lance dans l'aventure, sans beaucoup d'épargne valable. C'est lui qui a porté la « nouvelle économie », celle des ntic (nouvelles technologies d'information et de communication), en attendant les révolutions des biotechnologies et des nanotechnologies. Il risque, et le profit rémunère ses efforts et ses paris. Il suscite donc des engagements extrêmes, qui peuvent être extrêmement déçus, ou le contraire ! Mais il n'y a pas moyen de faire sans.

69 – Échanges : Ricardo et les nouveaux avantages comparatifs

L'échange international permet à chaque pays de mobiliser au mieux ses capacités. Encore faut-il que l'échange soit équitable et permette la croissance à terme du pays.

David Ricardo (1772-1823) montre l'intérêt de l'échange international entre pays s'ils se spécialisent. « Du vin en France et au Portugal… du blé en Pologne et aux États-Unis… de la quincaillerie et d'autres articles en Angleterre » (*Principes de l'économie politique et de l'impôt*, 1817). La croissance est la plus forte si chaque pays se spécialise selon les activités où il est relativement le plus efficace, en fonction donc des coûts d'opportunité.

Encore faut-il noter que les statuts stratégiques du vin (*alias* l'agriculture) ne sont pas nécessairement ceux des « ustensiles » (*alias* l'industrie), et que les États-Unis ne sont pas seulement spécialisés dans le blé ! Il y a donc eu quelque stratégie politique et économique derrière ces évolutions. Le marché seul ne peut prendre en considération les devenirs des peuples (sécurité alimentaire, sanitaire, énergétique, par exemple). Il ne peut seul déterminer les stratégies de croissance, les politiques de soutien à la recherche ou à la flexibilisation des marchés qui modèlent les croissances et creusent les écarts avec d'autres.

Les travaux théoriques ont fait de multiples avancées dans ce domaine avec les approches libérales de l'échange (Hecksher-Ohlin-Samuelson), les débats d'inspiration marxiste sur les inégalités de développement, la prise en compte des altérations de la concurrence (multinationales, différenciation des produits), ou encore avec l'intégration des technologies.

La dynamique dominante dans le monde est ricardienne dans sa philosophie, c'est l'ouverture aux échanges, mais elle est graduelle et transparente dans son approche. Chacun est convaincu des gains mutuels à terme, mais aussi de la nécessité des contrôles et des sanctions, des

politiques d’accompagnement et du temps nécessaire pour les acclimater (→ 90). Autrement, ce n’est pas si sûr.

70 – Échanges : Rueff et le « déficit sans pleurs » américain

Le déficit extérieur américain va-t-il toujours se financer ?

Jacques Rueff (1896-1978) met l’accent sur les dérives du système économique international. Il propose le retour à un système de changes fixes (étalon-or, par exemple). C’est, selon lui, le seul qui permet un équilibrage automatique des balances des paiements. « La variation de monnaie qui en résulte et qui affecte la quantité de monnaie en circulation – et, de ce fait, les niveaux des prix – rétablira la disparité antérieure » (*Théorie monétaire*, Plon, 1979). Le moins que l’on puisse dire est qu’il n’est pas suivi. Au contraire, de nouvelles liquidités sont créées, gagées sur les grandes devises internationales, dollar en tête. Ces « faux droits », pour reprendre les mots de Jacques Rueff et de Maurice Allais, sont, pour eux, de nature à déséquilibrer à terme le système.

Nous ne sommes plus en changes fixes : ils sont économiquement flexibles et politiquement gérés. L’or ne représente qu’une part faible et décroissante des réserves ; les grandes banques centrales entendent d’ailleurs le vendre. La surveillance des déséquilibres se fait par les instances internationales (fmi, G5, G8, G20) et sous la pression des marchés financiers. Elle est donc très peu automatique et bien plus politique. Elle peut alimenter des vagues spéculatives dans la foulée de progressions trop fortes du crédit. Surtout, elle maintient des avantages indus. Ainsi, le déficit américain se trouve financé par les excédents chinois, du fait que ce pays, à main-d’œuvre très peu chère, bénéficie en sus d’un taux de change fixe avec le dollar *(peg)*, et cela, de 1994 jusqu’au 19 juillet 2005, officiellement (→ 88) ! Après quelques mois d’appréciation surveillée de la monnaie chinoise, le processus s’arrête avec la crise et lors des élections présidentielles américaines. Il reprend ensuite sous la pression des autres pays… et parce qu’il n’y a pas d’autre solution. Les torts sont partagés : la Chine épargne

trop, les États-Unis pas assez, mais le dollar reste la grande monnaie mondiale, vecteur des déséquilibres.

71 – Travail et emploi : Ricardo et « Des machines »

Quand le taux de chômage monte, est-ce dû aux machines, à la substitution capital-travail ? Faut-il taxer les machines ou détaxer le travail ?

David Ricardo (1772-1823) intitule « Des machines » le chapitre XXXI des *Principes de l'économie politique et de l'impôt* (1817). Il veut montrer que les gains obtenus par l'utilisation des machines permettent d'autres emplois, sans faire monter les prix des biens de subsistance. Au même moment, Ded Ludd conduit des ouvriers anglais à briser les machines qui produisent des bas moins chers. Depuis toujours, les ouvriers ont craint que la machine n'alimente le chômage. Depuis toujours, on voit que la croissance avance avec plus de machines et plus d'emplois, mais les unes et les autres changent : plus de technique, plus de formation, plus d'innovations partout.

La tension devient plus vive quand la course aux machines est accélérée par l'ouverture internationale, les concurrences monétaires et, plus encore, les sauts technologiques. En fait, hors les cas de concurrence déloyale, les évolutions technologiques permettent d'étendre le marché des biens de consommation ou d'investissement, et donc l'emploi. Mais cela suppose que l'impôt soit modéré, la sphère publique efficace, la formation assurée. Autrement, l'investissement quitte le pays « et cette désertion des capitaux sera bien plus fatale à l'ouvrier que l'utilisation, même la plus coûteuse, des machines », nous dit Ricardo.

On comprend le message : il faut surveiller les impôts, limiter les *dumpings* (monétaire et social), protéger les droits de propriété et les droits sociaux, et faire partout fonctionner la concurrence, en formant les salariés et en permettant les mobilités. Les « machines » ne sont pas contre l'emploi.

72 – Travail et emploi : Engels et la mobilité du travail

Les prix des logements sont élevés et montent. Faut-il acheter son logement ou se résoudre à payer un loyer élevé ?

Aussi paradoxal que ceci puisse paraître, il ne faut pas que l'ouvrier achète son logement, nous dit Friedrich Engels (1820-1895) dans *La Question du logement* (1871). Acheter son logement est une idée petite-bourgeoise et proudhonienne. Elle n'est pas bonne pour le prolétaire, puisque les marchés des biens changent, les conditions de travail varient. Comme il y a instabilité autour de soi, stabiliser son existence dans l'espace, c'est en fait la fragiliser ! Engels préfère donc un marché du logement qui fonctionne mieux, avec notamment une offre plus abondante, à l'achat individuel ou encore aux phalanstères. Bien sûr, ajoute-t-il, ce n'est là qu'une situation intermédiaire. Le jour où les prolétaires prendront le pouvoir, ils pourront éventuellement occuper les logements sous-occupés des bourgeois. En attendant, c'est prendre un risque que de s'immobiliser.

Sans aller jusque-là, il n'y a pas forcément lieu de pousser à l'achat du logement, notamment pour les jeunes. Mieux vaut soutenir la construction en libérant du terrain et en permettant au secteur locatif de devenir plus rentable (en réduisant les taxes et surtout les contraintes qui pèsent sur lui).

73 – Travail et emploi : Lafargue, la paresse est-elle un droit ?

Pourquoi travailler ? Pourquoi ne pas travailler moins ?

Il faut travailler parce qu'on n'a pas vraiment le choix, disent les économistes, et d'abord les classiques. C'est la capacité de travail du travailleur qui lui donne la possibilité d'acquérir les biens et services qui lui sont nécessaires, et de participer ainsi à la vie économique, sociale,

culturelle. Cependant, la durée du travail peut être modulée en fonction des goûts de chacun, ajoutent les néoclassiques. Chacun peut comparer le gain qu'il retire (notamment monétaire) d'une heure de travail supplémentaire à la « désutilité » (comme disent les économistes) qu'elle suscite (fatigue, stress…).

Paul Lafargue (1842-1911), gendre de Marx et auteur du *Droit à la paresse* (1883), nous avertit. Une « étrange folie possède les classes ouvrières des nations où règne la civilisation capitaliste… Cette folie est l'amour du travail ». Il propose alors de hausser les salaires, de « diminuer les heures de travail des machines de chair et d'os », ce qui fait s'étendre les machines techniques, pour travailler moins. Notre auteur précise qu'il faut que ces « produits européens [soient] consommés sur place… pas transportés au diable ». Autrement dit : pas exportés…or ne représente qufmi, G5, G8, G20) et sous la pression des marchés financiers. Elle est donc très peu automatique et bien plus politique. Elle peut alimenter des vagues spéculatives dans la foulée de progressions trop fortes du crédit. Surtout, elle maintient des avantages indus. Ainsi, le déficit américain se trouve financé par les excédents chinois, du fait que ce pays, à main-d'*(peg)*, et cela, de 1994 jusqu'(→ 88) ! Après quelques mois d'

71 – Travail et emploi : Ricardo et « Des machines »

Quand le taux de chômage monte, est-ce dû aux machines, à la substitution capital-travail ? Faut-il taxer les machines ou détaxer le travail ?

David Ricardo (1772-1823) intitule « Des machines » le chapitre XXXI des *Principes de l'* (1817). Il veut montrer que les gains obtenus par l'

La tension devient plus vive quand la course aux machines est accélérée par l'

On comprend le message : il faut surveiller les impôts, limiter les *dumpings* (monétaire et social), protéger les droits de propriété et les droits sociaux, et

faire partout fonctionner la concurrence, en formant les salariés et en permettant les mobilités. Les « machines » ne sont pas contre l’

72 – Travail et emploi : Engels et la mobilité du travail

Les prix des logements sont élevés et montent. Faut-il acheter son logement ou se résoudre à payer un loyer élevé ?

Aussi paradoxal que ceci puisse paraître, il ne faut pas que l’*La Question du logement* (1871). Acheter son logement est une idée petite-bourgeoise et proudhonienne. Elle n’

Sans aller jusque-là, il n’

73 – Travail et emploi : Lafargue, la paresse est-elle un droit ?

Pourquoi travailler ? Pourquoi ne pas travailler moins ?

Il faut travailler parce qu’

Paul Lafargue (1842-1911), gendre de Marx et auteur du *Droit à la paresse* (1883), nous avertit. Une « étrange folie possède les classes ouvrières des nations où règne la civilisation capitaliste…

Mais si le temps de travail diminue, par exemple en passant à trente-cinq heures, il y aura un peu plus de machines pour produire en ses lieu et place. Il n’y aura pas plus de nonchalance, comme attendu par Lafargue, mais moins d’emploi total et surtout plus de *stress* pour ceux qui travaillent. Il y aura en effet intensité supérieure du travail pour les salariés d’un côté (moins de pauses, par exemple), substitution capital-travail et importations accrues d’un autre (et donc moins d’emploi). Le travail sera devenu plus

cher et bien plus difficile à « transporter au diable », et il n'est pas impossible que plus de travail en vienne, sous forme d'importations. Le diable aura eu sa vengeance.

74 – Travail et emploi : Beveridge et le plein-emploi

Comment réduire le taux de chômage ? Faut-il travailler moins (→ 73) ou accroître l'efficacité du marché du travail ?

Pour répondre, il faut savoir que le père de la théorie de l'État providence est William Beveridge (1879-1963), non pas Keynes. Attention à ne pas tout attribuer au même grand homme ! Après leur succès électoral en 1945, les socialistes anglais (Clement Attlee) demandent à Beveridge de poursuivre les préconisations de son rapport de 1942 sur le plein-emploi où il s'agissait de lutter contre les *cinq grands fléaux* : besoin, maladie, ignorance, malpropreté et oisiveté.

Pour Beveridge, le chômage est surtout « frictionnel ». Il vient des mouvements économiques et technologiques qui font qu'offres et demandes d'emploi ne se rencontrent pas. La « courbe de Beveridge » réunit ainsi le taux d'emplois vacants d'un côté et le taux de chômage de l'autre. Elle examine les modalités de leur coexistence et de leur nécessaire rapprochement. C'est de là que viennent les politiques de l'emploi, avec des aides (allocations chômage), des programmes de formation, avec aussi des logiques bonus-malus.

Étrange arrivée, ici, de ce mot de l'assurance ! Le bon conducteur, après un temps de vérification (en anglais, système bonus-malus se dit *experience rating*), paie moins cher pour s'assurer qu'un moins bon conducteur. L'assurance opère une sélection. En matière de chômage, dans 33 États américains, les entreprises versent des cotisations au crédit d'un compte qui se trouve par ailleurs débité des allocations aux ex-employés de la firme. En fin d'année, l'entreprise doit solder son compte : elle a donc tout intérêt à mieux réguler ses embauches, à mieux former et adapter ses salariés en

interne. En même temps, des efforts sont faits pour améliorer le marché du travail et les structures qui le font fonctionner. La vraie providence est affaire de dosage dans l'aide, avec toujours des surveillances, des stimulations et des formations. Peu à peu, cette idée s'étend.

75 – Monnaie et prix : von Mises, von Hayek et la théorie libérale autrichienne

Que sont devenus les libéraux ? Comment vivent-ils dans ce monde d'aides et de subventions, dans cet univers de structures censées aider les marchés à mieux fonctionner ?

Assez mal. Les libéraux critiquent les freins aux ajustements venant du libre jeu des marchés, étant entendu que ces mêmes marchés doivent être surveillés pour bien fonctionner. Les grands économistes libéraux du xix^{e} siècle sont d'origine autrichienne, avec Ludwig von Mises (1881-1973) et Friedrich August von Hayek (1899-1992) et inspirent les libéraux américains, comme Milton Friedman.

Pour eux, le point de départ est le libre choix des individus et la possibilité qu'a l'économie de réagir rapidement. Un consommateur libre et calculateur, des entrepreneurs libres, « conscients de l'incertitude de l'avenir » (Ludwig von Mises, *L'Action humaine*, 1940) et responsables de leurs décisions : voilà les ingrédients de la croissance. La planification socialiste ne marche pas, la modélisation mathématique des comportements pas davantage, les interventions moins encore.

Volontiers polémique, car très opposé aux deux grands messages du temps, le socialiste et le keynésien, le message libéral campe sur l'importance des choix autonomes et des prises de risque d'un côté, sur les limites aux actions publiques de l'autre. Longtemps tenu pour extrême, sinon irréaliste (d'où le vocable critique : « ultralibéral »), il a eu sa période de gloire, industrielle et surtout financière, et se retrouve aujourd'hui sur la sellette.

Les expériences socialistes ont été des échecs. Les approches interventionnistes ont marqué leurs limites, en faisant apparaître leurs effets pervers. En sens inverse, la crise actuelle montre que les grandes régulations de la monnaie et, de plus en plus, du budget ne sauraient être dans les seules mains de politiciens soucieux de leur futur immédiat. Des instances de régulation indépendantes sont indispensables pour la monnaie et la finance, le budget, les décisions tarifaires de l'énergie ou des télécommunications, ou encore les droits à émettre télévisuels. Le monde se remplit ainsi d'agences, de règles, de vérifications, de demande de transparence. Le « laisser-faire » s'étend donc, sachant que ce ne doit pas être un « laisser tout faire ». La crise montre les effets pervers d'un libéralisme mal pensé et mal contrôlé : les fameux *bonus* sont un mauvais système de rémunération (d'incitation). Le libéralisme, ce sont des libertés et des règles – encore faut-il que ce soient les bonnes.

76 – Monnaie et prix : Fischer et la déflation

L'inflation est la hausse des prix. Elle dégrade la qualité des choix des agents économiques. Ils peuvent par exemple accorder trop aisément des hausses de salaire, au-delà des gains de productivité. Ils peuvent s'endetter trop, pour investir trop. Le mieux est donc de stabiliser les anticipations de prix : c'est le rôle de la politique monétaire indépendante. Le contraire de l'inflation, la déflation, est plus dangereux encore. Elle doit être vigoureusement combattue, avant même de naître.

Pour Irving Fisher (1867-1947), la déflation naît quand on pense que les prix de demain seront plus bas que ceux d'aujourd'hui. Ce n'est donc pas la peine d'acheter aujourd'hui : attendons demain. Mais comme tout le monde fait pareil, personne n'achète aujourd'hui : la prophétie devient autoréalisatrice (→ 63). Les prix s'effondrent, l'emploi avec. La dette réelle des entreprises et des particuliers ne fait qu'augmenter, ce qui les pousse à rembourser. Mais pour le faire, il leur faut plus de marge, donc plus de gains de productivité encore, puisque les prix baissent. La *price deflation* conduit à la *debt deflation*, ce terrible moment où « plus les emprunteurs

remboursent, plus leur dette augmente » (*The Debt-Deflation Theory of Great Depression*, 1933). Ils creusent leurs difficultés : l'activité plonge, les prix baissent. C'est alors qu'il faut des mesures hétérodoxes : on lance de grands travaux, ou bien la banque centrale achète des obligations ou des actions, mais ce sera bien tard.

D'où l'idée actuelle d'enrayer des anticipations déflationnistes dès leur naissance, en disant qu'elles seront vigoureusement combattues par les autorités monétaires. C'est ainsi que le gouverneur Bernanke (Fed) crée la surprise, le 21 novembre 2001, en parlant du risque de déflation. Il faut tout faire pour qu'*elle* n'arrive pas ici *(Deflation : making sure « it » doesn't happen here) et cette même Fed achète des bons hypothécaires, soutenant le marché du logement en 2010 et 2011*. La bce de son côté a indiqué que son objectif de prix comprend un point bas autour de 1 %, et elle achète des bons du Trésor d'Irlande, de la Grèce ou du Portugal et finance très largement leurs systèmes bancaires. Surtout, comprenons les leçons de cette crise et surveillons, en amont, la dynamique du crédit, car l'inflation de prix et de crédit peut devenir son symétrique, la déflation. C'est ainsi que se crée ce qui doit être le plus stable dans ce monde où tout bouge : l'évolution anticipée des prix.

77 – Monnaie et prix : Kindleberger et les bulles

Nous venons de vivre une bulle sur les actions avec les titres Internet, puis sur l'immobilier. Pourquoi ? Une rechute peut-elle se produire ?

Charles P. Kindleberger (1910-2003) est surtout connu pour son *Manias, Panics and Crashes : a History of Financial Crises* (1978), où il étudie les bulles financières. Sa thèse est qu'un choc (technologique, financier…) change les règles du jeu et les anticipations de profit. Des projets plus importants se lancent alors, financés sans problème par les banques et les marchés. Ils conduisent à une montée des prix d'actifs, autoentretenue et excessive. C'est le temps de la *mania*. Mais vient toujours un temps où les *panics* montent : pourra-t-on vendre demain, plus cher encore, ce que l'on

vient d'acheter si cher, et à crédit ? C'est alors la crise boursière ou immobilière, spéculative en tout cas, avec son cortège de *crashes* d'entreprises et de banques, et ses effets sur la croissance et l'emploi.

Cette thèse sur l'instabilité récurrente du capitalisme, avec ses anticipations excessives, va à l'encontre de celle de la rationalité des agents. Selon John Muth en 1960 et Robert Lucas en 1972, la prévision des agents serait parfaite. Cela ne veut pas dire qu'elle est exacte, mais qu'elle est fondée sur des lois de probabilité suivies par les phénomènes observés. Une erreur peut naître, mais elle n'est pas systématique. L'agent économique rationnel s'en rend compte et révise ses calculs.

Mais là n'est pas le problème, car on peut toujours admettre que chaque agent économique est rationnel. Le vrai problème vient des rapports entre agents, de leur jeu concurrentiel et de leur impossible coordination. Des « bulles irrationnelles » sont toujours possibles. Certains agents extrapolent les tendances, miment les données. Ils donnent naissance à des bruits qui faussent les informations *(noise trading)*. Surtout, des bulles peuvent naître de comportements rationnels ! Elles sont « rationnelles » au sens où les marchés ne donnent jamais de prix unique pour un actif, qui change en fonction des diverses anticipations de profit ou des temps de revente. Par exemple, certains achètent plus cher, pensant revendre plus tôt, jusqu'à ce que se forme un mouvement autoréalisateur. Il fait monter les prix… jusqu'à leur chute.

La bulle boursière de la « nouvelle économie » (1998-2000) a montré comment un tel processus pouvait naître, nous ramenant aux bulbes de tulipes de Hollande entre 1634 et 1637, ou aux actions de la Compagnie des Indes de 1720. L'information n'est jamais parfaite, même si des efforts croissants sont faits, du côté de la comptabilité, de la transparence des entreprises et de la surveillance des marchés, pour l'améliorer. Le risque de bulle est toujours là. Ce qui s'est passé avec la nouvelle économie ou avec des produits financiers liés à l'immobilier *(subprime)* le confirme. La folie sur les prix (qui montent) fait oublier les risques, jusqu'au moment où ils se rappellent à notre souvenir. Il faut donc mieux prévenir (surveiller le crédit et monter les taux d'intérêt) que guérir (laisser croître les déficits et baisser les taux d'intérêt), quand la bulle a éclaté.

78 – Équilibre social et régulations : Malthus et le nombre d’hommes

Comment va évoluer le nombre d’humains ? Serons-nous toujours plus nombreux « au grand banquet de la nature », au risque de la famine ? Faut-il nous réguler ? Et comment ?

On connaît les prévisions de Thomas Robert Malthus (1766-1834), l’auteur de l’*Essai sur le principe de population* (1798), sur les progressions comparées des hommes et des productions agricoles. « Lorsque la population n’est arrêtée par aucun obstacle, elle double tous les vingt-cinq ans et croît, de période en période, selon une proportion géométrique. Les moyens de subsistance augmentent seulement selon une progression arithmétique. » L’équilibre se rétablit surtout, selon lui, par les vertus morales (la continence) et le mariage tardif.

Les analyses de Malthus ont été largement critiquées, parce qu’elles partent d’un moment où la croissance démographique avait été particulièrement rapide, et surtout parce qu’elles sous-estiment les progrès techniques dans l’agriculture et l’industrie. Ils permettent de nourrir une population plus nombreuse, pour autant que l’on prenne les mesures (techniques, sociales…) pour nourrir les hommes à naître. Ces travaux ont attiré l’attention sur la nécessité de suivre les évolutions démographiques, en liaison avec l’évolution économique, notamment dans les pays les moins développés (planning familial) sachant surtout qu’à partir d’un certain niveau de développement, les peuples abordent une « transition démographique » où leur croissance diminue.

79 – Équilibre social et régulations : Sauvy, des juniors aux seniors

Comment allons-nous vieillir ? Faut-il mettre l'accent sur la taille de la famille et souhaiter plus d'enfants ? Faut-il parler des seniors ? Et comment ?

Alfred Sauvy (1898-1990) a souligné les risques d'une population vieillissante, notamment dans les pays les plus avancés. Alors, « les corps administratifs, industriels, etc., sont eux-mêmes frappés de sénescence ; l'avancement y devient de plus en plus difficile, et l'on se préoccupe assez vite de la retraite » (*La Tragédie du pouvoir*, 1978). Alfred Sauvy propose de soutenir la démographie pour permettre la croissance, donc de développer une politique familiale. Il s'agit d'aider les parents, ce qui veut dire avoir une fiscalité qui favorise la famille, offrir des services publics adaptés (crèches et écoles avec des horaires aménagés, par exemple) et de plus en plus à domicile (formation, aide ménagère…). Une société mûrissante doit avoir plus d'enfants et, plus encore, les accepter.

Il ne faut cependant pas tomber dans l'excès inverse d'un « place aux jeunes » absolu. En effet, dans la période historique de fort allongement de la durée de vie que nous vivons, les trajectoires de travail se prolongent, permettant précisément le financement de la croissance et des retraites. Cela implique des formations tout au long de la vie, des tutorats des anciens aux plus jeunes, des emplois adaptés pour les seniors, notamment pour les tâches pénibles et partout de la formation. Cela veut dire aussi des formes de salaire, où l'indexation à l'ancienneté serait graduellement réduite. Nos économies doivent avoir des politiques familiales et des actions en faveur des seniors, sans démagogie, avec l'idée de renforcer et de soutenir la croissance.

80 – Équilibre social et régulations : Keynes et l'euthanasie du rentier

Comment vivre en paix dans un monde de fortes inégalités ?

John Maynard Keynes (1883-1946) se pose la question du devenir de nos sociétés capitalistes. On connaît son choix politique : libéral. Il s'inquiète

cependant devant la montée du chômage des années 1930, qui pourrait affaiblir le système économique de Manchester (libéral) auquel il tient, tandis que le système socialiste (communiste) pouvait, alors, se présenter sous de meilleurs jours. Il craint, en même temps, la montée des inégalités. Elles croissent (ou peuvent croître) dans le système libéral, alors que le système socialiste promet une société plus harmonieuse et égalitaire. Keynes préfère certes les ajustements que propose l'économie de marché, mais il voit des cas où ils ne fonctionnent pas. C'est surtout la « trappe à liquidité », qui empêche tout effet d'une nouvelle baisse des taux d'intérêt pour faire repartir la machine économique, et donc l'emploi. Il faut alors que l'État dépense lui-même, à condition que ces interventions soient désintéressées et intelligentes.

Ainsi, pour soutenir un temps l'activité, Keynes est-il prêt à faire baisser les taux d'intérêt et de change du pays affecté par la difficulté conjoncturelle (aux autres de s'ajuster !). Plus profondément, il ne comprend pas le niveau élevé du taux de l'intérêt qui ne rémunère « aucun sacrifice véritable ». C'est alors qu'il propose l'« euthanasie du rentier et du capitaliste oisif », une euthanasie qui affecterait surtout les rentiers à revenus fixes. Les hausses des taux d'inflation venues des déficits budgétaires et/ou des dévaluations accroissent en effet les taux de rendement nominaux des nouvelles obligations. Un capital de 100, placé en rente perpétuelle à 4 %, rapporte 4. Mais si, du fait de l'inflation, le taux des nouveaux placements passe à 5 %, il suffit de 80 pour obtenir un revenu de 4 (80 × 5 %). Le capital initial a perdu 20 % de sa valeur : l'euthanasie a commencé. On comprend qu'elle soit combattue, non pas par les seuls rentiers, mais par tous ceux qui placent à long terme pour obtenir un supplément de retraite. Beaucoup de monde, d'autant plus que les marchés sont ouverts et que les taux longs sont très sensibles à toute hausse des prix. Les rendements montent aussitôt, et la bourse baisse. Le rentier anglais était isolé, pas les marchés.

81 – Équilibre social et régulations : Mauss et le don

Notre monde est-il seulement celui de l'échange marchand ? Comment comprendre les téléthons, les associations caritatives, tous ces jeunes qui veulent aider, tous ces seniors qui veulent participer à des activités sociales ?

Marcel Mauss (1872-1950) propose une théorie, où le don est le lien social fondamental, au-delà de l'échange. « Il y a une vertu qui force les dons à circuler, à être donnés, à être rendus » (*Essai sur le don, forme originelle de l'échange*, 1925). Claude Lévi-Strauss le critique en notant que ce don est « la forme consciente sous laquelle des hommes… ont appréhendé une nécessité inconsciente » (*Sociologie et anthropologie*, 1950). De fait, comme le dit Mauss, « pour commencer, il fallut d'abord savoir poser les lances ». Tous ces cadeaux, ces dons, ces fêtes, ces politesses, dont le marché n'est qu'un aspect, sont la base d'« un contrat plus général et beaucoup plus permanent », celui de la nécessaire paix sociale.

Le système économique marchand doit se développer dans et avec des relations plus complètes, où le don crée un réseau de réciprocités, marchandes et non marchandes – « des systèmes sociaux entiers », pour reprendre les mots de Mauss. C'est cette logique que l'on retrouve avec les fondations des entreprises, les travaux gratuits qui se développent, pas seulement chez les jeunes ou dans les ong (Organisations non gouvernementales). Il ne s'agit pas là d'une approche commerciale qui ne dirait pas son nom, mais bien d'un souci plus profond de vie en société (traçabilité des produits, croissance durable, entreprise citoyenne, § 94) et entre sociétés (commerce équitable, socialement responsable). On voit qu'il se renforce à la suite des chocs que nous venons de subir.

82 – Environnement : Stuart Mill et la croissance durable

Sommes-nous condamnés à la croissance et à la concurrence ?

« J'avoue que je ne suis pas enchanté de l'idéal de vie que nous présentent ceux qui croient que l'état normal de l'homme est de lutter sans fin pour se

tirer d'affaire » (*Principes d'économie politique,* 1848), nous dit John Stuart Mill (1806-1873). On retrouve, avec notre dernier grand classique, cet état stationnaire que prévoient ses prédécesseurs, mais sans « cette aversion sincère qui se manifeste dans les écrits des économistes de la vieille école ».

Pour lui, l'état stationnaire est agréable et désirable. Et l'on trouvera, bien après lui, des travaux annonçant la fin de la croissance (Club de Rome en 1973, après le premier choc pétrolier) et, de plus en plus, ceux prenant en compte ses conditions écologiques et soc de points secondaires.

La théorie de la complexité fait ainsi son entrée dans les analyses économiques. Nous sommes suffisamment habitués à celles qui offrent « leur » essentiel, avec leurs limites : rendements décroissants de Ricardo, exploitation de Marx, trappe à liquidité de Keynes… pour aller au-delà, avec des théories à causalités multiples, interdépendantes et changeantes. C'est-à-dire complexes. Ce sont elles qui nous aident à prendre les décisions qui font intervenir plusieurs agents, plusieurs pays, plusieurs horizons temporels…, c'est-à-dire toutes les décisions ! Mais il faut faire l'effort de comprendre, d'expliquer et d'agir patiemment et résolument.

84 – Complexité et stabilisation : Nash, V. Smith et la gestion de la complexité

Comment vivre paisiblement ensemble ? Cette question est celle que les économistes se posent depuis toujours.

Les classiques la résolvaient par le rôle pionnier des entrepreneurs, avec les lois de la concurrence qui les régulaient à long terme. Les keynésiens la résolvent… en indiquant que le seul marché ne peut la résoudre, d'où l'importance de l'État. Les libéraux répondent par les effets pervers des actions publiques et sur l'importance des choix individuels. D'où l'univers mixte qui est le nôtre, avec des forces de marché contrôlées par des lois et des règles et aussi des forces politiques limitées par des agences et des

règles. Plus un seul acteur n'a, ni n'aura, tout le pouvoir. Les hiérarchies simples ont disparu.

Comment se gère ce jeu qui ne cesse de se complexifier, sachant que tous les acteurs ne sont pas également informés, mais qu'ils savent tous ce qu'est l'asymétrie d'information ? Autrement dit, ils essaient de savoir ce qu'ils doivent dire en fonction de leurs objectifs, et ce que l'autre veut dire, en disant ce qu'il dit ! Nous voilà en situation de jeu. Souvent, il est non coopératif, par manque d'information parfois, par oppositions d'intérêts le plus souvent. Réduire les tensions, donner un rôle croissant aux logiques arbitrales, mettre au-dessus des finalités supérieures, comme la croissance durable, permet de faire avancer notre monde. C'est un monde à plusieurs joueurs qui jouent dans plusieurs jeux, parfois dans diverses équipes !

John Nash [1] avait travaillé sur le dilemme du prisonnier, où le choix de « confiance » entre les deux détenus était de ne pas avouer, mais où celui de défiance était d'avouer, c'est-à-dire de trahir l'autre et de passer plus de temps en prison ! Les équilibres de Nash sont stables et sous-optimaux. La main invisible des marchés d'Adam Smith doit donc être guidée !

D'où l'intérêt de modifier les règles et de montrer l'intérêt de logiques coopératives. D'où la rencontre, même si elle est peu présentée, avec les travaux de l'économie expérimentale [2]. Des êtres humains y interviennent, avec leurs choix et leurs appréciations du risque. Dans un système à règles claires, le processus conduit à une réelle efficacité des marchés et à de vrais comportements coopératifs. Dans un jeu à plusieurs, comme celui de l'économie, les oppositions d'intérêt ne sont jamais totales : il y a toujours place pour de la coopération, c'est-à-dire pour de l'amélioration. Vernon Smith note qu'il retrouve Adam … Smith à propos d'« un penchant naturel à tous les hommes (…) à faire des trocs et des échanges d'une chose pour une autre » et Mises, pour qui « tout le monde agit dans son propre intérêt, mais les actions de chacun visent à satisfaire les besoins d'autrui autant que les siennes. En agissant, chacun sert ses concitoyens » [3]. Chacun continue donc à s'aimer soi-même (→ 2), mais pas seulement. Il y a donc plus d'espoir de coopération et de progrès, de progrès par la coopération. C'est un bon message, par ces temps de recherche d'une « sortie de crise ».

85 – Complexité et stabilisation : Sen et la confiance

Il ne peut y avoir croissance économique sans responsabilité de chacun, et pas de responsabilité de chacun sans liberté de tous

Nul mieux qu'Amartya Sen ne pose ces questions. « Un partage des responsabilités qui aboutirait à confier à une personne les intérêts d'une autre retirerait à cette dernière une dimension irremplaçable de son être sous forme de motivation, d'implication et de connaissance de soi. Il n'existe pas de substitut à la responsabilité individuelle… Sa primauté étant admise, la portée de la responsabilité individuelle reste toutefois sujette à caution… La responsabilité exige la liberté. » [4]

Cette liberté n'est pas seulement la liberté « positive » qui permet à toute personne de faire. Car « une telle définition ne prête aucune attention particulière aux facteurs qui expliquent la situation en question… Pour donner un exemple, si je ne peux me promener librement dans ce parc, parce que je suis handicapé, ma liberté positive de me promener est en défaut… En revanche, si je suis incapable de m'[y] promener… parce que des voyous me battraient si je m'y aventurais, alors, c'est là une violation de ma liberté négative ». Cette approche met en avant le triple fondement des réformes : la liberté (la capacité de créer, dans un espace sûr), la responsabilité (le suivi des règles de *gouvernance*) et la confiance. C'est ainsi que nous traverserons le parc de la croissance et de l'emploi. Inutile de signaler l'importance de ces thèses.

Notes

[1] John Nash, (prix Nobel, 1994), « Two Persons Cooperative Games », *Econometrica*, juin 1953.
[2] Daniel Kahneman et Vernon L. Smith, (prix Nobel, 2002) ; voir Vernon L. Smith, *Papers in Experimental Economics*, New York, Cambridge

University Press, 1991.
[3] Ludwig von Mises, (1949), *Human Action: a Treatise on Economics*, Irvington-on-Hudson, Foundation for Economic Evaluation, 4e éd., 1996.
[4] Amartya Sen, *Un nouveau modèle économique. Développement, justice, liberté*, Paris, Odile Jacob, 2003, 371 p.

Chapitre VI

Quand viennent nos nouveaux mots

À situations nouvelles, mots nouveaux. Ils en sont les signes, les explications, les défenses, les projets.

86 – Globalisation

La globalisation décrit l'évolution de l'économie mondiale sous le triple effet de la technique, de la finance et de l'information.

La technique, par la baisse des coûts de transaction, permet des échanges internationaux sur une plus vaste échelle. Il s'agit non seulement des biens mais, de plus en plus, des services. La finance, qui pousse à chercher plus de rentabilité, fait explorer de nouveaux territoires et les relie en temps réel. L'information et la communication font que les situations de croissance et de richesse de chacun sont de mieux en mieux connues de tous les autres.

Il s'ensuit que les structures de production ne cessent d'accroître leur taille (économies d'échelle) sous la pression de plus en plus forte des réseaux de vente (économies de gamme). Il s'ensuit aussi que les processus de délocalisation (d'industries et de services) s'accélèrent et se combinent avec des relocalisations en fonction des marchés (Chine notamment). Les révolutions technologiques changent très rapidement les situations. Elles accentuent les contrastes et augmentent les précarisations.

En même temps, la globalisation montre bien que notre monde bouge. La Chine qui nous inquiète parce qu'elle nous rattrape est aussi celle qui sort d'une pauvreté de masse, comme l'Inde ou le Bangladesh. C'est elle qui anime la sortie de crise en soutenant sa propre demande interne. La

globalisation est donc aussi la capacité d'un plus grand nombre d'êtres humains à progresser. Elle suppose que ceux qui sont les plus développés continuent à changer pour garder leur avance et surtout qu'ils comprennent l'intérêt des marchés qui s'ouvrent à eux, précisément pour maintenir leur avance. À terme, le protectionnisme affaiblit toujours ceux qu'il enferme (→ 66).

87 – Altermondialisme

Ce mot récent, qui entoure la date de la chute du mur de Berlin, reflète à la fois la globalisation de notre économie et une réaction par rapport à cette évolution, jugée néolibérale.

À partir de réactions locales, et selon des philosophies variées, un mouvement altermondialiste se dessine. L'économie doit, au moins, le comprendre. Ses composantes sont multiples, d'une (énième) relecture de Marx après la chute du communisme à l'est, à la prise en compte de la sauvegarde de l'environnement, avec la guérilla du Chiapas en 1994. En termes politiques, la réunion de Porto Alegre marque un tournant, avec le passage de l'antimondialisation à l'altermondialisation, puisqu'il s'agit de faire des propositions. Depuis, Davos (réunion des « riches ») et Porto Alegre ont commencé à dialoguer.

L'altermondialisme devient un regroupement d'aspirations très diverses, politiques, sociales, religieuses. En ce sens, il est pour certains « le » mouvement d'émancipation du siècle, la préfiguration des nouveaux réseaux de notre société. Il est, en même temps, plus un mouvement d'influences que de prise du pouvoir. Il présente ainsi un ensemble d'interrogations et de demandes auxquelles il faut répondre. Au-delà de groupes politiques radicaux, le mouvement formule en effet des questions sur la paix dans le monde, les conditions de travail (travail des enfants, formation des salariés dans les pays les moins avancés…), d'échange (commerce équitable), de développement (investissement socialement responsable) et sur l'exploitation de la nature (développement durable).

Il appelle à des engagements internationaux sur l'échange (accès aux marchés des pays développés, accès à certains médicaments génériques, formation, partenariats…). C'est ici que l'on trouve des idées pour, d'un côté, réduire les dérèglements et les risques (la taxe Tobin entend prélever des ressources sur les mouvements spéculatifs eux-mêmes pour les freiner) et, d'un autre, moraliser les rapports mondiaux (taxe sur les armes, pressions sur les pays « opaques » ou les « paradis fiscaux »). Bien sûr, tout cela est divers et complexe. Mais il en va de notre développement pacifique de l'intégrer, non pas de le diaboliser, de le caricaturer, ou encore de le magnifier pour ouvrir des pistes à une croissance économique plus stable, car mieux répartie.

88 – Zones monétaires, euro, dollar et *peg* du yuan

L'économie mondiale connaît deux zones monétaires de fait, l'euro et le dollar, depuis la naissance de l'euro.

On doit à Robert Mundell la théorie des zones monétaires optimales, selon l'idée que les économies qui échangent beaucoup entre elles ont intérêt à fonctionner avec une monnaie commune, pour réduire leurs coûts internes de transaction. Mais cela suppose que les facteurs de production au sein de cette nouvelle entité, capital et travail, peuvent bouger. Pas de monnaie unique sans marché unique, sauf à prendre le risque du chômage, étant entendu que l'Europe est en libre circulation des capitaux et qu'elle s'est donné un objectif interne de prix. Elle ne peut donc avoir d'objectif de change (c'est le « triangle d'incompatibilité de Mundell »).

Fort bien, mais cela ne vaut que si les autres zones monétaires n'ont pas la possibilité d'agir sur leur change. Ce qui n'était pas le cas des États-Unis, du fait de leur alliance de fait avec la Chine. La monnaie chinoise était en effet liée au dollar par un *peg* (lien fixe) de 1994 à mi-2005, puis de mi-2008 à mi-2010, avec une légère appréciation du yuan depuis : les excédents de la « balance de base » (balance courante + balance des capitaux longs) chinoise conduisent ainsi à des achats de titres de la dette

américaine. Ils font glisser en tendance le dollar par rapport au seul euro, tandis que les autorités chinoises se mettent à répartir graduellement leurs devises… en achetant de l'euro.

Le monde économique dans lequel nous vivons, formé de trois zones caractérisées par trois croissances potentielles de moyenne période (Europe à 1,5 %, États-Unis à 3 % et Asie à 8 %), se trouve face à un monde monétaire à deux zones… et demie, où l'euro reste l'ajustement de fait du dollar. Pour en sortir, il faudra que le yuan poursuive non seulement sa politique d'appréciation graduelle mais plus encore s'internationalise, et qu'on aille ainsi vers trois zones et trois monnaies. Mais ce yuan plus cher donnera aussi plus de pouvoir d'achat à la Chine non seulement en termes de biens, mais aussi d'achats d'entreprises : c'est la question des fonds souverains (→ 97). Souhaitons donc, en même temps, que se développent des soutiens à la demande interne en Chine et chez les grands émergents. Trois zones, trois stratégies de croissance coopératives et durables.

89 – Les G : G5, G7, G8, G20

Preuve de la complexité du monde, les réunions internationales sont de plus en plus fréquentes et importantes.

En 1985 naissent le G5 (Allemagne, États-Unis, France, Japon et Royaume-Uni) pour coordonner les politiques économiques et le G7 avec le Canada et l'Italie. Le G7 parle de croissance, d'inflation, de taux d'intérêt et de change et demande à chacun de faire des efforts. C'est aux Japonais et aux Chinois de faire remonter leurs monnaies (février 2007), à tous d'assouplir et de moderniser leurs marchés. Le G8 ajoute la Russie pour parler surtout politique. Le G11 réunit les pays d'Amérique latine (groupe de Carthagène). Le G20 promeut la stabilité financière. Le G23 réunit les pays du Sud pour défendre leurs intérêts agricoles. Le G24 réunit les pays en développement et le G77 organise leur coopération (ils sont 134 actuellement).

Derrière ces grandes réunions avancent de grades idées : croissance avant-hier, croissance et stabilité aujourd'hui, croissance durable et répartie

demain, croissance et réchauffement climatique après-demain, croissance et biodiversité après-après-demain. Il faut accepter le temps nécessaire à ces maturations, avec le développement des outils et des structures qui permettront de les maîtriser. Avec la crise, le G20 a émergé comme l'instance décisive, en lieu et place du G8. Les problèmes sont mondiaux, il faut donc réduire les grands déséquilibres, renforcer la surveillance mutuelle, notamment par des indicateurs communs (proposition des G20 de 2011), et s'assurer que les règles sont partout appliquées, de manière transparente et cohérente.

90 – omc

L'Organisation mondiale du commerce (omc) s'occupe des règles régissant le commerce entre pays.

En son cœur se trouvent les Accords de l'omc. Ils sont négociés et signés par l'immense majorité des puissances commerciales du monde (148 pays) et ratifiés par leurs parlements. Le but est d'aider les producteurs de marchandises et de services, les exportateurs et les importateurs à mener leurs activités dans un contexte plus favorable aux consommateurs, à l'emploi et à une croissance durable, du fait de la réduction graduelle des diverses barrières douanières.

L'omc est complexe et lente, mais elle juge. Ce point, essentiel, est souvent oublié (sauf par les États-Unis). Or, il permet de traiter les différends par voie de consultation, parce que le recours au jugement est possible. La crédibilité de l'organisation en vient, donc son efficacité. Nul ne doit l'oublier, ni le sous-estimer, même si tout ceci est long et compliqué.

91 – Europe

L'Europe est la deuxième puissance du monde, une puissance en construction. C'est la première fois qu'une économie se crée ainsi dans la paix, par rapprochement entre économies nationales. Cela suppose des

objectifs communs (une croissance forte dans un pacte social clair), une stratégie d'ensemble, des règles et des procédures partagées. Mais tout cela ne va pas sans difficultés, ni sans effets pervers.

La construction européenne mobilise des mots nouveaux (→ pression des pairs)(→ 57) ou renouvelés (→ subsidiarité)(→ 47). Surtout, elle donne une importance nouvelle aux termes qui concernent l'organisation des marchés (→ concurrence)(→ 52) et les politiques économiques (→ monnaie, 55, budget, 56) dans des configurations de plus en plus complexes. Le prix à payer est peut-être une moindre croissance, effet d'une courbe en J particulièrement longue dans sa phase initiale (→ 97). En même temps, l'Europe accroît la résistance de l'économie aux chocs, ce que l'on nomme sa résilience, et qui lui permet de mener ses réformes. Mais il s'agit là d'un lent travail, difficile à « vendre » à des populations plus inquiètes qu'impatientes et tout autant aux marchés. Il s'agit pour chaque Européen de s'adapter à un monde nouveau, dans un nouveau contexte. C'est pourquoi le Marché unique est la base économique de l'Europe, avec les économies d'échelle (→ 18) qu'il permet, donc les ajustements, voire les flexibilités qu'il requiert. Une « économie sociale de marché » doit être « hautement compétitive ». Mais les Français ne sont pas très convaincus que cela soit possible, donc que le jeu des nécessaires réformes en vaille la chandelle. Pourtant, face à la mondialisation, on n'imagine pas d'autre réponse stratégique, et ce qui s'est passé ces derniers mois l'a prouvé. C'est quand même l'Europe qui a résisté à la crise, c'est sa monnaie qui a tenu, c'est elle qui a créé et accru des soutiens en son sein et qui a pesé au G20. Mais elle est affaiblie et en proie au doute : elle ne mesure pas ses efforts, ses succès, ses potentialités.

92 – Pauvreté et objectifs du millénaire

D'ici à 2015, les 191 États membres de l'onu se sont engagés à réaliser huit objectifs. Il s'agit de réduire l'extrême pauvreté et la faim, d'assurer l'éducation primaire de tous, de promouvoir l'égalité des sexes, de réduire la mortalité infantile, d'améliorer la santé maternelle, de combattre les

épidémies (Sida, paludisme…), d'intégrer les principes du développement durable dans les politiques nationales et de mettre en place un système commercial et financier ouvert, fondé sur des règles, et non discriminatoire.

Encore une fois, il faut aller au-delà de ces objectifs, qui emportent l'adhésion, pour examiner comment ils sont construits. On retrouve des éléments chiffrés, avec des dates souhaitables ou « au plus tard ». On note également l'importance des nouvelles coopérations entre le public et le privé, par exemple en matière de médicaments ou d'accès aux technologies.

Comme ce sont les États qui signent, ils doivent convaincre les entreprises et les populations de la nécessaire mise en œuvre des décisions. Il leur revient d'informer les diverses parties prenantes (actionnaires, salariés, syndicats…) pour expliquer ce que globalisation et responsabilité sociale dans la durée veulent dire. Mais la crise est passée par là.

93 – Effet de serre et protocole de Kyoto

Sans action aujourd'hui, la température de la planète aura augmenté de 3 à 6 °C dans un siècle, le niveau de la mer aura monté, des terres seront devenues désertes et le climat sera devenu plus instable. Faut-il agir ? Comment ?

En 1992, au sommet de la Terre à Rio, les décideurs politiques prennent conscience du risque de changement climatique. Cinq ans plus tard, à Kyoto, ils signent un protocole, qui les engage, pour réduire les émissions de gaz à effet de serre, responsables du réchauffement. Quatre-vingt-dix jours après la ratification de la Russie (responsable à elle seule de 17 % des émissions mondiales), le protocole a pu entrer en vigueur le 17 février 2005. Il devait en effet concerner au moins 55 pays, responsables d'au moins 55 % des émissions de ces gaz, sachant que les États-Unis (36 % des émissions) ont refusé de signer.

En théorie, on peut s'interroger sur l'intérêt de ces actions. Pour certains, le mieux serait d'attendre d'être plus riches pour que l'effort soit relativement moins coûteux ou d'être plus et mieux informés. Mais l'action aujourd'hui permet de ralentir l'accumulation des gaz. Elle laisse donc plus de temps pour trouver d'autres solutions. Parallèlement, un effort politique précoce et massif crédibilise les programmes de recherche. Il aide à trouver plus tôt des solutions.

Le contenu du protocole montre la logique en œuvre qui combine règles et ajustements, incitations et sanctions. Des quantités d'émissions sont fixées : lisibilité et transparence ; des quotas nationaux permettent de s'adapter aux situations : flexibilité ; des transactions sur les droits d'émission permettent de les effectuer là où elles sont les moins coûteuses : efficacité et naissance d'un prix international du carbone atmosphérique. Nous verrons comment le processus évolue, comment les émergents l'acceptent. Mais on ne peut méconnaître l'importance de sa logique et de sa force contraignante, même s'il faut en admettre la complexité, s'armer de patience et saluer le combat d'Al Gore, prix Nobel de la paix, 2007. À toute chose malheur étant bon, la dynamique écologique peut faire repartir les économies et/mais il s'agit aussi de gérer les suites du drame de Fukushima.

94 – Entreprise transparente, citoyenne, responsable

Le monde actuel est celui où l'entreprise n'est pas seulement possédée par des actionnaires individuels, mais de plus en plus par des actionnaires institutionnels. Ils prennent en considération le long terme et s'ouvrent à des objectifs plus généraux.

L'entreprise actuelle est plus soucieuse de transparence par rapport à ses actionnaires *(shareholders)*, mais aussi ses diverses parties prenantes *(stakeholders)*. Ce sont les clients, les salariés, les représentants de la société civile, nationale et internationale. L'entreprise prend plus d'engagements de fonctionnement (respect des actionnaires, rôle du conseil d'administration, protocoles d'information divers) selon des valeurs

sociétales et de longue durée. La gouvernance d'entreprise, qui se retrouve avec la gouvernance mondiale (→ 87), marque le réseau d'engagements et de règles (chartes) dans lesquelles entrent les firmes. L'entreprise s'engage par rapport à ses divers partenaires et en fonction de valeurs de plus en plus épousées par la société (commerce équitable, fondations, respect de l'environnement). Elle tente de mettre en relation ses valeurs et son système interne de promotions et de rémunérations.

95 – Stratégie

Pour avancer dans ce monde de plus en plus complexe, il faut le comprendre, l'expliquer, puis choisir et convaincre. La gouvernance viendra après que l'on aura défini une stratégie. De quoi s'agit-il ? De retenir un ensemble de voies et moyens pour accroître la croissance et l'emploi dans un pays ou une région.

Cela implique des politiques de soutien à la recher-che, à la formation, à la famille, aux territoires… qui s'inscrivent dans celles déterminées par ailleurs (par exemple les politiques monétaire et budgétaire) et dans des logiques plus complètes (politiques ou stratégies industrielles). Cela fait chercher des assouplissements dans l'interprétation de certaines règles, à tout le moins de faire jouer le seul degré de liberté qui reste à l'Europe : son change.

Mais on ne pourra éviter le travail interne de réformes : démontrer l'impossibilité du *statu quo*, dire les efforts à faire et les rentes à réduire, et montrer les avantages à moyen terme. Pour cela, il faut un programme, mais surtout que ceux qui ont intérêt aux réformes soient bien identifiés, les jeunes notamment, qu'on leur parle, et qu'ils n'hésitent pas à s'engager dans leur soutien. La gouvernance décrira alors l'art de gouverner et de mener une stratégie, dans la clarté des explications et la maîtrise des mises en œuvre, publiques et privées.

96 – Courbe en J

Si le changement est jugé nécessaire sur un marché, il ne donne pas tout de suite son plein résultat. Jamais même. Il faut attendre plusieurs années pour qu'une flexibilisation fasse sentir ses effets positifs. Mais les effets négatifs sont perceptibles d'abord, d'où le mot de « courbe en J ».

Ainsi, la libéralisation sur le marché des biens (par exemple, la possibilité de s'installer ou de s'étendre accordée à de grandes surfaces) réduit d'abord l'emploi dans le petit commerce et dans certaines entreprises liées aux commerces de proximité. Ce n'est qu'ensuite, quand de plus grandes entreprises offrent leurs produits à plus bas prix à des distributeurs moins chers, que le pouvoir d'achat des consommateurs augmente, donc que remontent l'activité et l'emploi. On mesure la difficulté de l'opération. La même logique se retrouve pour le contrat de travail. S'il est flexibilisé, les entreprises qui opéraient une rétention de certains de leurs salariés pour des raisons légales les font partir. Cela fait monter le taux de chômage, mais accroît aussi les ressources des entreprises, pour embaucher ensuite des salariés plus adaptés. Inutile de nier le fait. En sens inverse, et surtout le fait que les entreprises savent qu'elles peuvent plus aisément ajuster leurs effectifs face à des aléas, les rend plus ouvertes à l'embauche, notamment les très petites. En même temps, ces embauches leur permettent de satisfaire plus de clients, donc de croître et de consolider l'embauche qu'elles viennent de faire. Ajoutons que ces derniers, et de manière générale tous les salariés, ayant compris que les règles ont changé, vont vraisemblablement se montrer plus productifs.

La leçon de la courbe en J est claire : les réformes nécessaires « paient » en termes de croissance et d'emploi, si et seulement si on les explique et les mène de manière convaincue. Mais il faut toujours « accepter » la première partie, déclinante, du J, ce qui est toujours socialement et politiquement périlleux. Le début de la courbe en J est peut-être une « rupture » par rapport au *statu quo* ou à l'idée qu'on a tout essayé… et la suite est toujours positive, pour autant qu'on a bien choisi bien sûr. Il s'agit donc de commencer. En France, la politique de réformes ouvre de nombreux chantiers : université, contrat de travail, retraites, ouverture des magasins le dimanche… Chaque fois, on mesure les résistances, qui ne peuvent être vaincues que si la majorité des Français estime le jeu positif à terme. D'où

la bataille des explications et des enjeux, bien plus difficile en temps de récession puis de reprise lente, plus nécessaire aussi.

97 – Fonds souverains

Ce sont des fonds gérés par des États pour répondre à des objectifs stratégiques de long terme.

Les pays pétroliers mettent ainsi en réserve, pour les générations futures dit-on, une part de leurs excédents actuels. La Chine met en réserve des excédents commerciaux pour éviter une crise de change et se protéger des chocs externes. Ces fonds sont utilisés. Ils financent les déficits des pays riches, mais jusqu'à quand ? Ils se placent en partie en actions des plus grandes valeurs résiduelles et financières, mais jusqu'où ? Le pouvoir financier mondial est peut-être en train de changer de mains. Raison de plus pour tenter de peser en France. C'est l'idée du fsi (Fonds stratégique d'investissement) créé sous la houlette de la Caisse des dépôts et consignations pour prendre des participations significatives dans des secteurs ou des entreprises d'avenir.

Conclusion

S’il n’y en avait que trois

98 – Économie

L’économie, c’est la façon de faire au mieux avec ce dont on dispose.

Mais est-ce « faire au mieux » pour soi, les autres, soi *et* les autres ? Pour aujourd’hui, demain, aujourd’hui *et* demain ? Et de quoi est-ce que je dispose : de notoriété, de revenus, de crédits, de savoirs, de confiance en moi, de celle des autres ? Comment les « autorités » vivent-elles cette situation ? Et nous ? Notre économie devient très développée et très complexe. Elle se pose les mêmes questions que du temps des pères fondateurs, mais avec plus d’outils, après avoir vécu plus d’expériences et surtout des crises sinon plus graves, du moins plus complexes. Elle a compris qu’il n’y a pas de solution simple, puisqu’il faut faire avancer ensemble coopération avec les autres et amour de soi. Il faut aussi toujours plus de participants à l’échange et au progrès, avec davantage d’objectifs, à côté du profit. L’économie, aujourd’hui, est une science du complexe dans l’analyse, de la pédagogie dans l’explication, et du courage dans l’action. Ceci n’empêche pas les excès et les erreurs, faisons en sorte de les voir plus vite, en en étant plus coresponsables !

99 – Effet pervers

L’effet pervers, c’est le malin génie de l’économie.

Au pire, il produit l'opposé de ce qu'on souhaite. Le plus souvent, il crée des tracas, car on ne peut penser à tout quand on mène une stratégie, ni surtout tout empêcher. On ne peut donc éviter l'effet pervers, sauf à ne rien faire. Aider le chômeur peut l'encourager… à le rester, aider l'entreprise à croître peut l'inciter… à moins faire d'efforts, endetter peut conduire à… surendetter. Il reste donc à corriger au plus tôt, ce qui suppose la transparence – pour bien savoir ce qui se passe, la résilience de l'économie pour avoir le temps d'agir sans crise, la flexibilité – pour pouvoir le faire. Sans oublier jamais le courage.

100 – Éthique

L'éthique, c'est le point de départ de l'économie et sa raison d'être.

L'économie veut une croissance forte, durable, équitable, en fonction de choix qui ne peuvent qu'être ceux de tous. Elle ne peut avancer par la raison d'État, en voulant faire le bonheur des autres en leur nom. Elle doit dire ce qu'elle veut et ce qu'elle fait, pourquoi et comment, avec ses mots. La crise que nous vivons est là pour nous dire qu'on ne peut laisser tout faire, qu'il faut surveiller plus, et plus encore que nous devons chacun prendre plus de responsabilités, aux yeux de tous.

This file was downloaded from Z-Library project

Your gateway to knowledge and culture. Accessible for everyone.

z-library.sk z-lib.gs z-lib.fm go-to-library.sk

Official Telegram channel

Z-Access

https://wikipedia.org/wiki/Z-Library