



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PREMIER MINISTRE



Centre
d'analyse
stratégique

N° 22 - 2009

Sortie de crise

Vers l'émergence de nouveaux modèles de croissance ?

Rapport du groupe de travail
présidé par Daniel Cohen

Sortie de crise

Vers l'émergence de nouveaux modèles de croissance ?

Rapport du groupe de travail
présidé par Daniel Cohen

Rapporteurs :

Cécile Jolly, Olivier Passet et Vanessa Wisnia-Weill

2009



Réalisation :
Agence COM&O - www.comeo.fr

« En application de la loi du 11 mars 1957 (art. 41) et du code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992, complétés par la loi du 3 janvier 1995, toute reproduction partielle ou totale à usage collectif de la présente publication est strictement interdite sans autorisation expresse de l'éditeur. Il est rappelé à cet égard que l'usage abusif et collectif de la photocopie met en danger l'équilibre économique des circuits du livre.»

© La Documentation française - Paris, décembre 2009
ISBN : 978-2-11-007920-6

Avant-propos

par René Sève,

Directeur général du Centre d'analyse stratégique

Le lecteur trouvera dans ces pages le texte du rapport du groupe de travail dirigé par Daniel Cohen que Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'État auprès du Premier ministre, en charge de la Prospective et du Développement de l'Économie numérique, avait demandé au Centre d'analyse stratégique d'organiser. Au rapport lui-même sont ajoutées des contributions volontaires de certains de ses participants, notamment les représentants des partenaires sociaux : en ce sens, ce texte reste ouvert à la réflexion. Il doit aussi être lu en fonction d'autres travaux demandés en 2009 par la Ministre, notamment sur le déclassement, sur la santé mentale et le bien-être ou sur le télétravail, et, plus largement, en fonction des perspectives de l'économie et de la société numériques, qui fournissent le cadre général dans lequel peut s'organiser la sortie de crise.

L'ampleur considérable de celle-ci, qui a entraîné la chute brutale de la production industrielle et des flux commerciaux internationaux, la défaillance de centaines d'établissements financiers, la hausse spectaculaire des déficits publics nécessaire à la relance, etc., a pu fréquemment faire envisager qu'une phase historique du développement économique mondial était achevée. Dans l'avenir, les « vrais besoins » d'une société de consommation(s) responsable(s) ne seraient satisfaits que par des productions de proximité, dans un « nouveau localisme », qui « démarchandiserait » en partie les relations entre personnes voire entre peuples¹.

Certes, la numérisation dans la chaîne de valeur sera sans doute propice à des relocalisations. La composition des produits en services² sera renforcée par rapport à la matérialité de l'objet lui-même, qui tendra à s'alléger et parfois à s'effacer, dans une sorte de « *diet* » ou « *fitness economy* » où la qualité sera dissociée de la quantité d'intrants physiques. Cependant, cette économie ne saurait s'abstraire des critères de compétitivité de l'offre ni de la logique de spécialisation et d'économies d'échelle. La croissance durable ne sera pas « naturelle », au sens de rudimentaire, mais impliquera de nombreuses innovations dans les technologies, les financements, les

1 - Comme l'ont montré les travaux de Thierry Mayer, il n'est pas certain, en matière internationale, que le « *new localism* » soit facteur de paix.

2 - L'adaptation des produits en caractéristiques, délais, types d'accès. Sur ces questions, on renverra notamment aux travaux de Michèle Debonneuil.

modes d'organisation, les rapports producteurs/consommateurs, etc. Ainsi, l'agriculteur tendra à devenir un ingénieur de la biodiversité et les services à la personne s'effectueront dans l'environnement technologique de la société numérique avancée¹. Cette dernière ne supprimera donc pas les besoins en R & D, en qualifications, en échanges internationaux, ni en esprit d'entreprise.

Le rapport ci-après, parce qu'il analyse la sortie de crise selon des principes économiques, ne valide donc pas la fin d'une économie de gammes, de diversification et de flux croisés. S'il rappelle que le progrès technique constitue le moteur de la croissance à long terme, il souligne aussi que la sortie de crise suppose que les innovations qui vont permettre la satisfaction des principaux besoins (alimentation, logement, santé, connaissances, mobilité, etc.) devront rester à la portée du consommateur final. Cela emporte deux conséquences.

D'abord, la réussite de la « nouvelle croissance » passe par un meilleur fonctionnement de l'*ensemble* des marchés des biens et des services, susceptible d'alléger le poids des dépenses contraintes, qui sinon empêcheront le décollage des nouveaux produits ou en limiteront la diffusion aux ménages les plus favorisés. Pour que la nouvelle croissance soit durable, il faudra donc veiller à ce que soient palliés certains déséquilibres de base, qui ont été à l'origine de la crise actuelle, en premier lieu ceux qui résultent des difficultés de certains pays industrialisés, notamment des États-Unis, à assurer une qualification croissante de la main-d'œuvre².

Les facteurs de production devront ensuite faire preuve d'une mobilité intersectorielle accrue : c'est tout l'enjeu actuel des transitions professionnelles qui doivent permettre à des salariés de voir leurs compétences reconnues et augmentées d'une branche d'activité à une autre. C'est également le défi des entreprises qui peuvent gagner à des diversifications inattendues, comme on le constate dans le domaine de l'énergie où agriculteurs, hypermarchés ou encore transporteurs routiers créent des entités spécialisées dans le photovoltaïque, l'éolien ou la biomasse. Plus généralement, dans de nombreux secteurs, la numérisation des échanges³ multipliera les transactions, modifiera les spécialités et entraînera des gains d'efficacité.

1 - Cf. Centre d'analyse stratégique, *La Note de veille*, n° 158, « Les technologies pour l'autonomie : de nouvelles opportunités pour gérer la dépendance ? », décembre 2009.

2 - Aux États-Unis, les grandes entreprises, confrontées sans doute aux lacunes du système éducatif américain de formation initiale et à leurs rigidités internes, ont fait choix de délocaliser tout ou partie de leur appareil productif à l'étranger, au Canada, au Mexique, en Amérique centrale, et, à partir des années 1990, en Asie, notamment en Chine. Il s'en est suivi une paupérisation relative de couches de la population américaine exclues des qualifications et des emplois stables et bien rémunérés, pour une grande part composées de minorités, avec leurs lots de problèmes sociaux structurels, dont l'accès au logement.

3 - En *B to B*, *B to C*, *G to B*, *G(government) to C(citizen)*, *C to G*, *B to G*, *C to C...*

Comme le souligne le rapport, dans cette évolution générale, les « consommateurs », « bénéficiaires » ou « citoyens » deviendront de plus en plus des coproducteurs, des coprescripteurs, des acheteurs groupés, etc., à travers notamment la constitution, dans la vie personnelle ou professionnelle, de communautés virtuelles, durables ou ponctuelles, fondées sur des intérêts, des valeurs ou des engouements. La société numérique est donc en train de renouveler en profondeur l'individualisme des sociétés modernes, de même que les formes de la vie et de l'action collectives. Elle demande à chacun davantage d'initiative dans tous les domaines de son existence, comme aux mécanismes de solidarité de fournir les conditions de cette capacité, et donc le socle ultime de la nouvelle croissance.

Sommaire

Avant-propos par René Sève

**Introduction - À la recherche d'un nouveau modèle
de croissance** par Daniel Cohen _____ **9**

Résumé _____ **17**

**Chapitre 1 - La nature de la crise : un drame
en trois actes** _____ **27**

1. Deux crises fondamentales précèdent celle de 2008 :
celle des valeurs technologiques, celle des matières premières _____ 27
2. Crise de l'endettement et de la surconsommation ? _____ 31

**Chapitre 2 - Une crise marquant l'essoufflement
d'un cycle technologique ?** _____ **36**

1. L'ampleur de la crise invite à réfléchir à un tournant durable
du rythme de croissance _____ 37
 2. La maturité des « valeurs » technologiques des années 2000 _____ 40
 3. L'innovation interrompue ou relancée ? _____ 44
- Quels enjeux de politiques publiques ? _____ 51

**Chapitre 3 - Les nouvelles interfaces industrie-services :
un gisement potentiel de croissance ?** _____ **53**

1. Un renversement de la dynamique industrie-services _____ 53
 2. Un fort potentiel de développement de l'économie de l'usage _____ 55
 3. Une moindre pression environnementale de ce modèle
de croissance qui reste à évaluer _____ 62
- Quels enjeux de politiques publiques ? _____ 65

**Chapitre 4 - Le déclassement accéléré d'une économie
industrielle polluante et sa lente réinvention** _____ **67**

1. Le secteur automobile et la construction, épiceutres de la crise _____ 67
 2. Une mutation de la demande pour l'automobile et une évolution
plus conjoncturelle pour la construction _____ 71
 3. Le renouvellement vert et serviciel de ces secteurs :
un défi de long terme _____ 76
 4. Vers une économie moins prédatrice pour l'environnement ? _____ 82
- Quels enjeux de politiques publiques ? _____ 90

Chapitre 5 - Un cycle d'innovation contrarié : des nouveaux marchés en mal de solvabilité _____ 93

1. La consommation contrainte entrave la diffusion
de la nouvelle économie _____ 94
 2. La contrainte environnementale renforce les incertitudes pesant
sur la dynamique de consommation privée solvable et non contrainte . 97
 3. Effet de la répartition sur le pouvoir d'achat _____ 102
- Quels enjeux de politiques publiques ? _____ 106

Chapitre 6 - La crise valide-t-elle les mécanismes de flexibilité ou de rétention de l'emploi ? _____ 108

1. La dualité et la flexibilité de l'emploi comme amortisseurs
de la crise _____ 109
 2. L'ajustement dual de l'emploi _____ 113
 3. Vers une extension de la précarité ou une confirmation
des stratégies de rétention ? _____ 116
 4. La montée en puissance de la valeur travail et du stress _____ 119
 5. Une contestation des modes de gouvernance _____ 122
- Quels enjeux de politiques publiques ? _____ 125

Chapitre 7 - Repenser l'ancrage territorial des activités et des hommes _____ 129

1. Un mouvement d'*outsourcing* et de délocalisation _____ 129
 2. Localisation des activités et ancrage des services _____ 133
- Quels enjeux de politiques publiques ? _____ 138

Conclusion par Daniel Cohen _____ 139

ANNEXES

- Annexe 1 - Lettre de saisine _____ 143
- Annexe 2 - Composition du groupe de travail _____ 144
- Annexe 3 - Contributions et auditions _____ 146
- Annexe 4 - Évolutions sectorielles, *Centre d'analyse stratégique, Département Recherche, Technologies et Développement Durable* _____ 148
- Annexe 5 - Nouveaux modèles de croissance : grand public
et salariés, *synthèse du sondage TNS Sofres* _____ 158
- Annexe 6 - L'accès des consommateurs aux biens et services :
évolution et perspectives, *Philippe Moati, CRÉDOC* _____ 172
- Annexe 7 - Évolution de la consommation et arbitrages face
à la crise, *Pascale Hébel, CRÉDOC* _____ 190
- Annexe 8 - Avis des partenaires sociaux et membres du groupe
de travail _____ 214



À la recherche d'un nouveau modèle de croissance

par Daniel Cohen

Certaines crises marquent la fin d'une époque. Dans les années 1970, les chocs pétroliers ont mis fin aux Trente Glorieuses. La Grande Dépression de 1929, pourtant partie des États-Unis, a précipité la fin du vieux monde européen. La crise que nous vivons aujourd'hui a parfois été interprétée dans ces termes, ceux d'un basculement : elle ferait entendre le glas d'une croissance non soutenable, elle accélérerait le glissement du centre de gravité du monde vers l'Asie.

Il est difficile, en effet, d'admettre que cette crise ne serve à rien. Interrogés sur la signification de la crise pour eux-mêmes et pour leurs conditions de travail, les dirigeants comme les salariés répondent pourtant, à plus de 80 %, qu'elle ne changera rien. De fait, le paradoxe de cette crise est qu'elle semble beaucoup moins destructrice d'emplois que les précédentes, très en deçà par exemple des destructions observées en 1993. Car d'autres variables d'ajustement que l'emploi ont fait leur apparition : le temps partiel, qui joue un rôle égal à celui de l'emploi dans l'absorption du ralentissement de l'activité¹ ; la part variable des salaires, qui a été immédiatement diminuée ; et l'intérim qui a été réduit de moitié en douze mois, après avoir doublé en vingt ans² !

En bref, cette crise n'en est pas véritablement une pour une raison qu'on pourrait résumer ainsi : la France vit depuis 1993 en état de crise permanente. La récession qui frappe aujourd'hui n'annonce pas un monde nouveau : elle fait comprendre les pathologies du monde actuel. À ce titre, elle peut aider à faire émerger de nouvelles priorités, et peut-être un nouveau modèle de croissance.

1 - Il y a ici une différence nette de comportement de part et d'autre de l'Atlantique. Dans son dernier rapport, le FMI note que les firmes américaines ont réduit l'emploi plus vite que la production, de sorte que la productivité par tête a crû pendant la crise. Le Bureau international du travail (BIT) fait la même observation, notant un rapport de un à deux pour les destructions d'emplois dans les groupes américains par rapport aux groupes européens.

2 - Alors que la crise de 1993 avait peu concerné l'intérim, il a représenté cette fois plus de la moitié des destructions d'emplois (231 000 sur 437 000 entre le 1^{er} avril 2008 et le 30 juin 2009) !

Aux origines de la crise

La crise a plusieurs causes immédiates. Elles tiennent à la conjonction d'une dérégulation financière mal contrôlée et d'une politique monétaire trop laxiste aux États-Unis. Ces causes directes sont toutefois la révélation de pathologies plus profondes auxquelles la crise financière a donné une expression, mais sans en révéler la véritable nature.

Partons des États-Unis, puisque c'est de ce pays que la crise a jailli. L'une de ses causes premières réside dans la montée de l'endettement des ménages. Le consommateur américain a soutenu la croissance mondiale en vivant à crédit. Mais le crédit lui-même n'était que le recours permettant de compenser la fulgurante montée des inégalités. Les données de Thomas Piketty et Emmanuel Saez montrent que l'essentiel de la croissance du revenu a été capté par le 1 % le plus riche, lequel retrouve le niveau (relatif) qui était le sien au début du XX^e siècle. Pourtant, alors même que les inégalités de revenus n'ont cessé de croître au cours des quinze dernières années, on n'observe aucune hausse visible des inégalités en matière de consommation : le crédit a compensé, et au-delà, le revenu comme moteur de la consommation.

La crise traduit ainsi la pathologie d'une économie qui a eu besoin du crédit pour compenser ses faiblesses. La question, scrutée aujourd'hui par tous les conjoncturistes, est de savoir quels seront dans les mois à venir les ressorts de l'économie mondiale, à l'heure où la consommation américaine est tombée en panne. Mais la question posée va au-delà : les États-Unis parviendront-ils à trouver les voies d'une croissance équilibrée, rendant les normes de consommation compatibles avec celles de la production ?

Cette question n'a pas épargné la France. La montée des inégalités n'est certes pas de même ampleur qu'aux États-Unis. Le rapport de Jean-Pierre Cotis¹, les travaux de Camille Landais, actualisant les données de Thomas Piketty, montrent que si les plus hauts revenus enregistrent aussi dans notre pays des taux de croissance spectaculaires, les effets macroéconomiques, sans être négligeables, restent plus limités.

Pourtant, les Français se plaignent de l'inflation du coût de leur vie quotidienne. La question du pouvoir d'achat a fait l'objet de la campagne électorale de 2007, et les rapports se sont succédé pour scruter l'écart entre la perception des Français et les statistiques globales. Avant la crise, le pouvoir d'achat du revenu des ménages a crû à un rythme annuel de 1,9 % l'an au cours de la période 2003-2006. C'est certes moins bien qu'au cours de la période 1998-2002, où il avait connu un taux de croissance de 3,4 % l'an. Mais ce n'est pas négligeable pour autant, et proche de la croissance moyenne enregistrée depuis 1973, qui s'est élevée à 2,1 %. Pourquoi une telle dissonance entre les chiffres officiels et le ressenti des Français ?

1 - Cotis J.-P. (2009), *Partage de la valeur ajoutée, partage des profits et écarts de rémunérations en France*, rapport au Président de la République, mai.

Un premier facteur d'explication tient au divorce croissant entre les produits *high tech*, les ordinateurs et les écrans plats, dont les prix baissent très vite, et les produits traditionnels, la baguette ou le fioul domestique, dont les prix montent rapidement¹. Comme on achète les premiers une fois de temps en temps et les seconds régulièrement, il est possible que les ménages ne retiennent que l'inflation des produits traditionnels. Une forme de myopie serait ainsi responsable du sentiment d'appauvrissement des ménages.

L'écart entre le fioul et l'ordinateur manifeste toutefois une autre différence, plus fondamentale, que la fréquence des achats. Le fioul relève de ce qu'on appelle les « dépenses contraintes », celles qui sont pré-engagées, quoi qu'il advienne : le loyer, le remboursement des emprunts, les abonnements divers. La part contrainte des dépenses des ménages toutes catégories confondues a connu une progression régulière, puisqu'elle est passée de 20 % en 1960 à 36 % en 2006. Mais les disparités sont considérables, la charge budgétaire des dépenses contraintes pouvant aller du simple au double (de 48 % des dépenses totales pour le premier décile de revenu à 27 % pour le dernier décile). La charge se révèle d'autant plus élevée que le ménage est à faible revenu et de petite taille ou jeune. Ainsi, entre 1979 et 2005, les dépenses contraintes sont passées de 24 % des dépenses des plus faibles revenus à 48 % ; de 23 % des dépenses des moins de 30 ans à 43 % ; de 27 % des dépenses des familles monoparentales à 42 %². On voit ici le curseur des inégalités apparaître à l'œil nu.

Le principal poste concerné par les dépenses contraintes reste le logement, dont les prix ont connu une inflation patente. Lorsque l'ensemble des dépenses liées est pris en compte, non seulement les loyers (poste ordinairement retenu par les statisticiens pour mesurer l'inflation du secteur) mais aussi les remboursements d'emprunts, les charges, les assurances, la taxe d'habitation, etc., le logement représente plus du quart des dépenses des Français. Pour les ménages les plus modestes, cette charge peut atteindre 40 % à 50 % du total ! Or, sur la seule période 2003-2006, l'inflation du coût global de l'immobilier ainsi défini s'est élevée à 7 % l'an en moyenne, réduisant d'autant les degrés de liberté des ménages pour les autres dépenses.

Les dépenses de logement sont, de plus, non seulement incompressibles à structure donnée de la vie familiale, mais elles ne cessent de croître du fait de la modification de celle-ci. L'augmentation du nombre de ménages s'élève en effet à 1,2 % par an, le triple du chiffre enregistré pour la population générale. La tendance à la « décohabitation » des couples est la principale explication de ce phénomène. En termes d'unités de consommation, qui pondèrent la taille des ménages en donnant un poids moitié moindre aux enfants, la démographie

1 - Deux études donnent des pistes précieuses pour en comprendre la nature. L'une a été publiée par l'INSEE : *L'Économie française*, édition 2007 ; l'autre est un rapport du Conseil d'analyse économique : Moati P. et Rochefort R. (2008), *Mesurer le pouvoir d'achat*, Paris, La Documentation française.

2 - Calculs Centre d'analyse stratégique.

familiale croît de 0,9 % l'an. Sur la période 2003-2006, la croissance du revenu par unité de consommation ainsi définie n'est en fait que de 1 % l'an.

À ce poids accru des dépenses pré-engagées au sens de l'INSEE est venu s'ajouter celui des dépenses d'entretien des véhicules particuliers et du carburant, qui connaissent une très forte hausse de leurs prix par rapport à l'inflation. Bien qu'elles ne soient pas considérées dans le spectre des dépenses contraintes (elles ne sont pas à proprement parler pré-engagées), elles sont ressenties comme peu arbitrables car elles s'imposent pour certains déplacements (travail, achats) aux résidents des zones tant périurbaines que rurales, et sont peu modulables en l'absence de moyens de déplacement alternatifs¹.

Comme le concluait très justement le rapport de Philippe Moati et Robert Rochefort pour le Conseil d'analyse économique², la crise du pouvoir d'achat est celle de la dispersion des situations, résultante des nouveaux modes de vie. Il est difficile de faire apparaître des taux d'inflation différents lorsqu'on fait le suivi de telle ou telle catégorie socioprofessionnelle. Les écarts apparaissent en revanche beaucoup plus clairement quand on choisit d'autres indicateurs de différenciation sociale, qu'il s'agisse de l'opposition rural/urbain ou de la situation des familles. La difficulté à comprendre les causes de la vie chère n'est rien d'autre que le reflet des difficultés à comprendre les nouvelles inégalités de destin, qui découlent parfois plus sûrement d'un changement de bail ou d'un divorce que d'une promotion manquée.

Le paradoxe de la vie chère se comprend dès lors bien mieux. Si le progrès technique divisait soudain par deux le prix du logement ou de l'alimentation, les ménages y trouveraient instantanément leur compte. Mais ce n'est pas ainsi qu'il procède. Les produits de haute technologie ne rendent pas meilleur marché la vie ordinaire. Ils créent de nouveaux besoins, sans donner directement aux consommateurs les moyens de les satisfaire. On tient ici l'un des paradoxes centraux de la mondialisation. Elle permet aux consommateurs d'acheter de moins en moins cher des produits manufacturés en provenance d'Asie. Mais elle renchérit aussi le prix des matières premières, du fait de la demande croissante qui émane des pays émergents. Tandis que le prix de la micro-informatique baissait de 50 % en trois ans, celui du fioul domestique augmentait de 56 % au cours de la même période. La hausse du prix des matières premières, que l'on croyait limitée à l'énergie, se propage à l'ensemble de ce qu'il faut bien appeler les ressources rares, produits agricoles inclus, et tend à neutraliser les effets positifs de la baisse du prix des biens manufacturés sur le pouvoir d'achat³.

1 - Les dépenses en biens et services relevant de l'usage et de l'entretien de véhicules sont particulièrement inélastiques (avec des élasticités-prix comprises entre - 0,30 et - 0,08). Voir Hébel P., Fauconnier N. et David M. (2005), « La nouvelle sensibilité des consommateurs aux prix », *Cahier de recherche*, n° 215, CRÉDOC.

2 - *Mesurer le pouvoir d'achat*, op. cit.

3 - Ce mécanisme explique aussi la crise financière. Les pays exportateurs de matières premières

En bref, le monde *high tech* ne semble pas capable de fabriquer ses propres conditions d'existence. Il est comme entravé par le renchérissement des biens premiers (alimentation, logement, transports), auxquels il faut désormais ajouter le souci d'engager des investissements compatibles avec les contraintes écologiques qui s'imposent à tous.

D'où un premier axe central de recommandations. Libérer la croissance « moderne », celle de la « nouvelle économie », passe par un préalable : s'assurer que les biens premiers tels le logement, la mobilité, la maîtrise du territoire soient accessibles à tous, dans des conditions aussi égales que possible. Des préoccupations qui semblent bien éloignées de la recherche d'un régime de croissance *high tech*. Mais veiller, par exemple, à ce que tous les étages de la société bénéficient de logements écologiquement corrects est en fait le meilleur moyen de solvabiliser les nouveaux modes de croissance.

Une production « tertiarisée »

La montée des inégalités aux États-Unis se manifeste par un appauvrissement relatif et souvent absolu de la classe moyenne américaine. Ces inégalités doivent beaucoup à la montée de la finance dans le recrutement des élites. Les travaux de Thomas Philippon montrent le parallélisme entre la montée des rémunérations du secteur financier et celle des inégalités en général. Pourtant, ici encore, la finance n'est que l'ombre portée d'une évolution plus générale.

Tout commence dans les années 1980. La révolution financière bouleverse les principes d'organisation des firmes. Les différents étages de la grande entreprise industrielle telle qu'elle pouvait prévaloir dans les années 1950 et 1960 sont dissociés les uns des autres. On recourt aux sous-traitants pour les tâches réputées inessentiels. On regroupe les ingénieurs dans des bureaux d'études indépendants, où ils ne rencontrent plus guère les ouvriers. Les employés chargés du nettoyage, des cantines, du gardiennage sont, chacun, recrutés par des entreprises spécialisées. À l'utopie « managériale » des Trente Glorieuses d'une entreprise liant hiérarchiquement en son propre sein tous les leviers de la production, de l'ingénieur au personnel d'encadrement à l'ouvrier à la chaîne, se substitue une utopie « actionnariale » nouvelle, celle de « firmes sans usines et sans travailleurs ». L'équilibre antérieur entre marchés et organisations, analysé par le tout récent prix Nobel Oliver Williamson, est rompu. Le marché prend une place croissante, les sous-traitants sont mis en concurrence là où leurs tâches étaient auparavant soumises à un rapport de subordination. À Wall Street, l'essor de la finance de marché, au détriment de la banque traditionnelle, traduit ainsi l'émergence d'acteurs qui externalisent la plupart des fonctions classiques de la finance traditionnelle. La collecte

extraient de leur sous-sol une richesse qu'ils transforment en actifs financiers, contribuant ainsi à créer une surliquidité financière.

des dépôts laisse place au financement par le marché, et la distribution des crédits est confiée à des intermédiaires, la titrisation consistant à fabriquer des titres nouveaux à partir de créances dont la qualité est appréciée par d'autres opérateurs.

Au sein du secteur industriel lui-même, les tâches de conception et de commercialisation prennent une place croissante. L'industrie se tertiarise. Le nombre d'ouvriers accomplissant des tâches strictement industrielles, celles qui consistent à fabriquer de ses mains ou à l'aide d'un robot un produit « manufacturier », se réduit comme peau de chagrin. Les ouvriers d'usine sont à présent minoritaires. Désormais manutentionnaires ou réparateurs, ils travaillent majoritairement dans un environnement de type artisanal plutôt qu'industriel. Les employés sont également une catégorie en pleine mutation. Il y a vingt ans, la plupart d'entre eux occupaient des emplois administratifs en entreprise ou dans le secteur public. Aujourd'hui, la majorité travaille dans le commerce ou dans les services aux particuliers. Le client s'impose comme figure centrale de leur existence, en devenant à leurs yeux le véritable donneur d'ordre, davantage parfois que le patron lui-même¹.

On tient ici une des causes de pathologies fréquentes du monde du travail : le « management par le stress », suscité par la pression (entretenu) de la clientèle. En dépit du caractère réputé protecteur des réglementations qui s'appliquent au monde de l'emploi, force est de constater que les entreprises françaises sont parvenues à créer des leviers inédits sur la « motivation » des salariés, quels que soient les statuts qui gouvernent les relations d'emploi. Heures supplémentaires et primes diverses ont montré toute leur capacité de réactivité à l'épreuve de la crise, mais témoignent aussi, ce faisant, des dispositifs mis en place avant la crise.

Un exemple au cœur de cette flexibilité est celui de la durée du travail. Le « juste à temps » s'applique également aux horaires fixés aux employés. Le fractionnement de l'emploi en postes de courte durée et à forte rotation réduit le temps moyen d'occupation de l'emploi et rejaillit négativement sur le revenu des plus pauvres. Les salariés les moins bien rémunérés du premier décile ont, du fait des discontinuités de leur emploi, une durée annuelle du travail qui est 3,3 fois inférieure à celle des salariés les mieux payés (13 semaines au lieu de 51). Pour le Conseil de l'emploi, des revenus et de la cohésion sociale (CERC), cette faible durée annuelle résulte à la fois de la combinaison de contrats temporaires et du temps partiel. Il s'agit là de la principale source de pauvreté. Alors qu'il existe un rapport de 2,8 entre le salaire horaire du décile supérieur et celui du décile inférieur, ce rapport s'élève à 13,4 lorsqu'on raisonne en salaire annuel perçu²). En définitive, si le SMIC français est élevé au regard du salaire médian (64 % en 2004, pourcentage le plus élevé de l'OCDE), il ne crée pas de véritable plancher

1 - Maurin É. (2002), *L'Égalité des possibles : la nouvelle société française*, Paris, La République des idées/Seuil.

2 - CERC (2006), *La France en transition 1993-2005*, Paris, La Documentation française, p. 118.

de revenu annuel. La hiérarchie des salaires n'est pas plus comprimée en dessous de la médiane que dans la plupart des pays (exceptés ceux d'Europe du Nord). Au final, la France se retrouve avec une dispersion des rémunérations annuelles par tête (écart entre le premier et le dernier décile) identique à celle du Royaume-Uni !

La description d'une France présentée parfois comme excessivement régulée et égalitaire ne résiste donc guère à l'examen. Les auteurs d'un ouvrage récent montrent que la rémunération horaire élevée des bas salaires français se paie par un effort correspondant des salariés¹. On bute ici sur l'une des pathologies typiquement françaises. La France sait réguler *ex-ante* mais ne sait pas vérifier *ex-post* les conséquences de ses décisions. Elle détient sans doute à la fois le record de lois du travail et le plus faible nombre d'inspecteurs du travail². On tient ici un autre axe essentiel pour la politique économique.

Le mouvement de réorganisation de la chaîne de valeur qui incite à une externalisation toujours plus poussée des segments à faible ou moyenne valeur ajoutée n'est cependant pas encore arrivé à son terme dans l'industrie. L'automobile en est emblématique. Les deux constructeurs français, Renault et PSA, produisent deux fois moins de voitures particulières dans l'Hexagone qu'il y a quatre ans : 690 000 au premier semestre 2009 contre 1,5 million au premier semestre 2005. La part française dans la production mondiale de voitures particulières de Renault n'est plus que de 21 % (37 % pour PSA). Ce mouvement de délocalisation a gagné en intensité au milieu des années 2000. L'intégration économique internationale continue de s'intensifier avec l'expansion des économies émergentes commerçantes dans le PIB mondial, notamment les BRIC³, et l'internationalisation des réseaux de production, en particulier avec les délocalisations des services aux entreprises.

On assiste également à une extension aux services du champ de l'externalisation/délocalisation. L'externalisation des biens par le secteur manufacturier est la forme d'externalisation la plus importante mais, dans le même temps, ce qui croît le plus rapidement, c'est l'externalisation et la délocalisation des services aux entreprises par l'industrie et celles des biens et services par le secteur des services⁴. On a longtemps compté sur les services, jugés moins échangeables, pour compenser les effets nocifs de la mondialisation sur les emplois manufacturiers. Cette vision des emplois de services, considérés comme de simples emplois de compensation, sans réelle influence sur les structures économiques ni sur la compétitivité des

1 - Caroli È. et Gautié J. (dir.) (2009), *Bas salaires et qualité de l'emploi : l'exception française ?*, CEPREMAP, Éditions Rue d'Ulm.

2 - Voir Askenazy P. (2004), *Les Désordres du travail. Enquête sur le nouveau productivisme*, Paris, La République des idées/Seuil.

3 - Brésil, Russie, Inde, Chine.

4 - OCDE (2007), *Les délocalisations et l'emploi : Tendances et impacts*.

territoires, est dépassée¹. L'implication des services dans les filières de production s'accroît considérablement, ce qui impose de repenser les notions de compétitivité, d'attractivité ou de vulnérabilité des territoires. Les activités de service sont devenues, pour beaucoup, échangeables, délocalisables. La libéralisation des échanges associée à l'utilisation croissante des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) rend désormais possible, pour certains services, une fragmentation internationale de la chaîne de production et la fourniture de services à distance. Selon Barlet, Crusson, Dupuch et Puech (2008)², la moitié des activités de service est potentiellement échangeable et délocalisable aujourd'hui. Seuls l'administration publique, l'action sociale, le commerce, la réparation, les services personnels ainsi que l'éducation demeurerait des activités non échangeables. La question du territoire a changé de nature. Hier, c'était l'industrie qui fixait un territoire, les bassins d'emplois. Aujourd'hui, l'industrie est mobile. Du fait des délocalisations tout d'abord, mais aussi au sein même du territoire national : les industries migrent à la recherche de bassins d'emplois compétitifs, où la rente foncière est faible. À l'inverse, les services ancrent, pour certains d'entre eux, bien davantage le territoire autour de ses activités. Dans une typologie fine de l'empreinte des services sur le territoire, El Mouhoub Mouhoud³ montre que les services les plus « ancrés » sont ce qu'il appelle les services cognitifs. Les activités volatiles ou peu ancrées sont les fonctions support (les centres d'appel) ou les services de consommation intermédiaires (agences bancaires, commerce de proximité, service aux personnes, gardiennage). Les services qui s'ancrent dans un territoire sont les services collectifs à forte économie d'échelle, publics ou privés (santé, hospitaliers, judiciaires, culturels). Les services cognitifs et en investissements immatériels (enseignement et recherche, publicité, conseil en entreprise) sont ceux qui ont le plus grand potentiel de « territorialisation d'un territoire », si l'on ose dire.

Ces considérations pointent un troisième champ immense de la régulation sociale nécessaire. Retrouver des territoires accueillants et dynamiques ne passe plus par le moins-disant des coûts, même si l'argument reste valable pour les activités industrielles. La qualité cognitive et culturelle des infrastructures est devenue essentielle pour fixer sur un territoire des activités non seulement de haute valeur ajoutée mais tout simplement stables.

1 - Mouhoud E. M. (dir.) (2009), *Économie des services et développement des territoires. Un levier pour la réduction des vulnérabilités*, rapport de prospective de la DATAR, collection Travaux, Paris, La Documentation française, à paraître.

2 - Barlet M., Crusson L., Dupuch S. et Puech F. (2008), *Localisation des activités de service et vulnérabilité des territoires : quels territoires de la France métropolitaine sont les plus vulnérables face à l'intensification de l'ouverture internationale des services ?*, étude pour la Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires (DIACT), Groupe Économie des services et territoires.

3 - Mouhoud E. M. (dir.) (2009), *ibidem*.

Résumé

1. Nous assistons à l'emboîtement de trois crises successives

La crise est profonde car elle concentre de façon différée les conséquences de trois chocs :

- la crise des valeurs technologiques des années 2000 (surinvestissement dans certains secteurs intenses en R & D dont les firmes du Nasdaq furent emblématiques) qui remettait en question les rendements attendus des TIC, la rémunération des facteurs, les incitations et les règles à définir pour garantir un sentier de croissance stable ;
- la crise des ressources rares (flambée des cours des matières premières, alimentaires et énergétiques) et une dégradation écologique accélérée, qui dès 2006 marquaient l'incompatibilité entre la croissance mondiale et le prélèvement sur les ressources ;
- la crise actuelle de surendettement massif aux États-Unis, qui a permis dans un premier temps de maintenir la dépense des ménages, freinée par la contrainte de pouvoir d'achat et la montée des inégalités. Cette vague de consommation et d'investissement résidentiel à crédit a d'abord différé l'impact réel des deux premiers chocs sur la croissance, avant de l'aggraver.

La croissance des années 2000 a été alimentée par l'automobile et la construction dans de nombreux pays développés, amplifiée par la dépense publique aux États-Unis, et par le développement d'industries et de services de gamme moyenne dans les pays émergents, plutôt que tirée par des biens et services nouveaux à forte marge des pays anciennement industrialisés.

2. La crise peut paradoxalement freiner le phénomène de destruction créatrice mais elle diffère plus qu'elle n'interrompt la vague d'innovation

Les crises sont parfois perçues comme des accélérateurs de changement, nécessaires au renouvellement des structures productives à travers un jeu de « destruction créatrice ». Si la R & D exerce traditionnellement un rôle stabilisateur sur l'activité (l'innovation demeure une des premières priorités pour 64 % des entreprises selon l'enquête du Boston Consulting Group¹), le resserrement du crédit risque, dans le contexte actuel, de faire reculer les

1 - Boston Consulting Group (2009), *Innovation 2009: Making Hard Decisions in the Downturn*, avril.

dépenses d'innovation, de favoriser les entreprises établies au détriment des nouveaux entrants et d'entraver *in fine* le redéploiement vers les nouveaux secteurs.

Les crises, contrairement aux idées reçues, figent les modèles de production, les phases ascendantes du cycle étant mieux à même d'animer la régénérescence des structures productives :

- tout changement d'organisation d'un modèle de production comporte d'importants coûts fixes pour les entreprises, coûts qu'elles abordent plus difficilement en période de rentabilité dégradée ;
- la mortalité des nouveaux entrants, qui disposent de faibles fonds de roulement et dont la rentabilité est souvent différée, est importante en période de récession.

Les gains d'efficacité des TIC ont été notables depuis trente ans mais certains secteurs porteurs se rapprochent d'une phase de maturité et leur potentiel de croissance est désormais moindre. Néanmoins, l'idée d'un ralentissement durable de la croissance par essoufflement technologique ne paraît pas recevable.

- Certains domaines issus de l'hybridation des champs scientifiques sont riches de promesses (biotechnologies, nanotechnologies, sciences cognitives, éco-technologies). De nombreuses techniques nouvelles qui n'ont pas encore rencontré de demande de masse solvable trouveront bientôt des applications en lien avec une demande de consommations innovantes qui ne se tarit pas. D'autant que ces technologies hybrides répondent à des besoins sociaux, en matière de santé et d'environnement notamment.
- Nous entrerions dans une phase de « synthèse créative » où les technologies s'agencent entre elles (développement des interfaces, hybridation) de manière à mieux correspondre aux besoins des individus, et rencontrent une demande de masse solvable. La consommation de biens et services à forte teneur technologique résiste à la crise.

Les gains de productivité des TIC sont à attendre moins de l'automatisation des services que d'une réorganisation de leur chaîne de valeur et d'un développement des interfaces entre l'industrie et les services, autorisant un essor inégalé de ces derniers.

3. Les nouvelles interfaces industrie-services constituent un gisement potentiel de croissance

Le renouvellement des moteurs de croissance pourrait dès lors résider dans une nouvelle articulation entre les services et les biens répondant à la satisfaction d'un besoin fonctionnel plus vaste que le produit lui-même. La

valeur ne réside plus dans la production matérielle mais dans la capacité à répondre à un besoin. Par exemple, on pourrait imaginer que demain un vendeur d'électricité ne se contente plus de vendre des kilowattheures (kWh) mais une température optimum dans un habitat ou un local professionnel, ce qui nécessitera une chaîne de compétences difficiles à réunir pour le moment.

Y a-t-il pour autant un renversement de la dynamique industrie-services ? Le rôle moteur de l'industrie par le jeu de la sous-traitance et de l'externalisation des fonctions tertiaires serait-il remis en cause ? Deux thèses s'affrontent à cet égard :

- l'économie servicielle traduirait un simple mouvement de différenciation croissante des biens par le service joint. On assisterait à un approfondissement du productivisme réactif plus qu'à sa transformation, avec un rôle accru de la fonction de distribution et une externalisation plus poussée des processus de fabrication standardisés ;
- à l'inverse, l'économie des services transformée par l'insistance sur la fonctionnalité gagnerait fortement en autonomie et deviendrait motrice. On assisterait alors au développement du pilotage par l'aval de la production par des entreprises « intégratrices » (combinant stratégie, conception et vente) pour répondre à la « valeur client ».

Qu'il s'agisse de l'économie des bouquets (Philippe Moati), de l'économie de la fonctionnalité (Dominique Bourg) ou de l'économie du quaternaire (Michèle Debonneuil), cette évolution s'inscrit pourtant dans une transformation longue des modes de consommation et de production, accélérée par le développement des TIC.

L'ère numérique conduit à rapprocher les entreprises de leurs clients grâce à une connaissance plus fine et plus immédiate de leurs attentes et offre de nouvelles potentialités de diffusion des biens et des services. Elle renforce l'importance de la proximité et de la valeur client, qui s'est trouvée confirmée dans la crise.

Selon un sondage TNS Sofres, la satisfaction du client et la qualité du service et des produits sont les premiers points forts et sources de croissance respectivement cités à 75 % et 65 % par les entreprises interrogées, loin devant le prix des produits et l'efficacité de la fabrication.

Dans le même temps, les mutations sociales où l'acte de consommation devient réalisation de soi et les applications nouvelles du Web 2.0 renforcent le pouvoir du consommateur, sa faculté à critiquer l'offre, à la modifier voire à la coproduire, et ses capacités d'engagement et d'autonomie (modèle *wiki* mais aussi consommation responsable). Ce pouvoir restauré du « consomm'acteur » induit lui-même une réactivité des marques qui utilisent ces nouvelles fonctionnalités du consommateur pour entretenir un lien

toujours plus étroit avec lui, et modifie, plus rapidement que par le passé, les biens et les services proposés. La satisfaction des besoins pourrait ainsi devenir le moteur d'une économie servicielle renouvelée.

Bien que difficile à quantifier dans un processus de transformation en cours, l'économie de l'usage et de la fonctionnalité à forte valeur ajoutée existe déjà. Elle est très présente dans le marché interentreprises (imagerie médicale, photocopieurs, informatique) où la vente de biens à forte technologie a cédé la place à celle d'un service autorisant une mise à jour permanente des techniques. L'économie de l'usage s'est également développée dans les télécommunications, avec la tarification des services et non des biens qui y sont associés, ou dans les services financiers avec la bancassurance. Elle prend de l'ampleur dans le commerce où elle redéfinit les marques de l'agroalimentaire ou du bricolage pour répondre à des besoins globaux d'aménagement du logement ou de santé-diététique. Elle atteint aujourd'hui le « cœur » industriel, avec les pneus vendus aux kilomètres parcourus et les véhicules en libre-service. L'économie de l'usage occupe une place encore faible mais peut voir son rôle accru par la prise en compte des contraintes environnementales.

4. Le déclassement accéléré d'une économie industrielle polluante et sa réinvention lente

Les secteurs de l'automobile et de la construction sont les épïcêtres de la crise. Les baisses de production dans ces secteurs sont d'une grande ampleur. La crise y est d'autant plus aiguë qu'elle succède à des années plutôt fastes, soutenues par la croissance des pays émergents et du crédit.

Le secteur de l'automobile est très affecté par le ralentissement de la demande dans les pays riches comme dans les économies émergentes. Il est dès lors confronté à des surcapacités qui seront lentes à résorber. Ce secteur doit répondre de surcroît à une urgence écologique du fait de sa forte contribution au changement climatique et aux pollutions urbaines, causées notamment par les véhicules à forte motorisation.

La construction qui subit de plein fouet l'éclatement de la bulle immobilière mondiale est moins confrontée que l'automobile à un réaménagement durable de la demande. Les besoins liés à l'accroissement des exigences en matière d'urbanisme durable et aux changements sociodémographiques renouvelant les formes d'habitat des personnes âgées, des populations étudiantes ou des familles, structurent une croissance de la demande de long terme.

Ces deux secteurs connaissent dès lors une mutation technologique profonde, avec une hybridation des domaines scientifiques et un approfondissement des filières techniques qui pourraient amener des ruptures technologiques

(dans les matériaux pour la construction et dans l’approvisionnement énergétique des voitures). Les progrès de la domotique dans les bâtiments et des systèmes embarqués dans les voitures autorisent des flux d’informations avec les clients-résidents qui offrent de nouvelles fonctionnalités et occasionnent la prestation de nouveaux services.

Ces évolutions nécessiteront cependant une transition de plus longue durée que la sortie de crise : les consommateurs n’y sont disposés qu’à un prix acceptable ; les taux de renouvellement des équipements sont lents (douze ans pour la voiture et plus de quatre-vingts ans pour le bâtiment) et les innovations nécessitent le plus souvent des infrastructures longues à mettre en place (rechargement des batteries pour la voiture électrique, réseau intelligent de distribution d’électricité dans le bâtiment). De ce point de vue, un soutien des pouvoirs publics apparaît indispensable.

5. De nouveaux biens et services qui ne sont pas encore à la portée de tous : une crise du pouvoir d’achat plus que de l’hyperconsommation

L’idée selon laquelle les nouveaux arbitrages des consommateurs viseraient à corriger les abus d’une « hyperconsommation » passée et seraient durablement défavorables à la croissance doit être relativisée :

- l’émergence de nouveaux comportements éco-responsables ou solidaires est très graduelle. Leur diffusion est elle-même tributaire d’une évolution positive du pouvoir d’achat ;
- ces nouveaux comportements s’inscrivent dans la tendance longue d’une segmentation des marchés, d’une différenciation/personnalisation des biens et des prestations toujours plus poussée, et au final d’une montée en gamme à travers la proposition de « solutions » individualisées et de biens durables à meilleur rendement énergétique. En ce sens, ils s’inscrivent dans une logique de croissance ;
- la crise n’a pas entamé l’appétit de consommation même si des arbitrages se font au détriment des produits jugés superflus. Lors des précédentes sorties de crise, la consommation des ménages est restée un moteur central de la croissance. La crise actuelle pourrait s’inscrire dans la même logique, d’autant que la consommation s’affirme toujours comme vecteur prégnant de construction identitaire, surtout parmi les jeunes générations.

6. La dernière décennie a fait ressortir de profonds problèmes de solvabilisation de la demande de nouveaux produits qui ont deux sources principales

Le développement de la consommation des nouveaux produits et services est entravé par la difficulté de financer celle des biens premiers (alimentation, logement, transport). Ces biens premiers sont affectés par une hausse des prix relatifs et représentent pour partie des dépenses contraintes dont le poids a sensiblement augmenté depuis trente ans. L'extension des dépenses contraintes est inégalitaire et se double d'une exposition variable à la contrainte énergétique. La composante contrainte des dépenses des ménages toutes catégories confondues a connu une progression continue, puisqu'elle passe de 20 % en 1960 à 36 % en 2006¹, avec une nouvelle phase d'accélération depuis 2001. Les disparités sont importantes, la charge budgétaire des dépenses contraintes pouvant aller du simple au double (de 42 % des dépenses totales pour le premier décile de revenu à 24 % pour le décile le plus haut). Les clivages sont marqués face au coût du logement et à la diffusion de nouvelles pratiques tarifaires. L'analyse des statuts d'occupation révèle notamment une surexposition au prix des loyers de quatre catégories de ménages : les ménages les moins riches, les moins de 30 ans, les familles monoparentales et les Parisiens. Le lieu de résidence constitue donc un facteur très puissant d'hétérogénéité.

Une partie de la population voit son pouvoir d'achat affecté selon deux modalités principales

La restauration de la profitabilité des entreprises dans les années 2000 dans les pays développés a été le résultat d'une exacerbation de la concurrence par les coûts et d'une recrudescence des stratégies d'externalisation qui ont particulièrement pesé sur les travailleurs les moins qualifiés. La pression sur le pouvoir d'achat a emprunté des canaux distincts selon les pays :

- une montée des inégalités et de la proportion des bas salaires dans les pays anglo-saxons (évitement technologique des peu qualifiés, concurrence des économies émergentes, érosion des protections sociales pour faciliter la réactivité des entreprises) ;
- une dégradation relative de la qualité de l'emploi et des conditions de travail des bas salaires en France² et une limitation des salaires des classes moyennes entre bas et hauts salaires. Les inégalités instantanées ne se sont pas creusées en France, mais :

1 - Accardo J. *et al.* (2007), « La mesure du pouvoir d'achat et sa perception par les ménages », *L'Économie française, édition 2007*, INSEE.

2 - Caroli È. et Gautié J. (dir.) (2009), *Bas salaires et qualité de l'emploi : l'exception française ?*, CEPREMAP, Éditions Rue d'Ulm.

- les formes contractuelles instables issues de la « dualisation » de l'emploi ont diminué l'espérance de revenu tout au long de la vie de certains salariés peu qualifiés ;
- le pouvoir d'achat du salaire médian progresse peu.

Ce sont la perte de pouvoir d'achat et la limitation de la consommation qui apparaissent comme facteurs d'inquiétude sur fond de peur du déclassement. De fait, la crise est anxiogène : selon l'enquête TNS Sofres¹, 85 % des salariés estiment qu'ils pourraient être touchés à l'avenir, fortement pour la moitié d'entre eux, les différences de perception entre statuts professionnels étant faibles. Cette crainte recouvre des réalités diverses. Un tiers des salariés se sent menacé dans son emploi (dont 10 % « beaucoup »), la proportion atteignant 50 % pour les moins de 25 ans. Mais c'est avant tout par son impact sur le pouvoir d'achat que la crise touche les salariés (et leurs proches). La crise « oblige à changer les comportements de consommation » pour 64 % de la population.

7. Le modèle d'ajustement dual de l'emploi et d'incitation au travail en question

L'ajustement de l'emploi qu'a connu l'économie française depuis début 2008 a été d'une ampleur sans précédent et a surpris par sa rapidité. Les mécanismes à l'œuvre aujourd'hui valident et amplifient l'idée d'une « dualisation » du marché du travail, combinant un ajustement particulièrement prononcé de l'emploi pour les salariés de la périphérie (contrats précaires ou sous-traitance) et une stabilité remarquable pour les salariés du « noyau dur ».

- Si, dans la récession de 1993, l'intérim n'avait contribué que très marginalement aux destructions totales d'emplois, il représente 60 % des destructions d'emplois entre le premier trimestre 2008 et le premier trimestre 2009.
- En moyenne, au deuxième trimestre 2009, 319 000 personnes étaient dans une situation de chômage partiel ou technique, soit un niveau supérieur au maximum observé durant la récession de 1993. La hausse concerne principalement le secteur de l'industrie et, dans une moindre mesure, celui de la construction.

En revanche, la précarité des salariés appartenant au cœur d'activité des entreprises ne semble pas globalement accentuée dans cette crise. Les comportements de rétention des compétences sur les travailleurs les plus qualifiés sont même particulièrement affirmés.

1 - Voir annexe 5.

Ce modèle d'ajustement dual est-il durable ?

La contestation sociale a pour toile de fond une montée en puissance de la valeur travail ressentie comme source d'épanouissement personnel et de construction de sens. La crise a exacerbé un rapport paradoxal au travail. Selon TNS Sofres¹, le travail reste essentiel pour trouver sa place dans la société et s'épanouir personnellement pour plus de 90 % des Français.

Les motivations les plus fédératrices sont l'ambiance au travail et l'intérêt du travail (67 %), bien avant le salaire. Rien de très neuf ici. En revanche, les attentes relatives à l'autonomie (liberté dans l'organisation de son travail, 49 % ; participation à la prise de décision, 38 % ; responsabilités, 38 % également) progressent sensiblement par rapport à l'enquête Valeurs de 2008. Elles apparaissent à présent au même niveau que les attentes en matière de rémunération.

Pourtant, la relation au travail s'est affaiblie dans les pays occidentaux sous l'effet de la crise et des pratiques managériales qui l'ont accompagnée. Le travail est alors perçu comme plus contraint, source de stress, ayant même perdu du sens.

Ces différents éléments sont en phase avec les analyses sur la mutation du travail². Conçu au départ comme une obligation sociale animée par une éthique du devoir, le travail serait devenu un instrument rationnel de développement individuel, source de sécurité et de revenu, puis un vecteur d'accomplissement et d'expression personnels dans une société devenue post-matérialiste. Parmi les Européens, les Français sont ceux qui adhèrent le plus à l'idée que le travail est nécessaire au développement des capacités personnelles. C'est dans ce cadre que l'on peut articuler quelques paradoxes :

- le travail, bien qu'essentiel, doit prendre moins de place dans la vie. Pour certains, cela tient en partie aux mauvaises relations sociales en France (Philippon, 2007³) ou aux conditions de travail ;
- de façon plus positive, on peut expliquer ce paradoxe par l'articulation du travail avec d'autres éléments indispensables tels que la vie de famille ou les loisirs devenus modes d'expression et de réalisation de soi, à l'instar des consommations créatives. Il y aurait donc de nouveaux équilibres à trouver entre ces différentes formes d'accomplissement ;
- le travail peut être à la fois plébiscité et vécu comme perdant du sens, compte tenu de pratiques managériales exacerbées pendant la crise, en raison d'une attente élevée de construction identitaire et non simplement utilitariste.

1 - Voir annexe 5.

2 - Davoine L. et Méda D. (2009), « Quelle place le travail occupe-t-il dans la vie des Français par rapport aux Européens ? », *Informations sociales*, 2009/3, n° 153, p. 48-55.

3 - Philippon T. (2007), *Le Capitalisme d'héritiers. La crise française du travail*, Paris, La République des idées/Seuil.

Le modèle d'ajustement dual de l'emploi a des effets pervers sur la productivité, dans la lignée de la transformation de la place du travail. Les modes de rémunération et de motivation dans le travail pourraient donc devoir évoluer pour faire face aux effets négatifs sur la productivité.

- L'introduction massive des rémunérations variables liées à la performance s'est révélée un mécanisme de flexibilité pour les entreprises.
- Mais les effets pervers de ces indicateurs de performance sont parfois nombreux et les travaux en économie des ressources humaines (*Personnel economics*) précisent les cas, les secteurs ou les entreprises dans lesquels les gains escomptés des indicateurs (une plus grande motivation des salariés) sont annulés par leurs inconvénients.
- Des études récentes remettent en cause l'efficacité de la motivation des individus par leur niveau de salaire et manifestent une transformation de la valeur travail.

Les comportements de rétention des compétences observés durant la crise peuvent aussi être l'expression d'une certaine inertie d'adaptation des secteurs matures. L'ajustement dual de l'emploi, qui favorise l'adaptation à court terme de l'offre aux fluctuations cycliques de la demande, n'est pas forcément le système le mieux adapté pour favoriser un redéploiement plus profond de l'offre. Les rétentions sont stabilisantes à court terme mais pourraient aussi se solder par une inertie des structures productives et par une faible malléabilité des secteurs. Il faut prendre garde à ce que les pays à ajustement lent ne soient pas en définitive ceux qui prennent du retard dans le repositionnement stratégique des secteurs.

8. Repenser l'ancrage territorial des activités et des hommes

On a assisté avec la crise à plusieurs phénomènes :

- une renationalisation des enjeux d'emploi qui a conduit certains grands groupes mondiaux à ajuster de préférence dans un premier temps l'emploi sur leur périmètre offshore ;
- la dépréciation des capitalisations qui est de nature à relancer dans un second temps le processus de restructuration/concentration via des OPA ;
- la relance du débat sur les délocalisations. Sont pointés tour à tour le risque d'une accélération du mouvement de délocalisation ou au contraire l'opportunité d'une relocalisation des activités (induite par la hausse tendancielle de la composante énergétique des coûts de transport, la non-soutenabilité des déséquilibres de paiement liés à la mobilité des capitaux et la tendance à la « servicisation » de l'industrie).

Ces phénomènes ne remettent pas en cause le mouvement général de réorganisation de la chaîne de valeur qui incite à une externalisation des segments à faible ou moyenne valeur ajoutée.

Parfois annoncé, un mouvement correcteur naturel de relocalisation est peu probable. Les échecs répétés en matière de délocalisation ne créent pas une contre-tendance. Ils sont inhérents à la délocalisation, comme les faillites le sont aux créations d'entreprises. La hausse des coûts de transport, évoquée souvent comme facteur de relocalisation, devrait, selon le CEPPII, être extrêmement forte pour induire un impact négatif significatif sur les échanges.

À moyen terme, les différentiels de coûts et de demande qui prévalent dans les arbitrages en matière de localisation resteront prégnants :

- le différentiel de croissance potentielle entre pays émergents et pays développés de l'OCDE semble sensiblement se creuser dans l'après-crise. Les BRIC¹ renouent rapidement avec une croissance forte et les sous-jacents sociaux de la demande intérieure pourraient sortir renforcés de la crise ;
- la récession peut conduire transitoirement à un moindre recours à la sous-traitance pour mieux mobiliser les capacités existantes. Au-delà, le mouvement de délocalisation devrait demeurer sur sa tendance. Selon TNS Sofres, si parmi la minorité d'entreprises ayant déjà délocalisé, 22 % déclarent que la crise les conduit à amplifier les délocalisations, la quasi-totalité des dirigeants qui n'ont pas délocalisé (95 %) affirme en revanche ne pas avoir l'intention de le faire ;
- toutefois, même si la servicisation de l'industrie n'implique pas des relocalisations mécaniques, les nouvelles organisations industrielles peuvent être conciliées avec des objectifs d'emploi, si elles s'associent à des évolutions importantes des mobilités et des qualifications, sectorielles et en niveaux, et ce hors même prise en compte de l'impact des départs à la retraite.

La recherche d'une répartition optimale des activités du point de vue des coûts de transaction et de la stabilité de l'emploi confère dans ces conditions un rôle clé aux politiques procompétitives (R & D, financement des PME, infrastructures...) et aux stratégies territoriales, notamment de formation. L'implication des services dans les filières de production s'accroît considérablement, ce qui impose de repenser les notions de compétitivité, d'attractivité ou de vulnérabilité des territoires. Dans ce maillage équilibré et stable du territoire en entités intermédiaires, ni trop disséminées ni trop concentrées, les services cognitifs (recherche fondamentale, enseignement supérieur, conseil en entreprise, publicité, marketing...) et organisationnels joueront un rôle décisif.

1 - BRIC : Brésil, Russie, Inde, Chine.

La nature de la crise : un drame en trois actes

La crise qui frappe l'économie mondiale est exceptionnelle par son ampleur et sa diffusion. Elle n'est pourtant pas « singulière » au sens littéral du terme dans la mesure où elle appartient à une succession ou à un enchevêtrement de plusieurs crises : crise des valeurs technologiques des années 2000, envolée des prix des matières premières et agricoles à partir de 2006. La lecture de cette crise ne peut ainsi se limiter à sa face financière. L'intuition politique qui, d'un continent à l'autre, tente de rebâtir la confiance autour du concept de « relance verte » en témoigne. La croissance semble atteinte dans ses moteurs, ses représentations et ses modèles de production.

1. Deux crises fondamentales précèdent celle de 2008 : celle des valeurs technologiques, celle des matières premières

La crise actuelle fait sans conteste figure d'événement historique par son ampleur mais, à travers ses manifestations les plus saisissantes (effondrement d'une partie du système bancaire, blocage du crédit, morsure sans équivalent dans l'après-guerre sur l'activité réelle), elle tend à submerger les deux autres épisodes d'instabilité des années 2000 qui témoignent pourtant de déséquilibres fondamentaux non résolus et dont la portée véritable est révélée par la crise de défaillance bancaire de 2008 :

- **la crise des valeurs technologiques** du début des années 2000 peut apparaître comme un avatar de plus de l'instabilité financière. Elle soulevait déjà la question d'une excessive liquidité financière, d'une surévaluation

et d'une volatilité induites des marchés d'actions. Elle invite notamment à s'interroger sur les rendements à attendre des technologies émergentes, sur la capacité des économies à mettre en place les régulations/dérégulations adéquates¹ et sur les modes de redistribution compatibles avec un cheminement régulier et soutenable de l'économie² ;

- **l'inflation sur les ressources rares** : la flambée des prix de l'énergie et de l'alimentaire, particulièrement aiguë entre 2006 et 2008, montre que le capitalisme peine à faire émerger un modèle d'accumulation durable. Cette hausse des prix s'est accompagnée de la prise de conscience d'une dégradation écologique accélérée. Les années récentes ont laissé présager que les perspectives de croissance pouvaient être perturbées tour à tour par deux risques larvés et en apparence contradictoires : celui de l'inflation du prix des ressources rares lorsque tous les pays sont en phase de croissance et celui de la déflation quand la décélération de la croissance mondiale durcit les conditions de la concurrence pour les entreprises exposées à la compétition internationale.

Bon nombre de crises apparaissent comme un désordre intimement lié à la vigueur du processus d'innovation et non comme le témoignage de l'épuisement d'une vague de progrès technique. L'« euphorie » que pointe Charles P. Kindleberger³ dans son analyse historique des crises constitue la première phase de la spéculation, caractérisée par une perte de contact des agents économiques avec la réalité (les fondamentaux) et par des comportements mimétiques. L'auteur montre notamment l'étroite imbrication entre les périodes d'innovation technologique et l'instabilité financière. L'essor de l'économie numérique qui a inauguré le « new age » de l'économie américaine dans les années 1990 apparaît alors comme la phase d'euphorie typique de l'émergence d'un nouveau régime de croissance. On peut se demander si l'irrationalité des marchés ne constitue pas, d'un point de vue historique, un levier de diffusion rapide de certaines technologies à fortes externalités qui ont pour point commun d'avoir entraîné dans la faillite nombre d'investisseurs, en raison de leurs rendements différés. L'emballement des marchés se solde néanmoins par un gain collectif. La crise des chemins de fer en 1873 n'a pas signé la fin du transport commercial sur rail, ni la crise de 1929 sonné le glas de la production de masse. Bien au contraire, le nouveau rapport salarial qui a émergé après la crise et la définition de nouvelles modalités de conduite des politiques publiques ont constitué le socle conventionnel du régime de croissance fordiste.

1 - Commissariat général du Plan (2002), *Rentabilité et risque dans le nouveau régime de croissance*, rapport du groupe de travail présidé par Dominique Plihon, Paris, La Documentation française.

2 - Certains industriels ne s'y sont pas trompés. Selon le DLA Piper Survey (octobre 2008), les deux tiers des managers d'industries technologiques estiment que la récession actuelle ne les atteindra pas aussi gravement que l'éclatement de la bulle technologique de 2000.

3 - Kindleberger C. (2005), *Manias, Panics, and Crashes: A History of Financial Crises*, Wiley, 5^e édition [1^{re} édition : 1978].

La crise actuelle n'a été précédée d'aucun phénomène d'euphorie ou d'emballement qui accompagne les grandes vagues d'innovation du capitalisme. Au contraire, le malaise était prégnant depuis plusieurs années et s'inscrivait dans les données d'enquêtes conduites auprès des ménages. Ces dernières témoignaient d'un découplage prononcé entre la perception du pouvoir d'achat et sa mesure, en France et dans la plupart des pays développés. Traduisant une dégradation des anticipations, les marchés d'actions des pays développés n'ont eux-mêmes jamais retrouvé depuis dix ans leur niveau réel de la fin de la décennie 1990. Alors qu'elles produisaient avec une volatilité décroissante des rendements à deux chiffres, dans le sillage de la décade des taux entre 1985 à 2000 et de la montée des valeurs de croissance, les bourses stagnent en niveau depuis huit ans et connaissent une volatilité record (deux épisodes rapprochés de pertes voisines de 50 % pour le S&P500).

Il faut remonter dix ans en arrière pour retrouver une phase euphorique de pré-crise, caractéristique des grands cycles technologiques. L'instabilité du début de la décennie ne doit donc pas être considérée comme un événement dépassé. Elle marque la fin d'une illusion, non nécessairement sur la croissance, mais sur les rendements à attendre de la production et de la diffusion de certaines technologies.

Cette crise sanctionne un surinvestissement dans certains secteurs et signale, même si cela est souvent éludé en Europe, certaines surcapacités en R & D dont le Japon est emblématique. Elle signale aussi que certains secteurs qualifiés de nouveaux sont arrivés au seuil de la maturité. Le potentiel d'équipement qui sous-tend leur développement est proche de la saturation et leur croissance tient plus à la variété et à la diversification de gamme (industrie informatique notamment), sauf à connaître un nouveau saut qualitatif.

Au-delà de leur instabilité chronique et traditionnelle, les prix des denrées de base et des matières premières resteront supérieurs en termes réels à leur moyenne des deux dernières décennies. La croissance de la demande mondiale et un lien accru avec le prix du pétrole (du fait d'une transition énergétique nécessairement lente) feront plus que compenser les gains de productivité (pour l'agriculture) et les économies de matière (pour les métaux). Les prix du pétrole devraient rester élevés (hausse des coûts d'exploitation et de transport, risques géopolitiques, raréfaction des ressources les moins onéreuses à extraire) jusqu'à un seuil encore indéterminé (incertitudes sur le *peak oil*) où les effets de substitution, permis par le progrès technique, et les économies d'énergie stabiliseront et feront décliner les cours. Si la formation des prix demeure essentiellement caractérisée par une marche aléatoire, l'inflation récente sur les prix de l'énergie et sur certains aliments a attisé les conflits d'usage et accentué la volatilité des cours (le développement des biocarburants renforçant en particulier le lien entre prix du pétrole et prix céréaliers).

La finance ne peut être que la caisse de résonance particulièrement amplificatrice de cette double incertitude sur les rendements et sur les prix, indépendamment des problèmes de réglementations spécifiques qui peuvent en améliorer le fonctionnement.

La récession récente, si l'on se limitait à une interprétation réductrice de ses symptômes ou si l'on céda à un excès de confiance face au constat de la forte résilience du système bancaire appuyée par une exceptionnelle coordination des gouvernements et des banques centrales, pourrait différer la résolution des deux problématiques évoquées précédemment : l'éclosion de normes sociales génératrices de demande solvable et de bien-être ; la diffusion de modèles de production et de consommation générateurs de croissance durable, réhabilitant des horizons de croissance compatibles avec un calcul économique de longue période.

La défaillance du système financier¹ solde une demi-décennie de fuite en avant dans la consommation automobile et la construction résidentielle à crédit, moteurs de « l'ancienne » économie qui ont permis de différer les implications réelles des deux dernières crises précédentes mais les ont aggravées.

Depuis dix ans, le moteur de la croissance n'est plus à dominante technologique dans de nombreux pays développés. La croissance relève avant tout de l'investissement résidentiel et de la dépense publique aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en Espagne. L'impulsion budgétaire discrétionnaire (variation du solde structurel) a été considérable, de plus de 6 points de PIB entre 2000 et 2004 aux États-Unis. Les industries et les services de gamme moyenne dans les pays émergents ont contribué davantage à la croissance mondiale exceptionnelle des dernières années que les flux de biens et services nouveaux à forte marge des pays anciennement industrialisés.

La rentabilité est le résultat de l'externalisation de la chaîne de valeur vers les pays à faibles coûts dans le monde anciennement industrialisé. La montée en puissance depuis sept ans des importations intragroupes aux États-Unis² ou des importations/réexportations en Allemagne témoigne de l'ampleur du phénomène. Plus globalement, la croissance mondiale est tirée par le développement d'une industrie et de services de gamme moyenne dans les pays émergents. La rentabilité élevée des entreprises semble moins le fait d'un positionnement sur des biens et services nouveaux à forte marge ou d'un positionnement haut de gamme que d'une exacerbation de la concurrence par les coûts et d'une recrudescence des stratégies d'externalisation³.

1 - Nous ne revenons pas ici sur la genèse et les multiples facettes de la crise ; voir par exemple Ben Jelloul M., Brand T., Delaveau B., Jolly J., Mareuge C., Passet O. et Schaff C. (2009), « Nouveau monde, nouveau capitalisme, éléments de débat », Centre d'analyse stratégique, www.colloquennouveaumonde.fr/docs/CAS.pdf.

2 - Schaff C. et Passet O. (2008), « Réalités et apparences du déficit extérieur américain », *La Note de Veille*, n° 94, Centre d'analyse stratégique, mars.

3 - Milberg W. (2008), « Shifting sources and uses of profits: sustaining US financialization with global value chains », *Economy and Society*, vol. 37, issue 3, août, p. 420-451.

2. Crise de l'endettement et de la surconsommation ?

Pression sur les prix des biens et services premiers et flexibilité du système productif pesant sur les travailleurs peu qualifiés ont contribué à une montée des inégalités et à un malaise grandissant de la classe moyenne¹. L'endettement des ménages (dans certains pays) a été un moyen de compenser la stabilité des revenus, voire leur régression en termes réels pour les catégories les plus modestes (aux États-Unis notamment). La montée des inégalités a été plus forte aux deux extrêmes du revenu et a parfois encouragé une consommation ostentatoire, renforcée par la diffusion internationale d'un certain mode de vie des « nouveaux tycoons ».

Entre la demande de biens et services de première nécessité (alimentation, logement ou mobilité) des catégories modestes, malmenées par la hausse de certains prix, et la consommation de certaines élites, la décennie passée est également marquée par la diffusion d'un sentiment de malaise de la classe moyenne, clientèle privilégiée des nouveaux produits et services. C'est à elle que s'adressent les gains de gamme et de variété de l'offre productive et sur elle que se fondent les opportunités de diffusion de la nouvelle économie. Or, si le référentiel symbolique est le même pour toutes les catégories sociales, privilégiant les produits *high tech* par exemple, les inégalités sociales d'accès s'accroissent². Les priorités des ménages se modifient alors. La consommation de loisirs ou celle à fort contenu communicationnel, pour les plus jeunes, peuvent se faire au détriment de ce qui était considéré auparavant comme des besoins élémentaires. La crise révèle et amplifie cette tendance structurante. De ce point de vue, la consommation des classes moyennes ne saurait être assimilée à une consommation débridée. La capacité d'adaptation des consommateurs dans cette crise en témoigne. Leurs dépenses diminuent, ce qui traduit une certaine défiance à l'égard de l'avenir, et leur sensibilité aux prix s'accroît. Mais, avant tout, ils discriminent davantage les biens et services, arbitrant par exemple en faveur de loisirs moins chers, sans renoncer néanmoins à leurs achats plaisirs. La crise n'entame pas non plus la volonté de consommer mieux, notamment dans le champ environnemental ou éthique, même si la crainte de pertes de revenu accroît conjoncturellement la distance de la parole aux actes (le consentement à payer le surcoût de ces consommations solidaires ou vertes étant relativement faible). De ce point de vue, la consommation résiste bien dans cette crise³.

1 - Cette G., Delpla J. et Sylvain A. (2009), *Le partage des fruits de la croissance en France*, rapport du Conseil d'analyse économique ; Chauvel L. (2006), *Les Classes moyennes à la dérive*, Paris, La République des idées/Seuil.

2 - Lipovetsky G. (2006), *Le Bonheur paradoxal, essai sur la société d'hyperconsommation*, Paris, Gallimard.

3 - Voir annexe 8 : Hébel P. (2009), *Évolution de la consommation et arbitrages face à la crise*, CRÉDOC, note pour le Centre d'analyse stratégique, septembre.

Quand le consommateur se révèle « consomm'acteur » sous la contrainte : la crise comme opportunité de développement pour les filières courtes dans l'agriculture biologique

Si de nouvelles exigences de « consommation durable » se sont affirmées dans le domaine de l'alimentation au cours des dernières années, l'émergence de la demande de produits issus de l'agriculture biologique est à l'origine essentiellement guidée par des considérations qualitatives et sanitaires plus que proprement environnementales.

La figure du « consomm'acteur » s'est en effet forgée au fil des crises qui ont marqué les filières d'élevage. La désaffection ponctuelle des consommateurs lors des épidémies d'ESB et de fièvre aphteuse en 1996 et en 2001 montre que l'inquiétude sanitaire amplifie plus qu'elle ne provoque un recul de la demande. Ce dernier est d'abord dû au renchérissement des prix des produits sujets à embargo d'importation et à une baisse de la consommation de viande amorcée plusieurs décennies auparavant. Les filières de production ont adopté des garanties de traçabilité qui se sont depuis généralisées hors du secteur agricole.

La filière « bio » née dans les années 1970 sous forme de cahiers des charges destinés aux agriculteurs, avant d'être labellisée par les pouvoirs publics vingt ans plus tard, illustre la prééminence des considérations sanitaires parmi les déterminants de la consommation alimentaire : le marché du « bio » est à ses débuts essentiellement celui des femmes cadres résidant en milieu urbain, moins sensibles à la contrainte de prix. La croissance du secteur (+ 10 % par an de 2001 à 2007) s'est néanmoins amorcée depuis peu. Les Français accepteraient de payer jusqu'à 12 % plus cher un produit labellisé « Agriculture biologique » pour des motifs avant tout qualitatifs (92 % des consommateurs) et sanitaires (94 % des consommateurs) plus que proprement écologiques (Baromètre Agence Bio, 2007).

En réamorçant les préoccupations budgétaires des consommateurs, la récession pourrait paradoxalement ouvrir de nouvelles perspectives de développement à certaines filières de l'agriculture biologique, jusqu'ici réputée trop coûteuse pour se démocratiser.

La crise agit en effet comme catalyseur du raccourcissement des filières, du fait de la réduction des dépenses de mobilité, d'un retour de l'alimentation à domicile associé à des valeurs traditionnelles culinaires rassurantes et à une recherche de lien social. Certes, le critère d'achat lié au label de qualité semble de moins en moins prégnant chez les consommateurs dans le contexte de crise. Mais le maintien de l'exigence sanitaire pourrait entériner la progression du marché « bio » malgré la crise, notamment grâce à un report de la demande en produits « santé » (aliments et produits allégés), plus coûteux. Parmi les circuits de vente directe au sens large, les Associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) réconcilient étroitement les exigences sanitaires, environnementales et économiques du nouvel éco-citoyen. L'idée de réduire la distance de la fourche à la fourchette en contractualisant à l'avance l'achat d'une partie de la récolte des fermes situées en zone périurbaine reprend le modèle du « partenariat » nippon (*Teikei*), destiné à faciliter l'accès à des produits aux prix plus compétitifs

que ceux pratiqués par la distribution conventionnelle en éliminant les marges des intermédiaires, mais répond aussi à une exigence de sécurité sanitaire.

La progression du marché se confirme jusqu'ici malgré la récession : en 2008, 82 % des consommateurs de « bio » ont maintenu leurs dépenses. Côté producteur, le nombre d'exploitations engagées en agriculture biologique a augmenté de + 11 %, soit une progression annuelle de + 4,8 % en termes de superficie (Baromètre Agence Bio, 2008). L'atteinte de l'objectif de la loi Grenelle, qui prévoit que les produits issus de l'agriculture biologique couvrent 20 % de la consommation nationale d'ici à 2020, suppose néanmoins de transformer profondément ces filières, afin de développer les rendements et d'abaisser les coûts de production. Une fois rentables, elles pourraient dépasser les 2 % des surfaces cultivables qu'elles représentent actuellement. La France est en effet encore loin de répliquer l'exemple japonais, où un foyer sur quatre participe à un *Teikei*...

L'accroissement de la demande des ménages est soutenu par les transformations sociales et l'évolution des représentations du niveau standard de besoins. Cet accroissement décrit-il pour autant une « hyperconsommation », qui serait remise en cause à la faveur de la crise ? Cette question récurrente apparaît à chaque crise depuis l'avènement de la société de consommation. Que ce soit au cours de l'épisode récessif de 1970, dans le sillage des contestations de 1968 et de la crise énergétique, ou dans la crise du début des années 1990, la fin de la société de consommation et la saturation des besoins sont pareillement annoncées¹. Les travaux du CRÉDOC montrent néanmoins que cette critique de la surconsommation a été passagère. Lors des précédentes sorties de crise, la consommation des ménages est restée un moteur central de la croissance. La crise actuelle pourrait s'inscrire dans la même logique.

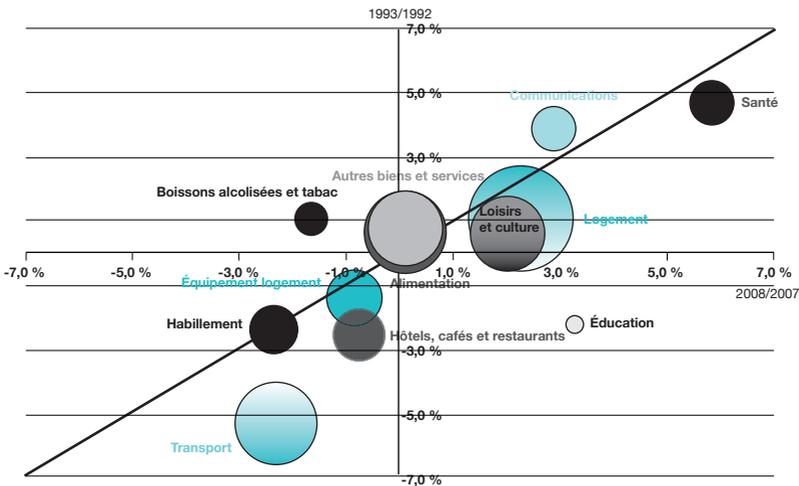
Selon le CRÉDOC, 84 % des Français jugent que la consommation est un « mal nécessaire », lorsque 15 % estiment qu'elle est un plaisir. Trois ans plus tôt, ils n'étaient que 65 % à considérer la consommation comme une nécessité et 36 % à y voir un réel plaisir.

Si la critique sociale inhérente à la crise produit des effets en partie éphémères, elle n'en contribue pas moins à la métamorphose des représentations et peut, à ce titre, modifier les trajectoires de long terme. La consommation, en effet, s'est progressivement transformée depuis l'avènement de la société de consommation au sortir de la Seconde Guerre mondiale. Elle s'est tout d'abord approfondie, passant d'une logique marquée par la satisfaction de « besoins standards » et incompressibles, sur fond de pénurie et de reconstruction, à une consommation plus identitaire et immatérielle, faisant une place toujours plus large aux biens et services « désirables ». Dans une société qualifiée de post-matérialiste, ce caractère identitaire se renforce, la consommation devenant un vecteur très prégnant de l'expression même de

1 - Rochefort R. (2001), *La Société des consommateurs*, Paris, Odile Jacob.

la personne¹. La consommation s'est dès lors diversifiée et très fortement segmentée, en adéquation avec les aspirations d'une « société d'individus » en demande de reconnaissance. De ce point de vue, à l'individualisation des modes de vie ont correspondu une grande variété de produits et services et une évolution de l'offre vers un « productivisme réactif »² pour satisfaire les attentes plurielles et changeantes des consommateurs.

Graphique n° 1 : Comparaison des croissances en euros constants des postes de consommation en 1993 et en 2008



Source : INSEE, Comptabilité nationale

Néanmoins, le consommateur ne saurait être réduit à un individu versatile et égotique. Sa recherche identitaire est aussi une quête de sens et de lien social. En effet, les individus valorisent davantage une consommation, pour ainsi dire « mim-éthique », qui les rapproche d'autres personnes, que la seule valeur d'usage. Cette force du lien a été particulièrement investie par le marketing, à travers les communautés de marque et autres « tribus de consommateurs »³. La consommation conjugue en quelque sorte le désir de lien et d'autonomie. En revanche, la quête de sens, où s'affirment de plus en plus les valeurs de sobriété, de durabilité, les considérations sanitaires ou qualitatives, demeure en contradiction avec l'hypersegmentation des marchés et le faible cycle de vie des produits qu'impliquent les désirs d'autonomie et d'individualisation. Pour les individus, il s'agit moins de dépasser une consommation jugée excessive que de la rendre conforme au projet de réalisation de soi.

1 - Inglehart R. (1990), *Cultural Shift in Advanced Industrial Society*, Princeton University Press.
 2 - Askenazy P. (2004), *Les Désordres du travail. Enquête sur le nouveau productivisme*, Paris, La République des idées/Seuil.
 3 - Cova B. et Ezan P. (2008), *Le consommateur collaborateur, activités, attentes et impacts. Le cas du passionné de Warhammer*, Actes des 13^e Journées de recherche en marketing de Bourgogne, Laboratoire d'économie et de gestion, UMR CNRS 5118, novembre.

Les arbitrages de la crise actuelle semblent confirmer ces tendances. Si la consommation « ostentatoire » a paru céder du terrain, les « nouvelles » consommations de réalisation de soi se maintiennent, particulièrement chez les jeunes générations. Les dépenses de loisirs ne se sont pas rétractées dans cette crise alors qu'elles avaient décliné en 1993. La réalisation de soi apparaît aussi sous de nouvelles formes comme le retour au « fait soi-même » dans la cuisine. Plus globalement, on constate un maintien relatif de la consommation, ce qui n'était pas le cas durant la précédente crise de 1993. Plus encore, le désir d'achat grandissant chez les jeunes, pour les biens de nouvelles technologies, apparaît comme un facteur explicatif des frustrations perceptibles dans l'opinion publique en matière de niveau de vie¹.

La population, conformément aux évolutions des modes de vie, est prioritairement attirée par des consommations « innovantes ». Pourtant, la part de la consommation pouvant être attribuée aux biens désirables est contrainte. L'accès limité à ces nouvelles consommations est un facteur de frustration qui renforce l'insécurité sociale. De plus, la consommation des biens premiers (logement et transports associés, alimentation) reste incontournable. Finalement, la « nouvelle » économie peut être vécue comme souffrance au lieu d'être libératoire, et ce d'autant que l'incertitude du consommateur renvoie aux précarisations d'un marché du travail incertain.

Au total, cette crise est moins celle de la « société de consommation » qu'une contrainte accrue et diffuse qui handicape la diffusion des nouveaux produits et services.

1 - Voir annexe 8 : Hébel P. (2009), *op. cit.*



Une crise marquant l'essoufflement d'un cycle technologique ?



Les crises sont parfois perçues comme des accélérateurs de changement, nécessaires au renouvellement des structures productives à travers un jeu de « destruction créatrice ». Si la R & D exerce traditionnellement un rôle stabilisateur sur l'activité, le resserrement du crédit risque, dans le contexte actuel, de faire reculer les dépenses d'innovation, de favoriser les entreprises établies au détriment des nouveaux entrants et d'entraver *in fine* le redéploiement vers les nouveaux secteurs. Les crises, contrairement aux idées reçues, figent les modèles de production, les phases ascendantes du cycle étant mieux à même d'animer la régénérescence des structures productives : de surcroît, si les gains d'efficacité des TIC ont été notables depuis trente ans, certains secteurs porteurs se rapprochent d'une phase de maturité et leur potentiel de croissance est désormais moindre.

Néanmoins, l'idée d'un ralentissement durable de la croissance par essoufflement technologique ne paraît pas recevable. Certains domaines issus de l'hybridation des champs scientifiques sont riches de promesses (biotechnologies, nanotechnologies, sciences cognitives, éco-technologies). De nombreuses techniques nouvelles qui n'ont pas encore rencontré de demande de masse solvable trouveront bientôt des applications en lien avec une demande de consommations innovantes qui ne se tarit pas. D'autant que ces technologies hybrides répondent à des besoins sociaux, en matière de santé et d'environnement notamment. Nous entrerions dans une phase de « synthèse créative » où les technologies s'agencent entre elles (développement des interfaces, hybridation) de manière à mieux correspondre aux besoins des individus, et rencontrent une demande de masse solvable. La consommation de biens et services à forte teneur technologique résiste à la crise. Les gains de productivité des TIC sont à attendre moins de l'automatisation des services que d'une réorganisation de leur chaîne de valeur et d'un développement des interfaces entre l'industrie et les services, autorisant un essor inégalé de ces derniers.

1. L'ampleur de la crise invite à réfléchir à un tournant durable du rythme de croissance

La chute de la productivité est à court terme d'une ampleur supérieure à celle des années 1970. Pourrait-elle marquer une inflexion de plus long terme du rythme de la productivité globale des facteurs, équivalente à celle qu'ont connue les pays européens à l'issue des deux chocs pétroliers ou le Japon plus récemment ? Cette réflexion accrédiaterait l'idée d'une croissance durablement faible de l'Europe, accentuée par son déclin démographique programmé.

La dégradation de la valeur ajoutée dans les secteurs principalement marchands (hors immobilier) est déjà près de deux fois plus importante que lors de la récession de 1993 mais la dégradation de l'emploi est relativement moindre. Il en résulte une dégradation de la productivité apparente du travail (valeur ajoutée par salarié) bien plus importante que dans les années 1990.

L'ampleur du ralentissement de la productivité est très largement due aux mécanismes de rétention de la main-d'œuvre sur le cœur d'activité. Le fait que les entreprises préservent leurs compétences stratégiques en période de crise incite à penser que les fondements de la productivité globale ne sont pas profondément atteints. Si tel est le cas, on peut penser que c'est moins la productivité que le rythme de création d'emploi qui serait affecté à moyen terme, les entreprises tendant à restaurer leur productivité dans un second temps.

Il faut néanmoins étudier l'hypothèse selon laquelle la lenteur d'ajustement de l'emploi témoignerait de la lenteur d'adaptation d'industries déclinantes. Dans ce cas, comme dans la France des années 1970, trop longtemps arrimée à sa vieille industrie lourde (dont la sidérurgie fut emblématique), les excès de capital à l'origine de la crise mettraient du temps à se résorber, entamant la compétitivité et pénalisant les secteurs émergents. Le risque d'une mauvaise dynamique conjointe de l'emploi et de la productivité n'est alors pas à exclure.

Plus globalement, il ne faut pas attendre des crises qu'elles opèrent spontanément un tri entre la bonne et la mauvaise économie, autrement dit qu'elles soient accélératrices de changement. Certes, les périodes de récession ont été longtemps perçues comme des phénomènes de destruction créatrice : la crise permettrait d'assainir l'économie, de passer par une phase de purge avant que la croissance soit restaurée. Parce que les périodes de croissance maintiendraient des emplois et des activités peu productives, la crise aurait un effet cathartique. Elle inciterait à une meilleure allocation des facteurs, contraignant les entreprises à se réorganiser, à innover et à investir

de nouveaux marchés sous peine de disparaître. Une récession pousserait à la faillite les unités de production les moins productives (destruction) et libérerait ainsi des facteurs (capital, travail) pour des activités et des investissements plus productifs (création). De même, elle inciterait les entreprises à conserver leurs dépenses d'innovation, qui sont des dépenses de long terme, par conséquent moins procycliques que les investissements productifs et plus rentables en période de crise.

Toutefois, il n'est pas certain que la destruction créatrice soit plus vigoureuse en période de récession. La crise est susceptible d'entraîner, à l'inverse, un gel des marchés, induisant une allocation moins efficiente qu'en haut de cycle. Ainsi, Caballero et Hammour¹ montrent que les récessions peuvent conduire à une « sclérose technologique » permettant à des activités peu productives et peu innovantes de survivre. En période de crise, le rythme des destructions excède en général très largement celui des créations, dont le nombre se réduit en raison des contraintes de liquidité. Les crédits manquent pour construire de nouvelles unités de production plus efficaces et plus innovantes. La pression concurrentielle se fait moins forte sur les activités moins productives, alors protégées par la récession.

Les vérifications empiriques récentes, bien qu'encore incomplètes et fragiles, semblent plaider en ce sens. Lee et Mukoyama² montrent ainsi, sur micro-données américaines, qu'en période de récession, les unités de production les plus fragiles font à peine plus faillite que les activités innovantes. Appliquées au marché du travail, les études de Barlevy³ et de Caballero et Hammour⁴ arguent également d'un faible effet de la destruction créatrice en bas de cycle. S'il est vrai qu'une récession détruit les emplois les moins productifs, les licenciés retrouvant ensuite un emploi plus productif, les transitions entre destruction d'emploi, chômage et nouvel emploi ne jouent quantitativement qu'un petit rôle sur le marché du travail. Les transitions d'un emploi à un autre (sans période de chômage) sont bien plus significatives et ce sont donc elles qui déterminent l'allocation efficace des facteurs. Or si, dans une récession, les créations de postes sont limitées, alors le marché de l'emploi des non-chômeurs se fige et les travailleurs restent bloqués dans des emplois sous-optimaux. Parce que cet effet est quantitativement dominant, les récessions exercent un rôle lénifiant contreproductif sur le marché de l'emploi.

Dernier constat, la R & D, réputée plus stabilisatrice que l'emploi (notamment peu qualifié) ou les investissements productifs, ne résisterait pas davantage

1 - Caballero R. J. et Hammour M. L. (1994), « On the timing and efficiency of creative destruction », *NBER Working Papers*, n° 4768 ; Caballero R. J. et Hammour M. L. (1999), « The cost of recessions revisited: a reverse-liquidationist view », *NBER Working Papers*, n° 7355.

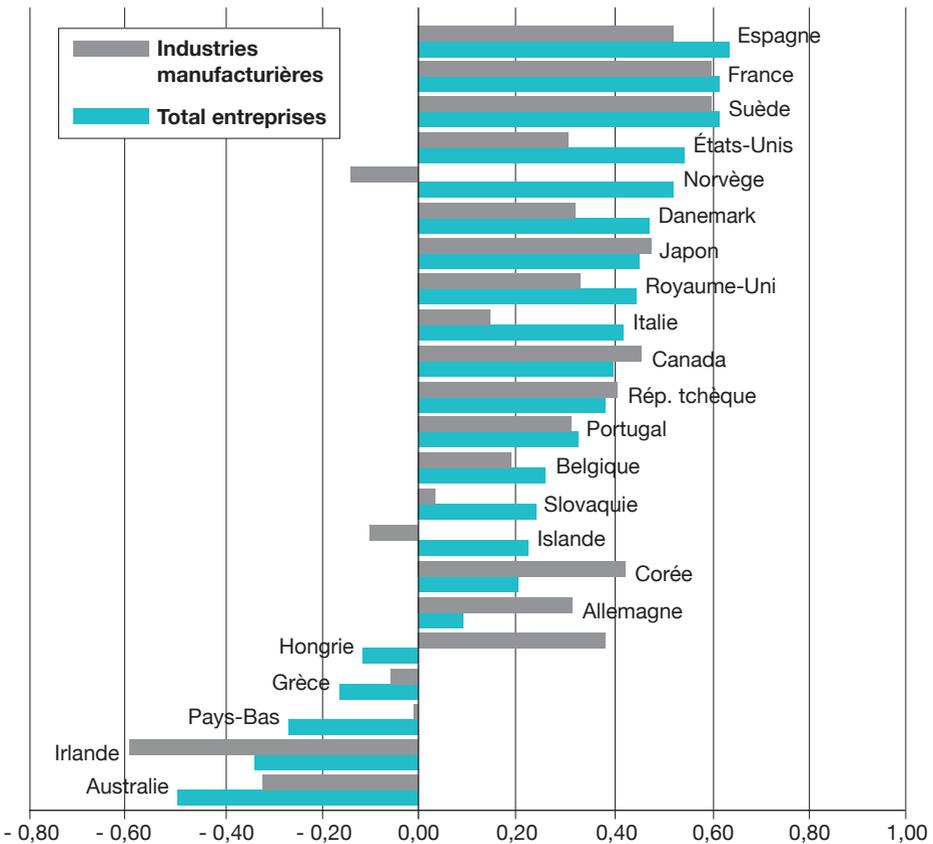
2 - Lee Y. et Mukoyama T. (2008), « Entry, exit and plant-level dynamics over the business cycle », *Working Paper*, 08-17, Center for Economic Studies, U.S. Census Bureau.

3 - Barlevy G. (2002), « The sullyng effect of recessions », *Review of Economic Studies*, Blackwell Publishing, vol. 69(1), p. 65-96, janvier.

4 - Caballero R. J. et Hammour M. L. (2005), « The cost of recessions revisited: a reverse-liquidationist view », *Review of Economic Studies*, Blackwell Publishing, vol. 72(2), p. 313-341, avril.

aux crises. Certes, parce que ce sont des dépenses de long terme (à fort contenu en main-d'œuvre qualifiée), elles paraissent moins affectées en période de récession. Une analyse rétrospective sur les pays de l'OCDE (1987-2006) montre effectivement que la part de la R & D recule moins que l'investissement productif en période de récession¹. Elle dévoile surtout un effet différé en période d'expansion comme dans la crise.

Graphique n° 2 : Corrélation entre taux de croissance de la R & D des entreprises de l'année t et taux de croissance de la valeur ajoutée de l'année $t-1$ dans les pays de l'OCDE (1) 1987-2006 (2)



(1) Les coefficients sont calculés à partir des données en volume (base 100, année 2000) et en monnaies nationales.

(2) Compte tenu de la disponibilité des données, les calculs peuvent porter sur une période plus courte selon les pays.

Source : calculs Centre d'analyse stratégique, base de données ANBERD de l'OCDE

1 - Harfi M. et Mathieu C. (2009), « Investissement en R & D des entreprises et cycles économiques dans les pays de l'OCDE », *La Note de Veille*, n° 153, Centre d'analyse stratégique, octobre.

Au total, comme l'ont montré empiriquement Aghion *et al.* (2004, 2008)¹, les entreprises ne préservent pas particulièrement leurs dépenses de recherche et développement en bas de cycle, ce qui infirme le caractère assainissant et innovant des récessions. Cet effet procyclique des crises sur la R & D s'explique essentiellement par des contraintes de crédit, le recul de la R & D des entreprises étant d'autant plus élevé quand les profits baissent qu'elles sont dépendantes des marchés financiers. De ce point de vue, la crise actuelle, marquée par le resserrement du crédit, serait susceptible d'amplifier le recul des dépenses d'innovation, remettant en cause les investissements à long terme les plus prometteurs. Ce faisant, la faiblesse des dépenses de R & D pourrait inhiber les gains de productivité induits par le progrès technique et remettre en cause durablement la croissance. Alors même que chaque récession affecte négativement le taux de croissance de long terme², marquant un effet d'hystérèse, la profondeur de cette crise pourrait annoncer un taux de croissance durablement faible, et donc inciter à poursuivre des politiques publiques innovantes (par exemple le remboursement anticipé du crédit d'impôt-recherche).

2. La maturité des « valeurs » technologiques des années 2000

L'hypothèse d'une inflexion durable du rythme de croissance de la productivité pourrait laisser penser que la crise porte essentiellement la marque de l'essoufflement du cycle technologique lié aux TIC. La crise des valeurs de croissance serait symptomatique à la fois d'un surinvestissement dans ces technologies et d'une surestimation des gains attendus de la diffusion plus large de ces dernières.

Plusieurs signaux pourraient en attester. Le premier est le recul de la R & D dans le secteur des TIC qui, en 2005, n'avait toujours pas retrouvé son niveau de 2000 en dollars constants (corrégés de l'inflation) dans les pays

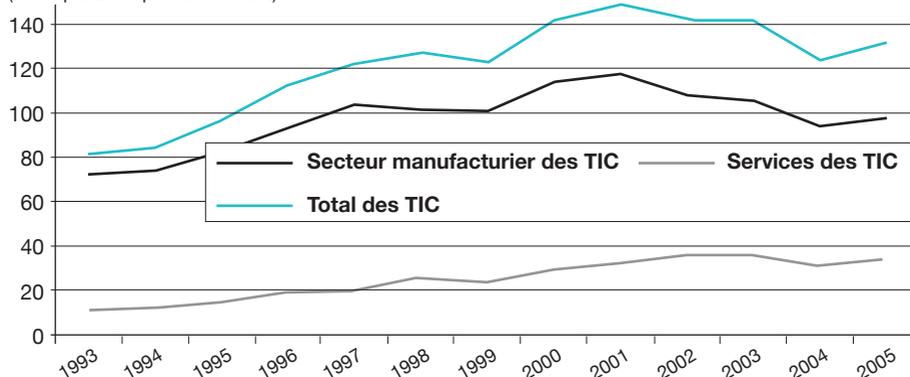
1 - Aghion P. *et al.* (2004), « Volatility and growth: financial development and the cyclical composition of investment », *Working Paper*, Harvard University ; Aghion P. *et al.* (2008), « Credit constraints and the cyclical nature of R&D investments: evidence from France », *PSE Working Papers*, 2008-26.

2 - Selon Barlevy, chaque choc récessif a un coût, en termes de consommation perdue, bien supérieur à son impact initial car les projets de long terme sont amputés en bas de cycle, pour des questions de disponibilités financières mais aussi de main-d'œuvre. Moins de temps et d'argent sont consacrés à la recherche fondamentale mais aussi à la phase de développement, ce qui handicape la reprise ultérieure. Ces projets innovants étant le gage des hausses de productivité dans les périodes d'expansion, leur faiblesse serait un manque à gagner durable. Barlevy G. (2004), « On the timing of innovation in stochastic Schumpeterian growth models », *NBER Working Papers*, n° 10741.

anciennement industrialisés¹. Il aurait rejoint un niveau similaire à celui de 2001 en 2007. Particulièrement patent pour les produits, ce recul est partiellement compensé par une croissance des dépenses de R & D dans les services et dans le software². La situation française est encore plus marquée avec une baisse des dépenses de R & D dans les TIC de près de 4 % (à prix constants) entre 2002 et 2006 et un recul plus prononcé dans les services de TIC (- 4,5 %) que dans les secteurs manufacturiers (- 3,7 %).

Graphique n° 3 : Évolution des dépenses de R & D des secteurs TIC dans la zone de l'OCDE

Milliards de dollars en PPA à prix constants de 2000
(PPA : parité de pouvoir d'achat)



Source : OCDE, *Perspectives des technologies de l'information*, 2008

Ces tendances pourraient être accentuées par la crise. Non seulement les secteurs de la programmation informatique et des semi-conducteurs ont une R & D parmi les plus procycliques qui devrait dès lors être très affectée par les coupes budgétaires, mais ce sont aussi ces industries qui fournissent les composants des autres activités liées aux TIC³ et qui constituent le segment le plus innovant. Le ralentissement probable de la R & D dans ces deux sous-secteurs exercerait alors une influence négative sur les capacités d'innovation des TIC dans leur ensemble mais aussi sur d'autres produits et services n'appartenant pas aux TIC (logiciels embarqués dans les transports ou les équipements et dispositifs médicaux, automates industriels, etc.).

De manière comparable à la R & D, l'emploi dans les services du secteur des TIC a certes augmenté plus rapidement que dans l'ensemble des services

1 - Vickery G. et Wunsch S. (2009), « R&D and innovation in the ICT sector: toward globalization and collaboration », in OCDE World Economic Forum (2009), *The Global Information Technology Report 2008-2009*.

2 - Turlea G. et al. (2009), *The 2009 Report on R&D and ICT in the European Union*, JRC-IPTS Report.

3 - Trois marchés se disputent la majorité des besoins en semi-conducteurs : les fabricants de composants en informatique (mémoires, jeux de composants, cartes d'extension, processeurs), le secteur des télécommunications (téléphones portables, matériels réseaux) et l'électronique embarquée (montres électroniques, consoles de jeux, GPS...).

aux entreprises dans les pays de l'OCDE entre 1995 et 2006, mais cette progression n'a pas compensé son recul dans les industries manufacturières du même secteur. Au final, la part des TIC dans l'emploi total a stagné depuis 1995, notamment en France¹, et a même régressé aux États-Unis². Parallèlement, son intensité de main-d'œuvre diminue tandis que l'emploi, manufacturier ou de service, est de plus en plus soumis aux variations cycliques. Très affecté par l'éclatement de la bulle technologique de 2000, l'emploi dans ce secteur n'a recommencé à croître qu'en 2005. On aurait donc une forme de banalisation des TIC qui, après avoir tiré la croissance des vingt dernières années, pourraient être parvenues à l'âge de la maturité.

Cette maturité se manifesterait tout d'abord par une perte de valeur ajoutée dans certains segments et par un ralentissement de la diffusion des biens et services. La baisse de valeur de la minute de télécommunication affecte particulièrement les industries de la télécommunication dont la croissance est également freinée par une saturation de l'équipement en France comme dans le reste du monde anciennement industrialisé. Dans la plupart des pays européens, le taux de croissance du secteur n'est plus, aujourd'hui, contributif à la croissance générale de l'économie³. Sa croissance mondiale, de l'ordre de 5 % ou 6 % par an, est essentiellement le fruit des besoins d'investissements et d'équipement des économies émergentes, notamment la Chine et plus récemment l'Inde.

Les services informatiques seraient également parvenus à un stade de maturité, non en raison d'un ralentissement de la demande⁴ mais du fait d'une standardisation des technologies autorisant leur externalisation et leur délocalisation. De ce point de vue, l'*offshoring* des services informatiques en attesterait. Selon le Livre blanc sur les TIC⁵, le potentiel théorique total de pénétration de l'offshore est de l'ordre de 25 % à 30 % du marché total des services informatiques, inférieur de plus de 10 points aux potentiels anglo-saxons, principalement pour des raisons culturelles, structurelles et linguistiques.

Enfin, les technologies de l'information et de la communication ne sont pas considérées comme porteuses pour le secteur TIC *stricto sensu* mais pour l'ensemble de l'économie, leur adoption favorisant des gains d'efficacité pour toutes les activités. Or ces gains de productivité pourraient également avoir atteint un palier. S'il reste un *gap* numérique, en particulier entre les

1 - La part du secteur TIC dans l'emploi total en France stagne (4,4 % en 1995 comme en 2006) avec un recul dans les industries manufacturières TIC (-1,80 %) et une faible progression dans les services TIC (+1,84 %), comparable à la croissance de l'ensemble des services aux entreprises (+1,92 %), données OCDE, calcul Centre d'analyse stratégique.

2 - OCDE (2009), *Perspectives des technologies de l'information de l'OCDE 2008*.

3 - G9+Institut (2009), *Quel avenir pour les grandes industries TIC à l'horizon 2015 ?*, Livre blanc issu des conférences du cycle prospective G9+, juin.

4 - Conformément à la théorie du cycle de vie des produits. Stigler G. (1951), « The division of labor is limited by the extent of the market », *Journal of Political Economy*, vol. 59, p.185-193.

5 - G9+Institut (2009), *op. cit.*

grandes entreprises et celles de taille plus modeste (par exemple, le *Software as a service*, SAAS), laissant encore d'importantes marges de manœuvre pour l'utilisation de ces technologies, la différenciation concurrentielle ne passe plus par leur adoption. Une majorité d'entreprises en Europe a déjà atteint un niveau d'utilisation numérique très important, même si les différences sectorielles restent manifestes (l'industrie « lourde » et le secteur bancaire en étant les plus grands consommateurs).

Au-delà, les effets intrinsèques des TIC sur les gains de productivité de l'économie pourraient avoir été surestimés. Ils relèvent principalement des changements d'organisation qu'elles autorisent¹. C'est ce que confirme une étude récente² qui conclut à un faible impact isolé des technologies de l'information et de la communication sur la productivité du capital et sur celle du travail comparé au capital traditionnel et à l'augmentation du travail qualifié (favorisé par les TIC mais pas seulement). Au total, les gains de productivité dépendent peu des TIC directement, conformément au paradoxe de Solow³, mais bien plus de la pression concurrentielle et de la flexibilité de la production occasionnant l'externalisation et la délocalisation (elles-mêmes facilitées par l'adoption des technologies de l'information sur une grande échelle) et donc des réductions de main-d'œuvre. Les gains potentiels des TIC pour les services de proximité, en particulier, ou pour le commerce de détail, sont subordonnés à un profond changement de leur organisation et des conditions de concurrence. Quant au différentiel de productivité entre les États-Unis et l'Europe, il tiendrait moins dès lors à une plus grande pénétration des TIC qu'à l'inertie ou la spécificité des modes d'organisation des entreprises en Europe.

La rupture de productivité observée en Europe dans les années 1970 ou au Japon dans les années 1990 provenait essentiellement de l'épuisement des gains potentiels liés au rattrapage accéléré de ces économies sur l'économie américaine. Le décrochage européen relatif plus récent est venu de l'accélération de la productivité aux États-Unis après 1995, dont les causes ont été très largement étudiées. Cette accélération était concentrée dans les domaines de la distribution et de la finance, ces deux secteurs partant de niveaux de productivité assez faibles par rapport à ceux observés en Europe. De ce point de vue, on peut considérer qu'un ralentissement de la productivité dans l'économie qui symbolise de façon simplificatrice la « frontière technologique » est assez probable, dans la mesure où les ressorts de la diffusion des TIC ont été davantage utilisés.

De nombreux produits et marchés ont atteint un stade de maturité. Il reste des potentiels de croissance sur certains marchés spécifiques mais au total la croissance des marchés TIC, au sens étroit, aurait connu son pic. Ce périmètre statistique « informatique et communication » du progrès technique

1 - Janod V. et Saint-Martin A. (2004), « Measuring the impact of work reorganization on firm performance: Evidence from French manufacturing », *Labour Economics*, 11(6), p. 785-798.

2 - Commission européenne (2008), *Sectoral e-Business Watch*.

3 - « Les ordinateurs sont partout sauf dans les chiffres de la productivité » (Robert Solow, 1987).

est néanmoins trop restreint pour permettre d'appréhender la puissance de la vague de progrès technique contemporaine dans son ensemble et, en l'espèce, tous les potentiels de la société numérique.

3. L'innovation interrompue ou relancée ?

La crise marquerait alors une faiblesse structurelle de l'innovation qui serait accentuée en raison des coupes budgétaires.

Les impacts sur les dépenses de R & D de la crise actuelle devraient se faire sentir dans un délai minimal d'un an en raison d'un horizon budgétaire plus long que les investissements productifs. Certaines enquêtes préliminaires semblent néanmoins déjà augurer d'une érosion des dépenses de recherche et développement dans cette crise. L'enquête de McKinsey (février 2009)¹ auprès de 494 cadres d'entreprises spécialisés en management de la R & D indique ainsi qu'un tiers des entreprises envisagent de réduire leurs budgets de R & D et 40 % le nombre de projets de R & D initiés. Même son de cloche pour l'Innobaromètre européen (mai 2009), selon lequel entre 22 % et 27 % des entreprises prévoient de limiter leurs dépenses d'innovation pour répondre à la crise. L'étude du BCG réalisée en décembre 2008 auprès de 2 700 cadres de firmes innovantes dans le monde² anticipe quant à elle une réduction de ces budgets pour seulement 14 % d'entre elles. Au total, les estimations disponibles s'échelonnent entre une R & D « plate » (selon le FMI, la faible croissance des dépenses serait totalement absorbée par l'inflation³) et une croissance des dépenses d'innovation de plus de 4 % pour l'Europe (selon l'enquête européenne 2008 sur les investissements en R & D⁴), un peu moins pour les autres pays.

Au-delà de l'ampleur plus ou moins grande des coupes budgétaires, la récession pourrait avoir des conséquences durables handicapant la reprise ultérieure. L'investissement en R & D étant perçu comme risqué, la récession risque de différer, voire condamner, l'arrivée sur le marché de produits et services nouveaux. Elle conduit également les entreprises à concentrer leurs dépenses sur leur cœur de métier, sur des innovations plus incrémentales que radicales, réduisant les effets de diffusion sur le reste de l'économie. L'étude du BCG souligne ainsi la réorientation des projets de R & D vers la recherche

1 - McKinsey (2009), « R&D in the downturn: McKinsey Global survey results », *McKinsey Quarterly*, février.

2 - Boston Consulting Group (2009), *Innovation 2009: Making Hard Decisions in the Downturn*, avril.

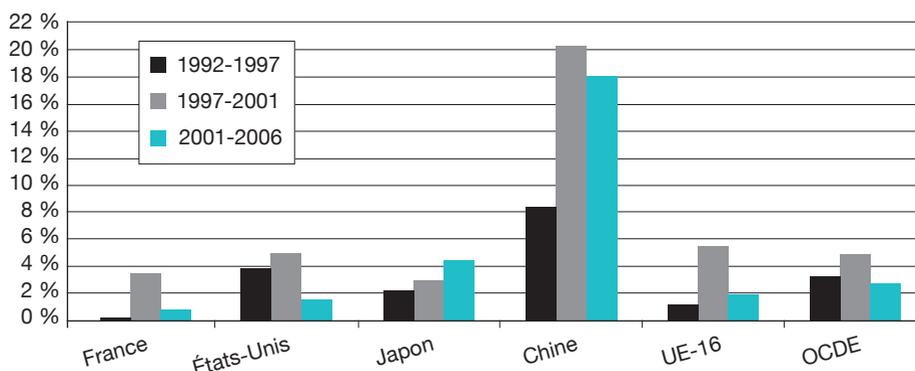
3 - FMI (2008), *World Economic Outlook*, octobre.

4 - JRC-IPTS, European Commission (2009), *The 2008 EU Survey on R&D Investment Business Trends*.

de coûts de production plus faibles. Or, comme le souligne le rapport de Morand et Manceau (2009)¹, l'innovation s'inscrit dans une économie de quantité ; en raison d'externalités de réseau positives, la multiplication des projets d'innovation est un déterminant important du taux de succès des innovations radicales. Les entreprises risquent ainsi de se réorienter massivement vers des innovations à la marge basées principalement sur la recherche de l'obsolescence des produits. 51 % des responsables (majoritairement américains) interrogés par l'enquête InnovationTools (mars 2009) envisagent de mener une stratégie prioritaire dans l'amélioration « créative » des produits existants.

Ces effets viendraient se greffer sur un cycle d'innovation déjà fortement affecté par la crise des valeurs technologiques. Les dépenses de R & D des entreprises ont été freinées dans le monde anciennement industrialisé après 2001 par rapport à la période antérieure (+ 2,7 % par an en dollars constants, à parité des pouvoirs d'achat pour l'ensemble des pays de l'OCDE), en particulier en Europe (+ 1,8 % dans l'UE-15 et seulement + 0,8 % en France) et aux États-Unis (+ 1,5 %) où elles n'ont été que très légèrement supérieures à l'inflation. La croissance des investissements privés dans l'innovation provient essentiellement d'Asie (+ 4,4 % au Japon, + 9,8 % en Corée du Sud sur la même période), avec une poussée spectaculaire en Chine où elles ont progressé de 18 % par an (en dollars PPA constants)².

**Graphique n° 4 : Évolution des dépenses intérieures de R & D
Taux de croissance annuel moyen en volume**



Source : OCDE-PIST 2009-1 ; calculs Centre d'analyse stratégique

Les dépenses de R & D des entreprises sont, quant à elles, restées stables en pourcentage du PIB depuis 2002, aux États-Unis comme dans l'Union européenne. Dans ce contexte, la situation française paraît singulièrement fragile en raison de la relativement faible intensité de l'investissement en R & D

1 - Morand P. et Manceau D. (2009), *Pour une nouvelle vision de l'innovation*, rapport pour la ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, avril.

2 - OCDE (2009), *Perspectives des technologies de l'Information de l'OCDE 2008*.

des entreprises (1,3 % du PIB en 2006 contre 2,6 % au Japon, 1,9 % aux États-Unis ; la Chine étant passée de 0,5 % à 1 % du PIB entre 2000 et 2006). Dans le même temps, pour faire face à la concurrence et au raccourcissement du cycle de vie des produits, les entreprises ont réduit la part de la R & D consacrée à la recherche fondamentale et appliquée, lui préférant le développement des produits et des processus. Alors que la R & D fondamentale et appliquée aux États-Unis représentait 30 % du total de la R & D des entreprises en 1975, elle n'en représentait plus que 25 % en 2005.

De ce fait, les innovations radicales auraient été insuffisantes dans la décennie passée et, plus largement, il n'y aurait plus assez d'idées sur lesquelles fonder des innovations, tandis que la phase de profit des innovations au stade du développement serait arrivée à maturité, soit parce que les concurrents les auraient imitées, soit parce que la phase de protection intellectuelle des brevets serait dépassée (de nombreux médicaments, *blockbusters* des grandes compagnies pharmaceutiques, tombent dans le domaine public dans les toutes prochaines années).

D'une manière générale, certaines analyses laissent à penser que l'innovation n'aurait pas tenu ses promesses et pas seulement dans le secteur des technologies de l'information et de la communication. *Business Week*¹ pointe les espoirs portés par la thérapie génique, par les services satellitaires pour l'agriculture ou par les biotechnologies, qui ont, au moins à ce jour, conduit à des développements industriels limités et des retours sur investissements plus faibles qu'escomptés. Dans ce contexte, le recul historique des TIC (les cotations ont perdu 75 % de leur valeur en 2001) serait interprété comme le chant du cygne, signalant une surestimation des gains attendus de l'ensemble des innovations.

Cette vision pessimiste de l'innovation mérite néanmoins d'être nuancée, y compris dans la crise. Certaines entreprises dont l'activité est tirée par l'innovation cherchent, en période de récession, à approfondir leur avantage compétitif en augmentant leurs budgets de R & D et en réorientant leurs portefeuilles vers des projets de long terme, en bénéficiant dans certains pays de l'appui des plans de relance. Les industries énergétiques, dont l'innovation est moins procyclique que d'autres activités et qui conservent des perspectives de croissance, maintiennent leurs dépenses de R & D, en particulier dans les énergies renouvelables. Il en va de même de l'industrie chimique. De ce point de vue, il n'existe pas de stratégie d'innovation univoque des entreprises face à la crise, les annonces de coupes budgétaires ou de restructuration-externalisation de la R & D voisinant avec celles du maintien des dépenses ou de leur recentrage sur certains projets.

Plus largement, l'innovation demeure une des priorités de la majorité des entreprises (64 % selon l'enquête du BCG) et les TIC y contribuent amplement :

1 - « The failed promise of innovation in U.S. », 3 juin 2009.

55 % à 70 % des entreprises européennes, tous secteurs confondus, anticipent une influence élevée ou moyenne des TIC sur leur activité¹. Le secteur des technologies de l'information et de la communication *stricto sensu* est le plus gros contributeur à l'effort d'innovation des entreprises, y compris en Europe où ce secteur est plus étroit qu'aux États-Unis et en Asie (3 % de l'emploi total et près de 5 % du PIB européen mais 26 % des dépenses de R & D des entreprises et 32 % de la totalité des chercheurs européens). Mais il irrigue d'autres activités économiques (l'espace, la défense, l'automobile, l'aéronautique, les jeux et de plus en plus la santé, l'éducation et la culture intègrent des progrès technologiques numériques), tandis que l'innovation de nombreuses industries manufacturières et de services donne lieu à la création de produits TIC (logiciels créés par le secteur bancaire ou par celui de l'immobilier)² ou numériques, à l'instar des systèmes et logiciels embarqués dans les équipements électriques et de transport. Au-delà, depuis la fin des années 1990, la vague d'innovation qui a d'abord touché les TIC s'est étendue aux domaines des matériaux, du vivant, de l'énergie ou des transports et n'a cessé de se développer au cours des dernières années. La croissance du nombre de brevets a été particulièrement remarquable dans le domaine des nanotechnologies, des éco-technologies, des technologies de l'énergie et de celles de l'espace. Difficile dès lors d'en inférer que les inventions sont en berne et qu'il n'y aurait pas de nouveaux domaines technologiques pour prendre le relais de ceux parvenus à maturité.

Comment réconcilier ces deux visions qui semblent antagonistes ? Plus que d'avoir surestimé les gains, les marchés seraient coupables d'avoir brûlé les étapes. Si les inventions ne déclinent pas, comme en témoigne la prolifération des brevets (le nombre de brevets accordés a passé le seuil du million en 2008), en revanche, le délai entre une ou plusieurs découvertes et leur application sur un marché ne s'est guère raccourci au fil du temps. En effet, l'innovation ne se réduit pas à la technique qui n'est qu'un moyen au service de la satisfaction des individus et des sociétés. En ce sens, les TIC ne constituent qu'un support de la connaissance parmi d'autres : ce sont moins les gains de productivité éventuels qu'elles engendrent qui sont à l'origine de leur rôle économique central que le renouvellement des organisations et des processus de production, l'amélioration de la qualité et de la traçabilité des produits et services ainsi que l'extension des marchés qu'elles permettent.

Toutes les grandes vagues d'innovation technologique comportent des étapes similaires. La révolution scientifique offre un choix de techniques nouvelles, qui dans un premier temps occupent le devant de la scène et nécessitent des améliorations continues. Dans un deuxième temps, ces technologies se diffusent dans l'industrie (effet d'apprentissage) et trouvent un marché viable. Dans un troisième temps, elles deviennent d'usage courant et faciles d'accès, elles s'agencent entre elles de manière à mieux correspondre

1 - Commission européenne (2008), *Sectoral e-Business Watch*.

2 - Environ un quart du total de la R & D en TIC ne provient pas de ce secteur, selon l'OCDE.

aux besoins des individus et rencontrent une demande de masse solvable. Dans un dernier temps, ces technologies arrivent à maturité et sont soit remplacées soit renouvelées par d'autres (les chemins de fer avec le TGV). Mais entre la première et la troisième étape, il peut s'écouler de vingt à cinquante ans. Le laser, découvert en 1958, n'a connu une généralisation de son usage qu'au début des années 1980. Inventée à la fin du XIX^e siècle, l'automobile ne trouve une classe moyenne solvable qu'à l'issue de la Seconde Guerre mondiale et devient le principal mode de transport et l'un des premiers secteurs économiques à partir des années 1950.

Dès lors, loin d'être dans une phase de maturité, nous entrerions dans la troisième phase, une phase de synthèse créative au service des individus, pour reprendre l'expression de Marc Giget. De ce point de vue, les TIC continueraient à tirer les opportunités de développement, alors même que d'autres technologies plus récentes parviendraient à une phase de plus grande diffusion et rentabilité. Nous aborderions une ère 3.0 de l'e-business¹, qui succéderait à l'e-business 1.0 caractérisé par l'emballement pour des technologies encore immatures entre 1995 et 2000 et à l'e-business 2.0 marqué par les coupes budgétaires mais aussi par la diffusion très forte des TIC, et dans une moindre mesure des autres technologies nouvelles apparues postérieurement. Cette diffusion des technologies numériques est manifeste aujourd'hui. Pour preuve, si la part des métiers spécialisés dans les TIC dans l'emploi total des pays de l'OCDE est de 4 %, celle des professions à forte intensité numérique dépasse 20 %².

Cette phase de synthèse créative serait caractérisée par l'utilité sociale des technologies (TIC, technologies de la santé, technologies environnementales). C'est moins leur aptitude scientifique en tant que telle que les services qu'elles peuvent rendre qui déterminent leurs opportunités de développement. Si l'on poursuit l'exemple des TIC, l'OCDE³ ne recense pas moins de six grands domaines d'applications socioéconomiques de la recherche dans les technologies numériques⁴. Ces nouvelles applications leur permettraient de prendre leur véritable essor dans le domaine de la santé, de l'éducation, de la lutte contre le changement climatique (réseaux intelligents). Dans cette perspective, le développement du numérique dépasserait le blocage à leur égard des personnels de santé et permettrait non seulement d'améliorer la qualité des soins à l'hôpital, au domicile ou en télédiagnostic, mais aussi de réduire les dépenses correspondantes. Les technologies numériques offriraient la possibilité d'aller plus loin encore dans la satisfaction des individus, devenus acteurs de la créativité et en quelque sorte coproducteurs des services proposés par les entreprises. D'une manière générale, les services

1 - Commission européenne (2008), *Sectoral e-Business Watch*.

2 - OCDE (2009), *Perspectives des technologies de l'information de l'OCDE 2008*.

3 - *Idem*.

4 - Dans la santé, la gestion de situations d'urgence ou de catastrophe, l'amélioration de l'inclusion sociale et de l'autonomie des individus, la mobilité et les transports, la réponse aux défis environnementaux et les enjeux de défense.

sont au cœur des grandes tendances nouvelles de la recherche en TIC, qu'il s'agisse du Web 2.0, des logiciels ou du *cloud computing* renouvelant les services aux entreprises. De ce point de vue, les TIC vont moins améliorer la productivité dans les services que permettre leur développement inégalé.

L'informatique dans les nuages : les avancées du *cloud computing*

Certains groupes, à l'instar de Microsoft, d'Amazon, d'IBM ou de Google ont trouvé le moyen de rentabiliser les coûteuses installations nécessaires au fonctionnement des centres de données informatiques (entre 500 et 600 millions de dollars la pièce concentrant 500 000 à 1 million de serveurs). En effet, on estime en moyenne que 90 % des serveurs ne sont utilisés qu'à 20 % de leur capacité. Grâce aux logiciels de virtualisation, qui créent une multitude de serveurs virtuels sur une même machine physique, ces groupes mobilisent la puissance de la machine non utilisée pour vendre des services à la demande. De cette façon, les exploitants de centres de données ouvrent de nouveaux marchés en louant soit leurs infrastructures, soit leurs plates-formes logicielles. Le *cloud computing*, littéralement « l'informatique dans les nuages », permet de délocaliser l'ensemble des applications sur le réseau Internet : les programmes, les données, les périphériques et les capacités de calcul.

Après avoir individualisé la gestion des données dans des ordinateurs toujours plus puissants, cette mutualisation des applications pourrait impliquer une forme de re-concentration de la puissance de calcul au sein d'un centre de serveurs. L'utilisateur bénéficie ainsi d'une puissance de traitement illimitée depuis n'importe quel terminal et le *cloud computing* permet aux entreprises d'externaliser les ressources numériques qu'elles stockent.

Amazon loue ainsi de la puissance pour 0,12 dollar de l'heure (IaaS – *Infrastructure as a service*), avec son service *Elastic Cloud Computing*, et du stockage. Microsoft proposera (d'ici à 2011) toute la gamme de services « *cloud* ». Avec Windows Azure, il promet aux entreprises, de plus en plus désireuses de se décharger des coûts de maintenance et de ne plus avoir à investir dans des compétences en interne, d'en finir avec les problèmes de défaillance, de sauvegarde ou de bande passante. Ces tâches seront à la charge de Microsoft ou de ses partenaires. Dans ce cadre, le *cloud computing* soulève deux difficultés. La première tient à la dépendance entre fournisseur et client qu'il implique ; la seconde à la confidentialité et à la sécurité des données.

Dernière caractéristique de cette troisième phase de synthèse créative, elle serait marquée par les synergies entre technologies nouvelles. Non seulement des applications particulièrement prometteuses se développent dans les domaines des technologies environnementales ou de la santé mais de nouvelles technologies sont également introduites dans les TIC. Ainsi, la maîtrise des nanotechnologies est devenue un élément central de la R & D dans la course à la miniaturisation des microprocesseurs. D'une manière générale, les avancées de la biotechnologie, de la nanotechnologie, des sciences cognitives nourrissent des synergies et ouvrent de nouveaux

champs de recherche qui apportent de surcroît des réponses à des défis sociaux et environnementaux. Même chose dans le domaine des technologies environnementales qui empruntent aux TIC pour la surveillance environnementale et l'efficacité énergétique, aux nanotechnologies pour modifier les matériaux et réduire l'empreinte écologique des processus industriels, et aux biotechnologies pour limiter les intrants chimiques. Autres exemples de cette hybridation des technologies, les nouvelles interfaces cerveau-machine ou les médicaments de biosynthèse sont permis par la convergence entre biologie, nanotechnologie et informatique (voir encadré).

La convergence entre biologie, nanotechnologie et informatique

Les interfaces cerveau-machine

Leur but est de permettre un contrôle de la machine sans passer par une action motrice exécutée – comme la pression d'une touche ou le déplacement d'une souris. On parle alors d'interfaces cerveau-machine (*brain-computer interfaces*, ou BCI, en anglais), puisqu'elles fonctionnent grâce à un échange d'information entre un dispositif de mesure ou d'estimation de l'activité cérébrale d'un individu (implanté ou non) et la machine à commander. À première vue, ces interfaces répondent au fantasme du « contrôle par la pensée » d'un ordinateur, voire d'un robot. Mais, le terme « pensée », bien que très souvent repris par les médias (y compris les journaux scientifiques) est un abus de langage. Dans un tel contexte, pensée renvoie en fait au décodage, au calcul, et surtout à l'interprétation de l'activité cérébrale de l'utilisateur qui est réalisée par un ordinateur ou un processeur à l'aide d'un ou plusieurs algorithmes. Ces interfaces ne sont donc pas contrôlées par la pensée en tant que telle, mais par des ondes cérébrales qui, après avoir été enregistrées, converties, traitées et analysées, vont permettre à l'utilisateur de déplacer un curseur voire une prothèse. Il faut garder à l'esprit qu'arriver à de tels résultats requiert un entraînement colossal pour une précision qui reste assez grossière. Mais il y a quelques années encore, de telles prouesses biotechnologiques n'étaient pas réalisables. Aujourd'hui, elles offrent de formidables perspectives en termes de réhabilitation fonctionnelle.

La synthèse de l'artémisinine

De nombreux médicaments dépendent de la synthèse chimique de composants rares, difficiles à isoler à partir de sources naturelles, ou de synthèses chimiques complexes et très coûteuses. C'est le cas de l'artémisinine, très efficace contre la malaria qui cause plus d'un million de morts par an. Ce composé chimique est naturellement produit par des plantes mais en très petites quantités. En outre, sa structure chimique complexe rend la synthèse chimique incompatible avec les conditions économiques. Le professeur Jay Keasling de l'université de Californie, à Berkeley, à l'origine de la technologie, a identifié le schéma de biosynthèse et développé un système microbiologique permettant la production d'artémisinine par fermentation. En mars 2008, le groupe pharmaceutique Sanofi-Aventis a signé avec l'Institute for OneWorld Health (iOWH), une société pharmaceutique américaine à but non lucratif, et Amyris Biotechnologies, un pionnier en biologie synthétique, un partenariat pour développer à l'horizon 2010 une artémisinine de synthèse à faible prix, un élément clé dans les traitements antipaludiques.

De la même manière que ces organismes modifiés pourraient fournir de nouveaux médicaments, ils pourraient être conçus pour produire des matériaux utiles, par exemple des matières plastiques biodégradables à partir de substances brutes, renouvelables et de faible coût, ou pour convertir ces sources en carburants comme l'hydrogène ou le méthanol. La capacité des systèmes biologiques à assembler la structure des matériaux au niveau moléculaire pourrait ouvrir la voie à des matériaux dotés de propriétés nouvelles et améliorées, ou à des machines ou circuits électroniques nano-structurés.

Quels enjeux de politiques publiques ?

Le volontarisme industriel (FSI¹, commandes publiques²), fiscal (suppression de la taxe professionnelle) et social (Pôle emploi, FISO³) des pouvoirs publics est en phase avec l'idée de faire émerger une nouvelle économie plutôt que de privilégier des stratégies défensives. Il vise à accompagner l'économie française dans une transition nécessaire à la reprise si l'on se réfère par exemple aux annonces de commandes publiques de véhicules électriques. Les différents volets du grand emprunt (par exemple numérique, quasi-fonds propres pour les PME, universités, énergies renouvelables) pourront confirmer l'adoption de mesures accompagnant cette évolution.

Les leviers plus transversaux favorables à l'éclosion de nouveaux secteurs semblent également bien identifiés : investissement immatériel, éducation, recherche notamment, appui aux PME ou aux entreprises de taille intermédiaire (ETI). Concernant l'arbitrage entre les différents types d'investissements publics, un « consensus fort » privilégie actuellement les investissements à fortes externalités : recherche, éducation, infrastructures numériques... Leur caractère immatériel (qui implique un fort contenu en emplois qualifiés et donc en salaires) permet de surcroît de majorer l'effet revenu/consommation, favorable à la croissance à court terme.

Les politiques de soutien à l'investissement doivent cependant être associées à d'autres. Favoriser des secteurs novateurs et porteurs peut passer par des stratégies plus indirectes de solvabilisation de la demande. Une politique de R & D isolée en période de basse conjoncture peut réduire l'efficacité des dépenses dans la mesure où la faible demande et la restriction du crédit réduisent la prise de risque des entrepreneurs et le souhait même de montée en gamme des consommateurs. En matière de développement des *smart grids* par exemple, où de mise aux normes environnementales du parc de

1 - FSI : Fonds stratégique d'investissement.

2 - Le gouvernement a annoncé le 23 septembre 2009 une première commande d'environ 50 000 voitures électriques pour l'administration et les entreprises publiques, lors de la présentation du plan « véhicules propres ».

3 - FISO : Fonds d'investissement social.

logements ou de bâtiments privés, la question de la solvabilisation de la demande est décisive, notamment pour les propriétaires ou locataires aux revenus plus contraints. Ce champ d'action figure parmi les plus efficaces d'un point de vue économique, puisqu'il combine deux priorités : celle de la relance, par le truchement d'un secteur dont l'activité a de fortes retombées sur l'économie domestique ; celle de la redynamisation d'un secteur, certes traditionnel, mais drainant de nouvelles innovations. Plus généralement, face à la restriction du crédit qui pèse sur l'activité, les politiques publiques d'avance sur trésorerie, de recapitalisation ou de garantie sont de nature à limiter la mortalité des entreprises et les pertes de compétences induites¹.

1 - Parmi les moyens mis à disposition des entreprises : le Fonds stratégique d'investissement, le Contrat de développement transmission d'Oséo, le Fonds de consolidation et de développement des entreprises, le Fonds de modernisation des équipementiers automobiles, les garanties publiques en assurance-crédit.



Les nouvelles interfaces industrie-services : un gisement potentiel de croissance ?

Alors que l'ère numérique rapproche les entreprises de leurs clients et offre des potentialités inédites, le renouvellement des moteurs de la croissance pourrait résider dans une nouvelle articulation entre les services et les biens, répondant à la satisfaction d'un besoin fonctionnel plus vaste que le produit lui-même. Il n'est pas certain que cette tertiarisation, où proximité rime avec qualité, entraîne pour autant un renversement du rapport de force entre les secteurs, les services devenant les donneurs d'ordre de l'industrie. De même, poussée par la montée en puissance des préoccupations environnementales, l'économie de l'usage-location d'un bien en lieu et place de sa possession n'implique pas un ralentissement du rythme de l'obsolescence ni une véritable dématérialisation, les biens se multipliant à la même cadence que les services associés. En ce sens, l'économie servicielle mérite elle-même d'être décarbonée et son développement suscite la création ou la rénovation d'infrastructures.

1. Un renversement de la dynamique industrie-services

Même minoritaires en emplois, les secteurs de l'industrie restent considérés comme moteurs de l'économie. Ils sont porteurs des gains de productivité les plus significatifs ; ils animent une part importante de l'économie des services à travers le mouvement d'externalisation qui organise leur activité. Ils sont au cœur du cycle économique, notamment à travers l'hypersensibilité du secteur des biens durables aux conditions de revenu et de crédit. Ils étendent

cette cyclicité, en tant que donneurs d'ordre, au secteur des services aux entreprises, tandis que les autres composantes de l'offre et de la demande sont traditionnellement peu volatiles.

La montée de l'économie de l'usage remet fortement en cause cette vision des choses. L'activité d'innovation et de conception tend à se déplacer du côté des services. La réorganisation de l'offre et la création de valeur ajoutée sont porteuses d'importants gains de productivité. L'organisation de la chaîne de valeur place l'industrie en position de sous-traitance.

Deux thèses antagonistes peuvent dans cette optique être confrontées. Selon un premier point de vue, l'économie des services serait essentiellement un mode de différenciation de la qualité d'un produit par l'adjonction d'une multitude de services joints. Cette tendance pourrait être interprétée comme typique de la maturation d'un cycle technologique, en l'occurrence celui des TIC. Ainsi les dépenses de R & D des TIC se sont-elles massivement réorientées vers les services. Cette différenciation par le service joint a constitué un puissant levier de développement des services aux entreprises et d'externalisation de l'industrie vers ces secteurs. La volatilité de l'économie des services en ressort renforcée car très tributaire de l'activité manufacturière. On peut supposer qu'en période de crise, l'arbitrage des ménages favorise les produits simples et génériques au détriment des produits ou services plus superflus ou complexes. La crise serait donc à court terme et éventuellement à moyen terme pénalisante pour l'économie de la fonctionnalité, avant que la tendance longue ne reprenne son cours.

Selon un second point de vue, l'économie des services décrit un changement plus radical du modèle de production et de distribution, où les technologies de l'information permettent et renforcent le rapprochement du client, la segmentation fine des besoins des consommateurs et l'intégration des produits et des services (modèle de la téléphonie ou du voiturage, où le bien n'est plus que le support du service). Cette évolution conduit plutôt à une réintégration en aval des fonctions de conception et de distribution et à une désintégration en amont des processus de production, notamment manufacturiers. Dans un tel schéma, l'économie des services, supposée jusqu'ici extrêmement tributaire de l'activité manufacturière, gagnerait en autonomie, développerait ses moteurs endogènes de croissance et deviendrait le pivot de l'activité économique. La relation de dépendance industrie-services s'inverserait. Dans un contexte de crise, l'existence d'un moteur « radical » de changement de l'économie conduit à un certain optimisme de long terme. La crise se solderait par un déclassé accéléré des anciens modèles de production, et favoriserait, voire accélérerait, l'éclosion d'une nouvelle économie des services ou de la fonctionnalité selon un processus de destruction/création vertueux. Toujours dans cette optique, les nouveaux modes de tarification que développerait cette économie (forfait, abonnement, autour d'un package de services/produit) seraient stabilisateurs à terme pour l'économie, puisque l'arbitrage du client, lié par contrat, serait moins flexible.

Ce qui se dessine aujourd'hui relève plus d'une transmission assez traditionnelle de la crise du secteur manufacturier à celui des services aux entreprises. Dans le sillage de la récession industrielle, et avec une amplitude plus forte qu'en 1993, les services marchands, qui constituaient jusqu'alors le moteur de l'économie (croissance de + 1,8 % en 2008 et de + 3 % en 2007), cessent de tirer la croissance depuis mi-2008 : le repli du premier trimestre (- 0,8 %) devrait se poursuivre, notamment dans le commerce de détail et la réparation automobile. On perçoit une forte diminution de la demande de services aux entreprises (- 1,3 % au quatrième trimestre 2008) et des activités immobilières. Le secteur des services aux entreprises semble même subir massivement l'ajustement de l'emploi, comme si un report, encore amplifié par rapport à 1992-1993, était en train de s'opérer entre secteurs donneurs d'ordre (manufacturier) et secteurs sous-traitants (services aux entreprises). En revanche, selon l'INSEE, la hausse des créations d'entreprises à l'été 2009 est particulièrement marquée dans le commerce et les services (notamment auprès des ménages). Elle est essentiellement due à la mise en place du statut d'auto-entrepreneur au 1^{er} janvier 2009.

2. Un fort potentiel de développement de l'économie de l'usage

Économie des bouquets ou des effets utiles (Philippe Moati¹), économie de la fonctionnalité (popularisée en France par Dominique Bourg) ou économie du quaternaire (chère à Michèle Debonneuil), tous ces concepts tentent de saisir la modification en cours d'une économie plus orientée vers les services et, par conséquent, moins attachée au produit lui-même.

Cette évolution s'inscrit dans une transformation longue des modes de consommation et de production. Sur fond de pénurie et de reconstruction, l'après-guerre a été marqué par la satisfaction des besoins de première nécessité, dont le potentiel est a priori limité pour une population donnée, et par la remise en route des industries. Les Trente Glorieuses ont vu le développement d'une consommation de masse, permise par l'avènement d'une classe moyenne solvable, et d'une industrie fabriquant des biens durables qui ont amélioré le confort des populations (équipements électroménagers, automobile, logement, notamment). Depuis les années 1970, la fragmentation du processus de production et l'externalisation-délocalisation d'une partie de la chaîne de valeur², sur fond de mondialisation

1 - Moati P. (2008), *L'Économie des bouquets*, Paris, Éditions de l'Aube.

2 - Dès le début des années 1970, la production de la Ford Escort a été découpée en fragments localisés dans des pays différents en fonction de leurs avantages comparatifs. Cité par Moati P. et Mouhoud E. M. (2005), « Les nouvelles logiques de décomposition internationale des processus productifs », *Revue d'économie politique*, vol. 115 2005/5.

des échanges, ont correspondu à une segmentation accrue des produits, répondant à des désirs plus personnalisés, dont le niveau de saturation paraissait illimité¹. La modularité croissante des processus productifs a également occasionné un essor des services aux entreprises, tandis que la part des services marchands aux ménages n'a cessé de progresser. Depuis les années 1990, cette évolution vers la production et la consommation de services est particulièrement marquée. Selon l'INSEE, la consommation de services marchands (entreprises et ménages) a crû beaucoup plus vite que la consommation totale entre 1990 et 2006. Non seulement les dépenses de première nécessité (alimentation, habillement, équipement du logement) déclinent sur longue période² mais la part des biens durables dans les achats des ménages ne cesse elle aussi de décroître depuis les années 1960 (ils comptaient pour 38 % des dépenses des ménages en 1960 contre 24,5 % en 2006), au profit des services³.

Les services se sont eux-mêmes enrichis et diversifiés. On est passé du service joint à un produit, dont le plus ancien est le service après-vente, à une offre de bouquet correspondant souvent à des réductions de prix consenties par l'offreur en échange d'un achat groupé de composantes présentées comme complémentaires. Apparues tout d'abord dans les marchés interentreprises, ces offres de bouquet se sont ensuite diffusées auprès des ménages et touchent aujourd'hui des secteurs aussi variés que l'automobile, l'aéronautique, les télécommunications, les services financiers (banque et assurance) ou les services aux entreprises. L'intensification de la pression concurrentielle et la nécessité d'adaptation de l'offre à une demande qui est à la fois en quête de renouvellement et en quête de sens ont occasionné un renversement de la valeur : elle ne réside plus dans la production matérielle, standardisée, mais dans la production immatérielle, soit très en amont (innovation, création, design), soit très en aval (définition des marques, marketing, publicité voire distribution). La fidélisation des clients et la capacité à proposer une offre différenciée par rapport à la concurrence deviennent un argument déterminant dans la création de valeur des entreprises. L'innovation est elle-même de plus en plus tirée par la demande. Ce règne de la « valeur client », que manifeste l'essor du marketing *one-to-one* et de la communication, répond à une demande elle-même plus individualisée et plus identitaire mais aussi plus volatile, qui cherche à réconcilier la satisfaction de besoins, moins matériels du fait de l'élévation du niveau de vie, et des aspirations collectives. Ces aspirations vont de la recherche de communautés de pairs – que peuvent incarner aussi bien les marques que les pratiques collectives de consommation – aux préoccupations sociales et environnementales apparues plus récemment. Cette intrication de l'économique et du social, associée au renversement

1 - Herpin N. (2007), *Sociologie de la consommation*, Paris, La Découverte.

2 - Herpin N. et Verger D. (2008), *Consommation et modes de vie en France*, Paris, La Découverte.

3 - Voir annexe 7 : Moati P. (2009), « L'accès des consommateurs aux biens et services : évolution et perspectives », CRÉDOC, Note à l'attention du Centre d'analyse stratégique, septembre.

de la valeur au profit de la demande, fait primer la logique de service sur celle du produit.

Selon TNS Sofres, la satisfaction du client et la qualité du service et des produits sont les premiers points forts et sources de croissance cités par les entreprises interrogées, loin devant le prix des produits et l'efficacité de la fabrication.

Les TIC permettraient de passer à un stade plus avancé, avec à la fois des offres de services plus intégrées et des consommateurs réunifiant leurs identités individuelles et collectives, leurs aspirations à être soi et à être au monde. L'ère numérique conduit à rapprocher les entreprises de leurs clients du fait d'une connaissance plus fine et plus immédiate de leurs attentes. Comme le note Michèle Debonneuil¹, « après avoir été utilisées pour automatiser l'industrie, les TIC le sont pour produire des services à forte valeur ajoutée » : le *cloud computing* mutualise la gestion de grandes quantités d'information pour les entreprises et bientôt pour les particuliers (cf. le site de musique Deezer), les téléphones mobiles géolocalisés permettent d'organiser la mise à disposition de biens et de services sur tous les lieux de vie des consommateurs. L'ère numérique autorise également une réactivité des clients eux-mêmes qui peuvent modifier l'offre et proposer des innovations. Ce faisant, elle donne un pouvoir inégalé au consommateur dont le rôle (et la capacité juridique) est resté mineur dans l'organisation sociale fordiste (absence de *class actions*, faiblesse des associations de consommateurs notamment par rapport aux syndicats, droit à l'information limité, etc.). Les nouvelles pratiques initiées sur Internet (comparateurs de prix, objets communicants, *blogs*, nouveaux médias, réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter) modifient à la fois la vitesse de circulation de l'information et son origine : la défiance ou la confiance à l'égard d'un service ou d'un produit peut se propager en quelques heures sur Internet. Internet transforme donc la relation que les consommateurs entretiennent avec les marques en rééquilibrant le rapport de force en leur faveur.

Selon le CRÉDOC, 39 % des consommateurs estiment que grâce au Web leur pouvoir est renforcé face aux marques. Cette proportion passe à 45 % chez les internautes et à 57 % chez ceux qui recherchent des avis de consommateurs sur le Net.

Cette mobilité et cette ubiquité des outils de communication rencontrent en outre une demande plus « citoyenne », incarnée notamment par la progression de la volonté, au moins déclarative, de consommer des produits socialement et environnementalement responsables. Enfin, la virtualité répond également à une demande de proximité : elle permet d'être proche sans être localisé, de « vivre à côté ensemble », pour reprendre l'expression de François de Singly pour caractériser les formes nouvelles d'intégration sociale. Ce qui

¹ - Debonneuil M. (2009), *L'économie quaternaire, nouveau modèle de croissance et réponse immédiate à la crise*, note à Nathalie Kosciusko-Morizet, 28 juillet.

permet de satisfaire la demande d'individualisation et de retrouver des « communautés », y compris virtuelles.

Les marques se rebiffent : des stratégies nouvelles face à un internaute à la fois « consomm'acteur » et consommateur-producteur

À l'heure où les réseaux sociaux foisonnent sur la Toile et où la fuite en avant du « 2.0 » s'accélère avec le *microblogging*, les marques tentent de reprendre la main et de développer une relation horizontale avec leurs clients et, plus largement, leur environnement.

Deux initiatives récentes ont vu le jour en France, l'une à destination du grand public proposée par l'assureur Generali, la seconde sur le marché interentreprises avec Orange Business Services.

Generali offre à tout « porteur de projets, bénévole ou susceptible de le devenir », la possibilité de « mener une action citoyenne ». L'assureur propose une plate-forme mettant à la disposition de tous les moyens de rencontrer les acteurs pertinents et de travailler avec eux. Une démarche qui s'inscrit entre relation sociétale et marketing responsable.

Problématique différente pour Orange Business Services : la société jouit d'une réputation d'expertise, notamment dans le domaine de la sécurité ou de la virtualisation, mais désire accroître sa visibilité sur les segments loin de son cœur de métier, où elle est moins connue. En développant une plate-forme de *blogs experts*, elle favorise la rencontre entre son personnel et ses clients.

Ces deux initiatives manifestent une réaction de l'offre à la volonté de prise de parole des consommateurs mais, ce faisant, elles accroissent la fonction « productrice » du consommateur ; une tendance illustrée aussi bien par la co-conception de l'offre de meubles en kit d'Ikea que par l'innovation collaborative chère à E. Von Hippel, qui développa dès 1978 au MIT des panels de *lead users* ou consommateurs experts pour aider les nouveaux produits à trouver leur marché, voire pour identifier des innovations (l'industrie des jeux vidéo est très friande de cette pratique) : un mouvement pas si récent donc, mais considérablement amplifié par les nouvelles applications du Web. Ce brouillage des rôles où le consommateur réalise une partie du service de l'offreur (recherche et impression de billets de voyage par exemple) s'accompagne d'une « discussion » permanente entre « l'offre et la demande ». La valorisation des qualités « informationnelles » des produits et l'essor des objets « communicants » en témoignent (il en va ainsi des produits avec code-barres relié à des hypertextes et permettant au consommateur qui le scanne d'accéder à une série d'informations sur le produit et le point de vente).

Par ailleurs, ces pratiques manifestent la montée en puissance de modes très particuliers de « production » des consommateurs qui réalisent à la fois une expérience d'accomplissement personnel et un geste d'interaction sociale. Ce consommateur agissant, ou « consomm'acteur » comme certains ont pu le nommer, ne coproduit pas uniquement pour son usage personnel mais bénéficie de l'ensemble de l'objet coproduit par les autres internautes et valorise l'utilité

sociale de son action. L'encyclopédie Wikipedia illustre ce phénomène (il en va ainsi de nombreuses actions de consommateurs dits « responsables ») où l'individu recherche une expérience collective et insère son geste dans une logique de reconnaissance plus large que l'acte individuel de consommation.

À cette métamorphose des marchés et des techniques, l'offre productive a répondu dans un premier temps par la simple adjonction de services associés plus ou moins étroitement au bien vendu (offre de bouquets télévisuels, par exemple). Trois phénomènes concourent aujourd'hui à modifier plus radicalement l'économie servicielle, au-delà des technologies de l'information et de la communication qui en élargissent la portée.

D'une part, le « pilotage par l'aval », pour reprendre l'expression de Philippe Moati, nécessaire pour répondre au plus près aux demandes du consommateur, revalorise la fonction de distribution, longtemps externalisée par les producteurs. Reprendre en main le service commercial rendu par les enseignes a conduit les fabricants dans un premier temps à développer leurs propres magasins¹, d'où un essor des « concept stores », ces commerces de détail thématiques dont les Apple Stores sont le dernier avatar. Ce faisant, le souci permanent d'améliorer la satisfaction des clients et de les fidéliser a incité certaines entreprises, dans les années 1990, à développer des activités multiples autour d'un concept, autorisant la fourniture de produits et services associés. Nature & Découvertes est emblématique de l'évocation d'un « immatériel de consommation spécifique »², constitué d'objets divers mais aussi de services (voyages à thèmes).

D'autre part, si la consommation se tertiarise et la production se standardise, la valeur ajoutée réside davantage dans les services que dans la fabrication des biens eux-mêmes. Dès lors, l'économie servicielle porte en elle un potentiel de croissance significatif : les besoins sont infinis alors que la satisfaction des besoins matériels est limitée dans une société d'abondance. Plus encore, elle inscrit nécessairement la relation vendeur-acheteur dans la durée, limitant les facteurs d'instabilité. Certains industriels de la vieille économie comme de la nouvelle ne s'y sont pas trompés. Xerox a renouvelé son modèle économique en vendant un service plutôt que des photocopieurs, Michelin en proposant la location de ses pneus au kilomètre parcouru, tandis qu'Apple multiplie les services associés à la vente de ses produits *high tech* et que les opérateurs de téléphonie mobile ne font pas payer les portables mais les services (les services de télécommunications représentent aujourd'hui environ 60 % du budget des ménages en TIC).

Dernier facteur adjuvant pour l'économie servicielle, les préoccupations environnementales, devenues un enjeu de politique publique, encouragent

1 - En 2005, les industriels ont été à l'origine d'un tiers des créations de nouvelles enseignes de magasins identifiées par le CRÉDOC.

2 - Voir annexe 7 : Moati P. (2009), *L'accès aux biens et services : évolution et perspectives*, op. cit.

la location des biens en lieu et place de leur possession (économie de la fonctionnalité). Par sa plus grande immatérialité, l'économie servicielle peut, en effet, avoir des vertus environnementales, non seulement parce que la vente d'un service et la maîtrise de la filière permettent des économies et un recyclage des matières (écologie industrielle) mais aussi parce que la qualité (qui peut être environnementale) prime sur la quantité dans une économie servicielle à haute valeur ajoutée. De fait, même si la volonté de réduire l'impact écologique de leur production n'était pas à l'origine des innovations de Xerox ou de Michelin, elles se sont révélées très positives en matière de durabilité¹. En revanche, les systèmes impulsés par les autorités publiques, à l'instar du Vélib' parisien, ont une dimension d'emblée écologique. Ils sont actuellement en plein essor dans le secteur des transports où, après avoir ciblé le développement des déplacements en vélo², ils pourraient favoriser la mise à disposition de véhicules automobiles. La mise en service des Vélib' parisiens a occasionné une forte progression de l'usage du vélo dans la capitale (+ 46 % entre 2006 et 2007), dont les Vélib' représentent un tiers, et ce, au détriment des autres modes de transport.

Au total, la priorité donnée à la satisfaction des clients pourrait conduire à leur offrir une solution globale pour répondre à un besoin et non à leur vendre des biens et services différenciés qui compliquent le choix du consommateur sans résoudre tous ses problèmes. C'est ce que propose l'économie de la fonctionnalité, des effets utiles ou du quaternaire : on vend un service plutôt qu'un produit, ce qui implique plusieurs biens et services en même temps.

Cette économie servicielle reste néanmoins limitée par son coût : le service reste plus onéreux que l'achat du seul bien, même si la valeur d'usage des biens durables réduit cette dimension. Elle est également limitée par l'attachement des consommateurs à la possession du bien, en particulier en ce qui concerne la voiture particulière. De fait, l'économie des effets utiles ou de la fonctionnalité prospère aujourd'hui essentiellement dans des secteurs produisant des équipements onéreux (imagerie médicale) et dans le marché interentreprises. Selon le GART (Groupement des autorités responsables de transport), les contrats de vélos en libre-service coûteraient entre 1 000 et 3 000 euros par vélo et par an aux agglomérations (coût d'exploitation, d'amortissement de l'investissement – vélos, stations – et de maintenance du système). Les recettes ne couvriraient que 20 % de ces dépenses. Par ailleurs,

1 - La location des pneus par Michelin a permis à la firme française de multiplier leur durée de vie par 2,5 et de réduire de 36 % les déchets. Pour Xerox, le processus de récupération et de recyclage permis par la location des photocopieurs permet aujourd'hui de recycler 90 % du poids des appareils loués.

2 - Fin 2008, les systèmes de vélos en libre-service étaient disponibles dans une vingtaine de villes en France pour un total de plus de 2 500 stations et 32 000 vélos. Paris (20 600 vélos pour 1 450 stations) et Lyon (4 000 vélos pour 340 stations) constituent de loin les plus grands systèmes et représentent près des trois quarts de l'offre totale nationale. Pour les autres agglomérations, l'offre varie actuellement de 150 à 350 vélos environ, pour les plus petits systèmes, et entre 1 000 et 2 500 vélos, pour de plus grands (Toulouse, Marseille, Nantes, Montpellier). Source : *Les comptes des transports de la nation 2008*.

le développement des vélos en libre-service s'inscrit dans des politiques plus générales en faveur de ce mode de déplacement (aménagement cyclables, politiques de sécurité) qui ont des effets d'entraînement réciproques.

D'une manière générale, l'économie servicielle nécessite le plus souvent des partenariats public-privé, en particulier dans le domaine des transports, et une prise en charge des coûts d'infrastructure par les services publics. Il en va ainsi des véhicules en libre-service dont l'architecture et les aires de stationnement sont organisées par la Ville de Paris en France ou celle d'Ulm en Allemagne. Il en va de même pour les infrastructures numériques.

La transformation plus radicale de l'économie servicielle est également handicapée par la segmentation sectorielle. Il est difficile en effet d'intégrer des multitudes de cœurs de métier différents, du vendeur au réparateur en passant par le concepteur et le diffuseur, et de remonter en quelque sorte la chaîne de valeur que toute l'évolution des vingt dernières années a contribué à fragmenter. Par exemple, si un vendeur d'électricité doit garantir non du kWh mais un niveau de température dans un logement ou un local professionnel, il doit alors maîtriser non seulement l'approvisionnement énergétique mais aussi la conception même de l'habitation, les matériaux utilisés, leur pose et leur agencement pour en garantir l'isolation et, plus difficile encore, contrôler et inciter les résidents à consommer mieux pour éviter les déperditions d'énergie (laisser les fenêtres ouvertes réduisant à néant tous les efforts d'isolation proposés et faisant peser un risque financier sur l'offreur). Mais il est tout aussi difficile pour un distributeur de devenir un industriel dans des segments de moyenne ou haute technologie. Fabriquer des voitures, par exemple, nécessite une maîtrise des procédés industriels dont la précision et l'enchaînement sont cruciaux sur une chaîne de montage, une connaissance d'une multitude de filières techniques et une capacité de stockage difficile à acquérir. Par ailleurs, les industriels ne laissent pas si aisément la valeur ajoutée et le pouvoir du donneur d'ordre aux distributeurs.

Enfin, l'économie servicielle soulève plusieurs difficultés. D'une part, la connaissance des consommateurs et des entreprises clientes pose la question de la confidentialité des données. Dès lors, le développement du numérique dans une économie servicielle, destinée à satisfaire les besoins de plus en plus segmentés des individus et à répondre à leurs aspirations sociales, ne sera possible que dans la mesure où la sécurité des données des entreprises et des personnes sera garantie. D'autre part, en installant une relation dans la durée, l'économie des effets utiles contraint le consommateur à s'engager sur des offres de bouquet dont il n'a pas toujours l'utilité et qui accroissent le spectre des dépenses contraintes (voir *infra*).

On passerait ainsi d'une société de la matérialité célébrée par l'*American way of life* ou les Trente Glorieuses en Europe, avec comme figures de proue la voiture et la télévision (et le mode de vie pavillonnaire), à la société de la virtualité, symbolisée aujourd'hui par les *smartphones* et demain par la 3D.

3. Une moindre pression environnementale de ce modèle de croissance qui reste à évaluer

Les nouveaux modèles de croissance pourraient marquer une forme de réconciliation de l'être soi et de l'être ensemble. La réconciliation de la croissance et du bien-être semble quant à elle infiniment moins évidente, la satisfaction des besoins continuant d'être synonyme de prédation sur les ressources. Pour que le renversement de la dynamique industrie-services soit concrètement dématérialisant, il faudrait qu'il signifie une moindre consommation de produits finaux et intermédiaires. Rien n'est moins sûr.

L'économie servicielle ne va pas faire disparaître les biens (voir encadré) : elle les agence différemment, permettant certes un ré-usage ou un usage plus calibré par rapport aux besoins, limitant le gaspillage. Mais elle implique aussi une innovation continue qui, des infrastructures nécessaires à leur mise en œuvre aux composants des appareils sans cesse renouvelés pour s'adapter au rythme accéléré de l'innovation, est très consommatrice à la fois de matières et d'énergie.

Une économie immatérielle très « matérielle »

La part des services dans la consommation des ménages a crû de manière sensible depuis plus de cinquante ans, passant de 30 % de leurs dépenses en 1960 à plus de 50 % en 2007. La valeur ajoutée réside en effet dans les services et se reflète dans le système de prix, le coût des services progressant plus vite que celui des biens manufacturés, dont la production de plus en plus standardisée, voire délocalisée, libère du revenu pour des achats à plus forte valeur ajoutée. Si, depuis 1991, la croissance de la consommation est tirée par les services (+ 0,9 point par an) plus que par les biens manufacturés (+ 0,5 point par an), le volume des produits achetés par les ménages fait jeu égal avec celui des services consommés (taux de croissance annuel en volume respectivement de 2,3 % et 2 %). L'économie servicielle ne fait pas disparaître les biens mais ils se développent de manière complémentaire, comme en témoigne la forte progression concomitante des taux d'équipement en téléphonie mobile et des dépenses de services associées.

D'après La consommation des ménages depuis cinquante ans, INSEE, 2009

Le renouveau des produits et des services, qui de manière unitaire peuvent être moins prédateurs pour l'environnement ou plus dématérialisants, provoque également un effet rebond de consommation susceptible d'anéantir les gains environnementaux. Les économies d'énergie permises par les écrans plats à plasma (20 %) sont ainsi annulées par l'accroissement de leur taille¹.

1 - Comité 21 (2009), *Temps de crise financière, économique, écologique, sociale : enjeux, contradictions, opportunités*, rapport du Comité de prospective.

De même, si la consommation électrique moyenne annuelle d'un lave-linge a baissé de 28 % entre 1995 et 2002, le nombre de cycles hebdomadaires est passé de 3,1 à 4,1 (+ 32 %). L'utilisation plus massive (allongement du kilomètre parcouru par les voitures économes en carburant par exemple) se double d'un pluri-équipement (véhicules, téléviseurs, réfrigérateurs¹, ordinateurs, matériels électroniques).

Une des grandes difficultés du développement durable pour les entreprises consiste à mesurer et limiter leurs déprédations environnementales sur l'ensemble de la chaîne de la valeur. La modularité du processus de production, avec son lot de délocalisations et d'externalisation, rend difficile cette évaluation. L'économie servicielle liant biens et services va certes modifier les périmètres sectoriels et, dans une certaine mesure, les arguments de localisation, mais elle ne réduira pas la fragmentation de la chaîne de valeur, bien au contraire. Dès lors, la division internationale du travail qui a découlé de cette fragmentation, avec une forte spécialisation des sites de production, n'est pas remise en cause et son impact écologique reste très fort : les produits associés au service peuvent faire plusieurs fois le tour du monde avant d'être proposés au consommateur final, avec les émissions polluantes associées à la fabrication et au transport des intrants intermédiaires « du berceau à la tombe ». L'industrie textile est emblématique de la forte empreinte écologique de la tertiarisation de l'économie. Ce secteur d'activité est aujourd'hui totalement maîtrisé par les distributeurs (marques propres telles que Gap ou H&M, marques distributeurs de la grande distribution) qui sont devenus les donneurs d'ordre de l'industrie, dans un renversement du rapport de force industrie-services. Ils font appel à une succession de sous-traitants, délocalisés (sauf exceptions, comme Zara), pour une chaîne de valeur qui est l'une des plus longues qui soit : design, production de la matière première (pour le tissu et les accessoires), filage, tissage, teinture, fabrication des accessoires, confection, embellissement, entreposage, et enfin distribution. Toutes ces étapes sont souvent localisées aux quatre coins du monde avec les émissions polluantes associées et nécessitent autant de transports d'un site de production à l'autre (maritime et aérien pour les intrants intermédiaires et la réexportation ; routier pour l'acheminement jusqu'aux centres de distribution).

Au-delà, seule une complémentarité entre les acteurs publics et privés parvient à réaliser un « circuit fermé de la matière ». L'exemple de la ville de Kalundborg (Norvège) qualifiée de « symbiose industrielle » en témoigne. Elle est issue d'un partenariat entre quatre entreprises implantées dans l'agglomération et les autorités locales : tous les déchets (boues, cendres) et les eaux rejetés par les entreprises sont réutilisés soit pour les procédés industriels des autres entreprises, soit pour le chauffage de la ville ou des serres de culture, soit encore pour la fertilisation des champs et de la pisciculture.

¹ - 28 % des ménages français possèdent plus d'un réfrigérateur (71 % en Belgique) ; source : REMOCEDE.

Cette expérience est cependant difficile à répliquer car elle suppose une concentration géographique industrielle qui est rarement réalisée en France, une connaissance et une confiance réciproque des acteurs privés (la crainte concurrentielle étant souvent un frein à ce type de démarche) et une habitude du compromis social très spécifique aux pays nordiques. Cette complexité des relations entre acteurs rend la réalisation d'une écologie industrielle extrêmement périlleuse et incertaine.

Les TIC consomment en France l'équivalent de la production annuelle de huit centrales électriques, soit autant que huit villes de plus d'un million d'habitants ou encore 114 millions d'ampoules de 60 Watts allumées en permanence pendant un an.

Au-delà, l'économie servicielle implique un usage massif des technologies de l'information et de la télécommunication dont l'empreinte écologique est loin d'être neutre. Selon le rapport *TIC et développement durable* (décembre 2008)¹, la consommation électrique liée aux TIC en France est comprise entre 55 et 60 TWh par an, soit 13,5 % de la consommation d'électricité par les applications finales et, en ne retenant que les TIC au sens strict, 2 % des émissions de gaz à effet de serre. Cette consommation augmente à un rythme soutenu, d'environ 10 % par an sur les dix dernières années. Dans cette économie servicielle, il apparaît donc urgent de verdir les TIC, même si ces technologies sont également partiellement dématérialisantes (télétravail, e-commerce, etc.)² et que les systèmes dits « intelligents » contribuent à l'efficacité énergétique. Avec un parc d'ordinateurs de 40 millions, 1,3 million de serveurs et 65 millions de terminaux de téléphonie mobile en France (2008), et un taux de renouvellement et de pluri-équipement élevé, la consommation électrique des TIC pourrait atteindre 20 % de la consommation d'électricité française dès 2012. Si les produits et services numériques sont très consommateurs d'énergie (et de matière) du fait de leur large diffusion, les TIC ont également accru la consommation d'électricité des autres appareils domestiques et multiplié les mises en veille (environ 3 % de la consommation énergétique résidentielle).

1 - Breuil H., Burette D. et Flüry-Hérard B. (2008), *TIC et développement durable*, rapport au ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, et au ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, décembre.

2 - La diffusion des TIC dans l'économie représente une source d'économie d'émissions de gaz à effet de serre, même s'il est difficile de la quantifier précisément. Selon le rapport *TIC et développement durable* (op. cit.), l'introduction des TIC permet des gains d'efficacité énergétique de l'ordre de 5 % à 10 %, principalement dans le secteur du bâtiment et des transports ; la principale étude, de périmètre mondial, « Smart 2020 », établit un potentiel d'économie de 7 800 millions de tonnes de CO₂ grâce aux TIC à l'horizon 2020, ce qui représenterait près de 30 % des émissions (*SMART 2020: Enabling the Low Carbon Economy in the Information Age*, Bruxelles, Climate Group/GeSI, 2008).

Quels enjeux de politiques publiques ?

La puissance publique peut accélérer la mise en place de cette économie des effets utiles. Elle dispose pour cela de puissants leviers : la réglementation, le contrôle, la fiscalité, l'investissement dans les infrastructures, la mise en place de partenariats public-privé. Les consommateurs, on l'a vu, expérimentent de nouveaux modes de consommation.

Selon Philippe Moati¹, l'État peut jouer son rôle de catalyseur en investissant massivement dans les infrastructures informationnelles (très haut débit notamment) et physiques qui, à l'instar des réseaux routiers et énergétiques du capitalisme industriel facilitant la production et la circulation des marchandises, pourront servir d'appui à la construction de l'économie des effets utiles. À plus court terme, la mise en place d'une fiscalité différenciée selon l'impact environnemental peut inciter à une déformation de la structure de l'offre et de la demande en faveur de ces nouvelles formes d'usage. Le caractère serviciel de l'économie des effets utiles, et donc son fort contenu en emplois non délocalisables, constituent une incitation supplémentaire à s'engager dans cette voie.

La puissance publique doit participer à la mise en place des normes de qualité et en garantir le contrôle, d'autant que cette « utilité » est à la fois individuelle (satisfaction d'un besoin, de mobilité par exemple) et collective (sanitaire ou environnementale). Par conséquent, cette économie servicielle nécessite une évaluation « certifiée » de ces effets utiles. On voit là toutes les implications en faveur d'une normalisation plus poussée des produits comme des procédés. Or ces évaluations sont complexes à réaliser, qu'il s'agisse d'un bilan nutritionnel ou d'un bilan carbone. Si certaines entreprises s'y essaient déjà, à l'instar de Carrefour², ces démarches ont besoin d'un soutien institutionnel et d'une légitimation externe.

L'accès et la diffusion de l'information personnelle qui sous-tendent le développement de ce type d'activité doivent être encadrés. Le but de l'économie servicielle est de décharger le client de nombreuses tâches et de s'adapter à ses besoins individuels. Elle implique une connaissance très fine des besoins individuels (profils, attentes, usages). La remontée de l'information sera plus ou moins automatique. Cette connaissance n'est pas sans risque sur la diffusion de données personnelles qu'il s'agira de protéger davantage.

Enfin, la diffusion de l'économie servicielle nécessite une évolution des règles de la concurrence pour protéger le client du risque d'une certaine « captivité ». Le droit de la concurrence devrait en particulier s'adapter pour

1 - Les lignes d'action évoquées ici sont très largement inspirées de Philippe Moati.

2 - Carrefour a mis en place un étiquetage carbone correspondant aux kilomètres parcourus par certains de ses produits.

permettre une relation dans la durée qui ne soit pas dénoncée comme une atteinte à la liberté de choix des clients, personnes physiques ou morales. Le droit doit aussi veiller à la lisibilité et à la comparabilité des offres, de sorte que l'arbitrage soit aisé à réaliser par le consommateur potentiel.



Le déclassement accéléré d'une économie industrielle polluante et sa lente réinvention

L'endettement accru a maintenu les secteurs de la construction et de l'automobile au cœur de l'activité économique. Ils sont aujourd'hui l'épicentre de la crise. Les baisses de production dans ces secteurs sont d'une ampleur inégalée. La crise y est d'autant plus aiguë qu'elle succède à des années plutôt fastes, soutenues par la croissance des pays émergents et celle du crédit.

1. Le secteur automobile et la construction, épicentres de la crise

La montée du taux d'épargne, conjuguée à la stagnation, voire à la baisse des revenus en termes réels, bride la consommation en biens durables et les achats de logement. Ces deux postes sont particulièrement touchés car ils pâtissent de la raréfaction de l'offre de crédit et, s'agissant d'une demande de remplacement, peuvent matériellement être différés. En s'effondrant de 21,17 % en glissement annuel fin 2008 en France, les immatriculations de véhicules neufs sont symptomatiques de ce mécanisme. En 2009, elles sont reparties à la hausse essentiellement en raison de la prime à la casse et du bonus-malus qui ont stimulé la demande. Même si le marché de la construction n'a pas été aussi affecté en France que dans d'autres pays industrialisés par l'éclatement de la bulle immobilière, la chute brutale des mises en chantier de logements neufs (30 % de l'activité du bâtiment) de 15 % en 2008 et de 9 % en 2009 témoigne de l'ampleur de la crise pour ce secteur.

Le marché de l'automobile et, dans une moindre mesure, celui de la construction (bâtiment et travaux publics) sont également affectés par la rétraction de la demande mondiale. L'automobile représente en effet 9 % des exportations françaises (13 % avec les équipementiers) et la construction 1,9 %. Le faible taux à l'export de la construction masque néanmoins la forte activité des groupes français de BTP à l'étranger à travers leurs filiales qui y sont localisées et dont le chiffre d'affaires s'élève à 16 milliards d'euros¹, soit 4 fois plus que le montant des exportations françaises de ce secteur. Cette exposition internationale des secteurs de l'automobile et de la construction renforce leur vulnérabilité dans la crise. La demande mondiale d'automobiles a, en effet, chuté de 8 % en 2008 et de 30 % au premier trimestre 2009 selon la Banque mondiale, en dépit de la reprise chinoise. Les exportations françaises de l'industrie automobile se sont rétractées de 21 % en 2008. Si la demande d'infrastructures reste relativement soutenue du fait notamment des plans de relance, le ralentissement de l'immobilier, très prononcé en Europe et aux États-Unis, affecte l'ensemble de l'économie mondiale marquée par les pertes d'activité et de revenu. Au niveau global, le secteur de la construction a connu une diminution de 1,5 % de son activité et pourrait décliner plus fortement en 2009, non seulement en raison d'un déclin accentué de l'investissement dans l'immobilier de l'ensemble des pays de l'OCDE mais aussi de son ralentissement dans les pays émergents (avec un très fort recul en Russie entamé dès 2008 et un ralentissement du marché de l'immobilier en Chine au début 2009)².

Or ces deux industries comptent pour une part significative de l'économie et irriguent de nombreuses autres activités, qu'il s'agisse de biens intermédiaires ou d'activités de service. *Stricto sensu*, elles contribuent à près de 8 % de l'emploi total (7,1 % pour la construction) et à environ 7,5 % du PIB (6,7 % pour la construction). Si l'on inclut les consommations intermédiaires (ciment, sidérurgie, matériaux de construction, machines-outils, etc.), leur contribution se situe dans la moyenne des pays de l'OCDE (10 % de l'emploi total et 9 % du PIB). À cela, il faut ajouter les services associés (commerce et réparation pour l'automobile, services immobiliers, services financiers), qui ne sont pas en général comptabilisés dans les deux filières mais sont aujourd'hui affectés par la forte récession du secteur (le commerce automobile, par exemple, représente 58 % des salariés du secteur des services automobiles). Pour l'automobile, la filière incluant les véhicules et leur usage (services associés) représenterait 10 % de l'emploi en France (estimation du Conseil économique et social).

1 - Pentinat B. (2008), « Exportations du BTP français, des majors et des entreprises spécialisées », *SESP en bref*, n° 25, MEEDDAT, avril.

2 - OCDE (2009), *Responding to Crisis: Fostering Industrial Restructuring and Renewal*, juillet.

Tableau n° 1 : Filières automobile et construction en France

Fournisseurs	Automobile	Construction
Les cinq premières consommations intermédiaires	Moteurs de véhicules, camions et utilitaires (28 %)	Construction (21 %)
	Commerce d'équipements automobiles et réparation (8 %)	Autres activités marchandes (12 %)
	Fabrication de produits métalliques hors machinerie et équipement (8 %)	Autres produits minéraux non métalliques (10 %)
	Fer et acier (8 %)	Commerce et entretien-amélioration (9 %)
	Caoutchouc et plastiques (7 %)	Produits métalliques hors machinerie et équipement (6 %)
Clients		
Part de la consommation des ménages dans la consommation intermédiaire totale	0,2	0,1
Les trois premiers postes de consommation finale	Moteurs de véhicules, camions et utilitaires Commerce et réparation de véhicules Autres activités marchandes	Construction Promotion et gestion immobilière Administration publique, défense et santé publique
Exportations	70 %	

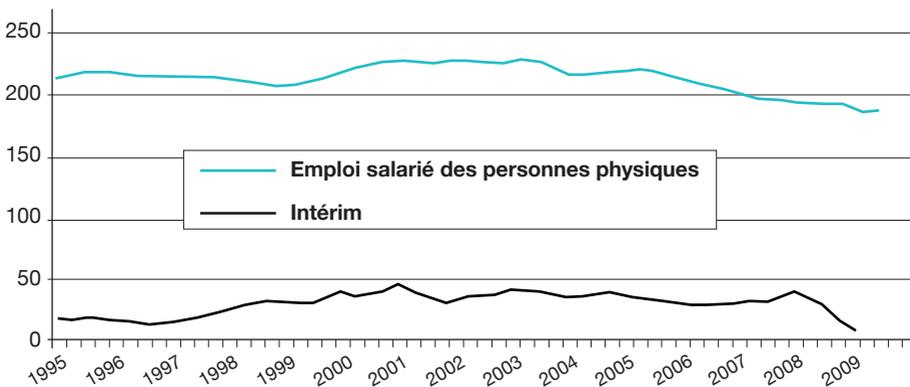
Source : Base de données entrée-sortie de l'OCDE

Le fort repli de la production manufacturière¹, entamé dès le deuxième trimestre 2008, s'explique principalement par celui de l'industrie automobile (- 23,4 % au quatrième trimestre 2008, - 12,7 % au premier trimestre 2009) et de l'industrie des biens intermédiaires (- 10,5 % au quatrième trimestre 2008, - 7,3 % au premier trimestre 2009), qui représentent respectivement 4,5 % et 32,3 % de l'industrie. Selon l'INSEE, la production de la branche automobile française a baissé de près de 7 % sur l'ensemble de l'année 2008, alors qu'elle

1 - Restée relativement dynamique en début d'année 2008, la production de l'ensemble des branches s'est fortement repliée au quatrième trimestre 2008 (- 1,9 % contre + 0,1 % le trimestre précédent), avec une détérioration plus brutale encore au premier trimestre 2009 (- 5,8 %), notamment dans l'industrie manufacturière (- 6,1 %). La production manufacturière française a de nouveau reculé au premier trimestre 2009 : - 7,0 %, après - 7,8 % au quatrième trimestre 2008. Sur l'année 2008, le ralentissement global de l'industrie a été net, sa progression passant sous le seuil des 1 % (+ 0,9 %) contre une croissance de 2,5 % en 2007. Sur l'ensemble de l'année 2009, la baisse de la production manufacturière serait d'une ampleur inédite : - 15,7 %, après - 1,8 % en 2008.

avait augmenté de 2,1 % en 2007. Le repli de la demande intérieure finale en automobile, soutenue par le plan de relance, a été moins prononcé que dans les autres pays de la Triade¹ mais a favorisé davantage les importations que la production nationale. Alors que l'emploi dans l'industrie automobile est resté relativement stable ces dernières années, l'ensemble de la filière (constructeurs nationaux et équipementiers) a perdu 28 500 emplois nets sur les huit premiers mois de l'année 2009². Au total, la baisse de l'activité du secteur automobile, toujours selon l'INSEE, a nettement contribué à la baisse du PIB (pour 0,5 point) au quatrième trimestre 2008, en particulier par ses effets indirects (consommations intermédiaires). Ce sont en effet les équipementiers qui subissent le plus fort de la crise, alors même qu'ils constituent 70 % de la filière.

Graphique n° 5 : Emploi dans l'industrie automobile
(en milliers, CVS-CJO)*



(*) CVS : corrigé des variations saisonnières. CJO : corrigé des jours ouvrables.

Source : INSEE Comptes nationaux, DARES

Le secteur de la construction est lui aussi confronté à un repli accentué, du fait de la raréfaction des investissements. Les carnets de commandes et les prévisions d'activité des entrepreneurs pour les prochains mois continuent de se dégrader, après un fléchissement de 2,3 % en volume de l'activité en 2008, tant dans le bâtiment que dans les travaux publics, avec un recul plus prononcé de la construction de bâtiments neufs résidentiels ou professionnels (- 5 %). Les activités de promotion et gestion immobilières chutent de 7,6 % en 2008, ce qui met fin à quasiment dix années de croissance généreuse et freine sévèrement l'activité des services marchands. Si, en dépit de cette contraction de la production, le secteur de la construction est resté créateur net d'emploi en 2008 (+ 0,4 %), l'ajustement de l'emploi sera accentué en

1 - États-Unis, Europe occidentale, Japon.

2 - Observatoire de l'investissement (2009), Analyse de la filière automobile réalisée par Trendeo, 11 septembre.

2009. Les programmes de soutien public¹ ne pourront qu'atténuer le repli général de l'activité du secteur qui pourrait diminuer de 3,5 % à 5,7 % selon le Commissariat général au développement durable. En conséquence, les effectifs employés dans la construction chuteraient de 2 % (hypothèse basse) à 3,7 % (hypothèse haute), avec une contraction très forte de l'intérim qui représenterait un tiers des suppressions de postes².

Au niveau global, deux secteurs sont particulièrement affectés par la rétraction de la construction et de l'automobile dont ils sont les premiers fournisseurs : la sidérurgie et les équipements mécaniques. La production dans la sidérurgie a chuté de 24,5 % au premier trimestre 2009. Or l'industrie sidérurgique compte environ 50 000 emplois directs et 40 000 emplois indirects, liés en particulier aux activités en aval de logistique et de transport : fret international, déchargement et stockage, expédition et livraison, dans la mesure où la sidérurgie est une activité fortement exportatrice. Elle est donc très affectée par la rétraction de la demande mondiale d'acier.

La production d'équipements mécaniques qui avait limité son recul à -0,5 % en 2008 (+ 4,9 % en 2007) devrait accuser un repli très sévère en 2009. Alors que le segment des machines-outils était l'une des activités de ce secteur à avoir conservé une faible croissance en 2008, il s'est rétracté de près de 30 % au début de l'année 2009, en raison de la baisse de l'investissement industriel, notamment dans le secteur automobile.

2. Une mutation de la demande pour l'automobile et une évolution plus conjoncturelle pour la construction

Le secteur de l'automobile est très affecté par le ralentissement de la demande des pays riches. Il est dès lors confronté à des surcapacités qui seront lentes à résorber. Le secteur doit répondre de surcroît à une urgence

1 - Pour les activités de construction de logement : élargissement des aides à l'accession sociale à la propriété, augmentation des montants de prêts à taux zéro et du crédit d'impôt pour l'achat d'un bien, dispositif « Scellier » ; pour les activités d'entretien-amélioration du logement : prêt à taux zéro vert ou octroi de prêts bonifiés (logements sociaux) pour les travaux de rénovation thermique et mise en place d'un fonds exceptionnel de lutte contre l'habitat indigne et la précarité énergétique ; pour l'activité de construction et d'entretien-amélioration de bâtiments non résidentiels : plan « Hôpital 2012 » et mesures du Grenelle de l'environnement et du plan de relance favorisant notamment la rénovation énergétique des bâtiments publics ; pour les activités de travaux publics : augmentation du budget de l'État dédié aux infrastructures de transport et financement de projets de transports collectifs.

2 - Commissariat général au développement durable (2009), « L'activité et l'emploi de la construction : un début de repli en 2008 qui s'accroît en 2009 », *Économie et évaluation*, n° 23, juillet.

écologique du fait de sa forte contribution au changement climatique et aux pollutions urbaines.

La construction, qui subit de plein fouet l'éclatement de la bulle immobilière mondiale, est moins confrontée que l'automobile à une contraction durable de la demande. Les nouveaux besoins pour répondre aussi bien aux nouvelles exigences d'aménagement urbain durable qu'aux changements sociodémographiques, renouvelant les formes d'habitat des personnes âgées comme des populations étudiantes et des familles, structurent une croissance de la demande à long terme.

Contrairement aux industries technologiques qui ont davantage subi l'éclatement de la bulle de 2000, le secteur de l'automobile affronte sa plus grave crise depuis les années 1930

L'ampleur de la récession dans l'industrie automobile, au-delà du cycle conjoncturel, s'explique structurellement par une forme de saturation du marché des pays riches. Si les ventes de véhicules ont été maintenues dans les années d'avant-crise, elles ont été tirées par la demande des pays en rattrapage. La croissance de ces nouveaux marchés contraste avec l'atonie de la demande française, alors même que la congestion, les hausses de prix du carburant et les déprédations environnementales de la circulation automobile (changement climatique et impacts sanitaires de la pollution urbaine) ont contribué à dégrader l'image de la voiture. Sauf en milieu rural, la voiture n'est plus en France synonyme de vitesse et de mobilité accrue¹. Le nombre moyen de kilomètres parcourus par véhicule par an diminue depuis 2002, la hausse du carburant ayant eu un impact fortement amplificateur sur cette tendance. Les ventes de véhicules neufs marquent aussi le pas : depuis 2002, les constructeurs français sont confrontés à un effritement du volume global des immatriculations qui chutent de 6 % en 2006. Sur longue période, la part des véhicules (neufs et occasion) dans le budget automobile des ménages a décliné depuis vingt ans, passant de 40 % en 1990 à 30 % en 2008².

L'offre de véhicules séduit moins les franges les plus jeunes de la population pour qui la mobilité s'incarne plus dans l'intensification de son usage des objets communicants que dans la possession d'une voiture³. Il est néanmoins difficile d'en inférer une tendance de long terme, l'âge moyen d'achat de la première voiture neuve étant en France de près de 50 ans. En revanche, la perception du prix élevé des voitures, alors même qu'en termes réels ces prix

1 - Hubert J.-P. (2009), « Dans les grandes agglomérations, la mobilité quotidienne des habitants diminue et elle augmente ailleurs », *INSEE Première*, juillet.

2 - 46^e rapport à la Commission des comptes des transports de la Nation (2009), *Les comptes des transports en 2008*, Service de l'observation et de la statistique du ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer, juin.

3 - Selon le CRÉDOC, les jeunes valorisent davantage les consommations TIC et arbitrent plus facilement en défaveur des biens durables.

ont peu progressé, atteste sans doute d'un déclin du « rêve automobile », symptomatique de la saturation des besoins. L'automobile serait-elle en train de devenir un « bien inférieur » dont la demande décroît avec l'élévation du revenu¹ ? La part consacrée à l'achat d'un véhicule neuf dans les dépenses automobiles des consommateurs a tendance à diminuer sur longue période, même si la proportion de ménages possédant au moins deux véhicules a progressé de plus de 6 points depuis 1998. Entre 1990 et 1997, cette part s'élevait à 22 % en moyenne ; elle n'est plus que de 18 % depuis 1998².

À ce déclin de la demande s'est ajoutée pour l'automobile dans les années d'avant-crise une hausse du coût des intrants intermédiaires consécutive à la flambée des cours des matières premières. Du fait de la concurrence accrue dans un secteur très globalisé (la pénétration des marques étrangères ayant fortement progressé depuis dix ans), ces surcoûts n'ont pas été intégralement répercutés sur les prix de vente. Depuis 2002, les prix de l'automobile neuve en France ont progressé de 1,3 % par an en moyenne (contre + 0,2 % par an entre 1998 et 2002)³. Or, en sus des consommations intermédiaires dont les cours ont flambé, les constructeurs français ont amélioré la qualité de leurs produits par des innovations technologiques et de service : installation en série des airbags, de la climatisation et de l'ABS sur de nombreux modèles ; service de maintenance gratuit (vidanges et changements de filtre) et garantie de deux ans sur les véhicules. Au total, cette faible rémunération des innovations technologiques et de services et la hausse des prix des consommations intermédiaires se reflètent dans un déclin accéléré depuis 2004 de la valeur ajoutée de l'industrie automobile dont la part dans la valeur ajoutée industrielle française a diminué de moitié depuis dix ans (graphique n° 6).

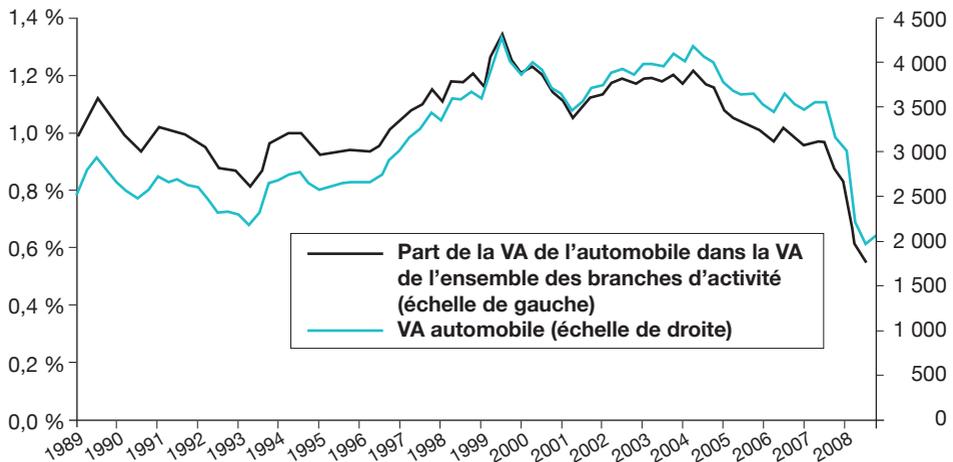
Dans ce contexte de raréfaction de la demande des pays de la Triade et de concurrence avivée pour la conquête des marchés émergents en croissance, la recherche de la taille critique pour répondre à l'ouverture de nouveaux marchés a occasionné de la part de l'ensemble des constructeurs mondiaux, français y compris, une augmentation de leurs capacités de production dans les années précédant la crise, augmentation qui s'avère aujourd'hui fortement pénalisante pour l'ensemble du secteur. Pour répondre à la saturation des besoins des pays riches, les constructeurs ont également opté pour un « raccourcissement des lignes » afin de proposer une offre diversifiée, mais dont les volumes sont moins importants que les grandes séries. Là encore, il a fallu pour ce faire multiplier la taille des immobilisations corporelles. Au total, les surcapacités mondiales, de l'ordre de 20 % en 2006,

1 - Un bien est dit inférieur quand sa demande diminue alors que les revenus des ménages à prix constants augmentent. Un bien est dit supérieur quand sa demande augmente moins que le revenu (dès lors la part du revenu consacrée à l'achat du bien diminue). Un bien est dit de luxe quand sa demande augmente plus vite que le revenu et que la part du revenu consacrée à l'achat de ce bien augmente.

2 - Juillard M. (2007), « Le budget automobile des ménages s'adapte aux prix des carburants », *INSEE Première*, n° 1159, octobre.

3 - *Idem*.

Graphique n° 6 : Valeur ajoutée du secteur automobile



Source : INSEE, Datastream

s'élèveraient à 36 % en 2009 selon AlixPartners¹. Ces surcapacités seront lentes à résorber. L'intervention des États dans la crise, dont les constructeurs français, européens et américains ont bénéficié à travers les plans de relance, a certes contribué à préserver une partie de l'emploi localisé. En ce sens, ces entreprises, du fait des emplois indirects, sont devenues « *too big to fail* »². Si les plans de relance ont autorisé une forme de retour à la nationalité de l'entreprise, la restructuration industrielle de l'automobile pourrait avoir une ampleur *a minima* européenne, dans un secteur fortement globalisé. Elle entraînera celle des équipementiers dont le sort est intimement lié à celui des constructeurs, même s'il leur est loisible à terme de diversifier leurs clients au-delà des frontières hexagonales ou du secteur lui-même (aéronautique notamment).

C'est dans ce contexte que l'automobile doit se réinventer. Les évolutions démographiques ne lui sont pas défavorables. Le vieillissement de la population et les progrès de la médecine peuvent entretenir une demande de mobilité que l'automobile est susceptible de satisfaire dans des situations de souplesse et de confort supérieures parfois à celles des transports collectifs. La diversité des trajectoires familiales, en augmentant le nombre des ménages, peut également maintenir un niveau élevé de demande, comme pour le logement. L'automobile devra toutefois s'adapter aux nouvelles contraintes d'usage (notamment de circulation et de stationnement) et internaliser davantage son empreinte écologique dans son fonctionnement (assistance à la conduite, motorisation) comme dans sa fabrication et son recyclage. Même si ces évolutions seront progressives, les capacités à court terme des constructeurs et des pouvoirs publics à organiser conjointement

1 - AlixPartners (2009), *Global Automotive Review and Outlook 2009*, 1^{er} juillet.

2 - Askenazy P. (2009), intervention devant le groupe de travail du Centre d'analyse stratégique.

ces mutations seront déterminantes pour permettre à l'industrie de franchir cette phase concurrentielle décisive.

Le secteur de la construction est confronté à un ralentissement plus conjoncturel

Le secteur de la construction est très intensif en capital et en main-d'œuvre mais est moins globalisé que l'automobile. Son utilité sociale va très au-delà de sa seule contribution économique : les infrastructures réalisées par le segment travaux publics de cette activité sont indispensables non seulement pour la compétitivité d'un pays mais aussi pour le bien-être des populations (hôpitaux, transports collectifs, centres éducatifs, etc.). Quant au logement, il témoigne de la qualité de vie d'un pays qui inclut de plus en plus les aménités environnementales.

Au-delà de la décélération prévisible du cycle de la construction, considérablement amplifiée par la récession mondiale et ses implications financières, le secteur, contrairement à celui de l'automobile, entre dans une phase de mutation qui devrait élargir son impact économique et ses potentiels de croissance. Deux facteurs exogènes vont amener à l'avenir une amplification du multiplicateur d'emploi de la construction du fait d'une demande renouvelée.

Le premier est lié à une modification des ressorts de la croissance du secteur qui ne résident plus dans la seule construction de bâtiments ou d'infrastructures, en fonction de la densité de population, mais dans la conception même de l'aménagement urbain pris dans sa globalité, avec des exigences de durabilité, de réduction des nuisances, d'amélioration de la mobilité comme du confort résidentiel, de renforcement des aménités environnementales et de l'autonomie énergétique. Mobilité et habitat sont aujourd'hui intrinsèquement liés (voir *infra*). Cette transformation appelle à repenser aussi bien les seuils « acceptables » d'étalement urbain entraînant une densification urbaine que les aménagements de transports nécessaires pour favoriser la mobilité durable ou les sources d'approvisionnement énergétique des villes et les moyens d'en limiter l'usage. Les projets d'aménagement des grandes agglomérations urbaines, comme le Grand Paris, témoignent de ce mouvement. Concrètement, ce modèle de croissance implique des opérations de démolition-reconstruction, de rénovation urbaine, de densification urbaine (modification des POS¹ pour élever la hauteur des bâtiments, par exemple), de nouveaux schémas de transport qui renouvellent plus fortement que la seule croissance du revenu le secteur de la construction.

Le second facteur exogène de croissance potentielle du secteur est lié aux changements sociodémographiques qui appellent des réponses spécifiques et un renouvellement des logements favorable au secteur de la construction.

1 - POS : plan d'occupation des sols.

En premier lieu, le vieillissement démographique et l'allongement de la durée de vie ont des implications sur le logement des personnes âgées et sur les fonctionnalités nécessaires à ce type d'habitat. En second lieu, l'allongement de la durée des études, l'augmentation de la population étudiante et sa concentration urbaine (où le logement est onéreux) nécessitent des formes renouvelées qui autorisent la cohabitation. Il en va de même pour l'évolution des couples et des familles.

3. Le renouvellement vert et serviciel de ces secteurs : un défi de long terme

Construction et automobile connaissent dès lors une mutation technologique profonde, avec une hybridation des domaines scientifiques et un approfondissement des filières techniques qui pourraient amener des ruptures technologiques (dans les matériaux pour la construction et dans l'approvisionnement énergétique des voitures). Les progrès de la domotique dans les bâtiments, des systèmes embarqués et intelligents pour les voitures, autorisent des flux d'information avec les clients-résidents qui offrent de nouvelles fonctionnalités et donc de nouveaux services.

L'automobile, entre renouvellement serviciel et attente de la mue technologique

Dans l'automobile, la maturité des besoins en véhicules traduit aussi une modification de la demande vers plus de services associés au bien. Si la part de l'automobile dans la consommation des ménages est restée stable depuis dix ans, comptant pour 12,3 % de leur budget annuel, contre 12,4 % entre 1990 et 1997, c'est essentiellement en raison de la progression des services associés à l'usage du véhicule. La part du carburant, corrigée de la volatilité des cours du brut, est restée relativement stable depuis le contre-choc pétrolier, ce qui s'explique par une moindre utilisation et par la progression de l'efficacité énergétique des moteurs. Au total, les dépenses d'utilisation des véhicules comptent pour près d'un tiers des dépenses de transport des ménages et sont très supérieures aux achats tant de carburant que de véhicules. Cette tendance n'est pas infirmée par la crise : les achats par les ménages de véhicules particuliers ont reculé de 4,6 % en volume en 2008 et les dépenses d'utilisation (carburant inclus) de 2,3 %.

Si cette tendance marque plutôt l'accroissement des dépenses « contraintes » liées à l'usage du véhicule, elle manifeste deux transformations majeures pour l'industrie automobile. D'une part, comme dans le reste de l'économie, la valeur ajoutée réside dans les services plus que dans le bien lui-même. Les

constructeurs l'ont bien compris et ont cherché à élargir l'éventail des services associés au bien soit en série (voir *supra*), soit par une offre de services complémentaires (assurances, financement, etc.). En France, ils maîtrisent déjà le réseau de distribution et, plus partiellement, de réparation (garages concessionnaires). Mais la voiture n'est pas un bien miniaturisable comme les mobiles ou les ordinateurs, et ses procédés de fabrication demandent une maîtrise industrielle très pointue et un assemblage extrêmement précis (c'est vrai de l'ensemble des matériels de transport, comme l'aéronautique ou le train) pour aboutir à un produit dont le volume, quelle que soit la préférence récente pour les petits modèles, ne saurait être « de poche » et dont le prix ne peut être bradé.

D'autre part, les fonctionnalités associées au bien modifient peu à peu la demande qui recherche la satisfaction de ses besoins de mobilité plutôt que la possession d'un véhicule. Même si les évolutions en ce sens sont nécessairement lentes, la vitesse de modification des comportements se mesurant souvent à l'aune d'une génération (25 ans), elle s'inscrit dans une tendance déjà à l'œuvre et pourrait être accélérée par la crise. S'il est difficile d'imaginer une évolution comparable à celle qu'ont connue les télécommunications étant donné la valeur d'usage d'un véhicule, la valeur ajoutée servicielle et la demande de mobilité pourraient conduire à un modèle ressemblant davantage au transport ferroviaire ou aérien, la location-leasing de voiture, l'Autolib' éventuellement « connectée » comme l'IDTGV (voir encadré) et plus ponctuellement le co-voiturage ou l'autopartage s'imposant progressivement en mode majeur. Ford a inauguré dès 2006 un partenariat de location-leasing avec Hertz, tandis que d'autres constructeurs envisagent des évolutions proches. Préalablement au projet parisien de voiture en libre-service, Smart a mis à disposition, début 2009, cinquante de ses véhicules en libre-service à Ulm en Allemagne, avec un dépôt des voitures près des gares. Pour sa part, Peugeot a lancé une nouvelle application Internet de co-voiturage (*EcoSharing*) sur Facebook. Ces tendances sont encore faiblement émergentes et se heurtent à une contrainte physique : la voiture n'est pas un bien aisément transportable, ni facile à stocker. Une telle rénovation-révolution impose dès lors des partenariats avec les loueurs ou avec les collectivités locales qui ont la maîtrise des emplacements de stationnement.

À la maturité des marchés et de la demande correspond également une forme de maturité technologique dans l'automobile. De ce point de vue, deux visions concurrentes s'affrontent sur les évolutions du secteur. D'un côté, selon Booz & Company¹, la diversification-segmentation des produits prédomine sur les innovations de rupture dans un secteur qui mise avant tout sur l'expansion des marchés émergents, sans modification sensible ni des ressorts technologiques ni des fondements organisationnels (services) de sa croissance. La diversification de la R & D de cette industrie serait ainsi uniquement motivée par le renouvellement des produits existants, en

1 - Booz & Company (2007), *Global Innovation 1000*.

localisant en particulier les efforts de design dans les marchés émergents en forte croissance (Chine et Europe de l'Est notamment)¹. D'un autre côté, le patron de Daimler, Dieter Zetsche, estime que 2009 est une « année darwinienne » pour le secteur automobile, annonçant ainsi une véritable destruction créatrice dans cette activité.

Quand les smartphones facilitent l'autopartage

Savoir où se trouve la voiture partagée la plus proche, la choisir et la réserver, voire déverrouiller ou verrouiller ses portes, c'est ce que propose la société américaine Zipcar avec son application iPhone. Auparavant, chaque membre de la communauté recevait une zipcard, équipée d'une puce RFID, qui leur permettait de valider leur réservation faite en ligne. Désormais, ce sont 325 000 utilisateurs dans plus de 50 villes d'Amérique du Nord et à Londres qui partagent encore plus facilement un parc de 6 500 véhicules. Pour un coût moyen de 6 dollars par heure (et 60 dollars par jour), les gains financiers s'élèvent en moyenne à 500 dollars par mois selon les utilisateurs qui ont abandonné leur voiture.

Surtout, chaque voiture en autopartage remplacerait entre 15 et 20 voitures, ce qui représente un gain environnemental très appréciable. En s'implantant dans plus de 140 campus américains et en créant des « FastFleet » ou « flottes rapides » pour les entreprises, l'entreprise Zipcar a un nombre d'utilisateurs qui croît de 100 % par an depuis 2004. Créée il y a dix ans à Cambridge par de jeunes entrepreneurs souhaitant « redéfinir la façon dont leur génération appréhende les transports », Zipcar génère aujourd'hui 130 millions de dollars, avec une croissance de 30 % par an, et pense s'introduire en Bourse en 2010. La volonté du dirigeant, Scott Griffith, est de permettre à tous les Américains d'avoir « des roues quand ils le veulent ». Avec un smartphone, cela semble encore plus accessible.

Pour plus d'informations : www.zipcar.com

La première vision est celle d'un secteur automobile représentant la « vieille » économie, qui diversifie ses marchés plus que son offre et dont les stratégies d'innovation sont marginales dans une recherche un peu vaine de l'obsolescence destinée à inciter à un renouvellement sans véritable rupture technologique. Le maintien d'une économie industrielle « classique » sans transformation de son modèle économique pourrait être amplifié par les politiques d'aide publique. Du fait de l'ampleur des programmes de relance et de soutien aux secteurs industriels, la géographie de l'entreprise redevient centrale.

La seconde vision privilégie les axes de renouvellement déjà présents : l'hybridation des technologies existe déjà via les systèmes embarqués ; la concurrence ou les accords entre constructeurs vont se développer pour

1 - Pour preuve, si 83 % des dépenses de R & D de l'industrie automobile provenaient en 2007 des États-Unis, du Japon et de l'Allemagne, seuls 60 % de ces investissements étaient localisés dans ces pays.

proposer le moteur le plus « vert » (véhicule électrique, hybride) et améliorer dans le même temps le rendement énergétique des moteurs à injection. L'impression de stagnation technologique vient essentiellement du fait que ces axes de renouvellement ont du mal à trouver leur marché. De surcroît, il n'est pas de révolution technologique des constructeurs et équipementiers automobiles qui améliorerait la fonction première de la voiture, à savoir la vitesse de mobilité (à l'instar du TGV pour le train). Elle reste pourtant sa première et fondamentale utilité sociale mais dépend aujourd'hui tout autant de l'aménagement urbain que des évolutions technologiques de l'automobile.

Une révolution technologique et industrielle dans la construction

Comme dans l'automobile, une grande partie de l'innovation dans le secteur de la construction émane des fournisseurs : matériaux de construction, machines et équipements de construction, architecture et design, développements numériques, approvisionnement énergétique. Cette capacité d'innovation peut être très fortement affectée par la crise actuelle. En revanche, les plans de relance, en France mais aussi dans le reste de l'Europe, aux États-Unis et en Chine, misent très fortement sur la rénovation verte des bâtiments ou sur la création de villes écologiques et soutiennent largement les investissements d'infrastructures. Ce qui peut orienter le marché vers un renouvellement accéléré. On peut néanmoins se demander si les plans de relance sont à même de stimuler l'innovation et donc le renouveau du secteur. Les États-Unis s'y sont résolument engagés avec un programme d'investissement dans les *smart grids* (réseaux intelligents de transport énergétique) d'un montant de 11 milliards de dollars.

Quatre entreprises sur dix innovent dans le secteur de la construction contre une sur deux dans l'ensemble du secteur marchand. Cette faiblesse de l'innovation s'explique par la petite taille des entreprises du secteur. L'innovation est surtout portée par les grands groupes et les entreprises exportatrices. Elle se concentre sur l'industrie amont et concerne essentiellement les produits et les procédés¹.

Par ailleurs, le secteur de la construction entre dans une phase de mutation technologique et industrielle (élargissement et renouvellement des filières concernées) qui accroît les potentialités technologiques, approfondit les synergies et dilate les frontières du secteur. Trois éléments majeurs y contribuent : l'amélioration de la qualité des logements appuyée par les progrès de la réglementation ; la diversification des filières techniques ; le « verdissement » des bâtiments, qui renforce ces deux phénomènes.

1 - Teissier L. (2008), « La structure et les métiers de la construction guident son innovation », *SESP en bref*, n° 24, avril.

En premier lieu, l'amélioration réglementaire de la qualité suscite une croissance importante dans le logement et les filières associées. La réglementation thermique provoque les effets d'entraînement les plus significatifs sur le secteur, lui donnant un véritable coup de fouet. Dans le neuf, elle permet de renouveler les systèmes de construction comme les matériaux et de fournir des applications localisées aux énergies renouvelables. Dans l'ancien, elle accélère la vitesse de la réhabilitation-rénovation et permet de résoudre progressivement le problème des « épaves thermiques », ces bâtiments qui consomment jusqu'à 2 000 euros de chauffage par an pour atteindre une température acceptable.

En deuxième lieu, le secteur de la construction connaît une diversification de ses filières techniques qui pourrait déclasser les techniques traditionnelles (béton) et améliorer les procédés industriels. La (ré)introduction de matériaux comme le bois, les fibres, les métaux ou le verre dans la réalisation des structures et des enveloppes des bâtiments permet aujourd'hui des hybridations techniques, sources d'innovations et d'emplois dans ces filières. Par ailleurs, le développement de composants produits en usine (filière dite « sèche »), qui peuvent être des façades ou des enveloppes assemblées sur place ensuite, améliore la qualité et la productivité du secteur de la construction.

En troisième lieu, le renouvellement vert pourrait amener des ruptures technologiques dans les matériaux, accroître l'utilisation des énergies renouvelables (*smart grids*) et introduire la domotique (systèmes intelligents).

Smart grid, une éco-innovation de la prochaine décennie

Les « *smart grids* » désignent des réseaux électriques capables de mieux gérer les flux consommés et produits grâce aux technologies de l'information et de la communication (TIC). Le secteur électrique doit repenser l'ensemble des maillons de sa chaîne de valeur, de la production à l'aval, au travers des réseaux de distribution intelligents ou de nouvelle génération. L'utilisation du numérique dans le secteur électrique a pour ambition de répondre à plusieurs besoins : économie d'énergie dans les bâtiments, intégration des énergies renouvelables et du stockage dans les réseaux de distribution, et réduction de l'utilisation des centrales polluantes en limitant les appels de pointe. Ce *smart grid* se décompose en différents niveaux : les citoyens seront des éléments à part entière du nouveau système électrique, tour à tour producteurs (à un coût raisonnable) et consommateurs. Ils pourront suivre leur consommation en temps réel et envoyer ces données à leur fournisseur via un portail Web ou via leur compteur. À la réception de ces données, des infrastructures globales intelligentes pourront optimiser l'acheminement de l'électricité. Le *smart grid* permettrait aux consommateurs de faire des économies d'énergie par l'adaptation automatique (en choisissant d'éteindre certains appareils électroniques ou des systèmes de climatisation) et contribuerait ainsi à la réduction des émissions de CO₂.

D'une manière plus générale, le concept de *smart grid* peut apporter une réponse à différentes exigences :

- transformer le consommateur en un acteur de son approvisionnement ;
- maximiser l'utilisation des sources d'énergie ;
- éviter une partie des pertes et donc la production coûteuse d'une énergie inutile ;
- limiter la création de nouveaux réseaux ou en réduire la longueur.

Le *smart grid* s'appuierait sur une meilleure gestion du réseau, destinée à minimiser les pertes de transport énergétique. Il doit permettre d'optimiser au niveau local les énergies renouvelables, les unités de production fossile, la demande des consommateurs, les informations des compteurs intelligents (petits modules permettant de déchiffrer méticuleusement la consommation des ménages et d'épauler ainsi les personnes désireuses de consommer en dehors des heures de pointe) et les unités de stockage disponibles.

Selon une étude du Climate Group et de la Global e-Sustainability Initiative, l'utilisation des TIC dans les systèmes de motorisation, la logistique, les bâtiments et le secteur électrique serait susceptible de conduire à une économie de 15 % des émissions de CO₂ à l'horizon 2020, soit près de 8 Gt de CO₂. Le *smart grid* ainsi défini aurait le plus fort potentiel de réduction, avec pas moins de 2 Gt de CO₂ économisées d'ici à 2020. Relayant cette idée que les TIC peuvent contribuer à atteindre les objectifs européens à moyen et long terme (respectivement 20 % et 80 % de réduction des émissions en 2020 et 2050), Viviane Reding, membre de la Commission européenne, chargée de la société de l'information et des médias, a ainsi déclaré le 9 octobre 2009 : « Le secteur des TIC peut ouvrir la voie à une croissance plus durable et écologique et donner un coup d'accélérateur à l'emploi vert en Europe ».

Des évolutions structurellement lentes

La lenteur des ajustements s'explique par trois facteurs essentiels.

En premier lieu, les consommateurs n'y sont disposés qu'à un prix acceptable. Par exemple, les ventes de la Prius hybride ont plongé avec la crise. Les études montrent que les incitations aux travaux de réhabilitation dans le logement butent d'abord sur une contrainte financière, les gains d'efficacité énergétique répercutés sur la facture des ménages étant nécessairement différés. Elles achoppent également sur la segmentation bailleur/locateur, le coût de l'investissement étant supporté par le propriétaire, tandis que les gains d'efficacité sont acquis par le locataire. C'est pourquoi, dans le cadre du vote du texte Grenelle 2, le Sénat a adopté le 8 octobre 2009 (sous réserve d'un vote conforme par l'Assemblée nationale) une disposition visant à autoriser les majorations de loyer dans le cas où les travaux effectués permettent une réduction des charges locatives.

En deuxième lieu, les taux de renouvellement des équipements sont lents : 12 ans pour la voiture et plus de 80 ans pour le bâtiment.

Enfin, ces innovations nécessitent le plus souvent des infrastructures (recharge des batteries pour la voiture électrique, réseau intelligent de distribution d'électricité pour les énergies renouvelables dans le bâtiment) qui sont longues à mettre en place et nécessitent de ce point de vue un soutien des pouvoirs publics.

4. Vers une économie moins prédatrice pour l'environnement ?

La transformation en cours de l'économie reste appuyée sur une consommation de matière et d'énergie qui repose la question de sa durabilité. Dans un contexte mondial où les économies en rattrapage sont des États continents (Chine, Brésil, Inde), l'élévation du niveau de vie fait certes émerger une classe moyenne solvable mais dont les modes de consommation et de production continuent d'être marqués par un modèle industriel polluant (cf. voitures). Le redémarrage de leur économie, soutenu par la demande intérieure, en témoigne mais il fait peser un risque d'inflation durable sur les matières premières et énergétiques.

Certes, la crise économique mondiale provoque une baisse historique des consommations d'énergie et, partant, des émissions de gaz à effet de serre qu'elles induisent : selon l'Agence internationale de l'énergie¹, la consommation mondiale d'électricité devrait baisser, pour la première fois depuis la Seconde Guerre mondiale, de 3,5 % en 2009, tandis que la consommation de pétrole a reculé de 3 millions de barils par jour (Mb/j) en 2008 et que la consommation de gaz devrait chuter de 2 % en 2009, du fait du ralentissement de la production des grandes industries fortement consommatrices d'énergie (automobile, sidérurgie, chimie). Au total, la crise actuelle pourrait faire régresser de 6 % les émissions mondiales de gaz à effet de serre².

Marquée par l'envolée antérieure des cours du brut, des biens alimentaires et des métaux comme par les progrès alarmants du changement climatique, cette crise a, moins que les précédentes, entamé les politiques publiques en faveur de l'environnement (plans de relance). Le secteur des énergies renouvelables semble ainsi moins affecté par la crise. En matière de R&D, par exemple, les dépenses d'innovation, loin de plonger, semblent avoir connu une augmentation record en 2008 (en partie liée au maintien relatif des cours du baril).

1 - AIE (2009), *The Impact of the Financial and Economic Crisis on Global Energy Investment*, G8 Energy Ministers' Meeting, 24-25 mai.

2 - Voir Point carbon, www.pointcarbon.com/news/1.1089212.

Mais la baisse de la demande mondiale d'énergie, parce qu'elle a entraîné entre juillet 2007 et fin 2008 une division par 4 du prix du baril (tombé à 40 dollars), est aussi un facteur désincitatif aux économies d'énergie. C'est après le premier et le second choc pétrolier que la France a enregistré ses plus grands progrès en matière d'efficacité énergétique¹. De même, l'envolée des cours du brut qui a précédé la crise a conduit à un déclin de la consommation énergétique des ménages. Dès lors, tout signal de reprise entraîne une augmentation du prix du pétrole sur les marchés ; le baril est rapidement revenu à 70 dollars depuis début avril 2009 et le cours sur les marchés à terme est de 90 dollars, traduisant une tendance haussière.

Les cours du pétrole sont, en effet, durablement orientés à la hausse tant en raison d'une hausse structurelle de la demande que de contraintes liées à l'offre. D'une part, la croissance économique et démographique des pays émergents reste fortement intensive en énergie. Il faut voir là un effet de taille et de revenu ; un effet de composition dû à une structure industrielle plus que servicielle et, partant, à une spécialisation sur des activités à fort contenu énergétique ; les effets d'une réglementation environnementale moins contraignante et d'un niveau technologique moins avancé impliquant un moindre niveau d'efficacité énergétique que dans les pays anciennement industrialisés. À cette géographie de la demande mondiale d'énergie, où les prix du pétrole jouent un rôle « directeur »², s'ajoute un facteur sectoriel. La demande de transports (particuliers et marchandises) s'accroît du fait de l'élévation du revenu mondial et de la mondialisation des échanges. Or, elle reste à moyen terme très dépendante du pétrole en l'absence de substituts envisageables à des coûts acceptables (en particulier pour l'aviation). Par exemple, près de 70 % de la consommation française de pétrole est destinée aux transports. D'autre part, l'offre de pétrole subit des contraintes croissantes qui en rehaussent le prix : l'épuisement progressif des gisements de pétrole conventionnel conduit à recourir à des ressources plus coûteuses ; l'éloignement entre centres de production et de consommation accroît le coût des investissements nécessaires à son acheminement ; les contraintes environnementales réglementaires (triple coque pour les navires pétroliers) et fiscales (permis d'émissions, taxe carbone) renforcent les deux effets précédents. Enfin, au-delà des tensions géopolitiques caractéristiques des zones pétrolières mondiales, la concentration des réserves pétrolières accentue les effets de la cartellisation, les pays producteurs ayant intérêt à conserver une partie de leurs réserves en prévision de hausses futures.

Dans ces conditions, la volatilité des cours ne saurait masquer une inflation durable qui n'est pas sans impact négatif sur l'économie française, même si les craintes d'un nouveau choc pétrolier ont été invalidées par la précédente

1 - Cf. rapport du groupe de travail présidé par Michèle Pappalardo, « Les enseignements du passé », in Centre d'analyse stratégique (2008), *Perspectives énergétiques de la France à l'horizon 2020-2050*, volume 2, Paris, La Documentation française, février.

2 - Le prix du pétrole joue le rôle de prix directeur de l'énergie, les prix des autres énergies y étant plus ou moins directement liés.

période de flambée des cours. Selon la Fondation Robert Schumann, le coût, en termes de croissance pour la zone euro, de la hausse des prix du pétrole aura été compris entre 0,14 et 0,34 point de pourcentage par an, en moyenne sur 2002-2007¹. L'appréciation de l'euro a absorbé la moitié de la hausse des prix du pétrole tandis que la diminution de l'intensité pétrolière de l'économie de la zone euro en limite structurellement l'impact. Si l'effet global est modéré comparé à l'ampleur du choc, il reste que l'inflation durable des prix du pétrole aura, à terme, un effet négatif sur le pouvoir d'achat des ménages, sur les coûts de production qui se répercuteront sur les marges des entreprises ou sur les prix des produits. Elle renforcera l'incertitude des investisseurs et des épargnants qui différeront leurs investissements et leurs achats. *In fine*, l'activité se rétractera avec en conséquence une détérioration de l'emploi².

La limitation de ces effets négatifs et l'urgence écologique imposent dès lors des efforts considérables pour améliorer l'efficacité énergétique, renforcer le poids des énergies renouvelables dans le mix énergétique et accélérer le rythme des innovations technologiques, seuls à même de réduire les émissions de gaz à effet de serre et la dépendance à l'égard des énergies fossiles.

Le rythme des mutations

Plus profondément, la croissance verte impose des transformations lourdes (innovations, comportements de consommation et de production, politiques publiques) qui impliquent une transition de plus long terme que la sortie de crise. Les innovations de rupture et, plus encore leur diffusion, ne sont pas envisagées à très brève échéance. Par exemple, le moteur à combustion restera longtemps prédominant. Les scénarios sur le facteur 4 tiennent compte de cette permanence et envisagent des progrès dans leur efficacité énergétique qui pourraient compter pour plus de 40 % dans la division par 4 des émissions du transport³.

Par ailleurs, la lenteur de l'adaptation des comportements, même en présence d'innovations technologiques majeures, laisse aussi présager une transition longue. Or, ces comportements individuels sont responsables d'une grande partie des déprédations environnementales.

1 - Jamet J.-F. (2008), *L'impact de la hausse des prix du pétrole sur la croissance de la zone euro*, Fondation Robert Schumann, janvier.

2 - Cf. Artus P., d'Autume A., Chalmin P. et Chevalier J.-M. (à paraître), rapport du Conseil d'analyse économique portant sur les conséquences sur l'économie française d'un prix du pétrole durablement élevé et volatil.

3 - Teissier O. et Meunier L. (2008), « Scénarios de forte réduction des émissions de gaz à effet de serre dans les transports et les bâtiments à l'horizon 2050 », *Notes de synthèse du SESP*, n° 170, juillet-août-septembre.

50 % des émissions de CO₂ sont le fait des ménages en France. Chaque Français émet aujourd'hui, du fait de ses activités quotidiennes, environ 10 tonnes équivalent CO₂ par an. Or, pour prétendre à un mode de vie durable, chaque citoyen devrait diviser par 4 ses émissions afin de ne pas dépasser un plafond annuel de 2 350 kilos équivalent CO₂¹.

Comme le montrent différents travaux², on observe à la fois une montée très nette des valeurs environnementales, voire d'un paradigme « éco-centrique » du monde, mais un passage à l'acte en matière de consommation qui reste à ce jour assez limité. En effet, la consommation verte se heurte à un faible consentement à payer, en raison de coûts perçus comme trop élevés et d'un arbitrage défavorable aux travaux d'efficacité énergétique, les dépenses d'investissement étant immédiates et les gains différés. À cela s'ajoute un décalage entre les attentes des consommateurs et les perspectives encore timides d'une offre écologique jugée peu performante et onéreuse. Par exemple, en dehors de son coût encore prohibitif, la voiture écologique ne représente que 2 % de l'offre automobile. Elle n'est pour l'heure constituée que de modèles hybrides, puisque les modèles électriques plus performants ne seront réellement disponibles que dans deux ou trois ans. Enfin, la prédominance des valeurs individualistes et hédonistes ne va pas toujours de pair avec les exigences de durabilité qui peuvent associer partage et frugalité, les consommateurs souhaitant réaliser leurs aspirations environnementales sans renoncer à leur confort et à leur volonté de réalisation de soi dans l'acte d'achat³.

En matière énergétique, suite aux progrès réalisés par les industries en matière d'efficacité énergétique, les secteurs des transports et du bâtiment concentrent les plus grandes difficultés de réduction des émissions de gaz à effet de serre. La diminution des gaz à effet de serre en France (hors mix énergétique) est, en effet, entièrement imputable à la baisse des émissions agricoles et industrielles. Alors que les émissions de gaz à effet de serre ont globalement diminué de 5,6 % depuis 1990⁴, les émissions des transports sont en hausse de 19 %, soit 27 % du total, tandis que celles du résidentiel-tertiaire ont augmenté de 6 %. C'est donc dans ces deux secteurs que les progrès les plus significatifs doivent être enregistrés pour atteindre les objectifs internationaux et européens que la France s'est fixés. Mais étant donné la durée de vie et les délais de construction des infrastructures, leur mise à niveau pour atteindre les critères de durabilité exigés par l'urgence du changement climatique risque de prendre du temps. Ces délais d'adaptation sont particulièrement manifestes dans les bâtiments.

1 - Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (2008), Dossier éco-consommation, avril.

2 - CRÉDOC, Institut français de l'environnement, Eurostat, ainsi que Bréchon P. et Tchernia J.-F. (2009), *La France à travers ses valeurs*, Paris, Armand Colin.

3 - Mercedes Erra (2009), intervention devant le groupe de travail du Centre d'analyse stratégique.

4 - Chiffres 2007.

Les modes de consommation se transforment lentement : l'exemple de l'alimentation « bio »

La consommation de produits d'alimentation « bio » est un secteur emblématique de la consommation verte. On y voit nettement l'impact de la distribution, des infrastructures, de certains critères sociodémographiques clivants dans la détermination des comportements. C'est l'un des secteurs où l'émergence d'un consentement à payer une valeur ajoutée « verte » est la plus nette. Il serait passé de 23 % en 2003 à 33 % en 2007. L'écart entre consommation et aspiration verte n'a peut-être pas vocation à durer.

Pour autant, les tendances en matière bio ne sont pas univoques. Globalement, le poids du critère bio dans l'acte d'achat est fluctuant depuis les années 1990 selon les enquêtes déclaratives. L'achat bio s'est développé entre 2000 et 2005, notamment avec l'entrée du bio en grande distribution. Il stagnerait depuis, avec néanmoins de fortes croissances dans les circuits spécialisés et chez Monoprix (+ 20 % en 2008, selon la chaîne). De plus, l'aspiration au bio n'est pas homogène, elle concerne surtout les consommateurs d'âge médian et les plus diplômés, l'âge et le niveau d'études apparaissant comme des facteurs encore plus clivants que les différentiels de revenu.

Le parc résidentiel français, soit 30 millions de logements, est ancien : un quart du parc a moins de 17 ans et les deux tiers ont été construits avant 1975, préalablement à l'instauration de normes de performance énergétique. Compte tenu de son faible taux de renouvellement, inférieur à 1 % par an (environ 400 000 nouveaux logements par an en haut de cycle), la moitié des logements existants aujourd'hui sera toujours présente en... 2050 ! Quant aux logements construits avant 1975, ils devraient encore représenter deux cinquièmes du parc en 2050. Le taux de rénovation des bâtiments existants progresse au rythme annuel de 0,6 %. Ainsi, il faudra probablement plus d'un siècle pour renouveler totalement le parc résidentiel actuel. Si les évolutions sont lentes, elles pourraient être accélérées par les dispositifs mis en place pour accroître le volume des rénovations-réhabilitations résidentielles, dans la mesure où la mise à niveau des logements non seulement améliore l'efficacité énergétique mais allège également la facture d'électricité et de chauffage.

Dans les transports, la difficulté réside principalement dans l'usage de la voiture, dont les facilités de mobilité sont irremplaçables par les autres modes de transport moins prédateurs pour l'environnement et dont les innovations ne permettent pas à moyen terme de réduire drastiquement les pollutions. Qu'il s'agisse de transport de marchandises ou de « voyageurs », le mode routier reste unique pour permettre un acheminement du lieu de départ à celui d'arrivée dans un délai raisonnable. En l'absence de substituts aux carburants fossiles, la seule manière de dissuader les entreprises et les ménages d'utiliser les véhicules consiste en une forte augmentation des réglementations (normes d'émissions pour les véhicules) et des taxes (TIPP, taxe carbone) renchérissant les prix des véhicules et du carburant. Même

socialement « compensé », ce type de mesures suppose des réallocations de secteurs assez profondes et une modification des prix relatifs affectant les arbitrages économiques des consommateurs. Elles ne peuvent donc être que graduelles.

Une simulation récente¹ montre ainsi qu'à l'horizon 2020, il apparaît difficile de réduire les émissions de manière significative dans les transports. Une combinaison de mesures pourtant très volontaristes² entraîne une diminution de 4 % par rapport à 1990 (année de référence des engagements de Kyoto) et présente un coût social très élevé. En revanche, l'accélération du rythme de rénovation du parc, l'amélioration de la qualité thermique de l'isolation, les systèmes de chauffage et le développement de l'eau chaude solaire pourraient permettre d'atteindre le facteur 4 dans le bâtiment à un coût social moindre, dans la mesure où la facture énergétique résidentielle s'en trouverait diminuée de façon drastique.

L'importance des formes urbaines et la tendance encore faible à la reconcentration des activités

À cela il faut ajouter l'importance des formes urbaines et de la prégnance de l'étalement urbain sur les consommations énergétiques individuelles. Il existe une forte disparité des émissions de carbone des ménages, non seulement en fonction de leur revenu (les revenus les plus élevés étant les plus consommateurs d'énergie, en raison des surfaces habitées et des voyages à longue distance notamment), mais aussi de leur localisation géographique. Les émissions de CO₂ dues au transport local (hors voyage longue distance) croissent fortement quand on s'éloigne des centres : selon Claire Plateau (voir encadré), elles sont multipliées par trois entre le centre et la périphérie en Île-de-France et par 1,6 entre le centre et la périphérie dans l'arrondissement de Lille. Les disparités spatiales des émissions des logements sont plus faibles que celles des transports individuels. En effet, le niveau d'émission des logements dépend moins de leur localisation que de l'ancienneté de l'habitat et de sa taille. Or si le logement résidentiel éloigné des centres-villes est plus spacieux, il est souvent plus récent et présente une meilleure performance énergétique.

1 - Teissier O. et Meunier L. (2008), « Scénarios de forte réduction des émissions de gaz à effet de serre dans les transports et les bâtiments à l'horizon 2050 », *Notes de synthèse du SESP*, n° 170, juillet-août-septembre.

2 - Normes d'efficacité énergétique des véhicules renforcées, péage généralisé, doublement de la TIPP en 2010, augmentation de 25 % des subventions au transport public en 2010, pénétration accrue des agrocarburants.

L'étalement urbain, facteur de disparités spatiales de consommation énergétique des ménages

En 1990, un Francilien ou un habitant de l'arrondissement de Lille émettait en moyenne 1,9 tonne de CO₂ par an pour se chauffer et se déplacer (hors trajets longue distance). Autour de cette moyenne, les disparités spatiales sont importantes, surtout en région Île-de-France où un ménage parisien émet presque deux fois moins de CO₂ qu'un ménage francilien d'une zone périphérique. Un ménage lillois émet 30 % de CO₂ de moins qu'un ménage périurbain de l'arrondissement. Pour les Franciliens, environ 33 % des émissions de CO₂ sont dues aux déplacements en Île-de-France, cette part variant de 25 % pour les habitants de Paris *intra muros* à 50 % dans les communes rurales. Dans l'arrondissement de Lille, qui est moins étendu, ces émissions liées au déplacement ne représentent que 25 % des émissions en moyenne avec un minimum à 20 % à Lille et un maximum à 28 % dans le périurbain. Les émissions par habitant n'augmentent pas continûment avec l'éloignement au centre. Elles croissent de la ville-centre aux banlieues puis se stabilisent au-delà.

La hausse des émissions liées au transport est en effet compensée par la baisse de celles liées au logement, la performance thermique des logements s'améliorant alors que la surface moyenne par habitant varie peu avec la localisation. Les émissions par habitant des villes nouvelles, pourtant excentrées, sont supérieures de seulement 6 % à celles des Parisiens. Cette bonne performance s'explique par un parc de logements récents, un taux notable de logements collectifs, un bassin d'emplois local et une importante desserte en transports en commun. Entre 1990 et 1999, les écarts d'émission de CO₂ entre zones de résidence se renforcent dans l'arrondissement de Lille. L'amélioration sensible des émissions dans les logements ne compense pas l'explosion des émissions dans les transports. Un ménage d'une zone périphérique émet 1,7 fois plus de CO₂ qu'un ménage d'une zone centrale en 1999 ; l'écart n'était que de 1,4 en 1990.

En Île-de-France, les émissions de CO₂ par ménage dues à l'habitat sont les plus faibles à Paris (2,5 tonnes) où les logements sont des appartements de petite taille, utilisant peu le fioul. Les zones les plus émettrices sont les banlieues extérieures (3,7 tonnes) car les logements y sont souvent des maisons, vastes et anciennes. Ces maisons sont plus souvent chauffées au fioul que dans le périurbain. Les zones les plus éloignées du centre ne sont pas les plus émettrices. Les logements y ont de meilleures performances thermiques en moyenne. Ils sont plus récents et plus souvent chauffés à l'électricité. Rapportées à l'individu, les émissions dues au logement varient encore moins que celles des ménages, en fonction de la localisation. Ces émissions diminuent quand on passe de la banlieue au périurbain car la surface par personne, premier facteur explicatif de la dispersion, est homogène quelle que soit la localisation. La répartition des ménages selon leur taille suit un schéma concentrique : les familles s'éloignent des centres pour acquérir des logements de taille adéquate et adaptés à leur budget. En conséquence, le bilan global d'émissions de CO₂ logement-transport de chaque individu ne s'alourdit pas toujours continûment avec l'éloignement du centre.

D'après Plateau C. (2006), « Les émissions de gaz à effet de serre des ménages selon les localisations résidentielles », Notes de synthèse du SESP, n° 163, juillet-décembre

Dès lors, l'automobile reste la « variable d'ajustement » de l'organisation des territoires. Le développement périurbain, la localisation souvent excentrée des infrastructures industrielles et commerciales, l'organisation du travail conditionnent les arbitrages en matière de transport et font de l'automobile personnelle un instrument de mobilité incontournable et difficilement substituable. Depuis les années 1980, les changements de modes de vie, les contraintes liées à l'habitat dans un contexte de mondialisation ont accru les distances moyennes parcourues par personne et par an. En France, le nombre moyen de kilomètres parcourus en voiture particulière a ainsi augmenté de 3,5 % en moyenne par an, entre 1980 et 2002 (le rythme a ralenti depuis), alors que le nombre de kilomètres parcourus sur les réseaux ferrés n'augmentait que de 1,5 %, malgré la création de nouvelles lignes à grande vitesse. Ces dix dernières années, la population en Île-de-France a augmenté de 12 % et les déplacements en voiture de 60 %¹.

De nouveaux comportements en matière d'urbanisme et d'aménagement du territoire, avec une concentration locale d'activités connexes, permettraient de réduire le nombre total de kilomètres parcourus par un bien avant sa « consommation » par l'acheteur final. Une inflexion semble ainsi se dessiner ces dernières années. Le modèle d'implantation des magasins est emblématique d'un certain retour de la proximité et d'un maillage territorial plus équilibré sur la base de structures moyennes. Le développement des transports et des équipements ménagers a favorisé dans les années 1970 l'implantation de grandes surfaces ou de centres commerciaux en périphérie urbaine. Cette implantation s'accordait au mouvement d'exode rural puis au développement de la périurbanisation. La croissance retrouvée des espaces ruraux et des grandes villes depuis le début des années 2000 remet en question le déploiement des différentes formes de vente et pourrait contribuer à remodeler le tissu commercial et par là même les schémas de circulation des marchandises et des hommes². Depuis 1999, le nombre de commerces traditionnels baisse moins rapidement et ce, dans la plupart des secteurs, y compris pour l'alimentaire. Dans le même temps, le nombre de supermarchés et d'hypermarchés continue de progresser mais à un rythme plus faible (+ 2,3 % par an de 1999 à 2007, contre + 2,9 % de 1993 à 1999).

Se rapprocher du client et inscrire une relation dans la durée : les lieux de vente au plus près des consommateurs

En matière de marques, l'émergence des « pocket stores » témoigne de la volonté de proximité du client et de l'importance de la fonction intégrative de la distribution. Elle s'inscrit comme une rupture par rapport aux quinze dernières années qui ont vu l'essor des « megastores ». De même, d'autres tendances signent une volonté de se rapprocher du consommateur, dans une dynamique

1 - *Les Échos*, 27 avril 2009.

2 - Solard G. (2009), « À la campagne comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », *INSEE Première*, n° 1245, juin.

de mouvement : stands ambulants technicisés comme le Nike Trial Van ; Pop-up Stores Uniqlo à New York, boutiques éphémères ; développement de boutiques sur mesure dans les gares comme le Mujitogo à New York et Tokyo, mais aussi développements récents gare du Nord.

Les marques dans la crise renforcent les liens avec des communautés de consommateurs, notamment autour des pratiques culturelles et de loisirs, qui n'ont parfois plus de rapport direct avec l'acte marchand. Le lieu de vente peut aussi devenir une deuxième maison (Orange's not another phone shop, Londres ; Nike Running Lounge, Vancouver ; Asics Running Store, Harajuku) attestant de cette intimité avec le consommateur, voire de relations partiellement « démarchandisées » (même si ce sont précisément ces pratiques qui entraînent l'acte d'achat) : Apple Store organisant des séminaires et cours, magasins de sport formant à la pratique sportive ; développements des magasins « try and buy » (Nokia Store, New York ; Sony Ericsson's Store, Londres ; Orange ; Boutiques Kitsuné à Paris et Tokyo, avec 4 000 amis sur Facebook à Paris, liés par des concerts et un événementiel musical proposé par Kitsuné) ; concerts et expositions proposés par Nike ; divers événementiels nocturnes à Paris...

Parallèlement, les taux de croissance de la population des villes-centres, des banlieues et des couronnes périurbaines ont tendance à se rapprocher depuis 1990. La périurbanisation se poursuit, mais à un rythme nettement inférieur à celui des années antérieures (+ 1 % par an dans les années 1990, + 1,3 % depuis 1999). La croissance démographique des villes-centres et des banlieues reprend depuis 1999 (avec, respectivement, + 0,3 % et + 0,6 % par an).

La tendance à la périurbanisation pourrait durablement ralentir, d'où un usage moindre de la voiture, mais la reconcentration éventuelle des activités autour de logiques territoriales plus compactes n'interviendra qu'à un horizon de long terme, au prix d'interventions publiques volontaristes.

Quels enjeux de politiques publiques ?

Pour favoriser les économies d'énergie et l'utilisation des renouvelables mais aussi pour réduire l'impact écologique des technologies numériques et de l'économie servicielle qui leur est associée, le développement d'un *smart grid* apparaît comme une étape importante.

La France n'est pas en retard et initie progressivement son entrée dans l'ère numérique des réseaux électriques. Dans le domaine du transport de l'électricité, RTE¹ a déjà engagé des actions concrètes avec la mise en place

1 - RTE : Réseau de transport d'électricité.

d'un centre de coordination avec ses homologues belges d'ELIA et britanniques du National Grid afin de pouvoir exploiter le réseau dans ce nouveau contexte de manière sûre. Un système de prévision relatif aux productions d'éoliennes a également été installé. Dans la distribution d'électricité, ERDF¹ souhaiterait déployer près de 300 000 compteurs intelligents dès le début de l'année prochaine et évalue leur généralisation à 4 milliards d'euros. Ces équipements communicants de mesure de la consommation devraient être progressivement mis en place mais il restera à inciter le consommateur à produire de l'énergie localement (par l'installation d'unités de production renouvelables) à un coût raisonnable. Le plus grand défi d'un développement du *smart grid* auquel se heurteront les autorités sera certainement de transformer le consommateur en un acteur de ces nouveaux réseaux intelligents. En matière d'énergies renouvelables localement produites, la politique de tarification du rachat des excédents de production sera déterminante pour inciter à leur développement.

Par ailleurs, si la France est avancée dans cette première étape du *smart grid*, il lui faut également investir dans les infrastructures globales intelligentes qui permettent d'optimiser l'acheminement de l'électricité entre les producteurs et les consommateurs, en rénovant dans un premier temps les réseaux de transport et de distribution. Or cette phase sera la plus coûteuse, étant donné la nature de ces investissements fortement capitalistiques où le soutien des pouvoirs publics s'avère décisif. Les États-Unis y consacrent quelque 4 milliards de dollars pour un réseau de transport d'électricité bien plus vaste que celui de la France. Mais, sur cette somme, les 615 millions de dollars dédiés aux projets de démonstration (R&D de développement) ne sont guère dépendants de la taille d'un pays. Au total, les dépenses de R&D seront très élevées tant dans les fonctions avancées d'automatisation et l'architecture des systèmes d'information que dans la fonction décentralisée, l'interface intelligente avec la production et la capacité de stockage. C'est pour répondre à ce défi et établir une vision cohérente des réseaux énergétiques européens au-delà de l'horizon 2020 que la Plate-forme technologique européenne (PTE) SmartGrids a été lancée en 2005, sur le modèle de celle créée pour la séquestration du carbone. Afin d'alléger ces dépenses, il est important d'intensifier cette coopération au niveau européen mais également de promouvoir les partenariats intergouvernementaux. Sur la base du savoir-faire français, il conviendra donc d'appuyer ces démarches de R & D, notamment pour les appels d'offres européens lancés dans le cadre de la Plate-forme SmartGrids.

Les actions en cours dans les domaines de l'utilisation de liaisons à courant continu (sur très grandes distances), de la transmission d'informations, de l'interopérabilité du réseau européen sont à promouvoir. Une amélioration des procédures de concertation pour la création des nouvelles lignes de transport d'électricité nécessaires dans des délais compatibles avec l'arrivée massive d'énergies renouvelables doit être rapidement engagée.

1 - ERDF : Électricité Réseau Distribution France.

Enfin, si les technologies sont relativement matures et si les financements s'avéraient progressivement disponibles, les industriels auraient encore besoin de standards pour assurer l'interopérabilité et la sécurité des équipements. Industriels et énergéticiens, appuyés par la Commission européenne, doivent s'entendre sur des standards internationaux avant de développer ces nouvelles technologies. Sur ce sujet, les États-Unis semblent également détenir une certaine avance. Le National Institute of Standards and Technology (NIST) a ainsi identifié les normes existantes liées au déploiement du *smart grid* organisé autour de huit problématiques principales : réponse à la demande et efficacité énergétique, évaluation de l'état du réseau, stockage et transport de l'électricité, infrastructure avancée de mesure de la consommation, gestion du réseau de distribution, cybersécurité et communications sur le réseau. Il serait souhaitable d'accroître¹ au plan européen, et en prenant appui sur une redynamisation des travaux de l'ETSI², l'effort de définition et de normalisation des réseaux de communication électronique de nouvelle génération et de faire de ces normes, par leur adoption et mise en œuvre rapides, un avantage comparatif pour l'Europe, en termes de compétitivité et d'attractivité.

1 - Voir également Centre d'analyse stratégique (2009), *La société et l'économie à l'aune de la révolution numérique. Enjeux et perspectives des prochaines décennies (2015/2025)*, op. cit.

2 - L'European Telecommunications Standards Institute (ETSI) est officiellement responsable de la normalisation des TIC pour l'Europe et plus particulièrement dans le cadre du projet TISPAN (Telecoms & Internet converged Services and Protocols for Advanced Networks) des réseaux de nouvelle génération.



Un cycle d'innovation contrarié : des nouveaux marchés en mal de solvabilité

La consommation des nouveaux produits et services peut être entravée par la difficulté de financer celle des biens premiers (alimentation, logement, transport). Ces biens premiers subissent une hausse des prix relatifs et représentent pour partie des dépenses contraintes dont le poids a sensiblement augmenté depuis trente ans. L'extension de ces dépenses est inégalitaire et se double d'une exposition variable à la contrainte énergétique. Les clivages sont marqués face au coût du logement et à la diffusion de nouvelles pratiques tarifaires.

Une partie de la population voit en particulier son pouvoir d'achat affecté selon deux modalités principales en fonction des pays. La recrudescence des stratégies d'externalisation des entreprises avant la crise a particulièrement pesé sur les travailleurs les moins qualifiés. Ce qui s'est traduit soit par une montée des inégalités et une proportion accrue des bas salaires dans les pays anglo-saxons, soit par une dégradation relative de la qualité de l'emploi et des conditions de travail des bas salaires en France et par une limitation des salaires des classes moyennes entre bas et hauts salaires. Les inégalités instantanées ne se sont pas creusées en France mais les formes contractuelles instables issues de la « dualisation » de l'emploi ont diminué l'espérance de revenu tout au long de la vie de certains salariés peu qualifiés, tandis que le pouvoir d'achat du salaire médian a peu progressé.

Ce sont la perte de pouvoir d'achat et la limitation induite de la consommation qui apparaissent comme facteurs d'inquiétude, sur fond de peur du déclassement.

1. La consommation contrainte entrave la diffusion de la nouvelle économie

L'inflation, réelle ou ressentie, sur les biens premiers, dont la part dans le revenu est difficilement modulable (biens alimentaires, énergie, logement) et l'augmentation plus structurelle des dépenses pré-engagées due à la montée de l'économie des services limitent la part arbitrale du revenu. Cette évolution ne contribue pas seulement au sentiment de dégradation du pouvoir d'achat. Elle participe très probablement à une tendance plus profonde et problématique de faible solvabilité des marchés nouveaux. Le faible coût des biens de première nécessité et la baisse de prix liée aux gains de productivité des produits à forte diffusion sont un phénomène décisif pour permettre l'éclosion de nouveaux marchés et le déplacement de la demande dans leur direction.

Le problème soulevé par le poids croissant des dépenses contraintes¹, pointé par le Bipe, le CERC ou l'INSEE, est d'autant plus préoccupant qu'il met en exergue un risque de blocage du progrès technique. Ce constat renvoie à la double dimension de la crise : premièrement, le problème de surcapacité sur lequel a buté l'essor de la nouvelle économie à la fin des années 1990 est probablement révélateur de cette question de faible solvabilité de la demande pour les biens nouveaux ; deuxièmement, l'absence de solution à la question de la gestion des ressources rares, énergétiques et alimentaires, exacerbe les tendances inflationnistes sur ce type de biens et crée une forte incertitude sur le développement de nouveaux marchés.

De surcroît, les consommations innovantes ont la particularité de se développer en complément de l'économie traditionnelle et non en substitution. Au sein même de ces consommations, les offres de bouquet favorisent encore cette logique. Le jeu des prix relatifs est alors essentiel pour permettre la diffusion de tels marchés. Dans une économie de l'usage, le prix du bien support de la prestation doit être de second ordre à terme.

Plusieurs éléments méritent une attention particulière et ne pourront que faire sentir davantage leurs effets face à la contraction des revenus provoquée par la crise : l'extension des dépenses contraintes, avec des clivages face au coût du logement, et la diffusion de nouvelles pratiques tarifaires.

1 - Les dépenses contraintes renvoient à l'impossibilité de moduler ces dépenses à court terme parce qu'elles relèvent d'engagements contractuels ou à caractère obligatoire. Ces dépenses contraintes *stricto sensu* ont donc pour caractéristique leur aspect pré-arbitré et souvent « automatique » du fait de la généralisation du prélèvement mensuel. La Comptabilité nationale retient au titre de ces dépenses : les dépenses incompressibles liées au logement (loyers et charges, chauffage, eau, gaz, électricité et autres combustibles), aux communications (notamment la téléphonie) ainsi que les dépenses à caractère obligatoire liées aux assurances et à certains services financiers.

La composante contrainte des dépenses des ménages toutes catégories confondues a connu une progression régulière, puisqu'elle passe de 20 % en 1979 à 36 % en 2006. Les disparités sont considérables, la charge budgétaire des dépenses contraintes pouvant aller du simple au double (de 48 % des dépenses totales pour le premier décile de revenu à 27 % pour le dernier décile). La charge se révèle d'autant plus élevée que le ménage est à faible revenu et de petite taille ou jeune. Ces résultats d'ensemble qui relèvent des effets d'échelle et de répartition des revenus sont assez attendus. Le caractère divergent des évolutions dans le temps du poids des dépenses contraintes, c'est-à-dire l'accroissement des disparités observées, est en revanche à souligner. Ainsi, entre 1979 et 2005, la part contrainte est passée de 24 % à 48 % des dépenses des plus faibles revenus ; de 23 % à 43 % des dépenses des moins de 30 ans ; de 27 % à 42 % des dépenses des familles monoparentales.

À ce poids accru des dépenses pré-engagées est venue s'ajouter la très forte hausse, par rapport à l'inflation, des dépenses d'entretien des véhicules particuliers et du carburant. Si elles ne sont pas à proprement parler pré-engagées, elles sont ressenties comme peu arbitrables car elles s'imposent pour certains déplacements (travail, achats) aux résidents des zones tant périurbaines que rurales et sont peu modulables en l'absence de moyens de déplacement alternatifs¹. Ces dépenses d'usage et d'entretien des véhicules surexposent les ménages utilisant leur véhicule pour les trajets domicile-travail, qu'ils soient urbains ou ruraux². Or elles ont augmenté continûment depuis les années 1990 et leur hausse a été accentuée par l'envolée des cours du brut et le renchérissement du prix du carburant qui en a découlé. Le prix des carburants et lubrifiants, qui avait progressé de 1,7 % en moyenne annuelle entre 1986 et 2002, a connu une hausse de 7,3 % par an depuis 2003³. Depuis 1998, les prix de l'entretien et de la réparation des véhicules (hors achats de pièces détachées et accessoires) ont augmenté d'environ 35 %, soit presque 2,5 fois plus que l'inflation. Quant aux pièces détachées et accessoires, leur prix est reparti à la hausse fin 2001, essentiellement en raison de la hausse des matières premières qui a renchéri le coût des pneumatiques. En 2008, les dépenses d'utilisation des véhicules particuliers (+ 7,7 %) ont très largement dépassé l'inflation (+ 2,8 %), notamment du fait des hausses de prix des carburants (+ 9,2 %) et des pièces détachées et accessoires (+ 4,6 %) mais aussi des services d'entretien et de réparation (+ 5,4 %) comme du contrôle technique (+ 16,9 %). Ces majorations de coûts ne sont pas compensées par une baisse symétrique du volume de ces dépenses qui n'a reculé que de 3 %, preuve de leur caractère contraint.

1 - Les dépenses en biens et services relevant de l'usage et de l'entretien de véhicules sont particulièrement inélastiques (avec des élasticités-prix comprises entre - 0,30 et - 0,08). Source : Hébel P., Fauconnier N. et David M. (2005), *op. cit.*

2 - Clerc M. et Marcus V. (2009), « Élasticités-prix des consommations énergétiques des ménages », *document de travail de la Direction des études et synthèses économiques*, G 2009/08, INSEE, septembre.

3 - Besson D. (2008), « Consommation d'énergie : autant de dépenses en carburants qu'en énergie domestique », *INSEE Première*, n° 1176, février.

Le deuxième constat notable est l'exposition très différenciée aux coûts du logement, pris dans leur globalité, c'est-à-dire intégrant les loyers, les coûts d'emprunts pour les accédants et les charges. Les disparités entre catégories de ménages vont ici croissant. L'accès à la propriété s'est globalement accru : 57 % des ménages étaient propriétaires de leur logement fin 2005, 56 % fin 2002, contre 53 % en 1988. D'après la dernière enquête Logement en date de 2006, la hausse de la part des propriétaires non accédants (ayant fini de rembourser leur résidence principale) est particulièrement notable (38 % en 2006 contre 27 % en 1988). Mais cette diffusion a renforcé les clivages au sein de la population entre les catégories les plus exposées au coût du logement et celles qui le sont moins. Le poids relatif des propriétaires, notamment des non-accédants, a sensiblement augmenté parmi les ménages les plus riches, alors que la tendance inverse caractérise les premiers déciles de revenu, les plus jeunes ou les ménages monoparentaux.

L'analyse des statuts d'occupation révèle notamment une surexposition au prix des loyers de quatre catégories de ménages : les ménages les moins riches, les moins de 30 ans, les familles monoparentales et les Parisiens. La proportion de ménages locataires dans ces catégories est en effet très supérieure à la part de ménages locataires dans l'ensemble de la population (38 % en 2002) : elle s'élève à 57 % dans le premier décile de niveau de vie (hors étudiants), 74 % des moins de 30 ans, 65 % des familles monoparentales et 56 % des Parisiens. À l'inverse, les ménages les plus riches et les ménages les plus âgés apparaissent largement dégagés de la dépense contrainte de logement. En effet, en 2002, 44 % des ménages du dernier décile de revenus sont propriétaires non accédants, donc sans charges de remboursement d'emprunt, mais aussi 50 % des 50-65 ans, et 68 % des plus de 65 ans. L'analyse de la contrainte financière confirme ces lignes de partage entre les ménages. En 2002, le taux d'effort net moyen des différentes catégories, tous statuts d'occupation confondus, s'échelonne de 8 % à 19 % du revenu net des aides. Les catégories majoritairement locataires enregistrent également les taux d'effort nets les plus élevés, de surcroît croissants sur moyenne période : 18 % pour le premier décile de niveau de vie, 19 % pour les moins de 30 ans, 17 % pour les familles monoparentales et 18 % pour les Parisiens. Les catégories composées majoritairement de propriétaires non accédants enregistrent les taux d'effort nets les plus faibles et décroissants.

Enfin, les nouveaux comportements tarifaires des distributeurs tendent à réduire les possibilités d'arbitrage du consommateur à travers le développement de forfaits ou abonnements sur des bouquets de services non choisis et sous-utilisés. L'accroissement des budgets de communication est particulièrement symptomatique en la matière : baisse des prix unitaires mais hausse de la charge pour le consommateur. La déformation des pratiques de tarification des services, au profit d'engagements contractuels de type abonnements, accroît de fait la somme des dépenses pré-ventilées. Elle les accroît en nombre parce que ces services augmentent mais également en valeur (bien qu'il soit difficile de l'évaluer) parce que les prix tendent à

se maintenir ou à augmenter, avec l'élargissement du bouquet (indivisible) de services offerts pour l'abonnement ou le forfait souscrit. Cette évolution des pratiques de prix dans les services plaide donc également en faveur d'un surcroît d'investigation des effets qualité et de leur imputation possible aux évolutions de prix, pour les services entrant dans la liste des dépenses contraintes *stricto sensu*.

Les stratégies de différenciation des producteurs – gage de préservation des rentes – se traduisent également, pour le consommateur, par une accélération du rythme d'obsolescence des produits et par une substitution quasi systématique de produits chers et sophistiqués à des produits basiques et peu coûteux. Aussi peut-il sembler au consommateur que ses gains de pouvoir d'achat résident moins dans la baisse des prix que dans l'accroissement constant de la valeur ajoutée des marchandises. Cette « sophistication subie » peut être source de sentiment de cherté.

2. La contrainte environnementale renforce les incertitudes pesant sur la dynamique de consommation privée solvable et non contrainte

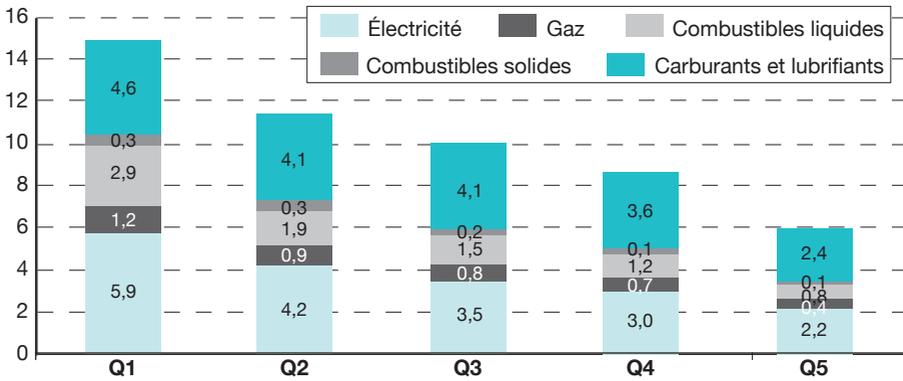
Les Français sont inégaux devant la contrainte énergétique

La part des dépenses d'énergie dans le budget des ménages varie fortement selon leur niveau de revenu et leur lieu de résidence, avec une forte détermination climatique. En 2006, la part des dépenses énergétiques des 20 % de ménages les plus pauvres était 2,5 fois plus élevée que celle des 20 % de ménages les plus riches. Les ménages les plus pauvres y consacraient 15 % de leur revenu (9 % en combustible fossile et 6 % en électricité) contre seulement 6 % pour les plus riches (respectivement 4 % et 2 %)¹.

Le lieu de résidence constitue un facteur très puissant d'hétérogénéité. La part des dépenses énergétiques dans le revenu des habitants de grandes villes est inférieure d'un tiers à celle des ruraux (à l'extrême, un Parisien a une facture inférieure de 44 % à celle d'un habitant de commune rurale). Même en prenant en compte la dépense de transports collectifs, la part des dépenses énergétiques dans le budget d'un citoyen reste inférieure de près d'un quart à celle d'un rural.

¹ - « Le poids des dépenses énergétiques dans le budget des ménages en France », Ademe&vous, *Stratégie & Études*, n° 11, 3 avril 2008.

Graphique n° 7 : Dépenses énergétiques des ménages par type d'énergie, selon leur quintile de revenu en pourcentage du revenu net d'impôt, 2006

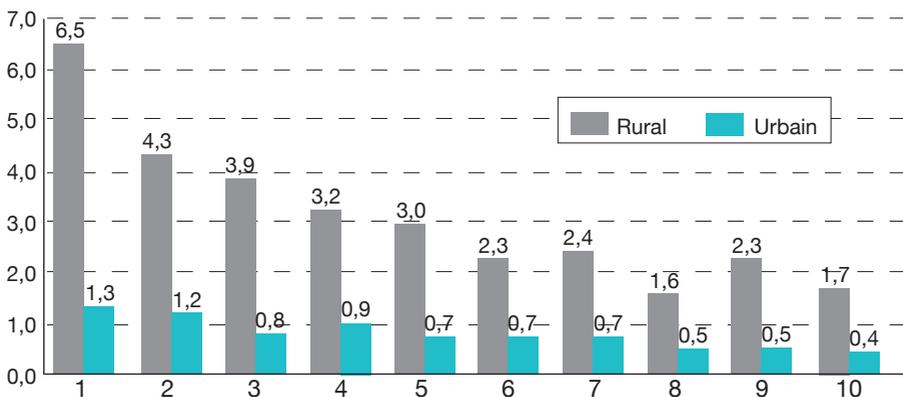


Source : INSEE 2006

La facture énergétique liée au chauffage domestique est particulièrement discriminante (graphique n° 8), plus encore que celle liée au transport. La part des dépenses de combustibles pour le chauffage dans le budget des ménages peut varier d'un facteur 1 à 16 selon le décile du revenu et le lieu de résidence du ménage considéré. Le ratio de dépenses en carburants dans le budget des ménages varie quant à lui d'un facteur 1 à 4 selon le lieu de résidence et le décile de revenu.

Graphique n° 8 : Dépense des ménages en gaz et fioul domestique pour les besoins de chauffage selon le décile de revenu, 2006

(En pourcentage du revenu annuel moyen)



Source : INSEE 2006

Ces disparités ont beaucoup augmenté sous l'effet de la croissance du prix des combustibles fossiles au cours des cinq dernières années.

Des mécanismes correcteurs doivent accompagner la fiscalité « verte »

Alors même qu'elles sont indispensables, la très grande majorité des taxes environnementales sont régressives par nature. Elles portent sur des biens consommés en plus grande proportion (relativement au revenu) par les ménages à faibles revenus, soit directement (essence) soit parce que les produits taxés entrent dans la production de leur consommation finale (énergie, pollution). Instaurer une taxe carbone sur les consommations énergétiques pèse plus lourdement sur les ménages modestes que sur les ménages favorisés, d'où la nécessité de mesures correctrices simultanées.

La création d'une contribution dite « climat-énergie » a d'abord pour objectif de respecter les engagements français en matière climatique et de décourager les comportements fortement consommateurs en carbone et en énergie. Dès lors, intégrer les impacts des émissions de gaz à effet de serre dans les systèmes de prix par la taxation des consommations d'énergies fossiles rend plus onéreux les produits intensifs en CO₂ et en dissuade l'achat par les ménages¹.

L'étude de la structure de consommation des ménages par niveaux de revenus évoquée plus haut montre bien l'enjeu distributif sous-jacent aux politiques climatiques. Cependant, si ces statistiques soulignent l'acuité des problèmes qui risquent de se poser, elles ne renseignent que partiellement sur le coût total pour les ménages de la lutte contre le changement climatique. L'énergie est non seulement un bien de consommation finale mais aussi un intrant de production, et les raisonnements d'incidence fiscale montrent que ce n'est pas parce que formellement une taxe repose uniquement sur les entreprises qu'elle n'a pas d'impact sur les ménages².

Les entreprises peuvent en effet, dans certaines situations, augmenter leurs prix pour faire supporter le coût supplémentaire par le consommateur. Cette capacité dépend elle-même des comportements de consommation des ménages. Si une hausse du prix d'un bien conduit à une diminution très forte de sa consommation (parce que les ménages n'ont pas les moyens de payer plus cher ou qu'ils préfèrent reporter leur choix de consommation vers d'autres produits), les entreprises ne pourront pas augmenter assez les prix de vente et supporteront donc elles-mêmes une partie de la taxe. À l'inverse, si les ménages consomment toujours les mêmes volumes quels que soient les prix, alors les entreprises pourront faire payer la taxe aux consommateurs. On comprend donc qu'on ne peut pas se contenter de multiplier le montant de la taxe par la consommation d'énergie des ménages pour apprécier l'impact final de celle-ci sur leur niveau de vie. Au total, trois facteurs accroissent l'incertitude de l'impact de la taxe sur les prix des produits. D'une part,

1 - Conférence des experts sur la contribution Climat et Énergie (2009), *Rapport de la conférence des experts et de la table ronde sur la contribution Climat et Énergie présidées par Michel Rocard*, 28 juillet.

2 - Schaff C. (2009), « Politiques climatiques : effets distributifs et recyclage des revenus », *La Note de veille*, n° 134, Centre d'analyse stratégique.

ils varient en fonction de la disponibilité, à des coûts acceptables, des technologies propres de production. D'autre part, en renchérissant le coût des produits intermédiaires, la taxe modifie l'ensemble des prix relatifs des biens, en fonction de leur intensité énergétique. Enfin, les consommateurs sont dissuadés d'acheter certains produits devenus très onéreux, en fonction de l'élasticité-prix de ces biens et de leur substituabilité.

Mais quel que soit le niveau d'une taxe carbone, les 5 % les plus pauvres subissent une diminution de leur revenu réel proportionnellement plus importante que les 5 % les plus riches¹, et ce, même en tenant compte des effets de réallocation de consommation entre produits selon leurs prix.

Autre instrument économique destiné à limiter les nuisances liées à l'engorgement routier, le péage urbain peut être, en l'absence d'éléments correcteurs, inéquitable socialement et territorialement. Un tel instrument doit donc être assorti de mécanismes d'accompagnement, par exemple l'affectation des recettes nettes du péage aux transports publics et aux autres solutions de mobilité alternatives à la voiture particulière ; et pour les usagers qui ne disposent pas de transport collectif alternatif ou ne peuvent pas les utiliser (pour des raisons liées à l'activité, comme la livraison, ou à l'âge et au handicap), une modulation des tarifs en fonction de leurs contraintes de mobilité et de leur revenu, mais aussi des horaires de circulation.

La mise à niveau des logements et des équipements pèse fortement sur les premiers déciles

La fiscalité verte est d'autant plus pénalisante pour les ménages à faible revenu que son impact sur les comportements des ménages demeure limité. En effet, les marges de manœuvre des personnes les moins favorisées sont souvent restreintes, notamment en ce qui concerne les dépenses énergétiques (chauffage et transport principalement). Or la réduction à long terme des consommations énergétiques implique en général des investissements importants à la charge des ménages (travaux d'isolation des logements, achat d'une voiture moins consommatrice, etc.). Même si ceux-ci peuvent être rentables à long terme, la contrainte de crédit qui s'exerce sur les ménages les plus pauvres les dissuade souvent de les réaliser.

L'analyse économétrique (tableau n° 2) illustre cette inertie des comportements à travers la faible sensibilité des volumes énergétiques aux prix². C'est notamment le cas pour les dépenses liées au chauffage domestique, l'électricité, le gaz et les autres combustibles. Les arbitrages en matière d'équipement ne permettent de moduler que marginalement à moyen ou long terme la dépendance énergétique des ménages.

1 - Combet E., Gherzi F. et Hourcade J.-C. (2009), « Taxe carbone, une mesure socialement régressive ? Vrais problèmes et faux débats », *document de travail*, CIRED.

2 - Accardo J. et al. (2007), « La mesure du pouvoir d'achat et sa perception par les ménages », *L'Économie française, édition 2007*, INSEE.

Tableau n° 2 : Élasticités-prix par produit ou fonction de consommation

Produit ou fonction de consommation	Élasticité-prix de court terme	Élasticité-prix de long terme
Électricité, gaz et autres combustibles	Ns	Ns
Distribution d'eau	Ns	- 0,22
Loyers d'habitation effectifs	Ns	0,29
Services de télécommunication	- 0,36 (0,06 %)	- 0,53
Services financiers	Ns	Ns
Assurances	- 0,43 (0,00 %)	- 0,34
Services de transport	- 0,62 (0,60 %)	- 0,99
Carburants, lubrifiants	- 0,27 (0,00 %)	Ns
Essence, super plombé et sans plomb	- 0,39 (0,00 %)	Ns
Gazole	Ns	Ns
Entretien et réparation de véhicules automobiles	- 0,55 (0,00 %)	- 0,77
Entretien et réparation de motos	- 0,58 (0,10 %)	- 0,7
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	- 0,31 (0,00 %)	- 0,53

Source : INSEE 2007

Les travaux menés par le CRÉDOC depuis le début des années 1970 confirment la lenteur d'ajustement du comportement des ménages en matière énergétique et le fort décalage entre les intentions et les réalisations. La consommation s'avère largement dépendante de certains modes de fonctionnement acquis. Une enquête ministère de l'Industrie et de la Recherche/CRÉDOC, réalisée en février 1975 auprès d'un échantillon de 800 personnes, tentait d'apprécier la réaction des ménages à la situation nouvelle de prix élevé de l'énergie et ses effets sur les comportements dans le domaine du chauffage. Deux résultats principaux apparaissent. Le premier est que l'élasticité consommation/prix de court terme est faible et que les économies d'énergie réalisées sont provisoires. Ainsi, à la question « Si votre chauffage devait vous coûter deux fois plus cher, que feriez-vous ? », 38 % des interrogés répondent « Je n'ai pas le choix » ; 20 % « J'essaierais d'isoler davantage mon logement » ; 6 % « Je chaufferais autant même si je devais dépenser plus », et 24 % « J'essaierais de trouver un système de chauffage plus économique ». Si l'on s'en tient aux déclarations d'intentions, une part importante des ménages est prête à réaliser un certain nombre d'investissements durables (isolation du logement, système de chauffage plus performant), susceptibles de faire baisser sa consommation. Pourtant, interrogés sur leur réaction effective face à la hausse du prix du fuel, les enquêtés de 1975 témoignent de comportements différents. La moitié déclare avoir essayé de réduire ses dépenses de chauffage de la manière suivante : 15 % en isolant mieux le logement, 17 % en réglant mieux l'installation, 3 % en utilisant un combustible moins cher et

63 % en chauffant moins le logement. Donc, en réalité, la réaction majoritaire, parmi ceux qui ont effectivement modifié leurs comportements, consiste à baisser la température du logement, arbitrage de courte durée à la différence des investissements dans des modes de chauffage différents.

Les enquêtes menées depuis le début des années 1990 sur la maîtrise de la demande d'énergie montrent que l'ampleur de l'adhésion aux comportements vertueux est relative. Les items les plus souvent retenus constituent des modifications de comportements modestes. Il s'agit essentiellement d'« éteindre les appareils électriques plutôt que les laisser en veille » et de « prendre des douches plutôt que des bains ». Or seul un quart de la population (24 %) pense pouvoir adopter soit l'un soit l'autre de ces gestes. Les mesures réclamant un plus gros effort, notamment financier, obtiennent moins de suffrages, qu'il s'agisse de « remplacer son système de chauffage par un autre système moins polluant » (14 %) ou de « faire des travaux d'isolation dans son logement » (12 %). « Moins chauffer son logement » (12 %) ou « accepter une diminution de la climatisation dans les lieux publics ou les logements en été » (8 %) sont manifestement des options peu populaires.

La prise de conscience de l'urgence écologique ne se traduit pas encore par un comportement d'investissement des ménages dans la consommation durable, via de nouveaux équipements ou des travaux d'isolation. Cette inertie des investissements et des techniques affaiblit l'acceptabilité d'une fiscalité incitative. Si les États peuvent largement neutraliser le caractère anti-redistributif d'une taxation carbone, par un recyclage forfaitaire de son produit par exemple, il faut aussi s'interroger sur son rôle de soutien à l'investissement « vert », afin notamment de réduire la contrainte de crédit qui bloque les ménages les plus pauvres sur des choix d'investissement et de consommation polluants. Il est pour l'heure difficile d'envisager une « croissance verte » sans fort contenu socialisé, par exemple les prêts à taux zéro ou les crédits d'impôt pour l'acquisition ou la rénovation. Ce point soulève la question de la dynamique à moyen terme des prélèvements obligatoires. De surcroît, la dynamique des prix des biens rares et la vitesse de diffusion des technologies permettant une meilleure productivité des ressources constituent une ultime source d'incertitude.

3. Effet de la répartition sur le pouvoir d'achat

Le modèle de croissance fordiste a reposé sur un compromis social qui a permis la diffusion à grande échelle des biens de consommation. L'érosion de ce compromis, à travers la montée des inégalités dans nombre de pays de l'OCDE, est pour certains au cœur de la crise qui secoue le capitalisme aujourd'hui. Si le constat d'une montée des inégalités est assez largement

partagé, les causes profondes du phénomène sont davantage débattues. Trois thèses principales sont en concurrence. La première souligne le rôle de la mondialisation, l'ouverture des marchés mettant sous pression l'emploi et les salaires des travailleurs non qualifiés, les économies se spécialisant dans les secteurs intensifs en capital et en travail qualifié dans les pays développés. La deuxième invoque plutôt l'effet du progrès technique biaisé. La troisième, avec pour chef de file Paul Krugman, incrimine avant tout les décideurs politiques et notamment les arbitrages économique-sociaux des conservateurs aux États-Unis depuis la fin des années 1970.

L'économie post-fordiste conduit en première analyse à reconsidérer l'idée de production de masse, en poussant à la diversification des biens, censée s'ajuster au plus près aux besoins de la personne. Elle n'en requiert pas moins une large diffusion des technologies et établit sa performance sur un renouvellement accéléré des produits, sur l'extension des marchés. Elle pousse encore plus loin que l'ancien modèle l'exploitation des économies d'échelle ou d'envergure, avec son lot de délocalisations. Il existe donc une tension, et pour certains une contradiction entre, d'une part, la tendance à la dispersion croissante des revenus en défaveur des non-qualifiés, et les enjeux de diffusion des biens et des technologies support des nouveaux services.

L'idée selon laquelle l'inégalité dans la distribution des revenus nationaux et mondiaux constitue un creuset des déséquilibres financiers a pris un relief particulier depuis la crise de 2008. On a assisté au cours des années 1990 à un recul de l'extrême pauvreté, à un puissant mouvement de rattrapage des économies émergentes, mais aussi à une forte montée des inégalités sociales et spatiales au sein de la plupart des économies développées ou en développement. Au sein des pays développés, la montée de la pression concurrentielle a provoqué une modification radicale des modes de gestion des entreprises. Le pouvoir de négociation des salariés peu qualifiés s'est érodé, avec des conséquences sur les salaires et les statuts dans l'emploi.

Les données sont particulièrement édifiantes pour les États-Unis. Depuis les années 1970, les 20 % des ménages américains les plus pauvres ont vu l'augmentation de leur revenu se ralentir en valeur absolue mais aussi relativement aux autres ménages. Ils ont connu ainsi une décennie de quasi-stagnation de leur revenu réel (+ 0,2 % par an en moyenne pendant dix ans), alors que les 20 % des ménages les plus riches bénéficiaient d'une augmentation quatre fois plus rapide. Selon Emmanuel Saez¹, les États-Unis auraient retrouvé une part des plus hauts revenus (les 10 % des ménages les plus riches) dans le revenu total équivalente au ratio qui prévalait il y a quatre-vingts ans, lors du déclenchement de la crise de 1929. Ce constat est commun à de nombreux pays, à l'exception notable de la France².

1 - Saez E. (2008), *The Evolution of Top Incomes in the United States* : <http://elsa.berkeley.edu/~saez/saez-USstopincomes-2006prel.pdf>.

2 - Piketty T. et Saez E. (2006), « The evolution of top incomes: an historical perspective », *NBER Working paper*, n° 11955, janvier.

En France, une étude récente du CEPREMAP¹ montre que notre pays n'est pas complètement à l'abri de cette dégradation des conditions de travail en dépit de la faible part des travailleurs à bas salaire. Les enquêtes de terrain conduites dans six secteurs (l'industrie agroalimentaire, les hôpitaux, les hôtels, la grande distribution, les centres d'appel et l'intérim) montrent que la fragilisation des peu qualifiés porte sur la qualité des emplois plutôt que sur les revenus. Les protections juridiques sont nombreuses mais les contre-pouvoirs effectifs sur les lieux de travail se trouvent affaiblis dans beaucoup de secteurs, tant du fait d'une atonie syndicale² que de la persistance d'un chômage élevé qui contribue à saper le pouvoir de négociation des travailleurs les plus vulnérables.

À l'instar de la crise de 1929, l'endettement excessif des ménages aux États-Unis, au cœur de la crise actuelle, peut être rapproché du creusement des inégalités, sans que le sens de la causalité fasse l'unanimité : les ménages peu ou moyennement qualifiés qui ont souffert d'une détérioration du partage de la valeur ajoutée à leur détriment auraient recouru à la dette afin de maintenir leurs standards de consommation tout en conservant l'illusion de s'enrichir, aussi longtemps que le prix des actifs immobiliers ou boursiers s'est accru. La montée des inégalités internes aux États-Unis aurait ainsi fait le lit de la crise d'endettement. Pour Philippe Martin, le lien entre les deux phénomènes n'implique pas nécessairement de relation de cause à effet : « augmentation des inégalités et dérives de la finance trouvent leur origine dans une cause commune, d'ordre politique, qui a poussé à accepter à la fois l'idée que l'augmentation des inégalités était la contrepartie naturelle d'une économie plus efficace, et que l'efficacité économique nécessitait le laisser-faire sur les marchés financiers (...) La relation incestueuse entre le pouvoir politique et le pouvoir financier a poussé les banques – en particulier les banques de dépôt – à des paris de plus en plus risqués avec le soutien du pouvoir politique (...) ces relations incestueuses étaient aussi présentes en Islande et au Japon »³.

En 1951, Marriner Eccles, président de la Federal Reserve de 1934 à 1948, analyse ainsi les circonstances qui ont mené à la crise de 1929 :

« De la même manière que la production de masse doit s'accompagner d'une consommation de masse, cette dernière implique une distribution des richesses – non pas de celles déjà existantes, mais de celles produites – permettant d'assurer aux hommes un pouvoir d'achat équivalent au montant de biens et services offerts par la machinerie économique des nations. Au lieu de réaliser pareille distribution, une succion gigantesque est intervenue en 1929-1930 qui a attiré entre quelques mains une proportion croissante de la richesse produite. Ce

1 - Caroli E. et Gautié J. (dir.) (2009), *op. cit.*

2 - En raison d'une moindre syndicalisation dans les services et chez les catégories vulnérables, jeunes et femmes en particulier, sur fond de désaffiliation syndicale et de division des grandes confédérations.

3 - *Libération*, 5 mai 2009.

phénomène a profité à ces derniers, qui ont accumulé du capital. Mais en retirant le pouvoir d'achat des mains de la masse des consommateurs, les épargnants se sont eux-mêmes privés du type de demande effective de biens propre à justifier un réinvestissement de leur capital accumulé dans la construction de nouvelles usines. En conséquence, comme dans un jeu de poker où les jetons se concentrent entre un nombre de mains toujours plus réduit, les autres participants ne peuvent rester en lice qu'en empruntant. Lorsque le crédit de ces derniers s'épuise, le jeu ne peut qu'être arrêté (...) Nous avons alors maintenu de hauts niveaux d'emploi grâce à une expansion exceptionnelle du crédit extérieur au système bancaire ».

La dégradation relative, à partir des années 1980, des conditions matérielles des travailleurs peu qualifiés des pays industrialisés conjugue plusieurs facteurs explicatifs : la concentration des gains de productivité imputables aux nouvelles technologies sur les emplois les plus qualifiés (progrès technique biaisé), la diminution de l'influence des syndicats de salariés, la remise en cause de certaines législations sociales protectrices (sous l'impulsion des conservateurs américains en particulier), le faible renouvellement des politiques éducatives, l'impact de chocs macroéconomiques, ou encore la modification de la structure de la demande vers les services.

Ce constat n'atténue en rien le fait qu'il y ait eu des gagnants et des perdants « relatifs » au processus de mondialisation. Mais, jusqu'au tournant des années 1990-2000, le mouvement de délocalisation de la chaîne de valeur a été tenu comme n'exerçant qu'une influence de second ordre sur l'emploi et les revenus (l'ouvrage de Paul Krugman, *La Mondialisation n'est pas coupable*, étant emblématique de ce point de vue). L'expansion des marchés locaux des BRIC et l'émergence de réservoirs de main-d'œuvre non qualifiée pour l'industrie ont renforcé par la suite l'avantage comparatif du Sud et participé plus significativement à la montée des inégalités au Nord au cours de la dernière décennie. La taille de ces nouveaux acteurs sur la scène internationale a conduit à une situation inédite de pays alliant un avantage comparatif important en raison d'une main-d'œuvre peu qualifiée surabondante à des coûts salariaux très bas et d'un effet de marché domestique immense. L'industrialisation rapide des BRIC a induit une augmentation sans précédent des exportations de produits manufacturés et de services depuis les pays émergents. Ces spécialisations sectorielles régionales laissent entrevoir les conséquences prédites par le théorème de Stolper-Samuelson (1941) : une augmentation de la rémunération relative du travail qualifié par rapport au travail non qualifié dans les pays industrialisés et donc des inégalités accrues entre salariés.

De surcroît, la crise boursière de 2000 a amplifié les stratégies de délocalisation et d'*outsourcing* animées par les groupes afin de restaurer leur rentabilité, aux États-Unis et en Allemagne tout particulièrement. Les flux d'échanges intra-groupe illustrent de façon saisissante cette inflexion, avec une hausse

considérable des importations des filiales délocalisées vers leur maison mère. L'ouverture internationale accentue dès lors l'asymétrie entre d'une part les travailleurs qualifiés et les détenteurs du capital fortement mobiles, et les travailleurs peu qualifiés, non mobiles, d'autre part. Ces derniers, désormais plus facilement substituables internationalement, subissent au moins trois conséquences négatives de l'évolution du commerce international : premièrement, l'affaiblissement de leur pouvoir de négociation qui fragilise les compromis sociaux établis de longue date ; deuxièmement, l'incidence des coûts non salariaux inhérents à la protection sociale sur les salariés européens qualifiés¹ compte tenu de la forte élasticité-prix des biens de gamme inférieure et de la faible élasticité de l'offre de travail ; enfin, une volatilité accrue des revenus et/ou des volumes travaillés.

Au total, les échanges commerciaux ont pesé à la baisse sur les salaires des moins qualifiés au cours de la dernière décennie, mais l'intégration financière mondiale, associée à la politique monétaire américaine expansionniste consécutive à la crise boursière de 2000-2001, a permis à ces ménages de maintenir leur niveau de vie grâce à un recours accru à l'endettement.

Quels enjeux de politiques publiques ?

Diminuer la dépendance énergétique attenante au logement

La taxe carbone va renchérir le prix de l'énergie liée au chauffage domestique, notamment pour les premiers déciles de revenu déjà fortement contraints dans leur consommation. L'effet anti-redistributif peut être atténué, ou neutralisé, et l'efficacité de la taxe accrue, si le dispositif est doublé non seulement d'un « chèque vert » mais aussi d'une aide à l'investissement ciblée sur les ménages à faible revenu. S'il est probable en effet que les ménages de revenu supérieur pourront financer la mise aux normes de leur logement, et que ceux de situation moyenne y seront incités par l'existence de prêts à taux zéro, il faut aussi tenir compte de la contrainte de crédit spécifique qui pèse sur les ménages les plus pauvres. Dans cette optique, on pourrait par exemple envisager la constitution d'un fonds de financement de l'éco-investissement, avec remboursement ajusté sur les économies de dépenses énergétiques opérées par les ménages.

Pour toutes ces mesures, il faut veiller au fait que les aides directes ou indirectes risquent d'être captées par les entreprises prestataires à travers une hausse des prix, de la même façon que les aides au logement ont pu l'être, selon Gabrielle Fack², par les bailleurs. Pour limiter ce biais, un comparatif

1 - On peut se reporter à la théorie de l'incidence fiscale d'Harberger.

2 - Fack G. (2005), « Pourquoi les ménages à bas revenus paient-ils des loyers de plus en plus élevés ? L'incidence des aides au logement en France (1973-2002) », *Économie et Statistique*, n° 381-382, octobre.

de prix pourrait être mis en place par les autorités de la concurrence et de la protection des consommateurs ainsi qu'un agrément des entreprises participant à la formation des compétences en matière d'habitat vert.

Accroître l'offre de logement à proximité des centres urbains

Une telle orientation permettrait de réduire les coûts de mobilité entre logement et travail et réduirait les coûts d'engorgement. Elle agirait aussi sur l'offre et aurait de la sorte un impact modérateur sur les prix. Elle supposerait, comme le suggère Xavier Timbeau¹, une libéralisation des plans d'occupation des sols (POS) en favorisant l'élévation des bâtiments existants, en ouvrant de nouveaux droits vendus aux propriétaires et en créant un marché de droits échangeables entre propriétaires. Les recettes liées à la vente de ces droits permettraient aux collectivités de financer les infrastructures d'accompagnement de cette densification.

1 - Dans le cadre d'une audition. Xavier Timbeau est directeur du département Analyse et prévision de l'OFCE.



La crise valide-t-elle les mécanismes de flexibilité ou de rétention de l'emploi ?

L'économie française a connu depuis début 2008 un ajustement de l'emploi d'une ampleur sans précédent. S'est trouvée confirmée l'idée d'une « dualisation » du marché du travail : alors que les salariés de la périphérie (contrats précaires ou sous-traitance) subissent une forte exposition au chômage, la précarité des salariés appartenant au cœur d'activité des entreprises ne semble pas globalement accentuée dans cette crise. Les comportements de rétention des compétences sur les travailleurs les plus qualifiés sont même particulièrement affirmés. Cet ajustement dual de l'emploi, qui favorise l'adaptation à court terme de l'offre aux fluctuations cycliques de la demande, n'est pas forcément le système le mieux adapté pour favoriser un redéploiement plus profond de l'offre. Les rétentions sont stabilisantes à court terme mais pourraient aussi se solder par une inertie des structures productives et par une faible malléabilité des secteurs. Il faut prendre garde à ce que les pays à ajustement lent ne soient pas en définitive ceux qui prennent du retard dans le repositionnement stratégique des secteurs.

Dans le même temps, la crise a exacerbé un rapport paradoxal au travail. Source essentielle d'épanouissement pour une large majorité des Français, il reste perçu comme perdant du sens, perception accentuée par les pratiques managériales issues du productivisme réactif décrit par Philippe Askenazy. La performance est devenue le maître mot de l'organisation du travail mais aussi de la rémunération, dont la part variable n'a cessé d'augmenter. Or à la flexibilité horaire et fonctionnelle accrue des salariés a correspondu une exacerbation des tensions entre pairs, hiérarchiques et avec les clients, entraînant des troubles physiques et psychiques. Parallèlement, les indicateurs de performance dans la rémunération ont valorisé des éléments individuels et quantifiables du travail au détriment des variables collectives et d'une certaine éthique du travail, conduisant à des « stratégies absurdes », pour reprendre l'expression de Maya Beauvallet¹.

¹ - Beauvallet M. (2009), *Les Stratégies absurdes, comment faire pire en croyant faire mieux*, Paris, Seuil.

1. La dualité et la flexibilité de l'emploi comme amortisseurs de la crise

L'ajustement de l'emploi qu'a connu l'économie française depuis début 2008 a surpris par sa rapidité. Les mécanismes à l'œuvre aujourd'hui valident et amplifient de manière saisissante l'idée d'une dualisation du marché du travail, et d'un report de l'ajustement à sa périphérie, pour les contrats précaires et la sous-traitance. Les dispositifs de flexibilité ont en effet joué à plein dans cette crise, principalement l'intérim, le chômage partiel, les heures supplémentaires et divers modes d'ajustement alternatifs. *A contrario*, l'ajustement de l'emploi des salariés appartenant au « noyau dur » est particulièrement amorti.

- **L'intérim** a connu une croissance très rapide durant la deuxième moitié des années 1990. Sa part dans l'emploi salarié des secteurs principalement marchands a doublé, passant de 2 % à près de 4 %. La crise actuelle se caractérise par un ajustement particulièrement rapide de l'emploi intérimaire en un an. Dans la récession de 1993, l'intérim n'avait contribué que très marginalement aux destructions totales d'emplois. Il s'est très fortement contracté à partir de 2008 et a représenté 53 % des emplois détruits entre le 1^{er} avril 2008 et le 30 juin 2009 (231 000 sur 437 000). Plus d'un poste d'intérimaire sur trois a disparu entre le début de l'année 2008 et le deuxième trimestre 2009¹. L'intérim, outre son utilité en termes de flexibilité salariale pour les entreprises, est aussi un moyen de maintenir un lien avec l'emploi pour les publics en difficulté, même pour de courtes missions. Il est à craindre que ce lien soit en train de se rompre.

- **Le chômage partiel** a été fortement mobilisé² comme instrument d'ajustement du volume horaire travaillé. En moyenne au deuxième trimestre 2009, 319 000 personnes étaient dans une situation de chômage partiel ou technique, soit un niveau supérieur au maximum observé durant la récession de 1993. La hausse concerne principalement le secteur de l'industrie³ et, dans une moindre mesure, celui de la construction. À ce jour, on ne peut pas être certain que ces chômeurs partiels, qui ne sont pas comptabilisés dans

1 - Deux tiers des pertes ont eu lieu dans l'industrie qui, en un an, a réduit de moitié ses effectifs intérimaires (- 149 000). Le tertiaire marchand a également perdu 50 000 postes d'intérimaires et la construction 26 000 postes.

2 - Les modalités d'autorisation du chômage partiel ont été assouplies fin 2008. Le bénéfice du chômage partiel est ainsi accordé à des entreprises qui en sont habituellement exclues (entreprises en redressement judiciaire, entreprises sous-traitantes affectées par les difficultés de leurs donneurs d'ordre...). De plus, une interprétation plus souple qu'auparavant du caractère temporaire des difficultés économiques est recommandée. Le contingent annuel d'heures indemnisables au titre de l'allocation spécifique de chômage partiel a été une nouvelle fois augmenté, le 2 septembre 2009, à 1 000 heures pour l'ensemble des branches professionnelles.

3 - Dans le secteur de l'industrie, le recours au chômage partiel a bondi en particulier dans l'automobile : la part des salariés en chômage partiel, qui oscillait entre 0 % et 2 % depuis début 2003, est passée à plus de 10 % au premier trimestre 2009.

les statistiques du chômage, retrouveront tous leur place dans les entreprises. En effet, si le chômage partiel joue un rôle stabilisateur de maintien en emploi des salariés, il ne garantit pas contre les licenciements *in fine*, les rétentions de main-d'œuvre freinant simplement le déclin des entreprises en difficulté¹.

- **Les heures supplémentaires** ont également contribué fortement à l'ajustement du volume de travail, mais il n'est pas avéré que cet ajustement se soit fait dans des proportions plus élevées que lors d'autres récessions.

- **D'autres modes de gestion alternatifs** de la main-d'œuvre ont été mobilisés. En cas de difficultés économiques, les entreprises sont incitées à utiliser des modes de gestion alternatifs au chômage partiel, comme la prise de jours de congés, de jours de réduction du temps de travail (RTT)², les repos compensateurs ou l'utilisation des périodes d'inactivité pour former les salariés³.

Les mécanismes de flexibilité de l'emploi semblent avoir pour contrepartie dans cette crise une rétention des compétences constituant le « noyau dur » des entreprises. C'est en particulier le cas des personnels qualifiés, notamment dans la recherche et développement (ingénieurs, scientifiques) mais également dans la finance (notamment les traders), dont les entreprises essaient de retenir les compétences au détriment des travailleurs peu qualifiés. Le cœur de l'emploi a été dans une large mesure épargné au premier trimestre 2009, puisque 340 000 personnes étaient au chômage à cette date, suite à une rupture de contrat stable au cours de l'année écoulée, soit à peine plus que durant le précédent ralentissement économique de 2004 (320 000), alors que le choc d'activité actuel est beaucoup plus fort.

La crise concrétise et renforce dès lors l'existence d'un marché du travail dual, avec d'un côté un cœur d'emploi et de compétences sur lequel l'ajustement paraît dominé par un comportement de rétention de la part des entreprises, d'autant plus marqué que les possibilités d'activation du chômage partiel ont été étendues ; de l'autre, un emploi périphérique à ajustement rapide, qui accroît la réactivité des entreprises en cas d'inflexion de la conjoncture, notamment en matière de déstockage. Une enquête menée auprès des DRH de trente pays par le cabinet de conseil Hudson confirme ce diagnostic : conscients du temps perdu à se relancer par manque d'équipes adéquates, les DRH cherchent un meilleur équilibre entre réduction des coûts à court terme et rétention de leurs meilleurs talents afin de préparer l'après-crise.

1 - Calavrezo O., Duhautbois R. et Walkowiak E. (2008), « Le recours au chômage partiel entre 1995 et 2005 », *Documents d'études de la DARES*, n° 135, février.

2 - Par exemple, Renault a négocié un « contrat social de crise » avec les syndicats en mars 2009, permettant aux salariés en chômage partiel de recevoir 100 % de leur salaire net, notamment grâce au « fonds de gestion de crise » abondé par des jours de RTT des cadres et ingénieurs, de façon volontaire.

3 - En pratique, seul le droit individuel à la formation (DIF) est mobilisable, la formation continue payée par les entreprises devant nécessairement être comptabilisée comme temps de travail.

Les principes qui ont guidé la réorganisation de l'offre des grandes entreprises dans les années 1990 – externalisation et recentrage sur le cœur de métier, extension de l'intérim, minimisation du besoin en fonds de roulement à travers notamment la diffusion des pratiques de *lean production* – semblent donc avoir modifié significativement les modalités d'ajustement de l'emploi et de la production dans la période en cours. La production répond extrêmement rapidement à une modification de la demande, tandis que l'emploi s'ajuste essentiellement sur une de ses composantes, l'intérim, sur laquelle pèsent les moindres coûts d'ajustement.

Si l'intérim sert de variable d'ajustement dans l'industrie ou la construction, ce sont plutôt les CDD qui jouent ce rôle dans les services. La comparaison des cinq premiers trimestres de baisse de la production lors des principales récessions qui ont affecté l'économie française au cours des quatre dernières décennies en témoigne de façon saisissante (tableau n° 3). Alors qu'on observe une contraction sans précédent de la production industrielle (plus de deux fois supérieure en ampleur à celle de 1974), l'évolution de l'emploi total semble, à court terme, relativement amortie.

Tableau n° 3 : Comparaison des cinq premiers trimestres de récession, industrie
(Données en rythme annuel)

Industrie hors intérim	Production	Emploi	Productivité	Élasticité apparente*
2008 T1 à 2009 T2	- 9,1	- 3,5	- 5,8	0,4
2001 T1 à 2002 T2	- 1,2	- 1,8	0,5	1,4
1992 T3 à 1993 T4	- 2,1	- 4,7	2,8	2,3
1974 T3 à 1975 T4	- 4,1	- 2,6	- 1,6	0,6
Industrie avec intérim	Production	Emploi	Productivité	Élasticité apparente
2008 T1 à 2009 T2	- 9,1	- 6,6	- 2,7	0,7
2001 T1 à 2002 T2	- 1,2	- 2,5	1,3	2,0
1992 T3 à 1993 T4	- 2,1	- 4,0	2,0	1,9
1974 T3 à 1975 T4	- 4,1			

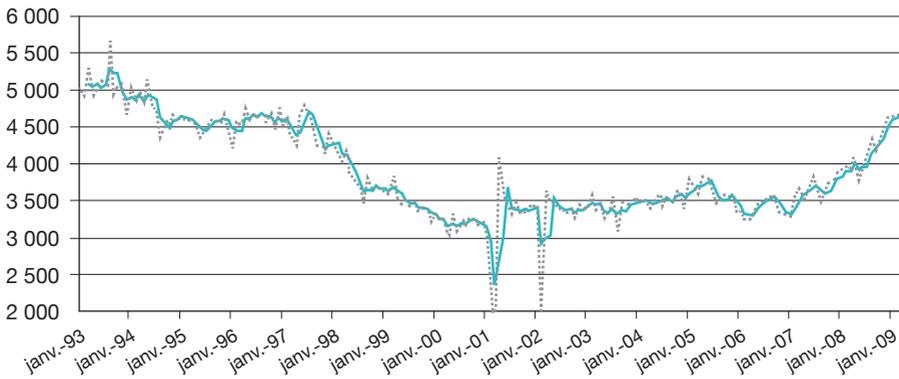
(*) L'élasticité apparente de l'emploi est le ratio de la variation de l'emploi sur la variation de la production. Plus celle-ci est grande, plus l'ajustement est rapide.

Source : INSEE, calculs Centre d'analyse stratégique

La précarité des salariés appartenant au cœur d'activité ne semble pas accentuée dans cette crise. Les destructions d'emploi, pour qu'elles soient, ne sont pas globalement plus élevées que dans les récessions précédentes. Si on les rapporte au recul du PIB, les fermetures d'entreprises ne semblent pas non plus exceptionnelles en France (graphique n° 9). De ce point de vue,

on pourrait penser que cette crise serait identique aux crises passées, donc suivie d'une reprise forte (dans les années 1990, la production avait chuté aux États-Unis de 20 % à 30 % et avait été suivie d'une reprise équivalente).

Graphique n° 9 : Faillites d'entreprises



Source : INSEE

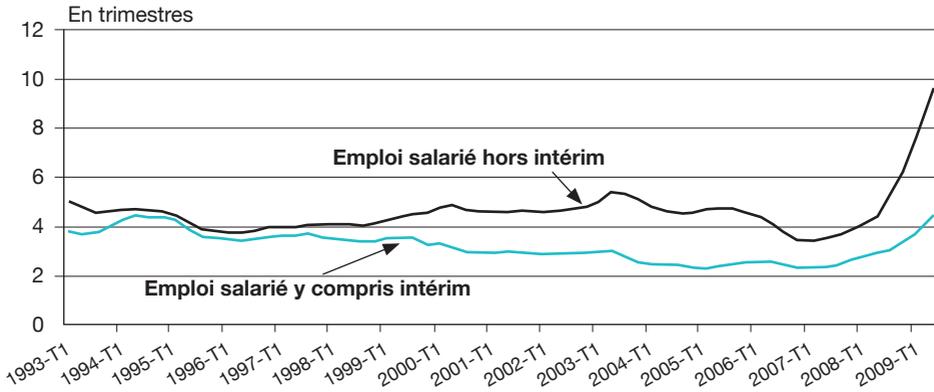
Les comportements de rétention de main-d'œuvre par les entreprises semblent se renforcer au cours de la décennie 2000. En comparant les récessions passées et leur impact sur l'emploi et la productivité, on constate que la chute de la valeur ajoutée dans les branches manufacturières est d'une ampleur inégalée depuis la Seconde Guerre mondiale. En revanche, la destruction relative de l'emploi (hors intérim) y est relativement faible et il en résulte un cycle de productivité très profond. À l'inverse, on n'observe pas de cycle de productivité marqué dans les branches des services marchands, notamment en raison de la très forte destruction d'emplois intérimaires. Il apparaît donc clairement que les branches industrielles, pourtant plus fortement affectées par la crise, n'ont que peu touché au cœur de leurs emplois.

Ce phénomène, particulièrement frappant en période de crise, s'inscrit dans une modification structurelle de long terme du marché du travail français. En effet, une analyse économétrique sur longue période¹ permet d'estimer les délais moyens d'ajustement de l'emploi manufacturier par rapport aux fluctuations de l'activité², en prenant en compte ou non les intérimaires. Alors que l'emploi total (y compris intérim) était de plus en plus réactif aux fluctuations d'activité, le délai moyen d'ajustement passant de quatre à deux trimestres (graphique n° 10), l'emploi salarié hors intérim connaissait une évolution opposée, bien que moins marquée.

1 - À l'aide d'un modèle à correction d'erreur sur longue période.

2 - Durée nécessaire en moyenne pour que l'ajustement de l'emploi ramène la production à son niveau tendanciel.

Graphique n° 10 : Délai moyen d'ajustement de l'emploi dans le secteur manufacturier



Sources : INSEE, DARES, calculs Centre d'analyse stratégique

2. L'ajustement dual de l'emploi

La crise valide-t-elle les modalités duales de flexibilité instaurées par les entreprises durant les années 1990 ou en marque-t-elle les limites ? Cette question pourrait avoir deux préalables. Premièrement, pourquoi l'ajustement dual est-il source d'angoisse diffuse parmi les salariés alors qu'il reporte en première analyse la précarité sur une frange étroite de la population ? Deuxièmement, l'ajustement dual est-il un frein ou un accélérateur d'adaptation dans une période de « destruction créatrice » intense, qui appelle une redéfinition profonde des compétences et des spécialisations sectorielles ?

- Le premier questionnement relève probablement du faux paradoxe. Les dernières années ont véhiculé deux visions du marché du travail qui ne sont antagonistes qu'en apparence, celle de la dualisation et celle du malaise diffus des classes moyennes.

Depuis la fin de la guerre et surtout à partir du premier choc pétrolier, une société à statuts a progressivement émergé en France avec la montée de la protection de l'emploi et l'introduction (puis la continuelle augmentation) du salaire minimum. Tout ce corpus de règles sociales a eu pour conséquence de créer une société duale entre d'une part un noyau dur stable dont l'emploi est très protégé (fonctionnaires, CDI...) et d'autre part des actifs en marge du marché du travail (intérimaires, chômeurs)¹. L'instabilité de l'emploi est

1 - Cependant, toute forme d'intérim n'est pas nécessairement précaire : il existe un noyau dur d'intérim de haute compétence, très sécurisé. De même, certains CDI peuvent être précaires, dans des secteurs à très forte rotation ou des entreprises vulnérables.

concentrée sur une petite fraction de la population « précaire », notamment les jeunes que le système éducatif n'a pas pu ou su qualifier. Ainsi, 28 % des jeunes qui étaient actifs en 2003 ont connu au moins une période sans emploi au cours de l'année, au lieu de 17 % pour l'ensemble des actifs¹. Ce fractionnement de l'emploi en postes de courte durée et à forte rotation réduit le temps moyen d'occupation de l'emploi et rejaillit négativement sur le revenu des plus pauvres. Les salariés les moins bien payés du premier décile ont, du fait des discontinuités de leur emploi, une durée annuelle du travail qui est 3,3 fois inférieure à celle des salariés les mieux payés (13 semaines au lieu de 51). Pour le CERC, cette faible durée annuelle résulte à la fois de la combinaison de contrats temporaires et du temps partiel. Il s'agit là de la principale source de pauvreté. Alors qu'il existe un rapport de 2,8 entre le salaire horaire du décile supérieur et celui du décile inférieur, ce rapport s'élève à 13,4 lorsqu'on raisonne en salaire annuel perçu². En définitive, si le SMIC français est élevé au regard du salaire médian (64 % en 2004, pourcentage le plus élevé de l'OCDE), il ne crée pas de véritable plancher de revenu annuel. La hiérarchie des salaires n'est pas plus comprimée en dessous de la médiane que dans la plupart des pays (exceptés ceux d'Europe du Nord). Au final, la France se retrouve avec une dispersion de rémunération annuelle par tête (écart entre le premier et le dernier décile) identique à celle du Royaume-Uni. Cette démarche montre comment la répartition inégale de l'instabilité de l'emploi tend à enfermer certaines catégories dans des trappes que le RSA a d'ailleurs pour vocation de combattre.

Cette focalisation sur la « marge » est nécessaire mais elle ne suffit pas à expliquer la diffusion du sentiment d'inquiétude. Selon Éric Maurin³, la fragilisation est trop générale pour que l'analyse se limite à une représentation duale de la société.

Pour comprendre cette inquiétude plus large, plusieurs facteurs peuvent être évoqués :

- la faible progression des gains de pouvoir d'achat pour les salariés médians. Le débat récent sur le partage de la valeur ajoutée a mis en évidence le fait que la croissance des plus hautes rémunérations recouvre un partage de la valeur ajoutée défavorable à une majorité de salariés, en particulier ceux qui ne bénéficient pas des revalorisations régulières du SMIC. Mais leurs dépenses incompressibles telles que le logement, l'électricité, l'eau, le gaz et les combustibles augmentent plus vite que leur revenu. Après avoir payé de surcroît les frais d'alimentation, de transport, de santé et d'éducation, il reste moins de 300 euros à une personne qui gagne un revenu médian de 1 500 euros pour les loisirs, les vacances, l'habillement et les biens d'équipement du foyer. En outre, les opportunités de progression sociale sont moindres que par le passé : dans les années

1 - Givord P. (2006), « L'insertion des jeunes sur le marché du travail entre 2002 et 2004 », *INSEE Première*, n° 1061 ; CERC (2006), *op. cit.*, p. 92.

2 - CERC (2006), *op. cit.*, p. 118.

3 - Maurin É. (2002), *op. cit.*

1960, les classes moyennes pouvaient espérer atteindre le niveau de vie des catégories aisées en 11 ans contre 32 ans aujourd'hui¹ ;

- la diffusion accélérée des technologies peut mettre également l'ensemble de la société en tension. Elle crée une pression individuelle autour du risque de dégradation du capital humain, et la nécessité induite d'une adaptation permanente des personnes. Selon Éric Maurin, « l'emploi est devenu une référence plus incertaine moins par le jeu d'un délitement des protections de l'emploi, somme toute assez équilibrées, qu'en raison des évolutions technologiques et organisationnelles ». La diffusion des technologies tend à déprécier le capital spécifique lié à l'ancienneté et à provoquer une obsolescence accélérée du capital humain ;
- enfin, deux facteurs contribuent à la diffusion large de l'anxiété. Premièrement, si l'instabilité professionnelle et le risque de perte d'emploi sont particulièrement concentrés sur les salariés disposant d'une faible ancienneté et d'un faible niveau de qualification, ils augmentent pour toutes les couches de salariés, et dans des proportions plus importantes pour les qualifiés et les salariés à plus forte ancienneté. Deuxièmement, la distance de statut qui sépare le noyau dur et la périphérie sur le marché dual exacerbe la peur du déclassement et devient un facteur de blocage².

■ Deuxième interrogation, la préservation d'un « noyau dur » d'emplois favorise-t-elle les réallocations sectorielles nécessaires en sortie de crise ?

Les comportements de rétention des compétences des entreprises, qui sont de plus en plus marqués, sont stabilisants à court terme mais pourraient aussi se solder par une inertie des structures productives. Il faut prendre garde à ce que les pays à ajustement lent de l'emploi ne soient pas en définitive ceux qui prennent du retard dans le repositionnement stratégique des secteurs. Pour l'OCDE³, le dualisme croissant des marchés du travail peut accroître l'emploi à court terme mais risque de freiner l'investissement dans la formation, et donc l'amélioration de la productivité à long terme.

Claude Picart montre que si l'importance des flux de main-d'œuvre est bien l'expression d'un certain dualisme du marché du travail, elle ne témoigne en rien de la vigueur du processus de destruction créatrice⁴. À des secteurs offrant des emplois stables, des salaires élevés, attractifs et caractérisés par de faibles rotations s'opposent des secteurs où la rotation est intense, avec de bas salaires et davantage de jeunes. Les représentations duales du marché du travail en termes de qualité des contrats recourent largement

1 - Bigot R. (2009), « Les Classes moyennes sous pression », *Consommation et modes de vie*, n° 219, CRÉDOC, mars.

2 - Maurin É. (2009), *La Peur du déclassement*, Paris, La République des idées/Seuil. Voir également Centre d'analyse stratégique (2009), *La Mesure du déclassement*, Paris, La Documentation française.

3 - OCDE (2006), *Perspectives de l'emploi de l'OCDE 2006*, Éditions OCDE, juin.

4 - Picart C. (2008), « Flux d'emplois et de main-d'œuvre en France, un réexamen », *Économie et Statistique*, n° 4120.

les clivages sectoriels entre secteurs attractifs (à faible mobilité volontaire ou subie) et autres secteurs¹. Elle recoupe aussi largement le clivage entre grandes et petites entreprises.

3. Vers une extension de la précarité ou une confirmation des stratégies de rétention ?

Les comportements observés de rétention de la main-d'œuvre, adaptés à un contexte de stagnation à long terme de la population disponible, accroissent en contrepartie les capacités inemployées et incitent les entreprises à reconstituer dans un second temps la productivité du travail. À plus long terme, l'hypothèse d'une reprise doit être considérée comme probable.

Deux thèses sont néanmoins en présence, concernant le profil et la vigueur de la reprise ainsi que l'ampleur de l'ajustement à venir de l'emploi : soit une crise en « W », soit un retour plus rapide vers une croissance relativement soutenue mais masquant de fortes hétérogénéités.

Scénario 1 : une crise en « W »

Actuellement, un certain consensus domine pour considérer le rebond en cours comme transitoire : le sursaut d'activité actuel serait essentiellement dû aux effets conjugués d'un déstockage ralenti et des soutiens publics à l'activité, y compris les plans de relance de nos voisins, allemands notamment. L'impact transitoire des politiques de relance, la sortie des dispositifs, puis les efforts ultérieurs de consolidation budgétaire fragiliseraient la croissance après 2010. De surcroît, la reconstitution de l'épargne privée des pays anglo-saxons constituerait un choc permanent et entamerait le PIB de ces pays de façon non réversible et par voie de conséquence la demande mondiale. La crise annoncée en « U » ou en « L » évoluerait donc vers une crise en « W », compte tenu des impulsions publiques, sans remettre en cause l'idée d'une croissance de moyen terme durablement atteinte. Dans ce cadre, les économies développées seraient confrontées à une poursuite du mouvement de correction de l'emploi, plus ou moins différé selon les pays, mais de forte ampleur. Dans le cas français, la crise se solderait par une déperdition de 2 % à 3 % de PIB par rapport à un schéma sans crise et pourrait se concrétiser par une perte permanente d'emplois de l'ordre d'un million de personnes dans le secteur marchand. Il existerait donc encore un potentiel de destruction d'emplois supérieur à 500 000 (graphique n° 11) et

1 - Services opérationnels, Hôtels et restaurants, Activités récréatives, culturelles et sportives, Industries agroalimentaires, Édition et reproduction, Commerce de détail, Immobilier, Conseils et assistance, Services personnels, Éducation, santé et action sociale.

le taux de chômage structurel pourrait durablement avoisiner 11 % de la population active. Dans un tel schéma, le chômage partiel se transformerait progressivement en chômage complet, puis en chômage de longue durée. La pleine utilisation déjà observée des dispositifs de flexibilité décrits plus haut incite à penser que l'ajustement pèsera davantage sur l'emploi permanent au cours des prochains trimestres et que la modération salariale contraindra durablement la demande intérieure. L'intérim ayant diminué de moitié, les possibilités d'ajustement sur ce volant de main-d'œuvre semblent atteindre leurs limites. Il serait même possible d'assister à une remontée du nombre d'intérimaires en substitution des emplois permanents.

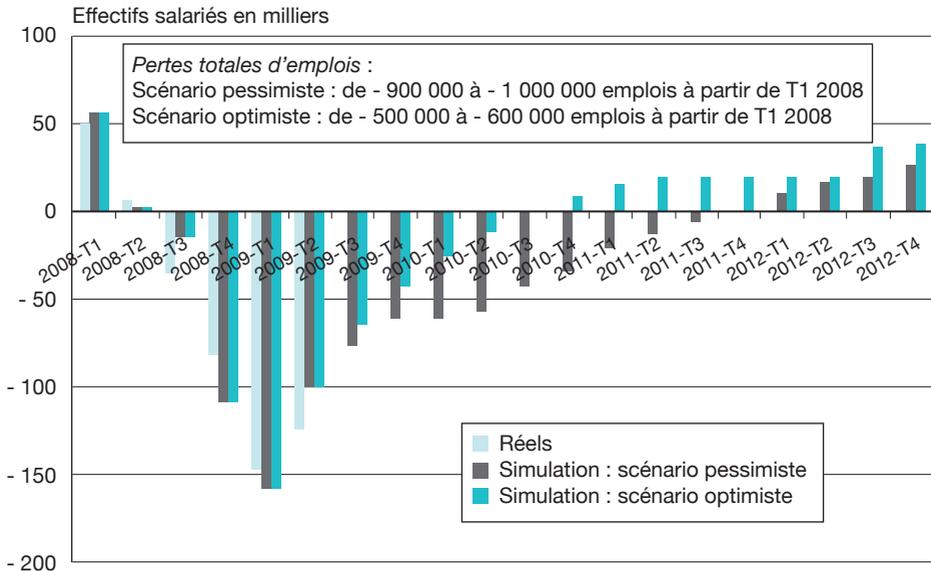
Scénario 2 : retour vers une croissance durable mais hétérogène

À l'encontre de ce scénario, qui pourrait perdre du terrain dans les trimestres à venir, la rétention d'emploi par les entreprises dans de nombreux secteurs témoignerait d'une certaine confiance dans les sous-jacents de long terme de la demande. Les performances sectorielles ont de fait rarement été aussi dispersées, recouvrant une très forte hétérogénéité de situations. Certains secteurs ont traversé la crise de façon quasi indolore (loisirs, santé, conseil...). D'autres sont déjà sur des trajectoires de reprise. La crise du crédit a affecté de plein fouet les secteurs de l'automobile, du logement et du transport. Les difficultés de trésorerie et les défaillances d'entreprises sont encore extrêmement élevées dans ces secteurs, plus particulièrement pour les petites entités sous-traitantes. En revanche, même dans ces secteurs, la crise n'a pas nécessairement déclassé le modèle de production qui prévalait auparavant aussi brutalement qu'aurait pu le laisser entendre le discours sur la décroissance verte. L'adaptation de ces secteurs sera probablement plus graduelle que ne le suggère l'ajustement de la production à court terme. Le desserrement du crédit devrait leur permettre d'atténuer l'ampleur du choc initial. Le bilan que l'on peut porter sur l'ampleur des changements dans la finance, concernant le volume de l'emploi, témoigne aussi d'une certaine inertie. En France, le secteur connaît une tendance aux « mésoconcentrations », qui permettent aux institutions financières de se rapprocher sur les métiers pour lesquels elles n'ont pas la taille critique. Ces recherches de synergies devraient peser sur l'emploi à moyen terme, mais sans rupture brutale.

La France pourrait renouer dès 2009 avec un rythme de croissance potentielle de 1,7 % à 1,9 %, cette moyenne recouvrant une forte dispersion sectorielle et un puissant mouvement de restructuration, notamment dans l'automobile et la construction. Dans ce cas de figure, les pertes d'emplois à venir pourraient se limiter à 250 000 ou 300 000, l'emploi restant stable ensuite jusqu'à la fin de 2010 avant de redémarrer au tournant de 2010-2011 (graphique n° 11). Cette reprise sera d'autant plus significative que les secteurs en mutation auront su se positionner sur les segments porteurs (hybride, électrique, ingénierie verte, rénovation des logements) et qu'ils auront su prendre le

tournant de la « servicisation »¹. Ainsi, le secteur de l'industrie mécanique pourrait trouver dans cette orientation un axe fort de différenciation et de compétitivité. S'appuyant sur le développement de services innovants, ce nouvel axe stratégique fort repose sur la capacité des entreprises industrielles françaises à accroître la part d'immatériel dans leur valeur ajoutée.

Graphique n° 11 : Scénarios d'emploi



Source : simulation Centre d'analyse stratégique

En appui de cette seconde thèse, l'évolution différenciée de l'emploi et du chômage entre grands pays de l'OCDE semble restituer la hiérarchie des problèmes de surendettement. Les comportements de rétention sont faibles dans les pays qui sont au cœur des déséquilibres financiers et dans lesquels les comportements de reconstitution de l'épargne affecteront durablement la demande globale (États-Unis, Royaume-Uni, Espagne, Suède). En revanche, les comportements de rétention de main-d'œuvre semblent à leur comble en Allemagne, pays dans lequel l'emploi n'a quasiment pas baissé depuis le début de la crise (tableau n° 4).

1 - Coe-Rexecode (2009), « La compétitivité de l'industrie mécanique française », *document de travail*, n° 8, mai.

Tableau n° 4 : Taux de croissance de l'emploi
(Données corrigées des variations saisonnières)

	Variation en pourcentage par rapport au trimestre précédent				Variation en pourcentage par rapport au même trimestre de l'année précédente			
	2008		2009		2008		2009	
	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2
France	- 0,1	- 0,2	- 0,5	- 0,4	0,4	- 0,1	- 0,7	- 1,1
Allemagne	0,2	0,1	- 0,1	- 0,3	1,4	1,1	0,4	- 0,1
Royaume-Uni	- 0,3	- 0,2	- 0,5	- 0,9	0,4	- 0,2	- 1,1	- 2,0
Espagne	- 1,5	- 2,0	- 2,5	- 1,3	- 0,9	0,0	- 6,5	- 7,1

Source : Eurostat

Dans ce cas de figure, le retour à une trajectoire de croissance voisine de 2 % s'accompagnerait d'une très forte hétérogénéité des performances sectorielles et d'un puissant mouvement de « destruction créatrice ». La politique publique devrait notamment veiller à ce que la lenteur d'ajustement de l'emploi ne soit pas le témoignage de la lenteur d'adaptation d'industries déclinantes et d'un manque de résilience de l'économie. L'un des enjeux clés d'une politique de l'emploi, après les soutiens de court terme à l'activité, consiste donc à favoriser l'émergence de nouveaux emplois et le redéploiement des personnes entre secteurs et entreprises.

4. La montée en puissance de la valeur travail et du stress

Dans un contexte de précarisation des types d'emplois les plus flexibles, la contestation sociale a pour toile de fond paradoxalement une montée en puissance de la valeur travail ressentie comme source d'épanouissement personnel et de construction de sens. La crise a exacerbé un rapport paradoxal au travail. Selon TNS Sofres¹, le travail reste essentiel pour trouver sa place dans la société et pour s'épanouir personnellement pour plus de 90 % des Français, tandis que 86 % seraient opposés à une société où il ne serait plus nécessaire de travailler. La valeur attribuée au travail se serait même renforcée, parallèlement à l'augmentation des craintes tenant aux trajectoires d'emploi suscitées par la crise.

1 - Sondage réalisé par TNS Sofres pour le Centre d'analyse stratégique, septembre 2009.

Les motivations les plus fédératrices sont l'ambiance au travail et l'intérêt du travail (67 %), bien avant les salaires. En revanche, les attentes relatives à l'autonomie (liberté dans l'organisation de son travail, 49 % ; participation à la prise de décision, 38 % ; responsabilités, 38 % également) progressent sensiblement par rapport à l'enquête Valeurs de 2008. Elles apparaissent à présent au même niveau que la rémunération.

La valeur travail subit depuis vingt ans de profondes mutations¹. Conçu comme une obligation sociale animée par une éthique du devoir, le travail serait devenu un instrument rationnel de développement individuel, source de sécurité et de revenu, puis un vecteur d'accomplissement et d'expression personnels dans une société devenue post-matérialiste.

Pourtant, la relation au travail s'est affaiblie dans les pays occidentaux sous l'effet des pratiques managériales qui ont accompagné la flexibilité et la restructuration des organisations productives. Le travail est alors perçu comme plus contraint, ayant perdu du sens. Philippe Askenazy et Ève Caroli² montrent que la substitution d'un nouveau mode de production réactif au taylorisme serait l'un des éléments clés de la pénibilité contemporaine du travail. Depuis plus de vingt ans, des pratiques « innovantes » se sont dessinées qui promeuvent la polycompétence, la polyvalence et le travail en équipe. Elles s'appuient sur une forte diffusion des TIC et une flexibilité du travail où le « juste à temps » rime avec satisfaction totale du client.

Les évolutions récentes du travail apportent majoritairement plus d'autonomie, de responsabilités, mais aussi plus de contraintes vis-à-vis des collègues, des clients, des horaires, etc.³ D'une part, les nouvelles organisations productives permettent un enrichissement possible en contenu des emplois, de plus grandes opportunités de responsabilités et de reconnaissance, des organisations moins hiérarchiques, plus autonomes⁴. D'autre part, elles produisent de nouvelles contraintes physiques et mentales décelées dans les enquêtes Conditions de travail, liées à l'intensification du travail quels que soient le secteur et la taille des entreprises : flexibilité horaire et rotation accélérée des postes ; développement de modes de travail très concurrentiel et non coopératif entre salariés qui entraînent des tensions et la nécessité de gérer des injonctions contradictoires (la responsabilité sans les responsabilités effectives, la satisfaction maximum du client en un minimum de temps). Cet accroissement du stress au travail augmente la probabilité de maladies professionnelles physiques (troubles musculo-squelettiques) ou mentales. Au total, le « prix de la performance », pour reprendre l'expression

1 - Davoine L. et Méda D. (2009), « Quelle place le travail occupe-t-il dans la vie des Français par rapport aux Européens ? », *Informations sociales* 2009/3, n° 153, p. 48-55.

2 - Askenazy P. et Caroli È. (2006), « Innovative work practices, information technologies and working conditions: Evidence for France », *IZA Discussion Paper*, n° 2321 ; Askenazy P. et Caroli È. (2003), « Le prix de la performance ? Nouvelles formes d'organisation et conditions de travail en France », *Bulletin de la Fédération Paris-Jourdan*, n° 3, octobre.

3 - Rouilleault H. (2005), *Changer le travail*, Éditions de l'ANACT.

4 - Boltanski L. et Chiapello È. (1999), *Le Nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.

de Philippe Askenazy et Ève Caroli, pourrait bien être la performance elle-même, avec un coût social cumulé en France qui serait de l'ordre de 3 % de la richesse nationale.

Si ces tendances sont générales (cf. la notion d'épuisement professionnel ou « *burnout* » dans le monde anglo-saxon), il y a néanmoins une singularité française qui accorde une importance au travail très supérieure à celle des pays anglo-saxons par exemple (70 % contre 40 % aux Pays-Bas, Royaume-Uni ou Danemark, par exemple), fondée sur un rôle clé du travail comme vecteur de construction personnelle. Les Français sont les Européens les plus d'accord avec l'idée que le travail est nécessaire pour développer ses capacités. C'est dans ce cadre qu'on peut articuler quelques paradoxes¹ :

- les Français considèrent que le travail, bien qu'essentiel, doit prendre moins de place dans la vie. Pour certains, tel Thomas Philippon², cela tient en partie aux mauvaises relations sociales en France ou aux conditions de travail ;
- de façon plus positive, on peut expliquer ce paradoxe par l'articulation du travail avec d'autres éléments indispensables tels que la vie de famille ou les loisirs devenus modes d'expression et de réalisation de soi, à l'instar des consommations créatives, sur le modèle *wiki*. Il y aurait donc de nouveaux équilibres à trouver entre ces différentes formes d'accomplissement ;
- le travail peut être à la fois plébiscité et vécu comme perdant du sens, compte tenu des pratiques managériales exacerbées pendant la crise, en raison d'une attente élevée de construction identitaire et non simplement utilitariste.

En termes d'épanouissement personnel, les Français plébiscitent tout particulièrement l'ouverture aux autres et l'autonomie. Ceci est en phase avec une société d'individus recherchant le développement d'espaces de réalisation personnelle, autour des valeurs d'autonomie et d'action, tout autant qu'un ancrage collectif de ces pratiques dans une dynamique de reconnaissance par les autres. La sphère de l'autonomie et de l'épanouissement personnel brouille les frontières du travail, que le travail soit davantage référé à la sphère de l'hétéronomie³ ou que la question de l'expressivité se situe davantage aujourd'hui dans le « hors travail »⁴. Elle s'incarne tout particulièrement dans le développement d'une consommation dématérialisée et coproductive qui vient renforcer ce brouillage (cf. modèle *wiki*).

De fait, que les individus travaillent pour consommer ou qu'ils produisent pour avoir le plaisir de travailler, leur activité est organisée dans un rapport

1 - Travaux D. Méda ; source EVS et Eurostat PIB/habitant ; mais aussi Baudelot C. et Gollac M. (2003), *Travailler pour être heureux ? Le bonheur et le travail en France*, Paris, Fayard.

2 - Philippon T. (2007), *Le Capitalisme d'héritiers. La crise française du travail*, Paris, Seuil.

3 - Clerc D. et Méda D. (2009), « Emploi et travail chez André Gorz », in Fourel C. (dir.), *André Gorz, un penseur pour le XX^e siècle*, Paris, La Découverte.

4 - Sue R. (1994), *Temps et ordre social. Sociologie des temps sociaux*, Paris, PUF.

social nouveau qui crée de la valeur pour l'entreprise¹. On peut trouver abusive l'assimilation du consommateur à un travailleur, notamment parce qu'elle n'intègre pas la question de la subordination salariale. Néanmoins, ces brouillages permettent de souligner des risques et des opportunités sur la place du travail. Faut-il rendre plus ou moins perméables les sphères du travail et du hors-travail ? Comment combattre ou au contraire renforcer ces nouvelles porosités ? La question de la conciliation entre vie familiale et vie professionnelle est précurseur sur ces thèmes. Faut-il favoriser l'investissement dans le travail en développant des garanties et des possibilités de réalisation personnelle dans le hors-travail ? Faut-il protéger les consommateurs dans leurs activités de coproduction ? Enfin, le recours maîtrisé au télétravail, notamment pour une partie ou certaines périodes de l'activité, peut-il permettre de réduire ces tensions ?

Quoi qu'il en soit, on ne saurait s'inscrire dans une logique de fin du travail. Il reste central et subordonne largement les autres activités. Mais la consommation porteuse de sens et registre de transformation du monde interroge néanmoins la question de la frontière du travail, du salariat et du hors-salariat, voire du non-marchand. D'autant que, paradoxalement, le travail est à la fois un vecteur clé dans la construction des identités et porteur d'une certaine souffrance sociale.

5. Une contestation des modes de gouvernance

Une des modalités de la crise se trouve au sein même de l'entreprise et des relations salariales. La gestion des ressources humaines a été profondément transformée par l'introduction des rémunérations variables, dites rémunérations à la performance. En effet, le développement des bonus dans la rémunération des salariés (comme dans celle des dirigeants) est une évolution des années 1980. À cette époque, le recours à une part variable dans les rémunérations concernait un quart des entreprises américaines, une proportion qui s'élève aujourd'hui à la moitié des firmes. En France, plus de la moitié des cadres et des professions intermédiaires et plus du tiers des employés et des ouvriers bénéficient de dispositifs de participation financière². Les primes de participation, d'intéressement et d'épargne salariale équivalent en moyenne à 7,8 % de la rémunération de leurs bénéficiaires. Par ailleurs, huit salariés sur dix perçoivent une prime ou un complément de salaire³, qui représentent 12,4 % de leur rémunération brute. Si les ouvriers reçoivent plus fréquemment des primes d'ancienneté ou liées aux contraintes de poste

1 - Dujarier M.-A. (2008), *Le Travail du consommateur*, Paris, La Découverte.

2 - Cellier R. et Chaput H. (2008), « L'épargne salariale en 2006 : plus de 15 milliards d'euros distribués », *Premières Informations, Premières Synthèses*, n° 25-3, DARES, juin.

3 - Lié à la performance individuelle ou collective, à l'ancienneté ou aux contraintes de poste.

(pénibilité, risque...), la part des bonus est particulièrement élevée pour les cadres : un cadre sur deux perçoit des primes de performance individuelle ou collective, une proportion qui s'élève encore avec l'échelle des salaires¹.

Cette introduction des indicateurs de performance et des « bonus » qui leur sont associés n'est pas neutre. Elle est le signe d'une transformation profonde des organisations et du rapport au travail : désormais le marché est entré au cœur de l'entreprise. Paradoxalement, cette évolution peut être analysée à la fois comme une source de la crise et un moyen de sortie de crise.

L'introduction massive des rémunérations variables liées à la performance s'est révélée un mécanisme de flexibilité pour les entreprises, et ce à deux titres.

D'une part, ces stratégies d'intéressement ont constitué, dans la crise, un amortisseur. En effet, la part variable est contracyclique, dans la mesure où elle est en partie liée au profit. Elle permet donc d'ajuster mécaniquement le coût du travail à la baisse. Ainsi, la variabilité des rémunérations, tout comme les statuts d'emplois précaires, permettent en temps de crise de réduire les coûts de l'entreprise. Pour reprendre une analogie tirée de la consommation des ménages, ces rémunérations variables sont des dépenses non contraintes pour les entreprises et permettent donc de s'ajuster à la baisse. De ce point de vue, le contrat implicite selon lequel le salaire est essentiellement fixe, laissant le salarié à l'abri de la conjoncture économique mais contraignant l'entreprise à assumer le risque économique, se serait modifié : les revenus du travail sont devenus flexibles, le risque conjoncturel a été transféré pour partie des entreprises aux salariés. Le contrat implicite au sein de l'entreprise aurait donc fait place à une marchandisation des tâches qui a pour corollaire une variabilité des revenus du travail.

D'autre part, les rémunérations variables permettent à l'entreprise, par le biais de l'individualisation, de ne pas augmenter l'ensemble des salaires, mais de réserver l'augmentation salariale à certains et d'introduire ainsi une plus grande différenciation des revenus du travail. L'augmentation tendancielle de la part variable dans la rémunération a, en effet, contribué à la modération salariale en ralentissant la progression des traitements de base. Elle explique en partie le tassement de la masse salariale dans la valeur ajoutée².

Pourtant, si ces rémunérations variables peuvent servir d'amortisseur dans la sortie de crise, elles peuvent aussi, selon certains analystes, constituer une des sources de la crise. En effet, les incitations des salariés ont pris la forme de rémunérations variables à la performance, qui se sont substituées à d'autres outils d'incitation, comme la gestion de la carrière dans l'entreprise,

1 - Bignon N. et Folques D. (2009), « La structure des rémunérations en 2006 », *Premières informations, Premières synthèses*, n° 31.4, DARES, juillet.

2 - Benhamou S. (2009), « Le partage collectif des bénéfices : un outil efficace pour la productivité et le pouvoir d'achat ? », *La Note de veille*, n° 124, Centre d'analyse stratégique, février.

la mobilité ou le contrôle. La mise en place des indicateurs de performance et leur utilisation à des fins d'incitation ont induit des « stratégies absurdes »¹ : les salariés ne s'y sont pas trompés et ont valorisé l'indicateur et leur bonus plutôt que l'intérêt collectif et celui de l'entreprise. Cette assertion est valable également pour les dirigeants qui, du fait de leur *turn over*, peuvent avoir intérêt à maximiser à court terme leur rémunération et à « garantir » leur sortie (« parachutes dorés »).

Les effets pervers de ces indicateurs de performance sont nombreux et les travaux en économie des ressources humaines (*Personnel economics*) précisent les cas, les secteurs ou les entreprises, dans lesquels les gains escomptés (une plus grande motivation des salariés) sont annulés par leurs inconvénients. Citons les principaux : l'effet le plus bénin est que les salariés se contentent d'augmenter l'indicateur et non le véritable objectif de l'entreprise, lorsque l'indicateur est mal corrélé à l'objectif. Plus graves sont les cas de manipulation des indicateurs, de limitation de l'effort pour atteindre uniquement le seuil de l'indicateur, de sabotage au sein de l'entreprise ou de découragement. Deux cas méritent d'être explicités. Tout d'abord, dans le cadre d'un travail dit « multitâches », la rémunération à la performance incite les salariés à allouer leur effort vers les tâches les plus rentables, *i.e.* les plus mesurables par l'indicateur, au détriment des tâches moins rentables, *i.e.* qualitatives dont l'indicateur rend mal compte. Dans une économie où la qualité et la satisfaction du client sont fondamentales, la rémunération à l'indicateur de performance peut être ainsi contreproductive. Ensuite et surtout, ces outils de motivation se sont révélés dans certains cas démotivants. En effet, les motivations extrinsèques (les rémunérations variables ici) sont substituables aux motivations intrinsèques (le plaisir au travail, le sens de l'honneur, l'attachement à l'entreprise, etc.). Les bonus ont augmenté les motivations extrinsèques mais détruit les motivations intrinsèques sans que la hausse des unes ne compense toujours la baisse des autres².

Par conséquent, la marchandisation du travail au sein de l'entreprise, du fait que désormais toute tâche a en quelque sorte sa rémunération (la segmentation du marché se retrouvant dans l'organisation interne des entreprises), est remise en cause à la fois par les experts et par certaines organisations du travail. En effet, des études récentes contestent l'efficacité de la motivation des individus par leur niveau de salaire et révèlent une transformation de la valeur travail.

Une modification structurelle de la gouvernance de l'entreprise pourrait consister en un retour, d'un côté, à une rémunération plus globale et non variable et, de l'autre, à la motivation par la gestion de la carrière. Une remise en cause globale des stratégies d'intéressement, entendue au sens large,

1 - Beauvallet M. (2009), *op cit.*

2 - Frey B. S. et Oberholzer-Gee F. (1997), « The cost of price incentives: an empirical analysis of motivation crowding-out », *The American Economic Review*, vol. 87, 4, p. 746-755.

sera néanmoins difficile, en particulier pour les entreprises qui n'en ont pas fait seulement un élément de flexibilité mais les ont incluses dans une gestion plus globale des ressources humaines, intégrant des mécanismes d'information et de participation aux décisions locales ou centrales (actionnariat salarié).

Quels enjeux de politiques publiques ?

Le financement de la mobilité et l'accompagnement des parcours professionnels apparaissent comme un axe d'action important, favorisant la recomposition de l'économie vers les secteurs d'avenir.

Dans cette période de crise, l'objectif des politiques d'emploi doit être de maintenir, voire de développer les compétences de l'ensemble de la force de travail, puis de favoriser leur mobilité. Il s'agit d'éviter que la concurrence entre entreprises sur les compétences rares, dans un contexte de vieillissement, ne débouche sur un scénario où les grosses entreprises déjà établies phagocytent les compétences au détriment des moyennes structures ou des nouveaux entrants.

Deux axes paraissent prioritaires : d'une part, investir sur l'intégration souple des jeunes dans le marché du travail, qui sont les mieux à même de répondre aux besoins de réaffectation intersectorielle de l'emploi, en tirant les leçons d'autres expériences européennes correspondant peut-être mieux à la complémentarité emploi/formation initiale de la « société de la connaissance » ; d'autre part, faciliter la reconversion des salariés qui perdent leur emploi.

Investir sur l'intégration des jeunes dans le marché du travail

L'expérience des crises passées a montré que les jeunes entrés sur le marché du travail en période de crise sont pénalisés durablement dans leur parcours professionnel.

Le cumul études-emploi

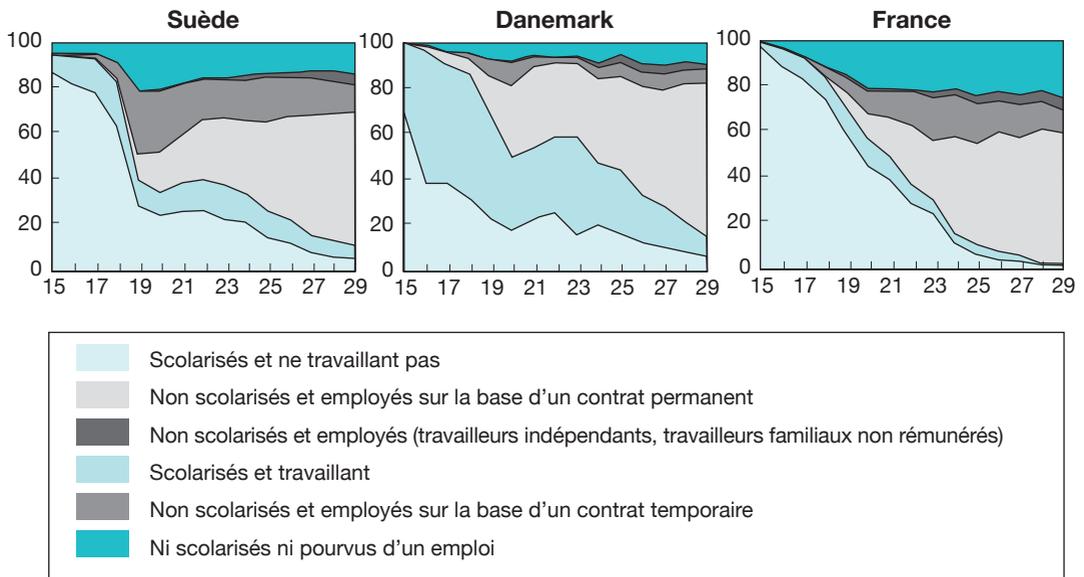
Pour les jeunes diplômés (ou sortis du système éducatif avant d'avoir achevé un cursus supérieur), il s'agit de favoriser la reprise/prolongation d'études de façon à tirer parti du recul conjoncturel des embauches pour élever le niveau de qualification initiale. La montée actuelle du taux d'activité des jeunes, qui contribue pour un quart à la détérioration du taux de chômage, confère une acuité particulière à cette question. L'action peut être double :

- à l'instar des pays scandinaves ou anglo-saxons, des prêts à remboursement contingent (PARC) ;

- une meilleure modularité de l'offre de formation supérieure post-licence (déjà garantie en théorie par le système de crédits d'enseignement par semestre) permettant l'alternance de périodes d'emploi et de formation universitaire diplômante dans la phase de transition professionnelle.

En effet, dans la plupart des pays de l'OCDE, la transition entre l'école et la vie active comporte souvent une succession de périodes d'emploi et de non-emploi d'une durée relativement courte avant l'obtention d'un emploi plus stable. La frontière entre école et travail est devenue moins nette : beaucoup de jeunes acquièrent une expérience professionnelle tout en restant scolarisés à travers l'exercice d'activités à temps partiel ou saisonnières et, dans les pays dotés d'un système dual, grâce à l'apprentissage. Dans un contexte marqué par des taux élevés de mobilité de l'emploi, le problème essentiel n'est pas de savoir si un grand nombre de jeunes occupent des emplois faiblement rémunérés ou atypiques. Il s'agit plutôt de se demander si ces activités constituent ou non un marche-pied vers des emplois de meilleure qualité, et d'éliminer les obstacles à la mobilité vers des emplois plus gratifiants par leur rémunération et leur stabilité. En particulier, s'il existe sur le marché du travail un clivage trop marqué entre les emplois stables offrant des possibilités de progression professionnelle et les emplois atypiques, il peut y avoir aggravation du risque de voir de nombreux jeunes rester enfermés pendant des années dans l'engrenage de l'alternance entre emplois marginaux et non-emploi.

Graphique n° 12 : Décomposition de la population des 15-29 ans selon le statut
(Par âge, en abscisses)



Source : OCDE

Par exemple, comme le montre le graphique n° 12, la formation des jeunes dans les pays scandinaves se caractérise par un cumul études-emploi fréquent et par une alternance de périodes de formation et de périodes d'expériences professionnelles. Le retour en formation initiale après 20 ans y est une pratique courante. Près de 20 % des Danois de 30 ans sont encore scolarisés, alors que ce taux est proche de zéro en France. La différence est frappante entre la façon dont les jeunes Français s'insèrent sur le marché du travail, de façon linéaire, et la pratique courante du retour en formation initiale propre au modèle scandinave, qui favorise les mécanismes de flexion.

Effort de formation

Des efforts sont engagés par le gouvernement pour faire franchir un nouveau palier aux contrats d'alternance (contrat de professionnalisation, contrat d'apprentissage, « zéro charge » pour l'embauche des apprentis). Il est en général admis que les emplois aidés dans le secteur marchand sont plus efficaces pour l'insertion durable sur le marché du travail que les emplois aidés non marchands. Cependant, les incitations en cours risquent de ne porter leurs fruits qu'au moment de la reprise des embauches, voire à l'automne 2010¹. En effet, les mesures incitatives permettent plus d'accélérer les créations d'emploi au moment de la reprise que de limiter les destructions au moment du creux, lorsque la priorité des entreprises est plutôt à la réduction des coûts salariaux².

Dans cette perspective, il pourrait être utile, afin de concilier les objectifs de croissance verte et de lutte contre la précarisation de l'emploi, d'envisager un effort de formation, notamment dans la construction et l'énergie, pour les salariés déjà ou potentiellement intérimaires, en prolongeant la politique de formation assez volontariste de ces secteurs. Ces efforts de formation pourraient coïncider avec les opérations d'aménagement ou de rénovation menées par des clients publics.

Faciliter la reconversion des salariés qui perdent leur emploi

Pour la majorité des actifs qui perdent leur emploi, le retour à l'emploi s'opérera par une mobilité professionnelle impliquant un changement de métier. Il faut donc non seulement faciliter ce changement pour les salariés mais aussi préparer les entreprises à utiliser les compétences des actifs présents dans leur bassin d'emplois, même si celles-ci ne correspondent pas exactement à celles qu'elles recherchent.

1 - C'est pourquoi le PLF 2010 anticipe 412 000 contrats d'apprentissage pour 2010, soit moins qu'en 2008 (450 000).

2 - Par exemple, la prime de 3 000 euros versée pour toute embauche en CDI d'un stagiaire présent dans l'entreprise, instaurée dans le cadre du Plan pour l'emploi des jeunes en avril 2009, ne concerne pour le moment que 1 136 personnes sur les 50 000 espérées.

La dimension territoriale apparaît ici centrale et la pleine coopération entre les services déconcentrés de l'État et les collectivités territoriales sera le facteur clé de succès. Il s'agit d'enclencher des mobilisations locales pour réussir les reconversions. Au cours des dernières années (avant la crise), des expériences intéressantes de gestion territoriale de l'emploi et des compétences (GTEC) ont été conduites, notamment dans l'industrie, pour aider les entreprises à recruter sur des métiers en tension, mutualiser les problématiques de recrutement entre entreprises et trouver sur place des solutions.

De ce point de vue, la logique d'intervention « remontante » adoptée par le FISO (appels à projets) paraît plus pertinente que celle d'opérations d'initiative centrale déclinées par territoire, qui a constitué jusqu'ici le modèle d'action du service public de l'emploi. De façon générale, la technique de l'appel à projets collectifs montés en partenariat par des acteurs locaux paraît la mieux à même de concilier adéquation aux besoins des branches et des territoires et priorités nationales.

Dans cette perspective, une attention particulière devrait être accordée au niveau local, au-delà des entreprises retenues par Pôle emploi pour ses besoins de placement, aux petites entreprises ou antennes d'intérim qui bénéficient d'une connaissance fine des compétences des salariés.

Enfin, au-delà de ces synergies locales, certains enjeux généraux ne doivent pas être négligés, notamment l'amélioration de la productivité et de l'efficacité de la formation grâce aux technologies numériques, qui ne devrait pas exclure les formations remédiantes destinées aux 19 % de la population en âge de travailler qui connaissent des difficultés dans les domaines fondamentaux de l'expression et de l'écrit.



Repenser l'ancrage territorial des activités et des hommes

Chaque période de récession est synonyme de vague de restructuration qui se traduit par une externalisation/délocalisation renouvelée ou par des phénomènes de concentration d'acteurs ayant pour conséquence des destructions d'emploi. Il n'est pas certain que, dans cette crise, l'ampleur des restructurations soit plus prononcée que dans les crises passées.

1. Un mouvement d'*outsourcing* et de délocalisation

L'externalisation par délocalisation ou *outsourcing* pour motif de rationalisation des coûts s'est intensifiée au cours des dernières années.

Le mouvement de réorganisation de la chaîne de valeur entraîne une externalisation toujours plus poussée des segments à faible ou moyenne valeur ajoutée

On assiste depuis une dizaine d'années à une extension aux services du champ de l'externalisation/délocalisation. L'externalisation des biens par le secteur manufacturier est la forme d'externalisation la plus importante, mais dans le même temps, ce qui croît le plus rapidement c'est l'externalisation et la délocalisation des services aux entreprises par l'industrie et celles des biens et services par le secteur des services¹. Selon le rapport

1 - OCDE (2007), *Les délocalisations et l'emploi. Tendances et impacts*, Paris, Éditions OCDE.

d'El Mouhoub Mouhoud (2009)¹, on a longtemps compté sur les services, jugés moins échangeables, pour compenser les effets nocifs de la mondialisation sur les emplois manufacturiers. Cette vision des emplois de services, considérés comme de simples emplois de compensation, sans réelle influence sur les structures économiques et la compétitivité des territoires, est « dépassée ». L'implication des services dans les filières de production s'accroît considérablement, ce qui impose de repenser les notions de compétitivité, d'attractivité ou de vulnérabilité des territoires. Les activités de services sont devenues, pour beaucoup, échangeables, délocalisables². La libéralisation des échanges associée à l'utilisation croissante des NTIC rend désormais possibles, pour certains services, une fragmentation internationale de la chaîne de production et la fourniture de services à distance. Selon Barlet, Crusson, Dupuch et Puech (2008)³, la moitié des activités de services sont potentiellement échangeables et délocalisables aujourd'hui. Seuls l'administration publique, l'action sociale, le commerce, la réparation, les services personnels ainsi que l'éducation demeureront des activités non échangeables.

Les motifs de rationalisation des coûts sont montés en puissance. Renault poursuit ainsi une stratégie de délocalisation des fournisseurs. Ses véhicules assemblés en Europe de l'Ouest incorporent actuellement 25 % de pièces achetées dans des pays à bas coûts. Les motifs de captation de la demande étrangère priment généralement dans les raisons d'investissement à l'international. Ce résultat a été maintes fois mis en avant dans l'analyse des déterminants de l'investissement direct à l'étranger. Mais concernant un choix de délocalisation, pour lequel on ne dispose généralement que d'enquêtes conduites par des consultants, l'argument différentiel de coût prédomine.

L'enquête menée par TNS Sofres auprès de 1 000 entreprises de plus de dix salariés confirme ce point de vue. Sur les 105 entreprises ayant délocalisé, 85 % évoquent des motifs de coût de main-d'œuvre et 37 % des coûts environnementaux. L'accès aux marchés et la recherche de nouveaux débouchés n'interviennent qu'en troisième position, au même rang que la qualité de la main-d'œuvre.

La crise ne change pas en profondeur la donne concernant les stratégies des entreprises et la tendance de fond de réorganisation de la chaîne de valeur

1 - Mouhoud E. M. (dir.) (2009), *op. cit.*

2 - Mouhoud E. M. (2008), « La délocalisation des activités de services : potentialités et réalités ? », *Revue Risques*, n° 75, septembre.

3 - Barlet M., Crusson L., Dupuch S. et Puech F. (2008), *Localisation des activités de services et vulnérabilité des territoires : quels territoires de la France métropolitaine sont les plus vulnérables face à l'intensification de l'ouverture internationale des services ?*, étude réalisée pour la DIACT dans le cadre du Groupe « Services et Territoires » dirigé par E. M. Mouhoud, octobre.

On a assisté avec la crise à plusieurs phénomènes :

- une renationalisation des enjeux d'emploi qui a conduit certains grands groupes mondiaux à ajuster de préférence dans un premier temps l'emploi sur leur périmètre offshore ;
- la dépréciation des capitalisations qui est de nature à relancer dans un second temps le processus de restructuration/concentration via des OPA ;
- la réanimation du débat sur les délocalisations. Sont pointés tour à tour le risque d'une accélération du mouvement de délocalisation ou au contraire l'opportunité d'une relocalisation des activités (induite par la hausse tendancielle de la composante énergétique des coûts de transports et la non-soutenabilité des déséquilibres de paiement liés à la mobilité des capitaux).

Ces phénomènes ne remettent pas en cause les tendances qui se dessinent depuis dix ans ni leur intensité. Le réflexe national qui caractérise la stratégie des grands groupes en matière d'emploi relève de la conditionnalité implicite ou explicite des aides auxquelles ils ont accès en période de crise. On peut supposer que dans la durée, avec un jeu accru sur les flux naturels de sortie, un rééquilibrage s'opérera, qui éliminera les surcapacités là où elles existent. Il serait abusif de déceler dans ces arbitrages de court terme une inflexion qui conduirait une révision des choix de localisation marqués d'un sceau de préférence nationale.

L'argument d'une relocalisation de la chaîne de production sur le territoire national pour motif de réduction des coûts de transaction est néanmoins souvent invoqué. À son appui sont fréquemment avancés les multiples échecs suivis de décisions de rapatriement des activités. Ces exemples emblématiques ne font pas eux-mêmes tendance. Ils sont indissociables du phénomène de délocalisation, comme les faillites le sont des créations d'entreprises. Une partie des déterminants de la localisation des activités correspond aux bénéfices attendus de l'externalisation quand il s'agit d'optimiser les coûts, d'accroître la flexibilité et d'avoir accès à des compétences spécialisées qui, par leur agrégation, peuvent réaliser des économies d'échelle. Ces trois vertus ont chacune leur envers sur lequel la crise réagit différemment :

- d'une part, les gains de compétitivité-prix sont réversibles. Cette modification de l'optimum initial à l'origine de la décision d'externalisation/délocalisation peut être induite par l'augmentation des coûts, comme cela a été le cas du personnel informatique en Inde dont les hausses de salaires ont pu avoisiner 15 %¹. Elle peut résulter également d'une importance croissante de services autrefois externalisés, comme dans le cas des réseaux de technologies d'information et de communication pour les services financiers qui développent leur offre en ligne. Il est alors

1 - Étude de Compass Managing Consulting, septembre 2007.



plus optimal de réintégrer et/ou relocaliser cette activité. C'est plutôt cette dernière tendance qui serait la plus sensible à la crise actuelle ;

- d'autre part, il existe un risque de repousser les « seuils » d'externalisation et de vider ainsi les entreprises de leur substance. L'externalisation poussée à l'extrême peut gagner le cœur de métier, défini de manière toujours plus étroite, et conduire à un transfert de compétences tel qu'il rend le secteur ou l'entreprise extrêmement vulnérable et entrave les capacités d'adaptation et d'innovation nécessaires à la poursuite de l'activité. Le secteur pharmaceutique a ainsi connu une vague de recentrage sur son cœur de métier qui l'a conduit dans un premier temps à se séparer de ses branches « chimie ». La chimie reste néanmoins l'un des creusets des innovations, d'où la décision de Sanofi-Aventis de réinternaliser une cellule chimie dans son activité. Aujourd'hui, la disparition des façonniers dans le secteur textile-habillement pourrait menacer la créativité et l'attractivité de la mode française, si elle ne trouve pas de remède ;
- enfin, les enjeux de la qualité et de la traçabilité ne changent pas de nature avec la crise. La sensibilité aux prix, plus forte en temps de crise, peut conduire à des arbitrages plus serrés, voire plus exigeants qui entraînent l'élimination de fournisseurs peu fiables et sur lesquels pèsent d'importants coûts de contrôle et d'agence. La pression sur les marges subie par les producteurs émergents peut entraîner une dégradation de la qualité. Ces phénomènes seraient néanmoins de deuxième ordre dans des économies émergentes qui font preuve d'une assez bonne résistance. De même, les exigences de traçabilité sanitaire, environnementale voire sociale se renforcent et sont faiblement atténuées par la crise (cf. enquêtes du CRÉDOC). Cette limite qualitative de l'externalisation peut conduire graduellement à préférer des circuits de production plus courts qui vont de la réintégration à la relocalisation ou seulement à un rapprochement géographique dans des pays voisins (Europe de l'Est et pays sud et est-méditerranéens).

L'argument de l'accroissement des coûts de transaction imputables à la hausse du prix de l'énergie doit être relativisé. Le mouvement de délocalisation des activités est souvent attribué à la baisse des coûts du transport et d'une manière générale des frais logistiques (charges portuaires en particulier). Leur baisse aurait favorisé un « rétrécissement du monde »¹. À l'inverse, leur hausse tendancielle liée à la congestion, aux contraintes environnementales et à l'augmentation à long terme des prix du carburant pourrait relancer des arbitrages de coût, entre différentiel de salaires et distance parcourue. Mais, d'une part, cet impact des prix du transport est contesté : la distance resterait déterminante dans la géographie des échanges, l'éloignement constituant un handicap relativement stable dans le temps² ; inversement, il faudrait selon

1 - Friedman T. L. (2005), *The World is Flat. A Brief History of the Twenty-first Century*, New York, Farrar, Straus and Giroux.

2 - Boulhol H. (2006), « Why haven't price-cost margins decreased with globalization? », *Cahiers de la Maison des Sciences économiques*, université Paris-1 – Panthéon-Sorbonne, n° 2006.07.

le CEPII une élévation extrêmement forte des prix du carburant pour induire un impact négatif sur les échanges. D'autre part, si le coût du transport avait un impact négatif sur les échanges, il ne favoriserait pas nécessairement la localisation des activités dans les pays anciennement industrialisés mais à proximité de tous les grands marchés ou, comme c'est déjà le cas pour les matières plus lourdes, plus coûteuses et plus risquées à transporter, à proximité des gisements de matières premières où aurait lieu l'essentiel de la transformation. Une hausse des coûts de transport peut ainsi intensifier la recherche de proximité des ressources ou de la clientèle et accélérer le processus de localisation/délocalisation en conduisant les établissements à se rapprocher de leurs marchés d'*input* ou d'*output*, au détriment de l'exportation à partir du territoire d'origine.

2. Localisation des activités et ancrage des services

Le mouvement de restructuration de l'après-crise devrait être dominé par deux caractéristiques : une réintégration des fonctions de distribution au sein des entreprises et un éclatement toujours plus poussé de la chaîne de valeur en amont

Les activités manufacturières, très touchées par la crise, pourraient pousser plus loin leur tendance à la tertiairisation de leur activité, impliquant une réintégration partielle de ces dernières. Cette évolution s'inscrit dans une tendance plus large de « pilotage par l'aval » de la production, pour reprendre l'expression de Philippe Moati, qui induit une réintégration des fonctions de distribution, longtemps externalisées par les producteurs, ou le renforcement des fonctions de conception et de coproduction par les distributeurs.

Un certain nombre de tendances lourdes sont en train de remodeler la chaîne de valeur :

- la segmentation traditionnelle entre fournisseurs/producteurs et distributeurs tend progressivement à s'estomper. Le marketing se rapproche de la demande et les distributeurs se décentrent de leur fonction strictement logistique ;
- les entreprises sont de plus en plus amenées à concevoir l'offre de produits en lui adjoignant un ensemble de services susceptibles de répondre aux attentes d'une clientèle diversifiée et de la fidéliser ;
- de par leur positionnement aval, les distributeurs interviennent de plus en plus dans la conception des produits et se muent en « confectionneurs de bouquets » ajustés aux besoins individuels. Les marques de distributeurs constituent peut-être les prémisses d'une évolution plus lourde.

Le réseau d'entreprises piloté par un « intégrateur » constitue une forme hybride qui permet d'associer cohérence et malléabilité. Les compromis qu'il offre le dotent d'un fort potentiel de développement. En effet, son activité est étroitement orientée par le marché, la clientèle visée peut être nettement diversifiée, son offre de produits peut facilement être associée à un bouquet de services et la relation de client peut être gérée dans la durée. Un tel réseau d'entreprises permet de franchir un nouveau palier en direction de la « *lean production* ». Son activité est fortement orientée par le marché, la clientèle visée peut être nettement diversifiée, son offre de produits peut facilement être associée à un bouquet de services et la relation de client être gérée dans la durée.

En revanche, la fonction d'intégrateur repose sur des compétences spécifiques difficiles à faire prévaloir. Elle consiste à activer le marché et, par suite, à impulser l'innovation. La gageure est de réussir à déceler les savoir-faire susceptibles de répondre à la demande et d'organiser ensuite leur agencement pour mettre en œuvre la production. La robustesse du projet nécessite d'établir des procédures de coordination sur la base de relations contractuelles à long terme suffisamment souples pour régler les conflits de responsabilité qui risquent de surgir avec les aléas de la production et de la commercialisation.

Cette réorganisation par l'aval des chaînes de valeur incite à une fragmentation et une réactivité accrues de la fabrication en amont. Dans ce contexte, deux options sont possibles. Soit on pourrait voir apparaître, comme dans le textile, des intermédiaires offrant des plates-formes de sous-traitants, délocalisés ou non. Soit, comme c'est de plus en plus souvent le cas pour des industries concentrées, voire oligopolistiques, connaître les lieux et les acteurs locaux ou gérer des flux à l'échelle de la planète devient un actif stratégique déterminant dans la compétition mondiale (d'où la difficulté à être « transparent » sur les sous-traitants). Certains ont même songé à mettre une « propriété intellectuelle » sur cet actif : pas question dès lors de le confier à des intermédiaires.

Les services ne joueront pas mécaniquement un rôle compensateur et rééquilibrant en matière d'emploi

Les travaux sur la localisation des activités ont longtemps porté sur l'implantation des activités industrielles (plus aisément mesurables) et plus rarement sur l'établissement des activités de services qui représentent pourtant les trois quarts du PIB des économies développées. L'internationalisation des services passe d'abord par la présence commerciale qui correspond à 79 % des échanges pour l'Allemagne, 70 % pour les États-Unis et 63 % pour la France. Or, si la spécialisation dans les services reste l'apanage des pays industrialisés, les avantages comparatifs des États-Unis et du Royaume-Uni en matière de services aux entreprises (brevets d'une part et services financiers d'autre part) contrastent avec la position de la France qui s'appuie

principalement sur le tourisme. Sous ces conditions, quelles conséquences attendre de la libéralisation des échanges de services ?

Un potentiel croissant de « délocalisabilité » ou « d'échangeabilité » des services ne signifie pas que les firmes recourent nécessairement à la délocalisation. Même à l'intérieur des activités de services délocalisables, beaucoup d'emplois ne sont pas délocalisables. Inversement, il existe des emplois délocalisables dans les secteurs non délocalisables (comme l'administration publique). En outre, le phénomène des échanges de services ne se réduit pas, loin de là, à la délocalisation à distance dans les pays à bas salaires.

À court terme, la délocalisation vers les pays émergents à bas salaires expose des activités et des emplois de services. Compte tenu de la relation de service qui requiert une proximité physique entre clients et prestataires, certaines fonctions de services sont difficilement délocalisables malgré les progrès des TIC. De plus, certaines prestations de services ayant été soustraitées internationalement font actuellement l'objet de relocalisations par manque de fiabilité et de qualité des prestations.

Selon Barlet *et al.* (2008)¹, il apparaît qu'en France, 32 zones d'emploi (sur 341) seraient plus exposées en cas d'intensification du commerce international de services. Leur positionnement dans les secteurs de services qui ne sont pas encore échangés internationalement aujourd'hui mais qui pourraient le devenir, sera déterminant pour apprécier les bénéfices ou les désagréments potentiels de la mondialisation.

Trois principaux critères interviennent dans la localisation et l'ancrage territorial des services : le besoin d'accéder à des ressources spécifiques (matérielles ou immatérielles), plus ou moins présentes dans les territoires ; la plus ou moins grande nécessité de s'implanter à proximité des clients ; et enfin, la recherche d'économies d'agglomération.

Sur cette base, le rapport d'El Mouhoub Mouhoud² propose une taxinomie des services en six types (tableau n° 5), classés selon leur degré d'ancrage territorial :

- activités volatiles : les services informationnels associés à des fonctions support (maintenance informatique, fonctions tertiaires d'exécution, centres d'appel, etc.) ;
- activités peu ancrées : les services de consommation intermédiaire et finale de proximité (agences bancaires, commerce de proximité, services aux personnes, gardiennage, etc.) ;
- activités ancrées : les services logistiques d'intermédiation (logistique, centres de tri (La Poste), et de triage (SNCF), transports de voyageurs, etc.) ;

1 - Barlet M., Crusson L., Dupuch S. et Puech F. (2008), *op. cit.*

2 - *Économie des services et développement des territoires. Un levier pour la réduction des vulnérabilités, op. cit.*



les services immatériels de consommation finale (culture et patrimoine historique, tourisme, parcs d'attractions...) ; les services collectifs à fortes économies d'échelle, publics ou privés (services de santé, hospitaliers, judiciaires, etc.) ;

- activités très ancrées : les services cognitifs et les investissements immatériels (marketing, etc.).

Tableau n° 5 : Classement des services selon leur degré d'encrage territorial

	Exemples	Facteurs d'ancrage	Intensité de l'ancrage territorial
Services cognitifs et investissements immatériels	Connaissances, recherche fondamentale, enseignement supérieur, conseil en entreprise, publicité, marketing...	Proximité de la demande Proximité des ressources Effets d'agglomération	Fort
Services collectifs à fortes économies d'échelle, publics ou privés	Services de santé, hospitaliers, judiciaires, activités cinématographiques	Proximité des clients Effets d'agglomération	Moyen
Services logistiques d'intermédiation	Logistique, centres de tri (Poste), centres de triage (SNCF), transports de voyageurs...	Proximité des ressources Effets d'agglomération	Moyen
Services immatériels de consommation finale	Culture et patrimoine historique, tourisme, parcs d'attractions...	Proximité des ressources	Moyen
Services de consommation intermédiaire et finale de proximité	Agences bancaires, commerce de proximité, services aux personnes de proximité, gardiennage...	Proximité des clients	Faible
Services informationnels associés à des fonctions support	Maintenance informatique, Fonctions tertiaires d'exécution, centres d'appel...		Très faible

Source : E. M. Mouhoud (2009)

La production à la recherche de points d'ancrage

La problématique de l'économie en matière de coûts de transaction conduit à concevoir des structures en réseau économes en flux échangés. Il n'existe pas de schéma optimal unique, mais les théories de l'information, à l'instar des réseaux de communication, invitent à penser des réseaux dans lesquels

les nœuds de commutation ne sont ni trop nombreux ni à l'inverse trop concentrés. Dans le premier cas, les échanges d'information explosent de façon exponentielle. Dans le second cas, la concentration au sommet (structures pyramidales) crée de la congestion. Appliqué aux institutions, cela suppose d'éviter la fragmentation administrative et de privilégier les niveaux intermédiaires de gouvernance (la région, par exemple). Appliqué aux entreprises, cela suppose de rapprocher les unités de production de leurs ressources ou de leur marché de sorte à limiter les flux intra et inter-firmes. Si les coûts de transaction étaient le paramètre clé d'implantation des unités de production, ils conduiraient à privilégier une déconcentration spatiale de l'entreprise (au niveau de ses établissements) en entités de taille intermédiaire. L'organisation toyotiste de la production, qui privilégie autonomie et déconcentration des centres de décision, est emblématique de ce type de structuration de l'entreprise. Concevoir une organisation dans laquelle les nœuds de décision et de production traitent l'essentiel de l'information pertinente à leur niveau, filtrent et mettent en circulation les flux nécessaires pour le reste de l'organisation, est au cœur d'une organisation spatiale économe en transports.

Dans ce maillage équilibré et stable du territoire en entités intermédiaires, ni trop disséminées ni trop concentrées, les services cognitifs et administratifs joueront un rôle décisif.

Les stigmates de la crise à long terme pourraient être liés à la perte de maillons stratégiques : l'exemple du textile-habillement

Le vêtement français possède désormais un fort potentiel de croissance, en particulier à l'exportation où les marques françaises sont extrêmement prisées. Cette renommée repose sur le savoir-faire unique des façonniers français. Dans l'ombre des grandes maisons françaises, ces PME réalisent les collections de prêt-à-porter et de luxe des grands couturiers mais travaillent également pour nombre de marques françaises positionnées dans le moyen et haut de gamme. Dans le contexte économique difficile de la crise, les grandes maisons ont délaissé les ateliers de confection français pour une fabrication étrangère. Les façonniers portent actuellement la majeure partie du risque financier de la filière et se révèlent plus que fragilisés par la crise. Or, leur disparition pourrait considérablement handicaper l'ensemble de la filière à long terme. D'une part, les marques françaises perdraient leur réputation faute de pouvoir produire des articles créatifs de qualité. D'autre part, il deviendrait impossible de créer de nouvelles marques sans la présence d'un réseau d'entreprises de confection sur le territoire¹.

1 - Une réunion entre les industriels de la filière se tiendra sur cette thématique en novembre 2009 à l'initiative du ministère de l'Industrie.

Quels enjeux de politiques publiques ?

La recherche d'une répartition optimale des activités du point de vue des coûts de transport et de la stabilité de l'emploi confère un rôle clé aux politiques pro-compétitives (R&D, financement des PME, infrastructures...) et aux stratégies territoriales. La qualité cognitive et culturelle des infrastructures est devenue essentielle pour fixer sur un territoire des activités non seulement de haute valeur ajoutée mais tout simplement stables.

Selon la DATAR, l'implication des services dans les filières de production s'accroît considérablement, ce qui impose de repenser les notions de compétitivité, d'attractivité ou de vulnérabilité des territoires. Dans la recherche d'un maillage équilibré et stable du territoire en entités intermédiaires, ni trop disséminées ni trop concentrées, les services cognitifs (recherche fondamentale, enseignement supérieur, conseil en entreprise, publicité, marketing...) et collectifs (services de santé, hospitaliers, judiciaires, activités culturelles...) joueront un rôle décisif.

CONCLUSION

CONCLUSION

CONCLUSION



Reprenons le paradoxe de départ. Une crise annoncée comme la pire d'après-guerre ne semble pas, à ce jour, bouleverser les relations d'emploi. Une interprétation simple a été offerte de ce paradoxe, à savoir que les entreprises françaises (européennes) ont sous-estimé la durée de la crise par rapport à leurs homologues américaines. Considérant qu'elle serait courte, elles ont privilégié la rétention de main-d'œuvre.

Toutefois, une autre interprétation émerge à la lecture du rapport présenté par le Centre d'analyse stratégique. Les entreprises françaises sont déjà à la limite de leur réduction d'effectifs ; elles travaillent à flux tendu et disposent de dispositifs de flexibilité pour faire face à la crise. Flexibilité par les heures travaillées et flexibilité par les rémunérations sont la règle. Les bonus des traders sont la forme visible et extravagante d'une réalité plus ordinaire. En France, plus de la moitié des cadres et des professions intermédiaires, plus du tiers des employés et des ouvriers bénéficient de dispositifs de participation financière. En bref, les revenus et les heures de travail sont flexibles, le risque conjoncturel ayant été transféré pour partie aux salariés.

Ainsi s'explique le paradoxe : une crise qui est la plus grave enregistrée depuis les années 1930 qui pourrait être la moins grave en termes de destructions d'emploi. Tout se passerait comme si les ressorts de la flexibilité interne étaient tels qu'ils traversent désormais, sans remise en cause du mode d'organisation, les obstacles les plus ardues.

Il semble donc vain d'attendre que cette crise fasse naître d'elle-même une remise en question des pathologies qui l'ont fait naître. Il faut plutôt craindre l'effet inverse, qu'elle valide les choix des trente dernières années, poussant ceux-ci à leur terme. Pour être utile, la crise doit servir aux autorités de curseur pour mesurer l'écart qui s'est creusé entre un nouveau régime de croissance et les aspirations qu'il fait naître. Alors elle pourra permettre l'émergence d'un nouveau régime de croissance, soutenable et harmonieux.

Daniel Cohen

ANNEXES



Annexe 1

Lettre de saisine



PREMIER MINISTRE

SECRETARIAT D'ETAT CHARGE DE LA PROSPECTIVE
ET DU DEVELOPPEMENT DE L'ECONOMIE NUMERIQUE

ARRIVÉE

Paris, le 19/03/2009

Le Directeur général

Le 23/3/09... N°... 1091...

Monsieur le Directeur Général,

La profonde crise qui frappe actuellement l'économie mondiale accélère la remise en cause de certaines de nos habitudes de vie. Insensiblement, par nécessité ou par choix, les Français et les entreprises adoptent de nouveaux comportements et de nouvelles valeurs qui s'écartent du modèle de l'hyperconsommation et du profit à court terme. Ces évolutions interviennent au moment où nous partageons tous la conviction que le retour de la croissance devra impérativement concilier la création durable de nouvelles richesses avec le respect des équilibres de la planète.

Je souhaite que le Centre d'analyse stratégique apporte toute son expertise pour prendre la juste mesure de ces transformations en cours. Vous vous efforcerez dans un premier temps d'évaluer l'ampleur de ces changements et d'examiner leurs impacts économiques, sociaux et culturels. Vous vous attacherez par la suite à identifier les caractéristiques de ce qui pourrait être un nouveau modèle de croissance.

Vous conduirez cette analyse en mettant en place un groupe de travail de haut niveau présidé par une personnalité qualifiée et associant des experts (économistes, sociologues, philosophes, spécialistes des tendances et des styles de vie...) ainsi que des représentants du monde associatif et de celui de l'entreprise. Ce groupe pourrait notamment s'appuyer sur un observatoire léger des effets de la crise sur les habitudes de vie.

Vos travaux devront conduire à un premier document d'orientation d'ici la fin du premier semestre 2009. Je souhaite disposer de vos conclusions et recommandations pour la fin du mois de septembre prochain.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur Général, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Bien à vous

Monsieur René SÈVE
Directeur Général du
Centre d'analyse stratégique
18, rue de Martignac
75007 Paris


Nathalie KOSCIUSKO-MORIZET

A

Annexe 2

Composition du groupe de travail

Président

Daniel Cohen, professeur d'économie à l'École normale supérieure, à l'université Paris-I et à l'École d'économie de Paris (directeur du Centre pour la recherche économique et ses applications, CEPREMAP)

Partenaires sociaux

Jean-Pierre Bompard, délégué à l'énergie, à l'environnement et au développement durable, CFDT

Gaby Bonnard, secrétaire national, CFDT

Jean Conan, secrétaire national, Pôle économie, CGC

Jean-Christophe Le Duigou, secrétaire, CGT

Philippe Moreau, président, CGPME des Pays de la Loire

Marie-Suzie Pungier, secrétaire confédérale, CGT-FO

Entreprises - Universitaires

Philippe Askenazy, économiste CNRS, PSE et CEPREMAP

Maya Bacache-Beauvallet, économiste, maître de conférences à Télécom ParisTech

Nicolas Buclet, responsable de l'équipe CREIDD, université de technologies de Troyes, Institut Charles Delaunay

Eric Chaney, chef économiste du Groupe AXA

Mercedes Erra, présidente exécutive d'Euro RSCG Worldwide

Manuel Flam, chargé de mission stratégique, croissance verte et compétitivité durable, Commissariat général au développement durable, DDD, MEEDATT

Laurence Fontaine, historienne, directrice de recherche au CNRS, co-animatrice à l'EHESS du séminaire « Économie et société »

Isabelle Garabuau-Moussaoui, socio-anthropologue, responsable du réseau « Sociologie de la consommation et des usages », Association française de sociologie, chercheure en entreprise

Bettina Laville, conseillère d'État, avocate associée, Cabinet Landwell & Associés

Pierre-François Le Louët, président-directeur général du cabinet de tendances Nelly Rodi

Nelly Rodi, présidente fondatrice du cabinet de tendances Nelly Rodi

Henri Rouilleault, administrateur de l'INSEE

Jean-François Tchernia, directeur de Tchernia Études Conseil

Henri Wallard, directeur général, IPSOS France

Rapporteurs du Centre d'analyse stratégique

Cécile Jolly, Département Travail, Emploi et Formation (DTEF)

Olivier Passet, chef du Département Affaires Économiques et Financières (DAEF)

Vanessa Wisnia-Weill, Département Questions Sociales (DQS)

A

Annexe 3

Contributions et auditions

Contributeurs externes

CRÉDOC

Évolution de la consommation et arbitrages face à la crise,
septembre 2008

Pascale Hébel, directrice du département « Consommation »

La consommation durable, septembre 2008

Bruno Maresca, directeur du Département « Évaluation des politiques publiques »

Anne Dujin, assistante à la direction du Département « Évaluation des politiques publiques »

La consommation de loisirs, septembre 2008

Bruno Maresca, directeur du Département « Évaluation des politiques publiques »

Manouk Borzakian, Département « Évaluation des politiques publiques »

L'accès des consommateurs aux biens et services : évolution et perspectives, septembre 2008

Philippe Moati, directeur de recherche, professeur, Groupe d'études sur la régulation et les mutations des économies (GERME), université Paris-Diderot

La consommation éthique et solidaire, septembre 2008

Thierry Mathe, chargé d'études au Département « Consommation »

Fanette Recours, chargée d'études au Département « Consommation »,
sous la direction de Pascale Hébel

Les nouveaux espaces de consommation, septembre 2008

Raphaël Berger, assistant de la direction du Département « Consommation »

Thomas Pilorin, chargé d'études au Département « Consommation »,
sous la direction de Pascale Hébel

TNS Sofres

Questionnaire téléphone Cati, Version 2, 14 août 2009

Sophie Champenois, chef de groupe, travail validé par Éric Chauvet,
directeur adjoint de département

Nouveaux modèles de croissance. Entreprises. Résultats détaillés, septembre 2009

Éric Chauvet, directeur adjoint de département

Sophie Champenois, chef de groupe

Audrey Talon, chargée d'études senior

Nouveaux modèles de croissance. Grand public/Salariés. Résultats détaillés, septembre 2009

Emmanuel Rivière, directeur de département

Sophie Champenois, chef de groupe

Audrey Talon, chargée d'études senior

Ce que la crise a changé dans la relation des salariés à leur travail et à leur employeur dans les principaux pays occidentaux,

septembre 2009

Muriel Humbertjean, directrice générale adjointe

Éric Chauvet, directeur adjoint de département

Contributeurs internes

Département Affaires Économiques et Financières (DAEF)

Estelle Dhont-Peltrault, Rémi Lallement, Caroline Lemoign, Clément Schaff

Département Recherche, Technologies et Développement Durable (DRTDD)

Aude Archer, Blandine Barreau, Johanne Buba, Hervé Pouliquen,

Christine Raynard

Département Travail, Emploi et Formation (DTEF)

Salima Benhamou, Yves Chassard (chef de département),

Jean-Louis Dayan, Christel Gilles, Mohammed Harfi, Tristan Klein

Service Veille, Prospective, International

Nathalie Bassaler, chef de service

Auditions

L'économie des effets utiles

Philippe Moati, CRÉDOC, GERME, Paris-Diderot

L'économie des services et la compétitivité des territoires

El Mouhoub Mouhoud, professeur à l'université Paris-Dauphine

L'avenir de l'automobile

Laurent Petizon et Nicolas Deniau, AlixPartners

Les mutations du secteur de la construction (bâtiments et travaux publics)

Hervé Trancart, MEDDAT-PUCA

Annexe 4

Évolutions sectorielles

Centre d'analyse stratégique
Département Recherche, Technologies
et Développement Durable

1. Secteur de l'alimentation

Au cours des crises qui ont ponctué le développement d'une consommation de masse, l'alimentation est restée la principale variable d'ajustement du budget des ménages français. En période de récession, ces derniers réalisent au moins un quart de leurs économies sur les dépenses alimentaires, en particulier celles dédiées au restaurant. La récession actuelle devrait voir le consommateur répliquer cette double tendance : diminution de la part du revenu dédié à l'alimentation et nouveaux arbitrages entre dépenses de loisir et satisfaction des besoins nécessaires.

À plus long terme, les conséquences de la crise de 2008 sont cependant plus difficiles à évaluer, du fait de transformations aussi récentes que profondes des modèles de consommation et de production.

D'une part, les Trente Glorieuses ont présidé à la convergence de la demande alimentaire entre les milieux sociaux : la hausse du niveau de vie a permis le développement d'une industrie agroalimentaire (IAA) et la progression de produits transformés au détriment de denrées « brutes », accélérant ainsi l'abandon du régime rural traditionnel. En aggravant les inégalités d'accès à l'alimentation, la crise pourrait consacrer le retour à un marché dual. L'évolution du risque lié à l'alimentation dans les catégories sociales défavorisées en est le signe le plus manifeste : auparavant exposées à la menace du manque, ces populations sont aujourd'hui confrontées à celle du déséquilibre alimentaire. Les évolutions constatées sur le marché restent peu explicites : si la baisse des dépenses alimentaires est avérée en volume (la consommation alimentaire ayant stagné en 2008), elle s'explique en partie par une réaction à la forte inflation des prix dans ce secteur au cours de l'année antérieure. L'impact de la crise s'est avant tout traduit par une évolution de la structure de la consommation, consacrée par le renoncement à certains produits.

D'autre part, l'accélération et la fragmentation continues des rythmes de vie de la société post-industrielle ont réorienté les fondamentaux de la demande. De plus en plus mobile, « l'hyperconsommateur » valorise le « prêt-à-manger » qui lui permet de satisfaire de nouvelles contraintes de temps. Revers de la médaille, le dérèglement des pratiques alimentaires témoigne d'une certaine perte de repères : la culture gastronomique traditionnelle, pourtant particulièrement structurante, n'a ainsi pu que retarder l'expansion du surpoids dans la population française, phénomène qualifié d'épidémie à l'échelle mondiale par l'OMS depuis la décennie 1980.

L'impact de la récession sur cette tendance à l'individualisation des modes de vie et sur la restructuration de la journée alimentaire dépendra en grande partie de deux déterminants émergents du comportement du consommateur :

- l'adéquation au discours nutritionniste et à l'idéal de minceur relayés par l'offre commerciale et les politiques publiques. Rendus trop onéreux du fait de la contraction du budget alimentaire des consommateurs, les produits du « marché de la minceur » et les « alicaments » ne feraient plus recette ;
- l'aspiration à la recréation de lien social, initialement née de la réaction à l'individualisme contemporain en rupture apparente avec les nouvelles interconnexions permises par les TIC, pourrait être exacerbée par le contexte de récession. La commensalité qui émerge autour de convives désormais autonomes montre d'ailleurs que la place du repas comme symbole fondamental du « vivre ensemble », particulièrement prégnante dans la société française, n'est pas remise en cause.

Enfin, de nouvelles exigences de « consommation durable » se sont affirmées. Il peut y avoir là un faux-semblant dont témoigne le développement de l'agriculture biologique. Le choix du consommateur est en effet essentiellement guidé par des considérations avant tout qualitatives et sanitaires plus que proprement environnementales. La figure du « *consomm'acteur* » s'est forgée au fil des crises sanitaires, qui ont notamment marqué les filières d'élevage. En réamorçant de telles préoccupations, la crise pourrait ouvrir de nouvelles perspectives de développement aux filières « biologiques », à l'aune d'un report de la demande des produits « santé » les plus coûteux. L'atteinte de l'objectif de la loi Grenelle, qui prévoit que les produits issus de l'agriculture biologique couvrent 20 % de la consommation nationale d'ici à 2020, suppose néanmoins de transformer profondément ces filières, voire de les réorganiser, afin de développer les rendements et d'abaisser les coûts de production. Une fois rentables, elles pourraient dépasser les 2 % des surfaces cultivables qu'elles représentent actuellement.

Le caractère polymorphe de la crise actuelle est cependant unique. Côté offre, les bénéficiaires seront ceux qui comprendront le mieux les fondamentaux et les voies de sortie des crises économique, écologique, sanitaire et sociale.

Réseaux « *hard discount* » en milieu citadin, mais aussi petits commerces, marchés traditionnels, Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP)... les filières qui combinent le respect des exigences sanitaires du consommateur à une réduction des intermédiaires propre non seulement à rendre les produits plus abordables pour le consommateur final mais aussi à satisfaire la demande de proximité sociale seront sans doute gagnantes.

Si elle a rapidement intégré le modèle de compétition par les coûts inauguré par les enseignes « *hard discount* » en développant notamment des gammes de marques de distributeurs (MDD), la grande distribution française doit toujours faire face au recul d'un modèle né de l'ère de l'abondance des années 1970 : elle peut ainsi escompter investir le canal du commerce électronique, qu'elle a abordé avec retard. Il s'agit de miser sur le double avantage compétitif de la proximité et du service apporté au consommateur afin de développer un marché aujourd'hui essentiellement urbain.

Dans un scénario de compétitivité durable, l'agriculture française pourrait concilier compétitivité et économie des ressources naturelles en combinant recherche variétale, relocalisation et traçabilité selon une stratégie qualitative repensée à l'échelle des territoires. Cette option satisferait les exigences sanitaires et environnementales : la multifonctionnalité de l'activité agricole la rend en effet productrice d'externalités environnementales et territoriales vertueuses, propres à concrétiser une consommation « responsable » qui reste aujourd'hui incantatoire pour une majorité de Français.

2. Secteur du textile et de l'habillement

Après plus de deux décennies de profonds bouleversements marqués par des vagues de délocalisations et l'arrivée des chaînes spécialisées sur le marché de la distribution, le secteur du textile-habillement semble avoir achevé sa mutation. Désormais repositionné sur les activités de conception et de distribution en France, ce secteur possède aujourd'hui un réel dynamisme : les marques françaises sont extrêmement prisées à l'étranger et la France reste une référence en mode et habillement, en particulier dans le haut de gamme et le luxe.

La crise économique, pourtant particulièrement virulente, ne semble pas avoir affecté la filière dans des proportions aussi extrêmes qu'en 1974 et 1981. Pourtant, ses effets sur la production pourraient remettre en question les perspectives prometteuses du secteur textile-habillement :

- la crise a accéléré les importations en provenance des pays émergents, en particulier de Chine (+ 16 % au premier trimestre de 2009) et de

l'Inde (+ 8 % au premier trimestre de 2009). Les distributeurs, soucieux de préserver leurs marges, se sont en effet tournés vers des fabricants étrangers aux coûts de production faibles, au détriment des fabricants français ;

- la crise a augmenté le déséquilibre entre grandes entreprises et PME, les grandes entreprises faisant porter la majeure partie du risque financier par les PME qui peinent à traverser la conjoncture difficile ;
- la crise voit un risque de disparition des derniers façonniers français et avec elle la perte d'un savoir-faire unique. La disparition de ce maillon stratégique handicaperait la relance du secteur à beaucoup plus long terme : en détruisant la réputation des marques françaises d'une part (réputation qui repose sur la créativité mais aussi la qualité du vêtement et de ses finitions) ; en rendant impossible la création de nouvelles marques de vêtements d'autre part (dans les premiers temps, une nouvelle marque ne peut sous-traiter la fabrication de ses vêtements à l'étranger, ce qui rend nécessaire la présence de tous les maillons de la chaîne sur le territoire).

Mais la crise modifie également les comportements des consommateurs et révèle de profondes transformations démographiques et écologiques, qui pourraient refonder la demande du secteur à long terme. Un recul de la consommation en valeur dans le secteur alerte désormais les experts, qui voient émerger la remise en cause d'une société de consommation :

- cette évolution conduit à une diversification des modes de consommation : les comportements des consommateurs s'individualisent et le consommateur souhaite que l'offre de vêtements soit en mesure de répondre à ses aspirations personnelles ;
- elle améliore le rapport qualité/création/prix des vêtements : les consommateurs deviennent de plus en plus exigeants sur la transparence et la traçabilité des vêtements qu'ils portent. Il sera de moins en moins possible pour une marque de vendre cher un produit qui n'est pas de qualité. La crise voit ainsi l'émergence d'une mode responsable. Les consommateurs auront toutefois plus tendance à faire durer les produits qu'à se reporter vers des produits dits « éthiques » ;
- la crise favorise enfin le développement de la vente de mode en ligne, les consommateurs ayant cherché à profiter des « bonnes affaires » sur Internet. Mais Internet rend également le consommateur plus critique sur ses achats, ce qui lui confère un nouveau pouvoir.

Ces bouleversements rendent nécessaire la plus grande réactivité de la part des entreprises françaises. Si la crise est lourde de conséquences pour le secteur du textile-habillement, elle représente aussi une formidable occasion pour les entreprises de se renouveler et d'innover. À la multiplication des nouveaux modes de consommation en habillement doit répondre une multiplication de concepts ou de « *business models* » innovants, capables

d'anticiper les aspirations des consommateurs. Ces modèles doivent s'appuyer sur un certain nombre de leviers, tels que l'exportation (en particulier vers les marchés émergents), le vêtement bio et équitable, l'innovation technologique et immatérielle, une logistique et une gestion efficaces.

Afin de favoriser le développement de ce secteur, un certain nombre de politiques publiques pourrait être mis en œuvre. Il s'agirait de :

- soutenir les maillons clés de la filière tels que les façonniers afin d'empêcher la disparition de savoir-faire, préserver l'image de marque française et permettre la création de nouvelles entreprises ;
- développer la formation et mettre en œuvre des politiques permettant d'attirer des personnes brillantes dans un secteur souffrant depuis plusieurs années d'une mauvaise réputation ;
- mettre en place des mécanismes de financement et d'assurance permettant aux entreprises vulnérables de mieux gérer leur trésorerie (financement sur bon de commande, assurance crédit) ainsi que des aides à la création ;
- développer la création de nouveaux concepts et de nouveaux marchés d'avenir par la constitution de nouveaux pôles de compétitivité favorisant l'innovation technologique et de « clusters de l'immatériel » (ou mise en relation d'entreprises, instituts et personnes provenant d'horizons variés) ;
- créer un label pour le vêtement bio et éthique, connu et reconnu par le consommateur pour permettre à ce nouveau marché de prendre son essor.

3. Secteur de l'énergie

Nous devons entamer sans retard une transition énergétique pour réduire nos émissions de gaz à effet de serre

Le risque d'un désastre environnemental planétaire dans la seconde moitié de ce siècle ne fait plus guère de doute en l'absence de politiques énergétiques et environnementales vigoureuses dans les pays développés et émergents. Le rapport Stern a démontré combien il était important de s'engager dès maintenant dans la transition pour rester dans un niveau de dépenses supportable. Tout retard ou report des efforts conduira à des coûts supplémentaires d'adaptation considérables pour les générations futures.

Un objectif de réduction drastique des émissions, tel que la division par deux en 2050 au plan mondial, n'est pas facile à atteindre. Certains pays industrialisés, dont la France, ont déjà réussi à stabiliser et même à réduire

leurs émissions grâce aux efforts engagés dans le Protocole de Kyoto. L'écart entre l'Europe et les États-Unis sur la période 1990-2005 est à ce titre édifiant. Mais la route est longue pour les nations les plus industrialisées qui soutiennent l'objectif du facteur 4 en 2050.

Compte tenu du phénomène enclenché de rattrapage, les pays émergents (Chine, Inde...) devraient conserver à court et moyen terme une croissance économique plus soutenue, qui va nécessiter une poursuite de la croissance de leur consommation énergétique : il leur sera très difficile dans la prochaine décennie d'inverser leur courbe d'émissions.

S'agissant des hydrocarbures, la demande de ces pays continuera de croître au cours des prochaines années, maintenant une pression à la hausse sur les prix du pétrole et des variations cycliques ou erratiques liées à des « désadaptations » plus ou moins durables entre l'offre et la demande ou à des événements géopolitiques par nature imprévisibles.

Comme l'a décidé l'Union européenne, il est impératif d'engager sans délai des actions permettant de se placer vers 2020 sur une « trajectoire vertueuse » pour faire face aux différents scénarios à très long terme (2050 et plus), en particulier dans une perspective de division par deux des émissions mondiales de gaz à effet de serre. Il s'agit parallèlement de se préparer aux défis du long terme, en amorçant dès maintenant des *politiques structurantes* qui ne pourront porter effet que sur la longue durée (aménagement du territoire, recherche et développement, formation aux nouveaux métiers et marchés, évolutions sociétales). S'agissant de perspectives de long terme, il est évidemment de bonne politique d'envisager des objectifs très ambitieux, voire extrêmement ambitieux (« facteur 4 »).

Le Grenelle de l'environnement en France a pris pour objectif de réduire de 20 % les émissions de GES d'ici à 2020 et cherche à placer ainsi la France dans la trajectoire d'une réduction par quatre des émissions européennes à l'horizon 2050.

Les effets de la crise sur les émissions de gaz à effet de serre sont contradictoires : baisse à court terme mais abandon des dépenses préparant les réductions de long terme

À court terme, la crise conduit à une baisse importante de la production industrielle et donc de la consommation énergétique et des émissions de gaz à effet de serre. Ce ralentissement économique devrait faciliter l'atteinte des objectifs de réduction à 2020.

Cependant, la crise entraîne aussi une diminution des investissements (notamment dans la baisse des émissions et la substitution des énergies) et des efforts de R & D : de nombreux projets de production d'énergie à base de renouvelables sont ainsi remis en question.

La lutte contre le changement climatique peut redonner du sens à une mondialisation qui repose principalement sur la concurrence économique

Si, pour reprendre l'expression de Luc Ferry, la mondialisation actuelle et l'histoire « tendent à n'être plus que le résultat mécanique de la libre concurrence », la lutte contre le changement climatique redonne une signification à l'action collective (États, GIEC, collectivités...) et individuelle. Il s'agit de préserver non seulement la planète, mais aussi le bien-être des générations futures. Cette lutte donne par là un sens à l'engagement de chaque citoyen. Ainsi s'expliquent en grande partie le succès du Grenelle de l'environnement, le vote à l'unanimité des députés et des sénateurs de la loi correspondante et, plus récemment, les résultats observés lors des élections européennes.

Encore serait-il nécessaire au plan international que les différents États s'entendent à Copenhague pour tracer les suites d'un post-Kyoto et lancer ainsi un nouvel engagement international dans la lutte contre le changement climatique sans lequel l'effort de chacun serait vain...

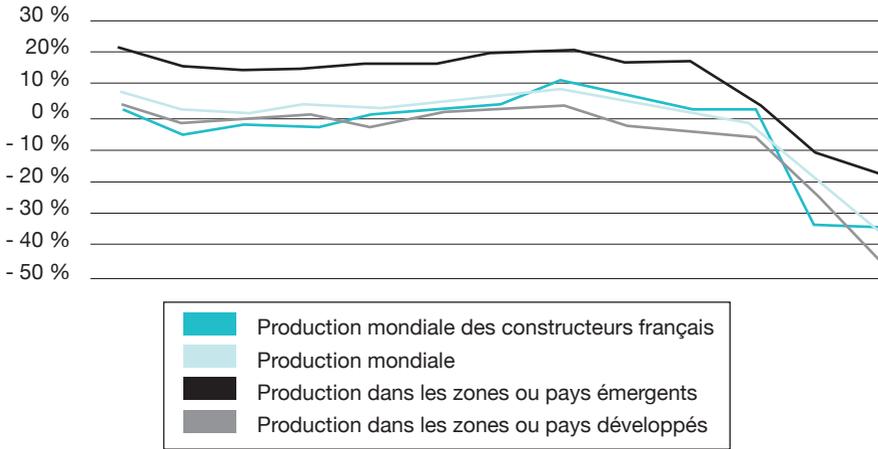
4. Secteur du transport

« *L'American way of life* n'est pas négociable » : cette déclaration du président George Bush Senior, restée célèbre, a longtemps encouragé les Américains à ignorer la lutte contre le changement climatique et à consommer le pétrole à outrance, sans chercher à concevoir des automobiles plus économes... Le dépôt de bilan, le premier juin 2009, de General Motors (GM), ex-numéro un du secteur automobile et dont plusieurs marques et modèles – Pontiac, Cadillac, Chevrolet Corvette et autres Hummer — ont incarné le rêve américain, est le signe le plus manifeste de cette absence d'anticipation et d'une évolution de l'industrie automobile correspondant à la remise en cause d'un style de vie désormais trop coûteux... La hausse en 2008 des prix du pétrole, rendue plus sensible au consommateur américain par la quasi-absence de taxe sur les carburants, ainsi que la crise des « subprimes », ont précipité la chute des véhicules les plus consommateurs d'énergie et les plus émetteurs d'émissions de gaz à effet de serre. L'automobile américaine n'a pas disparu pour autant, bien au contraire : « Ce jour marque la fin d'un ancien GM et le début d'un nouveau GM (...), symbole de nouveaux États-Unis d'Amérique », a déclaré le président Barack Obama début juin 2009, à propos de la restructuration de l'industrie automobile.

La crise marque ainsi la fin de l'automobile de grande masse fortement consommatrice de pétrole et hautement émettrice de gaz à effet de serre,

et conduit à une restructuration mondiale de la production automobile. La longue période de croissance que nous avons connue au niveau mondial a pris fin au quatrième trimestre 2008.

Variation en glissement annuel de la production tous véhicules



Sources : OICA, CCFA¹

Les États, par leurs différents plans de relance, se tournent vers des mesures destinées à encourager leur industrie automobile nationale – mesures souvent proches du protectionnisme. Signe de l'évolution technologique en cours, les constructeurs européens mettent sur le marché des voitures plus faiblement émettrices, tandis que les autorités publiques au niveau européen limitent les émissions de CO₂ des véhicules vendus et qu'en France s'instaure le bonus/malus. Le consommateur est de plus en plus incité à se tourner vers des véhicules économes en émissions. La taxe carbone devrait renforcer cette tendance.

En France, cette crise s'est traduite par un simple ralentissement des ventes automobiles (- 0,7 % de 2007 à 2008), grâce notamment à l'instauration du bonus/malus, mais elle met surtout en évidence un déclin de la production automobile qui a commencé en réalité depuis plusieurs années. La production de véhicules en France² par les constructeurs français et étrangers est passée de 3,67 millions d'unités en 2004 à 2,57 millions en 2008, soit une diminution de 30 %. Avant même la crise, Renault et PSA produisaient en France près de 40 % de moins de voitures particulières qu'en 2004.

De plus, le recours à des sous-traitants étrangers, parfois extra-européens, est de plus en plus fréquent. En ce sens, la crise actuelle ne fait que prolonger

1 - OICA : Organisation internationale des constructeurs d'automobiles. CCFA : Comité des constructeurs français d'automobiles.

2 - Source : CCFA.



l'ajustement douloureux des sous-traitants de l'automobile par rapport à la baisse de la production automobile nationale. Les effectifs¹ des équipementiers automobiles ont diminué de 25 % entre 2004 et 2008, tandis que ceux des constructeurs automobiles ont baissé de 12,4 %. Les États généraux de l'automobile organisés en France début 2009 ont donc eu pour ambition de refonder la filière automobile, qui employait jusqu'en 2008 environ 10 % de la population active française (soit environ 2,4 millions d'emplois directs et indirects, correspondant à la filière au sens large du terme) et qui, du fait de la crise économique et financière, continue à fléchir depuis le quatrième trimestre 2008.

Toutefois, si l'on distingue stocks et flux dans la filière automobile, c'est-à-dire l'usage et la production de l'automobile, il apparaît que la crise actuelle ne met pas en péril l'ensemble des 2,4 millions d'emplois de ce secteur. Le nombre d'emplois menacés est évalué par l'OFCE² à 737 000 : il s'agit des emplois induits directement et indirectement par l'activité de production des véhicules neufs, et non ceux liés à la gestion du parc automobile (1,7 million). Si 10 % des actifs travaillent bien dans la filière automobile (stocks et flux confondus), seuls 3 % dépendent directement de la production automobile et sont affectés par la crise dans ce secteur.

La filière automobile (constructeurs français et équipementiers) a supprimé 34 500 emplois sur la période allant de janvier à août 2009³, contrebalancés par 6 000 créations de postes, soit une perte nette de 28 500 emplois.

Cette crise pose également le défi du véhicule du futur : véhicule classique à essence mais avec une consommation divisée par deux, véhicule « low cost », hybride électrique, 100 % électrique, etc. Les constructeurs se positionnent sur ces futurs créneaux : tous n'en sortiront pas gagnants... Entre 2005 et 2009, la production automobile française a perdu environ 500 000 emplois (sur une base de plus de 3 millions en 2005). La construction de véhicules électriques pourrait permettre d'en regagner de l'ordre de 30 % d'ici à 2015, soit 150 000 emplois⁴.

Cette transformation de l'industrie automobile correspond-elle pour autant à une évolution du comportement du consommateur, qui se détournerait de la voiture pour emprunter d'autres modes de transport ou qui repenserait ses déplacements ? La question est complexe : les enquêtes Déplacements réalisées en 2006 dans plusieurs villes françaises semblent montrer, pour la première fois, une baisse de l'usage de la voiture. Elles restent cependant à confirmer.

1 - Service statistique du secrétariat d'État à l'Industrie (SESSI), enquêtes annuelles d'entreprise.

2 - OFCE (Observatoire français des conjonctures économiques), Centre de recherche en économie de Sciences Po, Sylvain Barde, 10 février 2009.

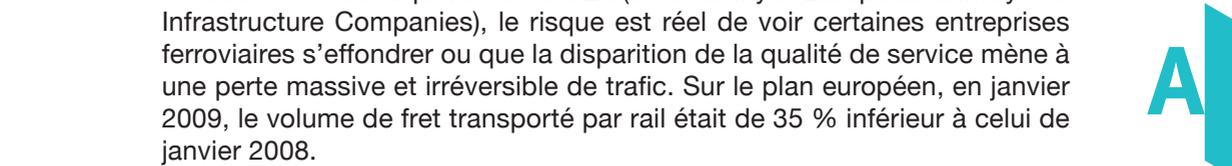
3 - Observatoire de l'investissement, analyse de la filière automobile réalisée par Trendeo, 11 septembre 2009.

4 - Mavel, www.mavel.com, Jean-Michel Prillieux.



Dans ces conditions, un espace de liberté se dessine pour la mise en place de services de mobilité et de transport reposant sur de nouveaux produits (Vélib', véhicule urbain tout électrique, véhicule « low cost ») et de nouveaux services économiques (autopartage, covoiturage, location de batteries), dès lors qu'ils s'avéreront rentables... Malgré la retombée des prix du pétrole, la crise, relayée par les fonds publics prévus par le plan de relance, constitue donc une forte opportunité pour envisager de nouveaux modèles et services de mobilité sur lesquels la reprise de la croissance agira comme un révélateur de solidité économique.

Le transport de marchandises subit également la crise de plein fouet. Dans le secteur du transport routier, le ralentissement économique actuel a conduit à une baisse de près de 20 000 emplois au premier semestre 2009 par rapport au premier semestre 2008, baisse qui devrait atteindre 40 000 emplois à la fin de l'année 2009. Le fret ferroviaire n'est pas épargné et se trouve même durement touché, puisqu'il est intimement lié à la croissance économique. Selon la CER (Community of European Railway and Infrastructure Companies), le risque est réel de voir certaines entreprises ferroviaires s'effondrer ou que la disparition de la qualité de service mène à une perte massive et irréversible de trafic. Sur le plan européen, en janvier 2009, le volume de fret transporté par rail était de 35 % inférieur à celui de janvier 2008.



A

Annexe 5

Nouveaux modèles de croissance : grand public et salariés

Synthèse du sondage TNS Sofres

Éric Chauvet et Claudia Schanze
TNS Sofres, Département Stratégies d'opinion

Octobre 2009

Cette enquête a été réalisée à la rentrée 2009, un an après le début de la crise financière devenue crise économique mondiale, auprès d'un échantillon national représentatif de 1 001 Français, âgés de 18 ans et plus, et d'un sur-échantillon de 200 salariés français, du 20 août au 1^{er} septembre. L'enquête permet donc d'étudier les perceptions des salariés quant à la crise et à son impact sur leur vision du travail, en s'appuyant sur une base solide de 545 interviews.

Il importe de rappeler en préambule, afin de mettre en perspective les résultats obtenus, que la crise économique s'inscrit dans un contexte où les Français éprouvaient déjà une crise du pouvoir d'achat, laquelle s'ajoutait à une crise sociale devenue chronique après trente ans de chômage de masse. Nos enquêtes, notamment qualitatives, montrent que la crise n'est pas apparue à leurs yeux comme « un coup de tonnerre dans un ciel bleu ». Elle exerce plutôt une fonction de révélateur : elle vient nommer un phénomène que les Français ressentaient déjà et suscite même un certain soulagement dans la mesure où, enfin, les « élites » du pays reconnaissent le « mal-être » préexistant. L'étude permet ainsi de faire le point sur ce que la crise change – ou non – dans les perceptions et les réactions des salariés face à ce nouveau contexte.

1. Une crise « attendue », surmédiatisée et anxiogène ?

1.1. Une crise attendue

La conviction que la crise dépasse sa « simple » dimension économique ressort de la plupart de nos enquêtes qualitatives mais aussi des baromètres sur le moral et les préoccupations des Français (qui relèvent un pessimisme dominant voire écrasant depuis... les années 1970, à l'exception de la courte embellie de l'an 2000). Cette conviction explique les jugements globaux sur la crise.

L'écrasante majorité des Français (80 %) et des salariés (78 %) pense que « c'est une crise que l'on aurait pu prévoir ». Près de la moitié est même « tout à fait d'accord » avec cette affirmation. En outre, cette opinion est largement partagée par toutes les catégories de population, cadres et ouvriers, jeunes et seniors... Une telle unanimité s'explique probablement par la prégnance des opinions hostiles au capitalisme financier, qui atteignent en France des niveaux nettement plus élevés que dans les autres économies développées (ou dans les pays émergents).

1.2. Une crise surmédiatisée

Aux yeux des Français, la crise suscite une trop forte médiatisation. Ils sont environ trois sur quatre à déclarer que « c'est une crise dont les médias ont trop parlé » et « c'est une crise dont les médias parlent trop ». 43 % d'entre eux s'estiment « tout à fait d'accord » avec ces deux affirmations.

Au sein de la population salariée, cette posture distingue toutefois deux populations :

- les « élites » paraissent plus intéressées par le thème de la crise : seuls un quart des cadres et un tiers des diplômés du supérieur se disent « tout à fait d'accord » ;
- deux populations sont en revanche beaucoup plus critiques sur ce traitement médiatique : les jeunes (54 % des moins de 30 ans et 61 % des moins de 25 ans estiment « tout à fait » que les médias en parlent trop) et les employés/ouvriers (51 % de « tout à fait »).

1.3. Une crise anxiogène ?

Le caractère anxiogène de la crise est plus délicat à analyser. 54 % des Français et 50 % des salariés déclarent « c'est une crise qui me fait peur ».

Dans le contexte de médiatisation de cette crise et de montée du chômage, il est tentant de mettre en exergue que près de la moitié des Français affirment que la crise ne leur fait pas peur ! Il est d'ailleurs symptomatique de constater que les salariés se montrent moins inquiets que la moyenne. En effet, les catégories se déclarant les plus anxieuses (chômeurs, retraités et femmes au foyer) n'occupent pas un emploi qu'elles pourraient perdre ! À l'inverse, les jeunes, déjà les plus critiques quant au traitement médiatique, s'affichent comme les plus sereins (60 % répondent « elle ne me fait pas peur »).

Au sein de la population salariée, on notera que deux critères semblent très corrélés à la peur de la crise :

- les femmes se déclarent nettement plus inquiètes (58 %, soit 16 points de plus que les hommes) ;
- plus classiquement, les cadres ne sont « que » 39 % à déclarer avoir peur, contre 50 % pour les autres catégories professionnelles. La faiblesse de l'écart mérite toutefois d'être notée : le temps où les cadres se pensaient à l'abri des crises est bel et bien révolu ;
- le score des ouvriers peut en revanche paraître surprenant dans un contexte où la désindustrialisation et les conflits dans l'industrie (Continental, Molex, etc.) sont fortement médiatisés : seule la moitié d'entre eux dit avoir peur.

2. La moitié touchée aujourd'hui, tous demain ?

Au-delà de ce sentiment (subjectif) de peur, la crise semble bien réelle pour la moitié des Français qui se déclarent atteints *personnellement*, une proportion que l'on retrouve aussi bien auprès de la population globale que des salariés.

Cet impact est encore plus important lorsqu'on élargit à l'environnement proche : pour environ deux tiers des Français (et 62 % des salariés), la crise touche déjà des proches, une position particulièrement affirmée au sein de la population ouvrière (41 % « tout à fait » contre 20 % seulement pour les professions intermédiaires) ainsi que, de façon plus surprenante, au sein des entreprises publiques.

Si l'impact de la crise paraît déjà élevé « ici et maintenant », son effet potentiellement délétère s'exprime de façon beaucoup plus large lorsqu'on se projette sur l'avenir. Presque personne ne se pense à l'abri : 85 % des salariés estiment qu'ils pourraient être touchés à l'avenir, une crainte forte pour la moitié, qui répond même « tout à fait ». Il est intéressant de noter que le niveau d'études influe beaucoup plus sur ce sentiment que le

statut professionnel : 57 % des diplômés du secondaire technique en sont convaincus contre 39 % des salariés du supérieur, alors que cadres et ouvriers divergent peu sur ce point. Lorsqu'on élargit à l'entourage proche, le niveau d'inquiétude progresse légèrement (91 % d'inquiétude dont à nouveau la moitié de « tout à fait »).

Au final, cela signifie que seule une très faible partie de la population se sent à l'abri de la crise (18 % des Français et 15 % des salariés). Il s'agit surtout, logiquement, des fonctionnaires (27 %) et des retraités (24 %). Pour la population salariée, on retrouve le moindre pessimisme des moins de 30 ans (22 %). Toutefois, le résultat le plus intéressant réside dans les faibles différences entre statuts professionnels : cadres, professions intermédiaires, employés et ouvriers donnent à peu près les mêmes réponses. Il s'agit donc bien ici d'un sentiment général que « personne n'est à l'abri », ce qui ne signifie pas que tout le monde pense qu'il sera *effectivement* touché.

Il importe également de déterminer ce que signifie « être touché ». En l'occurrence, l'étude apporte une réponse claire : cela ne signifie pas nécessairement perdre son emploi :

- un tiers des salariés se sent menacé dans son emploi (dont 10 % « beaucoup »), la proportion montant toutefois à la moitié pour les moins de 25 ans ;
- les deux tiers ne se sentent pas vraiment menacés (et 29 % pas du tout).

3. L'hypercrise du pouvoir d'achat

3.1. La crise : un impact majeur sur les revenus...

Pourquoi la quasi-totalité des salariés craint-elle d'être impactée quand les deux tiers n'ont pas vraiment d'inquiétude sur leur emploi ? On retrouve ici le paradoxe d'un traitement médiatique de la crise orienté quasi exclusivement sur la question de l'emploi. Les 600 000 emplois détruits tendent ainsi à faire oublier que si 2 % des salariés ont perdu leur emploi... 98 % l'ont conservé. De surcroît, cette résistance du marché du travail est également due à la mise en place de dispositifs de flexibilisation ayant permis de privilégier l'emploi par rapport aux revenus (cf. l'exemple emblématique de Renault).

Ainsi, les salariés interrogés affirment être confrontés à d'importantes pertes de pouvoir d'achat du fait de la crise :

- moins d'augmentation que les années passées (41 %) ;
- moins de primes, bonus, etc. (31 %) ;
- moins d'heures supplémentaires à effectuer (20 %) ;

- les autres sources de pertes de revenus apparaissent moins répandues : 10 % pour la diminution de salaire (un item probablement mal compris par certains) et 9 % tant pour le chômage partiel que pour l'imposition d'une réduction du temps de travail.

Dans l'ensemble, toutes les catégories de salariés sont touchées dans des proportions proches, ce qui explique en partie pourquoi toutes s'estiment atteintes par la crise dans des proportions similaires. On note néanmoins que :

- les ouvriers sont plus souvent victimes de reculs, en particulier pour les heures supplémentaires (34 %) mais aussi, dans une moindre mesure, par l'imposition du temps partiel ou de congés sans solde (13 %) et du chômage partiel (13 %) ;
- les cadres sont logiquement plus touchés par la baisse des revenus variables (43 % contre 27-28 % des employés et ouvriers).

C'est donc avant tout par son impact sur le pouvoir d'achat que la crise touche les salariés (et leurs proches), d'autant qu'elle survient après plusieurs années où cette problématique a constitué une des principales préoccupations des Français. Les craintes sur l'avenir correspondent au moins autant à des anticipations de pertes de revenus qu'à des craintes sur son emploi (qui, rappelons-le, ne sont véritablement exprimées « que » par le tiers des salariés).

3.2. ...qui rejaillit sur la consommation

Par conséquent, la crise accentue la contrainte, autrement dit « c'est une crise qui m'oblige à changer mes comportements de consommation ». De façon assez surprenante, cette opinion est – légèrement – moins répandue chez les salariés (60 %) que dans la population générale (64 %).

Dans la population générale, on notera que les femmes (72 % contre 56 % seulement pour les hommes), en particulier au foyer (77 %), partagent beaucoup plus ce sentiment. Par ailleurs, si les chômeurs sont les plus touchés (du fait de ceux qui le sont devenus...), il est intéressant de noter que les réponses des retraités et des salariés occupés sont identiques (64 %) ! Il semble ainsi que l'impératif d'un nouveau mode de consommation affecte toutes les populations, que leurs revenus diminuent objectivement ou non. Seule exception, les jeunes de moins de 25 ans (54 %) et en particulier les étudiants (50 %) semblent un peu moins concernés.

Si on se concentre sur la population salariée, plusieurs résultats interpellent :

- les différents statuts adoptent globalement des postures très proches (57 % chez les cadres contre 61 % chez les ouvriers) ; il faut se concentrer sur les scores extrêmes pour trouver des différences et encore ces

dernières restent plutôt faibles par rapport à ce que l'on aurait pu attendre (26 % de réponses « tout à fait » pour les cadres contre 37 % pour les ouvriers) ;

- on retrouve une posture de modification des comportements beaucoup plus affirmée chez les femmes. Cet élément mériterait des approfondissements : le plus souvent responsables des achats quotidiens, ont-elles davantage conscience des arbitrages pour les produits de grande consommation ? Retrouve-t-on ici le phénomène de « descente en gamme » évoqué par certains panels de consommateurs ?
- l'âge joue également : les plus de 40 ans (66 %) affirment changer davantage que les plus jeunes (53 % pour les moins de 30 ans) ;
- l'éducation influe bien davantage sur ces comportements que le statut : les titulaires de diplômes avant le Bac se déclarant parmi les plus touchés (70 %).

Illustration concrète par la consommation de loisirs

Un Français sur deux déclare dépenser moins pour ses loisirs, pour économiser de l'argent, contre 48 % pour qui la crise n'a rien changé (les taux de réponse des salariés sont très similaires : 46 % contre 50 %). Sur cet exemple précis, en revanche, on retrouve les différences socioprofessionnelles classiques : les cadres se déclarent bien moins touchés (33 % disent avoir réduit leurs dépenses de loisirs) que les autres catégories (50 % en moyenne), les plus touchés étant à nouveau les moins diplômés (BEPC/CAP/BEP).

4. Le travail : la crise comme catalyseur des tendances passées

4.1. La crise ne semble pas bouleverser le travail au quotidien

Deux questions permettaient de recueillir le sentiment des salariés sur l'évolution de leur travail du fait de la crise : en termes de quantité de travail et en termes de qualité des relations au travail. On observe bien un impact, mais plutôt limité :

- plus de la moitié des salariés (58 %) estiment que la crise n'a pas affecté leur charge de travail, les autres se partageant presque également entre « plus » et « moins » de travail. À nouveau, les ouvriers se distinguent par une proportion nettement plus élevée de réponses « moins de travail » (33 %) ;
- les relations de travail n'apparaissent quasiment pas modifiées par la crise. 79 % des salariés estiment ainsi que leurs relations avec les

dirigeants de l'entreprise n'ont pas changé (15 % seulement considérant qu'elles sont moins bonnes). Des scores très proches de ceux observés pour les supérieurs hiérarchiques directs, seuls les plus jeunes ressentant une dégradation sensible (32 % pour les moins de 25 ans). Les relations avec les collègues sont quasi unanimement perçues comme inchangées. Seules celles avec les clients paraissent un peu affectées : deux tiers « inchangées » contre 21 % « moins bonnes », en particulier pour les cadres (35 %).

4.2. La valeur travail à son zénith

Selon les résultats de notre étude, la valeur travail reste incontestablement un lien social et vecteur d'intégration très fort car pour la quasi-totalité des Français « le travail est essentiel pour trouver sa place dans la société » (93 % dont 63 % « tout à fait ») et « pour s'épanouir personnellement » (90 % dont 54 % « tout à fait »).

Un clivage générationnel existe, mais à la marge. Si les retraités et, dans une moindre mesure, les quinquagénaires sont les plus convaincus, les moins de 25 ans sont tout de même 82 % à juger le travail essentiel pour s'épanouir et 90 % à le juger essentiel pour trouver sa place dans la société... La génération Y valorise presque autant le travail que les générations d'après-guerre !

Les réponses extrêmes permettent de mieux mesurer l'impressionnante progression de la valeur travail depuis le début de la décennie. Le travail est ainsi jugé :

- à 62 % « tout à fait » essentiel pour trouver sa place dans la société, contre 44 % en 2005 (et 30 % environ en 2003) ;
- à 54 % « tout à fait » essentiel pour s'épanouir personnellement contre 34 % en 2005 et 25 % environ en 2003 ;
- sur ces deux thèmes, les réponses les plus convaincues (les seules pouvant évoluer puisque dès le début des années 2000 les opinions « d'accord » étaient quasi unanimes) ont donc doublé depuis 2003 !

La force de la valeur travail ne se réduit pas à son rôle intégrateur. Dans un pays où le travail revêt un caractère beaucoup plus passionnel que dans les autres grands pays développés, la « société sans travail » suscite un rejet unanime et toujours plus intense de la part des Français :

- 86 % des Français rejettent l'idée selon laquelle « il faudrait que l'on aille vers une société où il ne soit plus nécessaire de travailler », dont 66 % qui la rejettent tout à fait, soit un progrès de 24 points depuis 2005 ;
- 72 % ne sont pas d'accord avec la phrase « les gens ne devraient pas être obligés de travailler s'ils ne le souhaitent pas », dont 51 % la rejettent tout à fait, soit 12 points de plus qu'en 2005.

Loin des discours sur « la perte de la valeur travail » que nos études ont toujours infirmés, c'est bien à un renforcement continu de cette dernière que nous assistons. Le rejet de la société sans travail est sans doute à mettre en parallèle avec une autre tendance de fond : le rejet de l'assistanat.

Le travail est-il ainsi devenu la valeur ultime ? La réponse est clairement non. *In fine*, la vie de famille demeure la principale source de satisfaction dans la vie pour une large majorité des Français : 69 % la citent en premier, contre 14 % seulement qui citent le travail. Le travail occupe néanmoins clairement le deuxième rang de la hiérarchie, tant auprès des Français en général que des salariés en particulier. Au total, la moitié des salariés (50 %) cite le travail, loin devant les relations affectives (32 %), les loisirs (19 %) ou les engagements citoyen et associatif (8 %). On note toutefois une forte différence entre salariés d'entreprises publiques (38 % pour le travail) et privées (52 %). Les moins de 30 ans le citent également un peu moins, surtout au profit des loisirs.

4.3. Le travail : intérêt, plaisir, dynamisme... et stress

Dans ce contexte, il n'est pas très surprenant que le travail suscite des évocations positives. Sur une liste comprenant sept termes :

- les trois premiers choisis pour qualifier le travail sont positifs : dynamisme (52 % des salariés), intérêt (50 %) et plaisir (37 %) ;
- le premier mot négatif, le stress, apparaît au quatrième rang, cité par 38 % des salariés ;
- les autres termes négatifs (corvée, ennui et souffrance) sont cités par moins de 10 % des salariés !

Ces chiffres très positifs surprennent néanmoins, compte tenu de la façon dont le travail est évoqué habituellement. Ils restent cohérents avec les résultats de nos autres études qui montrent qu'une très large majorité des salariés (les deux tiers *a minima*) aime son travail, apprécie son manager et son entreprise. Toutefois, si la souffrance au travail paraît très minoritaire, le score obtenu par le stress interpelle. Il est probable que ce dernier « fédère » les évocations négatives.

Ces évocations sont de surcroît assez transversales, les différences par catégories apparaissant faibles. Il est intéressant de noter que l'intérêt est cité en premier par 29 % des cadres et... 29 % des ouvriers (les cadres le citent toutefois davantage que les autres catégories au global).

4.4. Nouvelles attentes au travail dans le contexte de crise ?

Dix attentes relatives au travail étaient testées dans l'étude. Toutes ou presque sont quasi unanimement perçues comme importantes. En revanche,

l'étude des réponses « très importante » permet d'établir la hiérarchie de ces attentes.

Ambiance et intérêt : les attentes clés

Les motivations les plus fédératrices sont l'ambiance au travail (73 % « très importante » et même 87 % pour les moins de 25 ans) et l'intérêt du travail (67 %), bien avant les salaires. Toutefois, il importe de préciser qu'il ne s'agit pas d'une nouveauté : ces deux attentes sont depuis bien avant la crise prioritaires aux yeux des salariés et ressortaient déjà comme telles dans l'enquête Valeurs de 2008.

Rémunération : repli conjoncturel ?

En revanche, la rémunération (43 %), qui apparaissait presque au même niveau que les attentes ci-dessus dans l'enquête Valeurs, est à présent en net retrait. Il faut sans doute y voir un effet de la crise, qui tend à réduire les revendications salariales, dans les enquêtes et dans les entreprises. Ainsi, dans la dernière édition de notre Observatoire international des salariés, le sentiment d'équilibre du contrat (« entre ce que vous donnez et ce que vous recevez, vous sentez-vous gagnant, perdant... ») apparaît en nette hausse. De même, 52 % des salariés se déclarent satisfaits de leur rémunération (66 % pour les cadres), un niveau que nous mesurons en 2005 mais qui s'était dégradé à 47 % début 2007. Il s'agit sans doute ici d'un effet *conjoncturel* de la crise. Dès que la sortie de crise sera avérée, les revendications salariales repartiront à la hausse.

Classiquement, l'importance accordée à la rémunération est inversement proportionnelle à son niveau absolu : les jeunes en début de carrière (79 % pour les moins de 25 ans contre 33 % seulement pour les quinquagénaires) et les ouvriers (51 % contre 33 % pour les cadres) y accordent une attention beaucoup plus forte.

Autonomie : la valeur montante

Si l'importance de la rémunération paraît en recul, en revanche les attentes relatives à l'autonomie (liberté dans l'organisation de son travail, 49 % ; participation à la prise de décision, 38 % ; responsabilités, 38 % également) progressent sensiblement par rapport à l'enquête Valeurs. Elles apparaissent à présent au même niveau que la rémunération.

L'importance de ce thème, fortement souligné dans l'enquête Valeurs ainsi que dans notre étude Anact de 2007, nous apparaît une clé pour comprendre l'évolution du monde du travail. Répondant aux aspirations d'une population de plus en plus éduquée, très fédératrice, elle explique sans doute pourquoi les nouvelles organisations du travail sont globalement plutôt bien reçues et pourquoi la satisfaction au travail ne recule pas dans les enquêtes.

Faire carrière dans l'entreprise : toujours important... surtout pour les plus jeunes !

Avec 43 % de réponses « très important », cette attente se situe au même niveau que la rémunération. Là encore, les idées reçues sont battues en brèche : le « zapping » n'est pas devenu la norme et, bien évidemment, ce sont les plus jeunes qui citent le plus cette attente (59 % pour les moins de 25 ans)...

Stress, temps de travail, utilité sociale : des attentes secondaires ?

Il serait presque tentant de penser que les interviewés ont sciemment choisi d'accorder le moins d'importance à ce qui est présenté habituellement comme les enjeux clés pour les salariés.

L'utilité sociale apparaît surtout essentielle pour les quinquagénaires (54 % de « très important »), même si ce thème semble recueillir de nouveau davantage de suffrages chez les plus jeunes (42 % pour les moins de 25 ans). En revanche, elle ne fait franchement pas recette chez les 25-49 ans.

L'absence de stress excessif (35 %) ou d'horaires trop contraignants (31 %) recueille les plus faibles scores de réponses « très important ». Au-delà de leur caractère provocateur dans le contexte actuel, ces résultats décrivent surtout un fonctionnement de plus en plus dichotomique du monde du travail : les nouvelles organisations et nouveaux modes de fonctionnement sont source à la fois de stress et de dynamisme, d'autonomie et de pression... Si, pour une proportion importante des salariés, cela engendre davantage de satisfaction professionnelle, pour une autre frange (notamment les employés et ouvriers, les personnes ayant arrêté tôt leurs études), cela produit des niveaux de stress plus difficiles à soutenir. L'écart entre cadres (15 % « très important ») et employés/ouvriers (45 %) est impressionnant.

On retrouve ce type d'écart sur les horaires mais on note surtout l'émergence d'une différence entre les femmes (37 % « très important ») et les hommes (26 %).

5. Ouvriers et cadres : la fin des stéréotypes ?

Nous avons déjà pu voir à de nombreuses reprises des thèmes sur lesquels ouvriers et cadres, pour prendre les deux extrêmes de l'échelle des statuts, présentaient des postures et opinions assez proches. D'autres résultats de l'étude permettent de battre en brèche certains stéréotypes qui perdurent.

5.1. Les ouvriers : sacrifiés et incompris ?

On rappellera tout d'abord que les ouvriers semblent payer le plus lourd tribut à la crise, en termes de pertes de revenus du fait d'une réduction de leur activité notamment. Mais les résultats les plus intéressants portent sur d'autres thématiques. Le travail semble toujours jouer un rôle particulièrement structurant : les ouvriers sont, de loin, les plus opposés à « une société où les gens ne devraient pas être obligés de travailler ». 59 % d'entre eux rejettent ce concept (31 % pour les cadres).

Surtout, ils semblent totalement partie prenante de l'attente d'autonomie. Ils estiment ainsi très important :

- à 47 % de pouvoir participer à la prise de décision (41 % pour les cadres !)
- à 43 % d'exercer des responsabilités (44 % pour les cadres) ;
- à 48 % d'être libres dans l'organisation de leur travail (comme pour les autres catégories).

Le mythe de l'ouvrier exécutant semble bien dépassé et les ouvriers ne se distinguent plus fondamentalement des autres catégories professionnelles en termes d'attente d'autonomie et de responsabilisation. Cette population a été bouleversée par un double effet : la généralisation de l'éducation secondaire (le niveau moyen de diplôme des jeunes ouvriers est souvent supérieur à celui des cadres quinquagénaires) et la quasi-disparition des ouvriers spécialisés.

5.2. Les cadres : de la « fatigue des élites » à la révolte ?

Le caractère de moins en moins spécifique des « cadres » a fait l'objet, au-delà de l'ouvrage de François Dupuy¹, de nombreux commentaires et nous le vérifions quotidiennement dans nos baromètres internes. Cette perte de spécificité, entre autres du fait du sentiment de « perte de l'intouchabilité » lors des crises, ressort de cette étude : ils ne se sentent guère plus confiants dans leur avenir, guère moins menacés que les autres catégories.

L'étude apporte néanmoins d'autres enseignements encore plus surprenants, notamment lorsqu'on analyse la question sur les modes de revendication envisageables :

- les cadres sont les plus nombreux à avoir déjà signé une pétition (84 % contre 75 % des salariés), participé à un boycott (25 %) et plus généralement à l'envisager (76 % contre 64 % pour la moyenne des salariés), mais il s'agit de types d'actions classiquement plus répandus chez les CSP+ et les diplômés du supérieur ;

1 - Dupuy F. (2005), *La Fatigue des élites, le capitalisme et ses cadres*, Paris, La République des idées/Seuil.

- il est plus surprenant de constater qu'ils sont 63 % à avoir participé à une manifestation contre 39 % des ouvriers (ils incluent sans doute des manifestations étudiantes ou sociétales) ;
- surtout, un tiers des cadres se déclarent prêts à envisager de participer à une grève sauvage et à occuper des bureaux. Sur ces deux points, ils ne se distinguent pas des employés et ces scores ne sont inférieurs que de 10 points à ceux des ouvriers (ce sont les professions intermédiaires qui l'envisagent le plus, pour la moitié d'entre elles).

Le fait qu'une proportion aussi importante de cadres se déclare prête à conduire des actions revendicatrices *illégales* constitue à l'évidence un bouleversement sensible du monde du travail. Les « grèves de cadres » médiatisées au premier semestre constituent une illustration de ces nouvelles attitudes.

6. Sortie de crise : espoir et résignation ?

6.1. Une forte attente de réforme

La France se distingue depuis des années dans les enquêtes internationales par des opinions nettement plus critiques à l'égard du capitalisme financier (voire du capitalisme tout court) et de la mondialisation. La crise n'a évidemment pas inversé cette tendance. Au contraire, elle l'a plutôt renforcée. Les opinions mesurées sur plusieurs caractéristiques du mode de fonctionnement de l'économie démontrent toutes une forte opposition des Français à certaines des pratiques actuelles.

Rémunération des dirigeants de grandes sociétés

Pour plus de la moitié des répondants (grand public et salariés), la rémunération des dirigeants de grandes sociétés est excessive et injustifiable (55 % des Français, notamment auprès des 65 ans et plus, et 53 % des salariés). À cela s'ajoutent 28 % (30 % des salariés) qui considèrent qu'elle est trop élevée mais inévitable. Au final, seuls 15-16 % justifient ces rémunérations (en particulier les personnes habitant en région parisienne, 25 %).

Conditionnement des aides aux entreprises

La quasi-totalité des répondants souhaite que les aides aux entreprises soient conditionnées à des engagements en matière d'emploi : 94 % (93 % pour les salariés). Cette posture est fortement affirmée : plus des deux tiers répondent « tout à fait » (70 % pour le grand public et 65 % pour les salariés).

Stock options

Le système actuel n'est pas très populaire : 10 % seulement des Français (12 % des salariés) estiment qu'il n'est pas nécessaire de le changer... En revanche, l'étude recèle quelques surprises : 23 % des Français seulement (surtout les plus âgés et les fonctionnaires) souhaitent leur suppression (17 % pour les salariés) et 28 % leur limitation en montant (29 % pour les salariés). En fait, le changement le plus populaire réside en leur distribution généralisée à l'ensemble des salariés : 36 % des Français et 39 % des salariés. Ce n'est pas forcément le principe qui est mis en cause mais plutôt le sentiment d'iniquité qui préside à leur distribution. On notera d'ailleurs que toutes les catégories professionnelles répondent de façon similaire.

Sentiment d'iniquité

Un salarié sur trois seulement pense que la crise a équitablement affecté les rémunérations à tous les niveaux hiérarchiques. Les cadres (44 %) et les Franciliens (45 %) sont les plus nombreux à le penser.

6.2. Le renouveau du politique ?

Les Français comptent bien davantage sur les politiques (40 %) que sur les entreprises (24 %) pour résoudre la crise, ces dernières devançant de peu... soi-même (21 %). En revanche, les corps intermédiaires, la société civile n'apparaissent pas – encore – comme une solution crédible : ni les syndicats (6 %) ni les associations et ONG (7 %) n'émergent véritablement. Les syndicats font d'ailleurs encore moins figure de solution auprès des salariés (3 %). Même dans les entreprises publiques où ils réalisent leur meilleur score (11 %), ils apparaissent comme un recours moins efficace que les ONG et associations (12 %). Lorsqu'on autorise plusieurs réponses, l'entreprise rattrape toutefois son retard parmi les salariés (62 % contre 61 % pour les politiques), et notamment les cadres (76 % contre 62 %).

Dans ce contexte, qu'attendent les Français et les salariés de la puissance publique ? Le rôle de protection des salariés (22 %) apparaît comme une priorité, à égalité avec le soutien à l'économie (21 %), loin derrière la sécurité des citoyens (31 %) mais devant la protection de l'environnement (17 %) et surtout des consommateurs (8 %).

Ce sont en fait les fonctionnaires, les salariés d'entreprises publiques et, de façon plus surprenante, les moins de 25 ans qui valorisent le plus la protection des salariés. On notera que cette opinion transcende les catégories professionnelles.

6.3. Au final, l'attente d'un discours positif

Les Français sont nombreux à affirmer qu'« il faudrait parler de la sortie de la crise » (85 %, 87 % des salariés). Cette attente se cristallise auprès des personnes *a priori* plus affectées par la crise : les CSP- (89 %). Au sein des salariés se distinguent surtout les seniors de 50 ans et plus (95 %). Cette attente est sans doute d'autant plus forte qu'une majorité de Français (64 %) et de salariés (62 %) pense que « la crise va durer ».

Annexe 6

L'accès des consommateurs aux biens et services : évolution et perspectives

Philippe Moati, CRÉDOC

Document réalisé à la demande du Centre d'analyse stratégique

Septembre 2009

Introduction

Le capitalisme fordien, qui s'est mis en place au sortir de la Seconde Guerre mondiale, était associé à une architecture particulière du système productif et de l'organisation des filières d'approvisionnement conduisant à la satisfaction des besoins des consommateurs. Schématiquement, le système productif s'y trouve organisé autour de secteurs et de branches, eux-mêmes définis le plus souvent autour de produits et/ou de procédés de fabrication homogènes. À l'intérieur de chaque branche industrielle, les entreprises définissent leur offre en fonction de la représentation que leur donnent les études de marché des attentes du consommateur médian, la priorité allant à la rationalisation de la production – notamment par l'exploitation des effets de dimension – afin d'obtenir une réduction des coûts élargissant la base de clientèle potentielle. Puis, par leur politique de communication, les industriels signalent leurs produits aux consommateurs et s'efforcent de stimuler la demande et de conquérir la préférence face aux produits concurrents. L'écoulement des produits, ainsi pré-vendus, est ensuite confié à des distributeurs dont la fonction, comparativement aux « commerçants » d'antan, se concentre sur l'aspect logistique de la fonction commerciale qui est, plus que jamais, indispensable, eu égard à la dissociation croissante entre la géographie de la production et celle de la consommation. Ces distributeurs ont développé un modèle de distribution de masse – le discount – fondé sur la vente à marge réduite rendue possible par la transposition des leviers d'efficacité industrielle au commerce et l'optimisation de la vitesse de rotation du capital circulant. Ils participent ainsi à l'essor de la société de consommation et, favorisant le développement d'une consommation de masse qui constitue le pendant de la production de masse, sont une partie intégrante du capitalisme fordien.

C'est cette architecture d'ensemble qui a été progressivement remise en cause avec la crise du fordisme et l'évolution des formes de la concurrence.

À partir des années 1970, avec le ralentissement de la croissance mondiale, la saturation d'un certain nombre de marchés dans les pays industrialisés, l'avancée du processus de mondialisation et de dérégulation, etc., la concurrence s'intensifie. Il apparaît progressivement que le problème pour les entreprises réside moins dans leur aptitude à produire que dans leur capacité à vendre, à valoriser leur production sur des marchés devenus hyperconcurrentiels. L'attention stratégique s'est ainsi peu à peu déplacée de l'optimisation de la production vers les conditions de la performance commerciale. La recherche de la différenciation par la mise en œuvre des conditions d'une démarche d'innovation permanente a constitué l'un des axes des stratégies d'adaptation, contribuant à faire du capitalisme post-fordien une économie fondée sur la connaissance. Un second axe a consisté à s'intéresser de beaucoup plus près à la demande et, au-delà, aux consommateurs dont elle émane. Les entreprises ont ainsi été de plus en plus nombreuses à modifier leurs modes de pensée et leurs principes d'organisation, et à s'écarter d'une logique « produit » pour adopter une « orientation client », amenant le système économique à fonctionner de plus en plus selon une logique aval-amont, là où le capitalisme fordien obéissait à une logique amont-aval.

1. Les caractéristiques de la demande à prendre en compte

En développant leur capacité d'intelligence de la demande, et en se donnant les moyens de mieux connaître les consommateurs en général et leurs clients en particulier (grâce notamment aux puissants dispositifs issus des NTIC), les entreprises ont pris conscience de quatre caractéristiques essentielles de la demande finale, que les tendances sociétales lourdes ont eu tendance à renforcer :

- *les consommateurs sont hétérogènes* dans leurs attentes, leurs comportements d'achat et leurs usages. Continuer de raisonner sur le consommateur médian ou sur le seul « cœur de marché » conduit à manquer de pertinence dans la réponse aux attentes et condamne à batailler sur le segment de marché le plus concurrentiel. Susciter le désir et emporter la préférence suppose d'être en mesure de cibler avec beaucoup plus de précision les attentes spécifiques de chaque consommateur (elles-mêmes changeantes au gré des circonstances) ;
- les moteurs de la décision d'achat ne se cantonnent pas aux attributs fonctionnels des produits et à leur prix. L'élévation du niveau de vie et la saturation des besoins de base ont favorisé le renforcement de *la dimension immatérielle et symbolique de la consommation*. L'imaginaire, la distinction, l'intégration communautaire, les valeurs sont devenus des

déterminants extrêmement puissants de l'acte d'achat, de la disposition des consommateurs à payer, ainsi que de leur fidélité. Le poids de cette dimension immatérielle, par nature éminemment subjective, est un des facteurs de l'hétérogénéité croissante de la demande ;

- les consommateurs recherchent rarement les produits pour eux-mêmes, mais pour leur capacité à contribuer à *résoudre des problèmes de consommation*. Ils sont généralement tenus pour cela d'acquérir de manière séparée les différents biens et services requis pour résoudre un problème, satisfaire un besoin, et de produire des effets utiles par leur intégration et leur usage. L'approche commerciale des consommateurs gagne en pertinence lorsqu'elle se déplace de la mise en avant du produit à celle de la capacité à aider le client dans la résolution de ses problèmes ;
- *les consommateurs sont des personnes* qui entendent être traitées comme telles. Cela commence par la reconnaissance de la spécificité de leurs attentes. L'élévation du niveau moyen de formation, l'apprentissage des rouages de la société de consommation, l'accès avec Internet à de nouveaux outils d'une formidable puissance confèrent aux consommateurs un nouveau pouvoir d'arbitrage. Conquérir la clientèle d'un consommateur ne requiert pas seulement une offre compétitive, mais la capacité à tisser une relation de confiance qui témoigne, de la part de l'offreur, d'une attitude de respect envers la personne du client, voire l'établissement d'une relation fondée sur le partage de centres d'intérêt ou de valeurs.

La prise de conscience progressive de ces quatre caractéristiques de la demande finale sur les marchés mûrs a contribué à la mise en place de nouvelles stratégies de la part des acteurs des marchés de consommation, conduisant à la transformation de leur mode de fonctionnement et de l'architecture des filières d'approvisionnement.

2. Les réponses à la demande

2.1. Les réponses à l'individualisation de la demande

La prise de conscience de l'intérêt stratégique de la reconnaissance de l'hétérogénéité de la demande s'est d'abord opérée dans l'industrie. On ne reviendra pas sur la longue histoire de l'introduction de la variété dans les méthodes d'organisation de la production de masse, qui commence avec Sloan et General Motors dans les années 1920, pour s'approfondir considérablement à partir des années 1980 avec les apports des méthodes japonaises de production flexible. Les industriels sont désormais en mesure, tout en continuant de bénéficier des coûts de la production de masse, de

proposer des gammes de produits très étendues permettant d'aller à la rencontre des préférences hétérogènes des consommateurs. La tendance de ces dernières années consiste, d'une part, dans la « customisation » des produits, c'est-à-dire dans la capacité donnée aux clients de personnaliser leurs produits en jouant sur une palette d'options ou une configuration ouverte et, d'autre part, dans la production sur mesure, qui trouve avec Internet un nouveau levier de développement.

La distribution s'est longtemps contentée de répondre à cette demande d'individualisation par la mise en rayon de la diversité produite par les industriels. Ceci a d'ailleurs été l'un des moteurs de la tendance à l'accroissement de la taille des points de vente, rendu nécessaire par l'inflation du nombre de références vendues. Les distributeurs, à partir de la fin des années 1980, ont progressivement pris conscience que l'hétérogénéité des attentes ne portait pas seulement sur les produits mais aussi sur le « produit-magasin », c'est-à-dire sur la nature du service commercial rendu par les enseignes. Alors que la grande distribution s'était bâtie sur la figure de la « ménagère de moins de 50 ans » supposée représenter les classes moyennes, elle entreprend de procéder à des segmentations et de développer des modes d'approches spécifiques des différentes catégories de consommateurs. Les quinze dernières années ont vu naître des enseignes qui ciblent non pas le cœur de marché mais des segments spécifiques, et qui développent pour cela des concepts commerciaux adaptés. L'habillement est certainement le sous-secteur du commerce qui s'est engagé le plus précocement dans ce type de démarche et qui a atteint aujourd'hui l'état le plus avancé. Ainsi, les enseignes au positionnement généraliste telles que les grands magasins (des années 1970), C&A ou Marks & Spencer, ont progressivement cédé du terrain à des Etam, H&M, Zara, Kiabi, Un Jour Ailleurs, Comptoir des cotonniers qui, chacune en ciblant une catégorie de consommateurs (ou d'occasions d'achat), assurent collectivement un traitement intensif du marché soutenant la demande pour un produit répondant pourtant à une fonction de consommation déjà largement satisfaite. Cette démarche s'est progressivement étendue à chacun des sous-secteurs du commerce, y compris dans l'alimentaire pourtant longtemps resté à l'écart de cette dynamique. Ainsi, alors que la distribution alimentaire était segmentée sur la base de la surface des points de vente (supérettes, supers, hypers), elle se décline aujourd'hui en approches segmentantes de plus en plus diversifiées : les hard discounters positionnés sur le prix, les enseignes positionnées sur la praticité, le bio, l'alimentation gourmande et festive, l'ethnique...

Ce processus – que nous avons désigné comme une fragmentation de l'espace stratégique – met aujourd'hui en difficulté les concepts « holistes », représentatifs de la grande distribution des années 1960-1970, qui continuent de s'adresser aux consommateurs dans leur ensemble, sans stratégie claire de segmentation. C'est bien sûr le cas de l'hypermarché, dont la dynamique des parts de marché a commencé de s'inverser au début des années 2000 face à la concurrence croissante des concepts commerciaux segmentants.

Les grandes surfaces spécialisées – dites « *category killers* » – sont aussi exposées à cette difficulté, même s'il leur reste généralement du potentiel de croissance. Face à ce défi, les concepts holistes s'essaient à la « stratégie du couteau suisse » consistant à tenter de répondre, dans le même point de vente et avec la même enseigne, aux attentes distinctes de clientèles spécifiques en jouant sur la composition des assortiments, la création de « corners » spécialisés, les politiques promotionnelles personnalisées... Le développement récent des gammes bio et de l'offre de produits halal, après la mise en avant de gammes de produits premiers prix, illustre cette stratégie dans le domaine alimentaire. Cette démarche ne semble pas suffire à contenir l'érosion des parts de marché dans le non-alimentaire, et certains groupes de la grande distribution ont entrepris de réduire la surface de vente de quelques-uns de leurs magasins.

2.2. À la conquête de la valeur immatérielle

La découverte de la force des facteurs immatériels comme ressort de l'achat et de la disposition à payer est sans doute aussi ancienne que les marchés de consommation. Toutefois, les techniques et les moyens (notamment en termes de communication) mobilisés par les entreprises pour développer la valeur immatérielle de leur offre se sont considérablement renforcés au cours des dernières décennies, combinant les leviers associés au design, à l'image de marque, à la communication... L'inflation des dépenses de communication et le poids pris par les directions du marketing dans les entreprises en attestent¹.

Pendant très longtemps, la création de valeur immatérielle a été le monopole des industriels, les distributeurs se bornant, dans leur immense majorité, à la véhiculer jusqu'au consommateur final (quelquefois en la dégradant par des conditions de commercialisation pensées sur le seul mode fonctionnel). L'épuisement du régime de croissance extensive qui a caractérisé le fonctionnement de la grande distribution de ses origines à la fin des années 1980 a incité les distributeurs à s'intéresser à la création de valeur immatérielle comme axe d'un nouveau régime de croissance. Ils disposent pour cela de leviers spécifiques, au premier rang desquels la présence du client dans le point de vente, qui permet l'établissement d'un contact direct et l'activation de stimuli sensoriels de nature à influencer sur la nature de l'expérience vécue par le client. Le point de vente, pensé initialement comme simple réceptacle de la marchandise, s'est ainsi mué en espace de théâtralisation de l'offre et de production d'expérience. Des enseignes telles qu'Ikea ou Nature & Découvertes ont été parmi les premières à cultiver cette dimension de l'approche commerciale. Au-delà de l'aménagement du point de vente, la création de valeur immatérielle par le commerce peut passer par l'image de l'enseigne, qui se pare alors d'attributs autrefois réservés aux marques.

1 - Cochoy F. (1999), *Une Histoire du marketing*, Paris, La Découverte.

Le secteur du commerce de l'habillement est, là encore, emblématique : la compétitivité d'enseignes telles que H&M et Zara tient au moins autant à la qualité intrinsèque (fonctionnelle) de leur offre qu'à la différenciation qu'elles ont réussi à forger à partir de la création d'un imaginaire exclusif. Des enseignes comme Monoprix ou Naturalia témoignent de la diffusion de ce type de logique jusque dans la distribution alimentaire.

Le propre de cette dimension immatérielle et symbolique de la consommation est d'être volatile et d'évoluer avec l'air du temps¹. Périodiquement, les registres immatériels que cultive l'offre se révèlent en déphasage avec l'évolution de la sensibilité des consommateurs et imposent des repositionnements qui favorisent le renouvellement de la structure de l'offre par la disparition des marques n'ayant pas su évoluer et l'entrée de nouveaux acteurs en prise avec les nouvelles sensibilités. L'époque contemporaine semble marquée par l'essor de valeurs postmodernes et par le souci de donner un certain sens à sa consommation, ce qui ouvre un espace stratégique, par exemple pour des marques et des enseignes positionnées sur le bio ou la consommation responsable.

2.3. Au-delà des produits, apporter des solutions

Dès lors que les entreprises prennent conscience que la demande des clients porte moins sur les produits en eux-mêmes que sur leur capacité à participer à la résolution d'un problème, il est fréquent qu'elles tentent d'améliorer la satisfaction des clients et de conquérir leur fidélité en se présentant comme des partenaires en mesure de leur apporter des solutions. Cependant, apporter une réponse à un problème de consommation suppose en général de mobiliser une diversité de produits (biens et services) complémentaires aux yeux des clients, ce que l'on propose d'appeler un « bouquet ». La compétitivité des offres bouquet repose sur la capacité de leur promoteur à exploiter des économies d'intégration de différentes natures permettant de réduire le coût et/ou d'améliorer la performance de la solution au problème de consommation visé.

Il existe une grande diversité de formes de bouquets : ils peuvent viser une fonction de consommation définie de manière plus ou moins large, comporter un nombre variable de composantes, dont l'intégration est plus ou moins assurée par l'offreur... Les formes les plus élémentaires (mais aussi les plus anciennes et les plus courantes) consistent en « *bundles* » d'un petit nombre de produits complémentaires vendus de manière solidaire (par exemple, le pack informatique comprenant l'ordinateur et l'imprimante ou bien le *bundle* regroupant le rasoir et la mousse à raser). Les formes les plus sophistiquées présentent un très fort degré d'intégration : l'offreur ne se contente pas de fournir les moyens permettant d'obtenir la solution ; il s'efforce de produire

1 - Rochefort R. (1995), *La Société des consommateurs*, Paris, Odile Jacob.

la solution pour le compte de son client (ce qui peut rendre inutile la cession des droits de propriété sur les éléments du bouquet). L'offre de solution s'apparente alors à ce que l'écologie désigne sous le terme d'économie de fonctionnalité.

La constitution de bouquets et l'organisation de marchés de solutions constituent d'ores et déjà une donnée ordinaire des marchés « *business to business* » (BtoB). Leur diffusion sur les marchés « *business to consumer* » (BtoC) est plus récente et leur pénétration plus modeste, mais semble toutefois en développement rapide. Les secteurs de la banque et de l'assurance en ont été le fer de lance par la création de la « bancassurance » et de « l'assurfinance » qui se proposent de gérer de manière intégrée la protection et la valorisation du patrimoine des clients. Afin d'échapper à la vigueur de la concurrence sur leur marché de base, consécutive à la dérégulation, les énergéticiens expérimentent des bouquets centrés sur le confort domestique, les économies d'énergie. Les stratégies de bouquet sont courantes dans le champ des NTIC, à l'instar d'Apple dont l'offre s'étend des terminaux aux contenus en passant par les interfaces logicielles, ou bien encore d'Orange dont la palette de services s'élargit régulièrement.

La distribution participe à cette dynamique. Héritière d'une organisation en sous-secteurs correspondant aux grandes branches de l'industrie (commerce de chaussures, d'articles d'habillement, d'optique...), les enseignes sont de plus en plus nombreuses à brouiller les classifications traditionnelles pour constituer des assortiments non plus fondés sur l'homogénéité des filières d'approvisionnement mais sur la complémentarité et la cohérence – fonctionnelle ou immatérielle – aux yeux des clients. Les grandes surfaces de bricolage, qui se développent à partir du milieu des années 1970, ont été pionnières en la matière. Ikea commercialise un bouquet qui couvre l'ensemble des composantes de l'habitat, des meubles aux arts de la table, et renvoie à un imaginaire de style de vie, ce qui conduit l'enseigne, dans le nord de l'Europe, à étendre son activité à la vente de maisons et d'appartements. Nature & Découvertes est emblématique des enseignes nées dans le courant des années 1990 et qui constituent des bouquets dont la cohérence réside essentiellement dans l'évocation d'un immatériel de consommation spécifique. C'est ainsi que, au-delà des livres, bijoux, huiles de massage, matériel d'astronomie, etc., l'enseigne propose également à ses clients des voyages à thème, le tout apparaissant comme un ensemble cohérent aux yeux de la clientèle séduite par le concept. À ce jour, la plupart des enseignes de la distribution engagées dans cette voie n'offrent que des bouquets faiblement intégrés (c'est-à-dire se contentent de proposer à la vente chacun des biens et services complémentaires). Certaines enseignes de bricolage (notamment Leroy Merlin ou Lapeyre) tentent cependant d'aller plus loin en s'efforçant de suivre le client tout au long du processus de résolution de son problème, du diagnostic et du conseil en amont, jusqu'à l'installation, voire la maintenance, en aval.

Construire un portefeuille d'activités autour d'un bouquet amène généralement les entreprises à rompre avec la logique industrielle qui présidait à la définition de ce portefeuille dans le capitalisme fordien, dans la mesure où il n'y a aucune raison de penser que les éléments nécessaires à l'apport d'une solution à un problème de consommation soient homogènes en termes de conditions de production. La diffusion des logiques de bouquet pose donc un problème productif qui participe, comme on le verra, à la mise en place d'une nouvelle structuration du système productif.

2.4. Répondre à la demande de personnalisation

La relation marchande tend à s'écarter de la relation ponctuelle et anonyme que décrit la microéconomie élémentaire. Le caractère anonyme de la relation est rompu du côté de l'offre – depuis longtemps – par les politiques de différenciation des industriels et (plus récemment) des distributeurs. Toutefois, durant l'ère fordienne, ces offreurs différenciés s'adressaient à une demande indifférenciée. Les attentes de la part des consommateurs d'une relation plus personnalisée ont conduit les offreurs à développer des relations à la clientèle à la fois plus épaisses et plus denses, y compris sur les marchés de masse. Cette tendance est illustrée, dans la recherche et la pratique en marketing, par le passage du paradigme du « marketing transactionnel » à celui du « marketing relationnel ». Cette évolution a été rendue possible par le développement des NTIC qui autorise une connaissance de plus en plus précise de chaque client et l'automatisation d'un certain nombre d'interactions au travers de dispositifs rassemblés sous le terme de CRM (*customer relationship management*). Cette personnalisation va bien au-delà de l'offre de variétés afin de répondre à des attentes de plus en plus individualisées. Elle consiste à créer un lien personnel avec chaque client afin de construire un capital relationnel susceptible d'apporter une connaissance fine des attentes et donc de favoriser la fidélité.

Le lien entre l'entreprise et son client s'étend ainsi de plus en plus au-delà du seul moment de la transaction. En amont, il s'agit de s'enquérir des attentes, d'informer sur les produits, de partager des centres d'intérêt, de conseiller... En aval, on s'enquiert du degré de satisfaction, on accompagne le client dans l'usage, on l'assiste dans la résolution de problèmes, on le récompense de sa fidélité... La diffusion d'Internet et des outils collaboratifs qui lui sont associés a permis à ces dispositifs d'adopter une interactivité rendue nécessaire par le désir des consommateurs d'aujourd'hui d'être acteurs de leur consommation, de prendre la parole, d'échanger... Dans la foulée du Web 2.0, les offreurs déploient des dispositifs relationnels permettant aux clients d'interagir avec eux, voire de faciliter les interactions directes entre les clients eux-mêmes. Le design du site d'Amazon et le type de relations que l'enseigne de e-commerce opère avec ses clients entre deux transactions sont exemplaires à cet égard.

Cette personnalisation et cette densification de la relation offre/demande accompagnent naturellement le développement des marchés de solutions et constituent un levier important de création de valeur immatérielle. Elle se trouve donc au carrefour des différentes voies de réponse aux nouveaux enjeux de la demande.

3. Des stratégies qui conduisent à une nouvelle structuration du système productif

Les stratégies mises en œuvre pour répondre aux nouvelles représentations des caractéristiques de la demande ont pour effet de favoriser le déplacement du lieu de création de valeur et d'exercice du pouvoir économique au plus près des consommateurs.

3.1. Une distribution qui remonte dans la chaîne de valeur

Au contact direct et quotidien des consommateurs, les entreprises de la distribution sont donc a priori bénéficiaires de ces évolutions. La prise de conscience progressive des opportunités que leur offre l'époque, couplée à celle des limites de plus en plus évidentes du régime de croissance extensive adopté au début des années 1960, les conduit à opérer des repositionnements qui remettent radicalement en cause l'organisation verticale de la chaîne de valeur.

En premier lieu, les distributeurs se montrent de plus en plus désireux de gérer les marques apposées sur les produits. La marque est, bien évidemment, un puissant levier de création de valeur immatérielle. Mais au-delà, elle constitue un dispositif permettant à des distributeurs engagés dans des stratégies de segmentation/différenciation de signaler leur positionnement aux consommateurs ciblés et, au moyen d'un assortiment qui du coup devient exclusif, de se démarquer des concurrents. Vendre des produits à sa marque permet de surcroît de combiner un taux de marge plus élevé tout en offrant des prix plus attractifs aux consommateurs.

En second lieu, les distributeurs tendent à prendre le contrôle de la production. Les distributeurs exploitant directement un outil de production sont aujourd'hui très peu nombreux. Par contre, il est devenu courant que ce soient les distributeurs qui définissent les caractéristiques des produits qu'ils entendent commercialiser ainsi que le cadencement de la production. Ce pilotage de la production rencontre en effet les nouvelles priorités stratégiques des distributeurs. « Designer » son offre est un formidable instrument de

différenciation et de création de valeur immatérielle (on imagine mal Ikea atteindre la même compétitivité avec des produits sélectionnés dans le catalogue des industriels). Notons, de surcroît, que les nouvelles techniques de connaissance de la demande font qu'aujourd'hui le distributeur – au contact direct des consommateurs – est en mesure d'obtenir une connaissance beaucoup plus fine de la demande que celle que les industriels tirent des études de marché. Il est ainsi mieux placé que ses fournisseurs pour définir les produits qu'il destine à la cible de clientèle spécifique qu'il s'est donnée. Enfin, le pilotage de la production comporte également un enjeu de taille dans la perspective de l'optimisation de la logistique – qui demeure une composante importante du modèle économique des distributeurs, en particulier pour ceux qui se positionnent sur le prix.

La gestion de la marque et le pilotage de la production sont donc en train de passer de l'amont à l'aval des filières d'approvisionnement. Dans l'habillement, les « marques-enseignes » ont marginalisé les détaillants multimarques autrefois dominants. Des entreprises leaders de leurs marchés, telles qu'Ikea dans le meuble, Décathlon dans le sport ou Picard dans le surgelé, réalisent la totalité ou une part très substantielle de leur chiffre d'affaires à partir de produits qu'elles ont conçus et qu'elles vendent sous leur marque. La distribution alimentaire généraliste suit la même trajectoire. Le poids des MDD (marques de distributeurs) dans les ventes dépasse désormais les 50 % en volume, et il n'est pas déraisonnable d'imaginer que les produits à marques d'industriels puissent se trouver un jour marginalisés sur les linéaires.

3.2. Des industriels qui tentent d'aller au contact des consommateurs

Les fournisseurs peuvent difficilement rester passifs face aux velléités des distributeurs de remettre en cause le partage des rôles entre l'industrie et le commerce, qui suscite la montée des MDD et des marques-enseignes, menace chaque jour davantage leur capacité d'accès au marché et réduit leur pouvoir de négociation.

Certains se replient, de manière plus ou moins volontariste et de façon plus ou moins radicale, vers le rôle de sous-traitant pour le compte de distributeurs maîtres d'œuvre. D'autres, en particulier les plus gros, font de la résistance. Le premier temps de cette résistance consiste à faire en sorte d'apparaître comme un fournisseur incontournable pour les distributeurs grâce à l'attachement d'une clientèle nombreuse à une marque puissante. Les groupes mondiaux de la grande consommation (Danone, Nestlé, Lever, Procter...) ont engagé, il y a une dizaine d'années, une profonde restructuration de leur portefeuille d'activités, se séparant de divisions entières et se concentrant sur un nombre réduit de marques fortes leur assurant la position de n° 1 ou n° 2 mondial. Deuxième temps des stratégies de résistance, on observe un nombre croissant d'industriels engagés dans un

mouvement d'intégration vers l'aval, consistant à développer leurs propres circuits de distribution leur assurant un accès direct aux consommateurs. En 2005, les industriels ont été à l'origine d'un tiers des créations de nouvelles enseignes de magasins identifiées par le CRÉDOC. Tous les secteurs sont concernés : l'habillement (Isotoner, Aubade, Chantelle, Dim), le meuble (Gautier), les arts de la table (Arc, Deshoulières), l'univers sport-loisirs (Nike, Adidas), l'alimentaire (Nestlé avec Nespresso, Fleury Michon), l'électronique (Apple)... Bâtir un réseau commercial de taille efficace est un processus long et coûteux qui réclame des compétences très éloignées de celles qui fondent le métier d'industriel. Le commerce en ligne ouvre cependant de nouvelles opportunités, notamment aux PME. Ainsi, des entreprises aussi diverses que Lafuma, Leroux, les Salines de Guérande, Philips ou Procter assurent la vente en ligne de leurs produits, sans passer par l'intermédiaire des distributeurs.

3.3. Le règne des intégrateurs

Avec l'engagement des distributeurs dans la production et celui des industriels dans la distribution, la distinction entre l'industrie et le commerce héritée du capitalisme fordien est en voie de dépassement. Une fois de plus, le marché de l'habillement est exemplaire de cette remise en cause des frontières verticales le long des filières d'approvisionnement : le modèle dominant devient celui d'un acteur disposant d'un réseau de commercialisation (physique ou virtuel) et faisant produire des modèles « designés » en fonction de son positionnement stratégique et de la cible de clientèle adoptée, produits vendus ensuite sous sa propre marque. Il faut disposer d'une information détaillée sur les entreprises et leur histoire pour savoir si les différentes entreprises partageant ce modèle sont à l'origine des distributeurs ou des industriels. La même ambiguïté règne sur le statut d'entreprises comme Ikea, Décathlon, Adidas ou Picard. Ceci est sans doute le signe que les catégories d'industriels et de distributeurs, héritées d'une étape antérieure du développement du capitalisme, ont perdu de leur pertinence pour décrire la structuration du système productif d'aujourd'hui.

La confusion s'accroît, sur un plan horizontal cette fois, avec la diffusion de « l'orientation client » et des offres de bouquets. Les marques d'industriels, les enseignes, mais aussi les marques de services, sont de plus en plus nombreuses à déborder de leur domaine d'activité d'origine pour s'étendre à des domaines connexes, cohérents sur le plan commercial en raison de leur complémentarité aux yeux des clients. C'est ainsi à un véritable processus de « déssectorisation » que l'on assiste, au point même de remettre en cause la pertinence de la notion de secteur d'activité pour décrire le système productif. Danone, par exemple, est en train de passer du statut de producteur de produits alimentaires à celui d'apporteur de solutions en matière de nutrition. Son portefeuille d'activités a été redessiné en conséquence et le groupe semble avoir entrepris un mouvement de désengagement de l'activité de

production à mesure que la marque resserre ses liens directs avec les clients. Nous avons déjà évoqué l'incursion d'Ikea sur le marché immobilier. Le Crédit Agricole, désormais très présent dans l'assurance, a repris le réseau d'agences immobilières Foncia.

Bien sûr, les dimensions verticale et horizontale de ce brouillage des frontières établies se combinent : Ikea est un « distributeur-fabricant » dont l'offre, en bouquet, s'est étendue bien au-delà du meuble. Apple conçoit et distribue les matériels qu'il a conçus mais étend le périmètre de son activité à la vente d'applications et de musique en ligne. Ces restructurations font en fait émerger une nouvelle catégorie d'acteurs que l'on pourrait qualifier d'intégrateurs, d'une part parce que leur offre intègre des biens et des services complémentaires en vue d'apporter des solutions à leurs clients, d'autre part parce qu'ils intègrent les fonctions de conception et de commercialisation des offres.

Le système productif tend donc à se structurer autour de deux catégories d'acteurs : les intégrateurs et leurs fournisseurs. L'intégrateur, dans sa forme la plus aboutie, gère la relation avec les clients. La figure du distributeur disparaît donc de la nouvelle organisation des filières d'offre, son intermédiation faisant obstacle à la densité relationnelle qui doit s'établir entre l'intégrateur et ses clients. La répartition des éléments de la chaîne de valeur entre ce qui est conçu et/ou produit par l'intégrateur et ce qui est confié à des fournisseurs dépend de considérations cognitives associées à la palette des compétences à mobiliser, mais aussi de problèmes de coordination que soulève le degré de modularité du bouquet. Dans le cas extrême, l'intégrateur se borne à la définition de l'architecture du bouquet, alors que les fournisseurs – en étroite collaboration – assurent la conception et la production de tout ou partie des éléments constitutifs du bouquet. Cette organisation se distingue fondamentalement de l'architecture traditionnelle des filières d'offre par le fait que les fonctions marketing (analyse de la demande, gestion de la relation clientèle, politique de marque, communication...) basculent des fournisseurs vers l'intégrateur. Lorsque le bouquet intègre des éléments dédiés, ce transfert des fonctions marketing entraîne dans son sillage le pilotage de la production, traditionnellement dévolu à « l'industriel ». Les fonctions maîtrisées par les fournisseurs sont donc considérablement plus étroites que celles assurées par l'industriel dans le modèle fordien.

L'intégrateur occupe donc une position centrale dans l'organisation des filières d'offre et l'architecture du système productif. Par sa position d'interface avec la demande et son rôle dans la spécification de l'offre, il assure un ensemble de fonctions hautement stratégiques à fort potentiel de création de valeur. Ce potentiel se nourrit en outre du pouvoir que peut lui conférer sa position par rapport à ses fournisseurs. On comprend dès lors pourquoi se joue aujourd'hui une course de vitesse entre des acteurs aux origines très diverses pour occuper ces positions d'intégrateurs. Parallèlement, on voit émerger un ensemble de « faiseurs », dont l'activité est concentrée sur la maîtrise de la

production d'éléments destinés à entrer dans la composition de bouquets conçus par des intégrateurs. Les exemples de l'électronique (avec des firmes comme Solectron ou Flextronics), de la pharmacie (Famar ou Patheon) ou de l'alimentaire (Bakkavör ou Refresco) témoignent de la possibilité de prospérer dans cette position de fournisseur d'intégrateurs.

Au total, sur les marchés de consommation finale, la concurrence change de forme. On voit s'estomper les frontières qui séparaient de manière relativement étanche le marché des différents produits et tendaient à circonscrire le combat concurrentiel à un ensemble d'acteurs aux offres relativement homogènes. Le développement des offres de bouquets brouille les frontières et introduit une concurrence polymorphe. Le marché de l'assurance a pendant longtemps été le théâtre sur lequel s'affrontaient des compagnies d'assurances offrant des produits substituables. Avec l'émergence des marchés de solutions, les produits d'assurance entrent dans les bouquets d'une grande diversité d'acteurs fondés sur des fonctions différenciées. Les produits d'assurance automobile, par exemple, entrent bien sûr dans les bouquets des assureurs mais aussi dans le bouquet de gestion du patrimoine des banquiers, dans le bouquet mobilité des constructeurs automobiles, dans le méta-bouquet des distributeurs alimentaires... Le nombre des offreurs et la diversité de leur profil sont donc susceptibles de s'accroître, ce qui – classiquement – est supposé renforcer l'intensité de la concurrence. Pourtant, dans le même temps, la concurrence entre ces acteurs est beaucoup moins frontale que sur des marchés traditionnels où les entreprises en compétition proposent des variantes d'un même produit générique. Les marchés de solutions, tout au moins dans leurs formes les plus avancées, engendrent le dépassement de la notion de marché comme lieu de confrontation, autour d'un produit étroitement défini, d'un ensemble d'offreurs et d'un ensemble de demandeurs, le tout soutenu par des dispositifs institutionnels par nature collectifs. La différenciation des offres, les logiques de personnalisation, de co-construction de l'offre par le client et le fournisseur au travers d'interactions, conduisent souvent à un rétrécissement de l'espace du marché. Le caractère composite des offres les rend beaucoup plus difficilement comparables que les variantes d'un même produit en concurrence sur un marché traditionnel. L'évaluation des offres, en termes de contenu, de qualité, de pertinence et de prix complet étant problématique pour les clients potentiels, il leur est plus difficile de faire jouer la concurrence entre les offreurs. Enfin, la nécessité de la constitution d'un capital relationnel afin d'assurer la pertinence de la solution crée une captivité du client susceptible de donner lieu à une exploitation abusive par le prestataire.

Conclusion : le commerce à l'ère servicielle

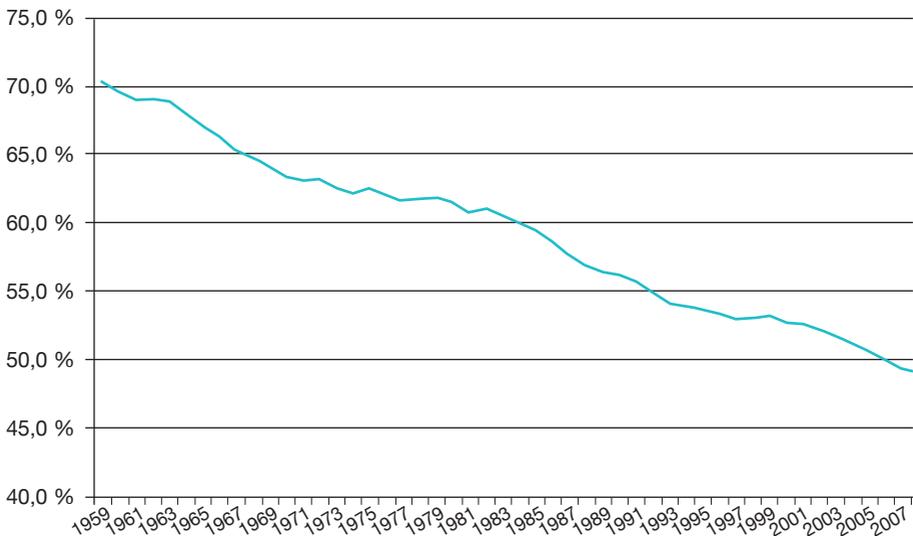
Pour l'écoulement de sa production, le capitalisme industriel s'est appuyé sur un secteur du commerce conçu lui-même sur un mode industriel en vue de minimiser le coût de l'intermédiation commerciale. À l'heure du capitalisme serviciel, c'est la nature même du commerce qui semble être remise en cause.

Le recul de la consommation commercialisable dans les dépenses des ménages

L'économie est inscrite dans un processus de long terme de tertiairisation qui, bien sûr, trouve sa traduction au plan de la consommation. En 1960, au commencement de la précédente révolution commerciale, les services représentaient moins de 40 % de la consommation effective. Leur poids s'établit désormais à 60 %. Même si les conventions de la Comptabilité nationale conduisent à surestimer le poids réel des services dans les achats des ménages¹, le mouvement de tertiairisation de la consommation et son corollaire – la baisse du poids des produits manufacturés – constituent une fuite hors des circuits du commerce. De fait, la part de la « consommation commercialisable » dans les dépenses de consommation des ménages affiche une tendance régulière à la baisse. Avec une activité centrée sur l'achat pour revente de biens manufacturés, les entreprises du commerce sont donc adossées à la composante la moins dynamique (de manière agrégée) de la consommation des ménages.

1 - En premier lieu, la notion de consommation finale effective recouvre l'ensemble des biens et services réellement utilisés par les ménages, quelle que soit la manière dont ils sont financés. Elle englobe donc à la fois les dépenses des ménages et les dépenses de consommation individualisable des administrations publiques et des institutions sans but lucratif au service des ménages, c'est-à-dire les remboursements de sécurité sociale, les aides au logement, les dépenses de la collectivité en éducation, santé... Or, en dépit d'une très légère inflexion depuis 2007, le poids des dépenses des administrations publiques dans la consommation effective n'a cessé de progresser, passant de 12 % en 1960 à près de 21 % aujourd'hui. En second lieu, des « loyers imputés » sont comptabilisés au sein du poste logement. Ils correspondent aux montants des loyers que les propriétaires occupants de leur logement auraient dû payer s'ils avaient dû le louer (en contrepartie, les mêmes montants sont inscrits comme ressources du compte des ménages). Or, ces loyers imputés, qui ne correspondent pas à de véritables dépenses, représentent des sommes importantes : 11 % de la consommation effective en 2008 et 14,2 % de la dépense de consommation. En outre, leur poids s'est sensiblement renforcé au cours du temps (moins de 4 % de la consommation effective en 1960).

Évolution de la part de la consommation commercialisable dans les dépenses de consommation des ménages



Source : INSEE, Comptes nationaux

Ce mouvement de tertiairisation de la consommation a des conséquences sur la manière dont est assurée la satisfaction des besoins des consommateurs. Ces conséquences renvoient à des mutations plus ou moins profondes.

Les frontières entre commerce et services s'estompent

Les distributeurs ne sont évidemment pas restés passifs face à cette réduction de leur emprise sur les dépenses des ménages. De manière précoce, ils ont tenté de se positionner sur certains marchés de services (Carrefour aborde le marché de l'assurance dès 1984, Leclerc et Carrefour celui des voyages à la fin des années 1980...). Toutefois, à ce jour, le bilan de l'offensive des distributeurs sur le marché des services est pour le moins mitigé : sur aucun des marchés traités, la grande distribution n'a réussi à approcher les niveaux de parts de marché obtenus sur les produits, y compris non alimentaires. La vente de services fait appel à des modes de relation-client, des compétences et des modèles économiques très différents de ceux sur lesquels la grande distribution s'est construite. Cette dernière tend à aborder la vente de services comme elle traite la vente des biens. Son savoir-faire en termes de puissance d'achat, de gestion des stocks, de compression des coûts et d'organisation d'opérations promotionnelles est peu opérant lorsqu'il s'agit de vendre des services, face à la concurrence des entreprises spécialisées. Prendre pied de manière plus significative sur le marché des services impose aux entreprises de la distribution de se départir d'une conception de leur métier, très inspirée des origines, fondée sur l'achat pour la revente, où le produit prime sur le

client. Le virage est amorcé et les services sont appelés à représenter une part croissante du chiffre d'affaires des distributeurs.

La montée de la consommation de services marchands s'est donc accompagnée du développement de prestataires spécialisés. Les rues commerçantes accueillent ainsi un nombre croissant d'agences et de boutiques spécialisées : d'abord les agences bancaires et d'agents d'assurance, les établissements de restauration traditionnelle et rapide ; plus récemment, les vidéo-clubs, les boutiques de téléphonie mobile, les établissements positionnés sur le « bien-être » (esthétique, amincissement, massage, spa) et, depuis peu, les agences de services à la personne. Si l'on considère que ces prestataires sont de plus en plus nombreux à réaliser une partie de leur activité à travers la vente de biens, c'est la frontière entre le commerce et les services qui est en train progressivement de s'estomper. Une part importante de la vente de services s'opère directement du prestataire vers le bénéficiaire sans la médiation systématique d'une agence ou d'une boutique. Internet fournit à cet égard un nouveau média, doté de fonctionnalités spécifiques, qui d'ores et déjà est très présent dans certains sous-secteurs des services : voyages, courtage des opérations de bourse, divertissements...

Le pouvoir d'achat des consommateurs est de plus en plus « pré-engagé » au profit des prestataires de services

Le développement des services constitue une menace pour le commerce d'autant plus sérieuse qu'il s'accompagne souvent de formes de contractualisation qui engagent le client à moyen terme, et opère par prélèvement direct sur son compte bancaire, préemptant ainsi son pouvoir d'achat. La notion de dépense pré-engagée a été initialement mise en lumière par Michel-Édouard Leclerc, dans le cadre d'une étude confiée au BIPE qui cherchait à rendre compte des raisons pour lesquelles les ménages se plaignaient de la dégradation de leur pouvoir d'achat, alors que les statistiques de l'INSEE persistaient à enregistrer une croissance. Depuis, l'INSEE s'est approprié la notion et s'est livré à des estimations. L'INSEE définit les dépenses pré-engagées comme celles qui « sont réalisées dans le cadre d'un contrat difficilement renégociable à court terme »¹. Elles prennent en compte les dépenses liées au logement (y compris loyers imputés), les services de télécommunications, les frais de cantine, les services de télévision, les assurances (hors assurance-vie) et les services financiers. Ainsi définies, les dépenses pré-engagées – qui constituent donc un sous-ensemble de la consommation de services – ont vu leur part dans le revenu disponible des ménages progresser de manière tendancielle, passant de 13 % en 1959 à 28,6 % en 2008. Après une phase de stabilisation démarrant au milieu des années 1980, le poids des dépenses pré-engagées s'est sensiblement

1 - « Pouvoir d'achat, dépenses "pré-engagées" et revenu "arbitrable". Pouvoir d'achat et pouvoir d'achat par unité de consommation », INSEE, mai 2009 : www.insee.fr/fr/indicateurs/cnat_annu/base_2000/documentation/methodologie/pouvoir_achat_depenses_pre-engagees_revenu_arbitrable.pdf.

accru à partir de 2003, contribuant sans doute à expliquer pourquoi tant de ménages ont eu le sentiment d'une dégradation de leur situation financière. Les conséquences pour le commerce de détail sont claires (ce n'est pas par hasard si on doit à un distributeur l'entrée de cette notion dans le débat public) : plus le poids des dépenses pré-engagées progresse, plus celui du budget restant disponible pour être dépensé dans les magasins se contracte.

Au-delà des services : le service

Au-delà de l'accroissement de la part des services dans la production et dans la consommation, le capitalisme contemporain est marqué par la diffusion de la relation de service. C'est une modification profonde de la nature des marchés qui est en cours. Elle porte à la fois sur la nature de ce qui est échangé (des effets utiles pour les clients, des « solutions ») et sur le type de relations qui se nouent entre l'offre et la demande (une relation personnalisée, épaisse et dense, qui s'inscrit dans la durée). La mutation est déjà largement effective sur les marchés interentreprises, et le mouvement est désormais engagé sur les marchés de consommation finale. Cette dynamique, qui est portée par l'évolution à la fois des attentes des consommateurs dans les pays riches et des formes de la concurrence (besoin de différenciation, de fidélisation, d'exploitation de nouvelles sources de revenu...), bénéficiera très probablement à l'avenir de la mobilisation croissante face aux enjeux du développement durable. En effet, l'économie du produit – caractéristique du capitalisme industriel – est une économie du quantitatif, davantage centrée sur l'acte d'achat que sur la consommation proprement dite. Au-delà des limites endogènes que rencontre ce modèle, on sait désormais qu'il est intenable à moyen-long terme sur le plan environnemental, en particulier s'il doit se généraliser aux populations nombreuses des pays émergents. Viser directement la fourniture d'effets utiles, la réponse aux attentes des consommateurs, la résolution de leurs problèmes de consommation, constitue une voie prometteuse de conciliation de la stimulation de la croissance économique, d'une meilleure satisfaction des besoins et de réponse au défi environnemental. On peut donc se risquer à pronostiquer l'émergence d'une économie servicielle (au sens fort de l'expression), d'une économie des effets utiles, centrée sur la valeur d'usage et la consommation. Dans une telle économie, l'interface entre l'activité productive et les consommateurs change profondément de nature. En particulier, elle tend à marginaliser le commerce en tant qu'activité se bornant à l'achat de marchandises en vue de leur revente en l'état, sur un mode purement transactionnel. Le magasin est sans doute appelé à s'intégrer à une palette de dispositifs de mise en contact entre les prestataires et les bénéficiaires, que les innovations technologiques viendront régulièrement enrichir. De simple « point de vente », le magasin est appelé à se muer en agence intégrée à la chaîne servicielle, alors qu'Internet (y compris l'Internet des objets) jouera un rôle majeur en raison de sa capacité à industrialiser la personnalisation des relations, notamment par l'automatisation d'un certain nombre de rétroactions permettant l'ajustement



de la prestation à la spécificité de la demande et à son évolution en fonction d'éléments de contexte.

Étant donné la profondeur des changements en cours et de ceux que l'on peut raisonnablement envisager pour les prochaines années, c'est une véritable révolution commerciale qui est en jeu, d'une ampleur sans doute au moins aussi importante que celle liée à l'émergence de la grande distribution au début des Trente Glorieuses. Comme dans le passé, les manières de distribuer les richesses aux populations évoluent en cohérence avec les manières de produire et de consommer.



A

Annexe 7

Évolution de la consommation et arbitrages face à la crise

Pascale Hébel

Département « Consommation », CRÉDOC

Document réalisé à la demande du Centre d'analyse stratégique

Septembre 2009

Introduction : crise passagère de l'hyperconsommation

La crise actuelle, comme toutes celles depuis le démarrage de la société de consommation, pose la question de la raison d'être de l'hyperconsommation dans un contexte de saturation des besoins de base. Fin 2008 comme dans les années 1970, le mouvement des « décroissants ou objecteurs de croissance » fait parler de lui. Sa conviction est que consommer moins et mieux rend plus heureux. Robert Rochefort (2009)¹ évoque la fin de la société de l'hyperconsommation : « Les Français réalisent que la société de consommation ne mène pas au bonheur. En trente ans, le pouvoir d'achat a plus que doublé mais ils ne sont pas deux fois plus heureux ». D'après une étude de Benchmark Group, la crise induit un changement durable de nos modes de consommation. Selon Thierry Hamelin, directeur associé de l'agence, « l'achat malin et la prise en compte des exigences environnementales constituent des tendances de fond que la sortie de crise ne remettra pas en cause »². Les changements seront-ils aussi importants qu'annoncés ? Les tendances structurelles seront-elles affectées par la crise ?

Notre façon de concevoir le temps de manière linéaire nous amène à considérer le présent comme un instant charnière entre le passé et l'avenir et à lui accorder une importance subjective disproportionnée par rapport aux événements actuels. Nous prenons ainsi souvent pour des changements structurels majeurs ce qui n'est qu'une fluctuation conjoncturelle. Chaque individu espère vivre des changements historiques majeurs dans sa vie,

1 - *Journal du Dimanche*, 15 février 2009.

2 - *Les Échos*, 6 juillet 2009.

mais l'histoire travaille à une échelle bien supérieure à celle de l'homme. À plusieurs moments, le corps social a décrié la société de consommation, comme ce fut le cas en 1968 dans le sillage des contestations de la jeunesse. Pourtant, après la crise énergétique de 1973, la consommation a continué à croître de façon importante et à jouer pendant deux décennies son rôle de moteur de la croissance économique en France¹. Au début des années 1990, dans un contexte de ralentissement très sensible de la consommation, on parlait de ménages saturés, d'absence de produits vraiment utiles. On était alors tenté d'annoncer la fin de la société de consommation et la saturation des besoins. Dès 1994, la consommation est repartie et, entre 1997 et 2001, les niveaux sont devenus très élevés (plus de 3,5 % par an). En 1993, le CRÉDOC écrivait déjà : « Les analystes se posent cette question légitime : les consommateurs ont-ils changé ? La question n'est pas nouvelle, car, à chaque "crise", les opérateurs économiques se posent la même question comme en témoigne le rapport réalisé par le CRÉDOC en 1986 qui avait pour titre *Les consommateurs ont-ils changé ?* »².

Trois axes de réflexion structurent la présente note. Le premier est centré sur la comparaison du contexte économique caractérisant la consommation durant la crise de 1993 par rapport à celui de la crise actuelle. Le deuxième explicite les conséquences de ces deux crises sur les comportements des consommateurs, notamment en termes d'arbitrages de consommation. Le troisième examine les évolutions structurelles de la consommation afin de dégager celles qui perdureront.

1. Quels sont les points communs avec la crise de la consommation de 1993 ?

1.1. 2008 : année de rupture

Ralentissement de la croissance du pouvoir d'achat

Un des éléments les plus visibles de l'environnement du consommateur est l'évolution de son pouvoir d'achat, thème de préoccupation majeur depuis 2007. Selon l'institut CSA, en août 2008, le pouvoir d'achat arrive en tête des préoccupations des Français (51 %), devant la santé (35 %), la retraite (30 %) alors qu'en 2005, la santé (52 %) devançait nettement le pouvoir d'achat qui arrivait en troisième position derrière la garantie de retraite (34 %). Le pouvoir

1 - Rochefort R. (2001), *La Société des consommateurs*, Paris, Odile Jacob, nouvelle édition.

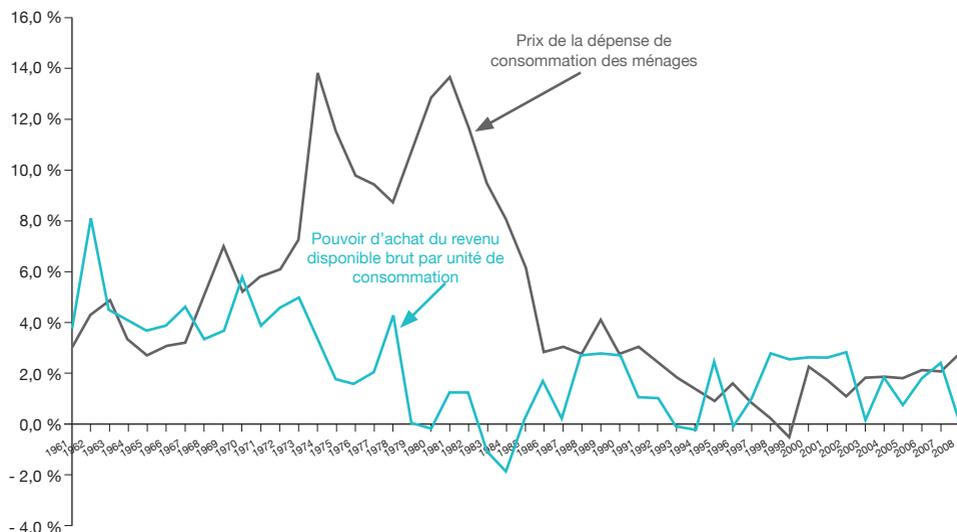
2 - Lahlou S., Collerie de Borély A. et Beaudouin V. (1993), « Où en est la consommation aujourd'hui ? Une enquête sur le consommateur français des années 90 », *Cahier de Recherche*, n° 46, CRÉDOC, avril.

d'achat correspond à l'évolution du revenu disponible brut de l'ensemble des ménages, en tenant compte de l'inflation. Il dépend donc de l'évolution de trois composantes : le revenu, les indices des prix et le poids des produits dans la consommation. Au cours des décennies passées, deux phases bien distinctes se sont succédé : de 1960 à 1974, le pouvoir d'achat a augmenté au rythme moyen très élevé de 5,7 % par an et depuis le premier choc pétrolier, la hausse moyenne est de 2,1 % par an.

Sur la période récente, une amélioration relative du pouvoir d'achat a été observée entre 1998 et 2002, concomitante à une inflation très faible. Dans la deuxième phase, le ralentissement du pouvoir d'achat de 2002 à 2006 est avant tout imputable au ralentissement des revenus du salaire. La croissance annuelle moyenne est de 3,3 % par an de 2002 à 2006, sur les quatre années précédentes les salaires avaient augmenté de 5,1 % par an. Les revenus du patrimoine ont, quant à eux, fortement progressé entre 2002 et 2006, de 4,4 % par an, contre 2,3 % par an entre 1998 et 2002. Enfin, les impôts ont augmenté plus vite sur la deuxième période étudiée. En 2007, le pouvoir d'achat par unité de consommation a progressé de 2,4 %, un niveau relativement élevé en raison notamment d'une progression importante des revenus des professions libérales et chefs d'entreprises (+ 5,8 %).

Le 19 décembre 2008, l'INSEE annonce une récession d'ampleur au moins aussi importante qu'en 1993. Le pouvoir d'achat du revenu des ménages a nettement ralenti (+ 0,6 % en 2008, après + 3,1 % en 2007). Cette décélération est attribuable à la fois à l'accélération des prix à la consommation en cours d'année (le déflateur de la consommation progresse de 3,0 % sur l'année, contre 1,5 % en 2007) et au net ralentissement du revenu disponible brut des ménages (RDB, 3,2 % en 2008 contre 5,2 % en 2007). Le fort ralentissement du revenu disponible brut en 2008 s'explique par un ralentissement des revenus d'activité (3,5 % contre 5,1 % en 2007), des revenus du patrimoine (+ 2,9 % contre + 3,9 %) et une hausse plus importante des impôts (+ 3,5 % contre 2,1 %). Comparativement à 1993, le niveau du pouvoir d'achat est identique, mais en 1993, le ralentissement s'explique par une très faible augmentation des revenus d'activité (+ 1,2 % en 1993 contre 3,5 % en 2008) alors qu'en 2008, le ralentissement est lié à l'augmentation de l'inflation (3 % en 2008 contre 2,1 % en 1993). L'inflation est plus visible parce qu'elle touche tout le monde alors que les ralentissements du revenu ne touchent pas tout le monde de la même façon.

Graphique n° 1 : Évolution du pouvoir d'achat des ménages depuis 1961



Source : INSEE, Comptes nationaux, base 2000

Tableau n° 1 : Évolution des composantes du revenu disponible

Années	Crise de 1993						Crise de 2008			
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	2005	2006	2007	2008
Revenus activité	3,6 %	1,2 %	2,7 %	3,5 %	2,7 %	2,4 %	3,8 %	4,8 %	5,1 %	3,5 %
Revenus patrimoine	6,1 %	4,1 %	- 4,5 %	9,0 %	2,0 %	1,2 %	3,0 %	6,1 %	3,9 %	2,9 %
Revenu transfert net	6,0 %	5,5 %	2,9 %	3,0 %	3,5 %	3,0 %	4,0 %	4,1 %	3,6 %	3,5 %
Impôts	5,8 %	3,2 %	3,4 %	3,4 %	6,2 %	2,8 %	5,4 %	4,6 %	2,1 %	3,5 %
Total RDB*	4,2 %	2,4 %	1,8 %	4,0 %	2,1 %	2,4 %	3,4 %	4,7 %	5,2 %	3,4 %
Déflateur de la consommation	2,4 %	2,1 %	1,6 %	1,8 %	2,0 %	1,2 %	1,8 %	1,6 %	1,5 %	3,0 %
Pouvoir d'achat	1,7 %	0,6 %	0,4 %	3,0 %	0,5 %	1,5 %	1,6 %	2,6 %	3,1 %	0,6 %
Consommation	0,9 %	- 0,5 %	1,3 %	1,6 %	1,6 %	0,5 %	2,6 %	2,4 %	2,4 %	1,0 %
Taux d'épargne	14,6 %	15,5 %	14,7 %	15,9 %	15,0 %	15,9 %	14,9 %	15,1 %	15,6 %	15,3 %

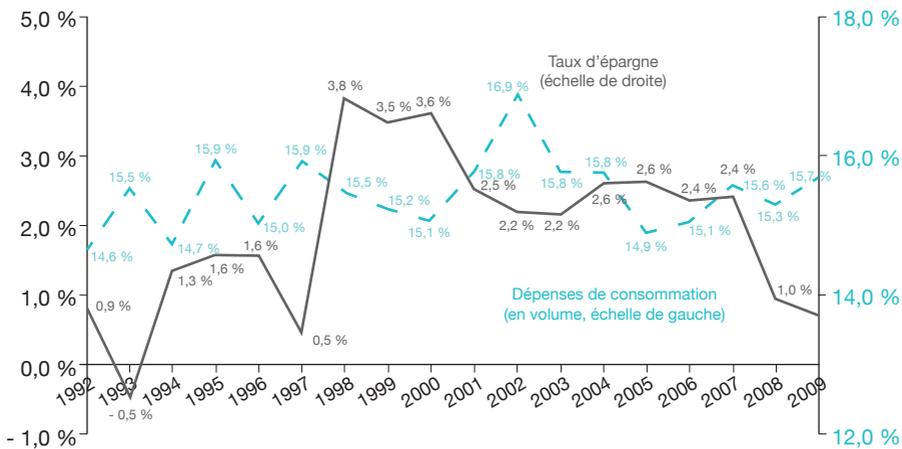
(*) Revenu disponible brut

Source : INSEE, Comptabilité nationale base 2000

Ralentissement de la consommation en 2008 et 2009

Jusqu'en 2007, les Français ont continué à consommer malgré les déterminants de l'emploi et du pouvoir d'achat. Alors que sur la période 1992-1997 la consommation française n'avait progressé que de 0,3 % par an en moyenne (en volume), rythme moins soutenu qu'en Allemagne et en Italie, sur la période 1997-2003, la consommation a crû de 3,0 % par an. En revanche, sur la période 2003-2007, la croissance de la consommation est relativement élevée (+ 2,5 % par an), du même ordre que celle du pouvoir d'achat (+ 2,7 %). L'année 2008 signe l'entrée dans une crise économique importante. L'inflation bondit en début d'année puis à partir de septembre la crise financière ralentit fortement les revenus du patrimoine et le chômage progresse, s'accompagnant mécaniquement d'une baisse des revenus. La consommation ralentit fortement pour atteindre 1 % en 2008 et 0,7 % en 2009 selon les prévisions de l'INSEE (2009)¹. La croissance de la consommation reste cependant positive, ce qui n'était pas le cas en 1993. Ainsi, la crise économique actuelle ne touche pas la consommation de façon aussi importante que la crise précédente.

Graphique n° 2 : Évolution de la consommation et taux d'épargne



Source : INSEE, Comptabilité nationale ; 2009 : estimation Note de conjoncture, juin 2009

En 2009, le taux d'épargne progresse, il passe de 15,3 % en 2008 à 15,7 % en 2009 (graphique n° 2). Un des leviers de la consommation fortement utilisés depuis 1999 est le crédit à la consommation. Jusqu'en 2007 et pour la seizième année consécutive, il progresse fortement. Entre 1999 et 2007, les encours de crédit à la consommation ont progressé de 5,7 % par an. Le niveau bas des taux d'intérêt, le développement de l'offre, notamment

1 - INSEE (2009), Note de conjoncture, juin.

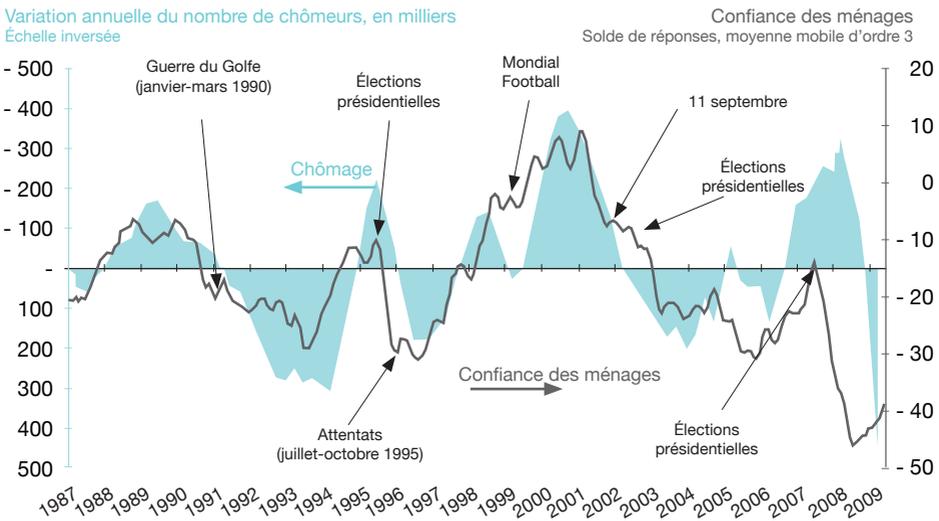
du *revolving* et des cartes associées à une enseigne, et l'évolution des mentalités des nouvelles générations favorisent la croissance du crédit à la consommation ; en 2008 et 2009, ce mouvement marque un temps d'arrêt. Selon Bizimana et Eluère (2009)¹, l'encours des crédits à la consommation ralentit depuis 2008. En avril 2009, la baisse est de 1 %. Cette baisse du recours au crédit est imputable au fort ralentissement des achats de biens durables, notamment automobile.

1.2. Désarroi des Français sur leur niveau de vie

Confiance des ménages au plus bas

Hébel *et al.* remarquaient déjà en 2005 qu'en dépit d'un contexte économique moins morose qu'entre 1993 et 1997, notamment du côté de la consommation, les composantes psychosociologiques du consommateur mesurées par les indicateurs de perception étaient au plus bas². Les auteurs expliquaient cette baisse de moral par un ralentissement du niveau de vie relativement à la période 1998-2002 et par le chômage. En effet, si l'on compare les variations annuelles du nombre de chômeurs et l'indice de confiance des ménages, les deux indicateurs suivent les mêmes évolutions jusqu'en 2007.

Graphique n° 3 : Indice de confiance des ménages et variation annuelle du nombre de chômeurs



Source : INSEE

1 - Bizimana O. et Eluère O. (2009), « Perspectives 2009-2010. Croissance et épargne-crédit », *Note trimestrielle Éco-France*, n° 22, octobre.

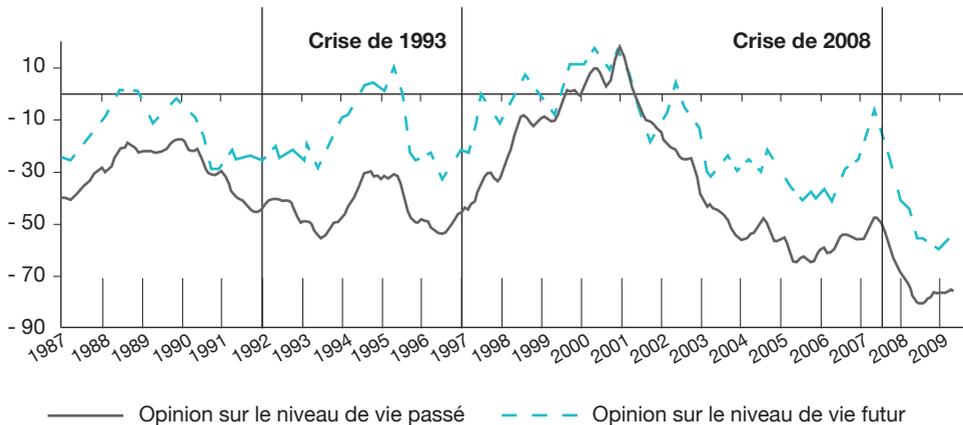
2 - Hébel P., Fauconnier N. et David M. (2005), « La nouvelle sensibilité des consommateurs aux prix », *Cahier de Recherche*, n° C215, CRÉDOC.

Mais ce qui est tout à fait surprenant, c'est l'inversion de cette tendance depuis 2007. Pour la première fois, l'indice de confiance ne suit plus les variations du chômage et c'est donc ailleurs qu'il faut chercher les raisons du pessimisme des Français, dont le niveau de confiance n'a jamais été aussi bas (graphique n° 3). Alors que début 2009 le chômage s'accroît de façon spectaculaire, la confiance remonte. L'amélioration s'explique par la déflation (- 0,5 % en juin 2009). Le moral¹ des Français est cependant à un niveau exceptionnellement bas, jamais observé depuis l'existence de la série.

Perception d'un niveau de vie au plus bas

Ce manque de confiance de la part des consommateurs est à mettre au compte d'un profond désarroi vis-à-vis du niveau de vie. Dans la crise économique précédente, la confiance des ménages était en droite ligne avec l'augmentation du chômage, les opinions sur le niveau de vie avaient fortement diminué mais elles étaient nettement au-dessus de ce qui a été observé au milieu de l'année 2008. Les préoccupations concernant le niveau de vie sont à mettre en relation avec la forte augmentation du nombre d'articles évoquant le pouvoir d'achat entre juin 2008 et mars 2008, comme ont pu le mettre en évidence Bigot *et al.* (2008)². La terminologie « pouvoir d'achat » a fait l'objet de deux fois plus d'articles au quatrième trimestre 2007 qu'au premier trimestre 2005. Le nombre d'articles évoquant ce sujet a été de plus en plus important à partir de 2006 jusqu'à atteindre un pic au quatrième trimestre 2007.

Graphique n° 4 : Évolution de la perception du niveau de vie



Source : INSEE

1 - L'indicateur de confiance des ménages est calculé comme la moyenne arithmétique de cinq indicateurs relatifs au niveau de vie passé, au niveau de vie futur, à la situation financière passée, à la situation financière future et à l'opportunité d'acheter.

2 - Bigot R., Cappigny A. et Croutte P. (2008), « Le sentiment de devoir s'imposer des restrictions sur son budget », *Cahier de Recherche*, n° 253, décembre.

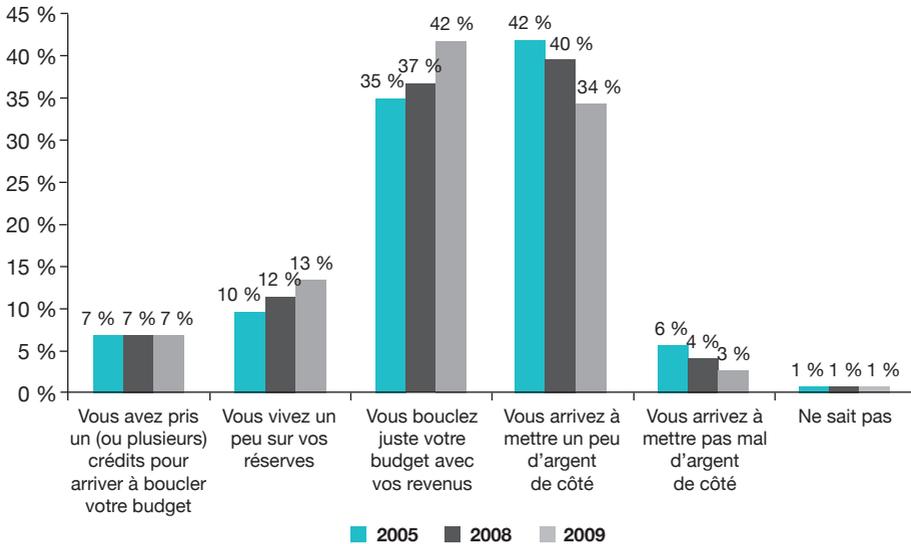
Pour les auteurs, « il n'est pas interdit de penser que les débats relatifs au pouvoir d'achat au moment de l'élection présidentielle de 2007 ont attiré l'attention des Français sur ce thème, suscitant une grande attention de la part de nos concitoyens ». Cet effet médiatique expliquerait le décalage entre la perception et la réalité économique. Un autre facteur explicatif plus structurel est celui lié au désir d'achat grandissant chez les jeunes générations pour les biens de nouvelles technologies et les loisirs, comme nous le décrivons dans la troisième partie. Après la recherche identitaire au travers de la consommation d'un plaisir immédiat et de l'image de soi dans les années 1970 s'est développé le besoin de rassurance dans les années 1990 et aujourd'hui le besoin de réalisation de soi conduit à de nombreuses frustrations perceptibles dans l'opinion sur le niveau de vie. Un dernier facteur explicatif est l'accroissement des dépenses de logement (+ 1,7 point en coefficient budgétaire depuis 2002), qui ralentit le pouvoir d'achat libéré et accroît le sentiment d'une perte de pouvoir d'achat.

Le pessimisme sur le niveau de vie futur tient pour beaucoup aux anticipations négatives concernant l'évolution du chômage. L'ampleur et la soudaineté du revirement de l'opinion ont débuté dès la moitié de l'année 2007 alors que, comme l'indique le graphique n° 3, le nombre de chômeurs baissait significativement sur cette période. Le nombre de demandeurs d'emploi n'est reparti à la hausse qu'à la mi-2008 et n'a pas cessé depuis de s'amplifier.

Les consommateurs ont nettement ressenti le ralentissement économique dès juin 2008. L'enquête Consommation, réalisée en juin 2009 et existant depuis 1992, a mis en évidence de très nettes évolutions d'attitudes et de comportements. En juin 2008, 44,2 % des personnes interrogées pensent que leurs conditions de vie vont se détériorer dans les cinq prochaines années. Le maximum avait été atteint en 1995. Le contexte de 2008 se rapproche de la dernière crise économique qui a débuté en 1993. La proportion de Français qui arrivent à mettre de l'argent de côté (un peu et pas mal) passe de 48 % en 2005 à 37 % en 2009 (graphique n° 5). En situation de choix entre argent et temps libre, la proportion de ceux qui souhaitent plus de temps libre passe de 59 % en 2005 à 65 % en 2008. Par rapport à la crise précédente, les consommateurs ressentent une très forte frustration vis-à-vis de leur désir de consommation. Leurs difficultés budgétaires progressent nettement et, en 2008, ils sont 65 % à préférer l'argent au temps libre. L'exacerbation de l'opinion autour des préoccupations budgétaires est forte même si elle diminue en 2009.

L'enquête du CRÉDOC sur les « Conditions de vie et aspirations des Français » met en évidence que la proportion d'individus qui déclarent être obligés de s'imposer des restrictions sur certains postes de leur budget atteint un maximum en 1993 et en 2008. En 20 ans, le sentiment de restriction s'accroît dans toutes les catégories de population, sauf parmi les catégories aisées et les hauts revenus. Tout se passe comme si les désirs de consommation étaient de plus en plus importants et de moins en moins satisfaits.

Graphique n° 5 : « Quelle est parmi ces phrases celle qui décrit le mieux la situation financière de votre foyer actuellement ? »



Source : CRÉDOC, enquêtes Consommation, juin 2005 et 2007

2. Stratégies d'achat adoptées

2.1. Sensibilité aux prix plus faible qu'en 1993

Fin 1993, le CRÉDOC décrivait un consommateur rationalisant son comportement d'achat : « il réfléchit et compare plus que dans le passé avant d'acheter »¹. Selon Robert Rochefort², « le consommateur se réfugie provisoirement dans la frugalité, la simplicité ». La consommation du début des années 1990 se caractérise ainsi par le report persistant de l'achat de certains biens durables, le décalage saisonnier des achats pour bénéficier des meilleurs prix et la préférence pour les produits bas de gamme. La même stratégie est observée en 2008, la proportion de consommateurs qui comparent plus les prix entre commerces s'accroît de 17 points entre juin 2007 et juin 2008, pour atteindre 50,8 %. Cette proportion se stabilise en 2009. En 1993, la proportion de consommateurs qui déclarent comparer plus les prix par rapport aux cinq années précédentes atteint un maximum avec

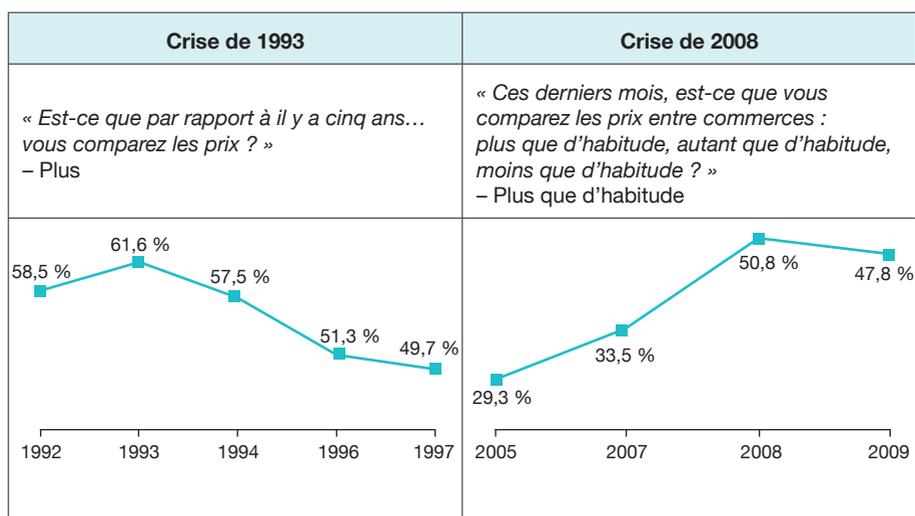
1 - Beaudouin V. et Collierie de Borély A. (1993), « Le plaisir d'acheter n'a pas disparu », *Consommation et modes de vie*, n° 80, octobre.

2 - Rochefort R. (2001), *op. cit.*

61,6 %. À la question « Voici plusieurs raisons d’acheter des produits de consommation. Pour chacune d’entre elles, dites-moi si personnellement, elle vous incite (beaucoup, assez, un peu, pas du tout) à acheter un produit », le critère « le prix est compétitif » apparaît en deuxième position et atteint son maximum avec 83 % de réponses « beaucoup » et « assez » en 1993. En 2008, ce critère d’achat progresse mais n’atteint pas ce niveau élevé (81 %).

La sensibilité aux prix se traduit dans les faits par une progression de la fréquentation des circuits de distribution alimentaire hard discount. La proportion de ceux qui déclarent fréquenter le plus souvent les hard discounters est passée de 8 % en 2007 à 15 % en 2008, selon le dernier baromètre de l’alimentation¹. Fréquentant ce circuit (et achetant des marques premiers prix) par nécessité, de plus en plus de consommateurs (36 % en 2007, 56 % en 2008) considèrent que les marques premiers prix sont de moins bonne qualité que les marques nationales. Étant obligés d’en consommer, ils apprécient peu les marques premiers prix. Une autre hypothèse pouvant expliquer ce paradoxe serait la baisse de qualité de ces produits à la suite des augmentations des prix des matières premières. La sensibilité aux prix se traduit dans les faits par la progression durant 2008 de la part des MDD, cette dernière est passée de 28,3 % en mars 2008 à 30 % début 2009 (en valeur sur les produits de grande consommation et le frais libre-service selon AC Nielsen).

Graphique n° 6 : Comparaison des prix



Source : CRÉDOC, enquêtes Consommation

1 - Hébel P. (2008), Baromètre des perceptions alimentaires et de la politique alimentaire, http://agriculture.gouv.fr/sections/thematiques/alimentation/fichiers-pdf/downloadFile/FichierAttache_5_f0/baromalim08synt.pdf.

2.2. L'achat malin

Le changement de comportement du consommateur a réellement eu lieu au début de l'année 2008. En plus de comparer systématiquement les prix et de privilégier les marques propres et les premiers prix, le consommateur profite des promotions et des soldes. À la question « Ces derniers mois, est-ce que vous profitez des offres promotionnelles, plus, autant, moins que d'habitude ? », la proportion d'individus répondant « plus que d'habitude » passe de 20,5 % en juin 2007 à 36,3 % en juin 2008. Pourtant, en 2009, la proportion de consommateurs profitant souvent des offres promotionnelles se réduit à un tiers de la population et la proportion de ceux qui ne profitent jamais des promotions n'a jamais été aussi élevée. La part des ventes sous promotion en grandes et moyennes surfaces n'aurait pourtant pas évolué depuis 2006¹. Les parts de marché des promotions sont de 17,5 % du chiffre d'affaires des hypermarchés. La stagnation de la part de marché depuis 2006 serait imputable au maximum d'achats possible : « les consommateurs achètent en moyenne 30 produits à chaque visite et 5 sont en promotion : pour eux, impossible d'en acheter davantage »². Les bons d'achat et les lots virtuels sont les formes de promotion les plus fréquentes.

L'utilisation des soldes est plus sollicitée en période de crise : en 2009, 67,5 % des consommateurs déclarent attendre les soldes pour leurs achats vestimentaires. Ce pourcentage était de 71,8 % en 1994 et de 70,2 % en 1998. Ce taux n'était que de 57,5 % en 2000 en période économique favorable.

En 2009, 88 % des Français ont marchandé au moins une fois, cette proportion était de 83 % en 2000.

Via Internet, les consommateurs ont accès depuis quelques années déjà aux enchères en ligne, qui permettent de trouver de bonnes affaires, ou encore au troc. La progression des achats et ventes de produits d'occasion est importante entre 2007 et 2009. En 2007, 27 % des consommateurs ont déjà acheté un produit d'occasion, en 2009, ils sont 42 %. En 2007, 16 % des consommateurs ont déjà vendu un produit d'occasion ; en 2009, 22 % l'ont déjà fait. Ce phénomène s'est accentué durant la crise, les ventes sur les sites spécialisés progressent à chaque période suivant la remise des cadeaux de Noël.

D'autres formes d'achat font leur apparition, notamment les achats groupés, autrefois l'apanage des comités d'entreprise. Des sites spécialisés comme « Achetez groupés » ou « Commandes groupées » proposent désormais à des consommateurs qui ne se connaissent pas mais sont attirés par le même produit de faire front commun face aux distributeurs pour faire baisser les prix. À la clé : des réductions allant parfois jusqu'à 50 %.

1 - Dupré J. (2009), « La promotion doit sortir du tout-prix », LSA, n° 2096, 18 juin.
2 - *Idem*.

2.3. Montée de la recherche de sens en 2009

L'année 2008 a été celle des changements du comportement du consommateur en raison de la forte poussée de l'inflation qui atteint 3,7 % en juillet en raison de l'augmentation élevée des prix des carburants et des produits alimentaires de base (lait, pâtes, riz, œufs...).

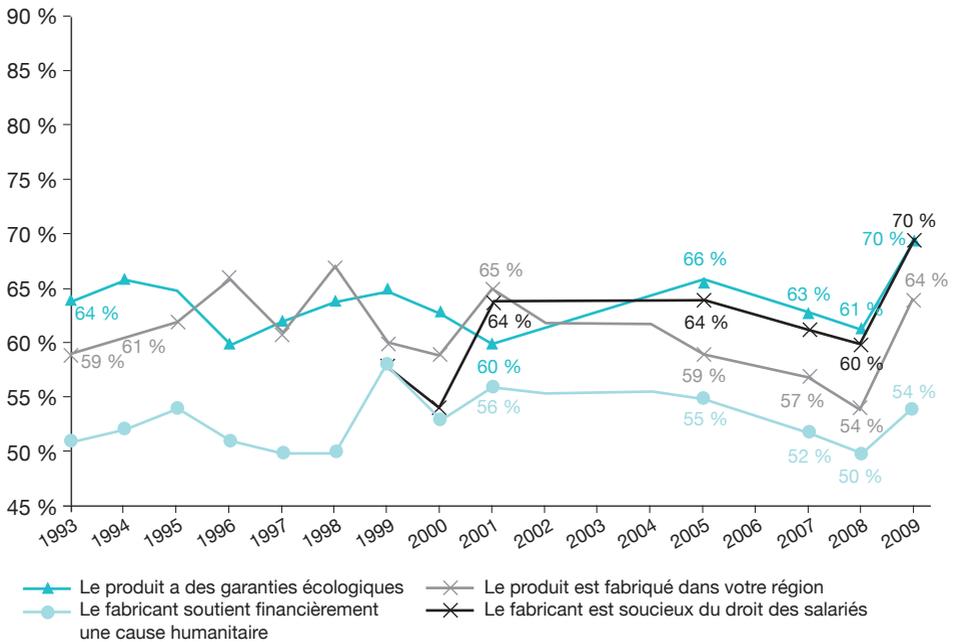
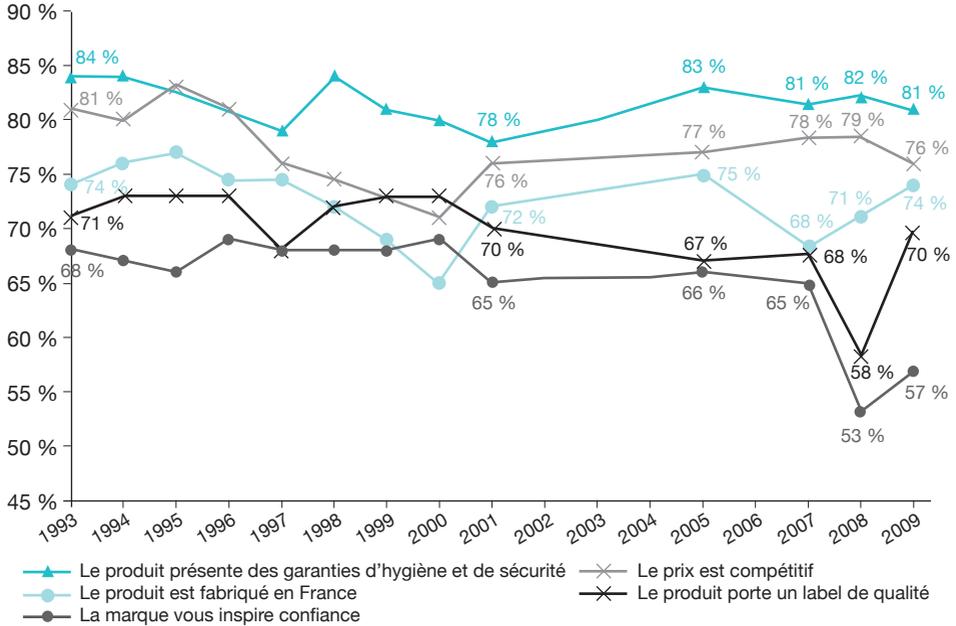
Durant cette période de fortes remises en cause de la société de consommation, des changements dans les attentes ont eu lieu, comme au début des années 1990. Ainsi que le suggère Rochefort¹, il s'agit bien d'un changement dans l'imaginaire associé à l'acte d'achat. La remise en cause de la société de consommation systématique en période de crise (1973, 1990) conduit le consommateur à refuser le plaisir immédiat de la consommation. La consommation devient une nécessité pour 45 % des consommateurs en 2009, cette part n'a atteint que 35 % en 1995. Consommer est à la fois satisfaire un besoin et s'accorder un plaisir qui va au-delà du strict besoin. Tout besoin est socialement construit, Maurice Halbwachs le disait déjà en 1910, il n'y a pas de besoin « purement » physiologique, nécessaire, et de besoin « purement » identitaire. De façon très accentuée en 2009, la dimension identitaire s'efface en réaction à la crise. À la suite de la crise du début des années 1970, Rochefort² a identifié le développement d'un imaginaire autour du plaisir immédiat et de l'image de soi. En 1990, il met en évidence l'imaginaire de la rassurance qui s'est développé autour des tendances de santé, de terroir et d'écologie. Le même schéma intervient aujourd'hui : en 2008, le consommateur remet en cause l'hyperconsommation de façon significative au travers du rejet des marques et des labels de qualité. Le critère « la marque vous inspire confiance » avait, comme le critère « le produit porte un label de qualité », fortement diminué (plus de 10 points en un an). Ces deux critères progressent en 2009, faiblement pour le premier. Le critère de label de qualité fait un bond de 12 points et rattrape ce qui avait été perdu auparavant. Il est possible que ce soit le développement de nouveaux logos décernés par les consommateurs tels que « élu produit de l'année », « saveurs de l'année », « victoires de la beauté », « trophée de la maison » qui ait donné de nouveau confiance aux consommateurs. Le consommateur est en quête de sens et plébiscite des critères éthiques comme en témoigne la remarquable remontée de ces critères (+ 10 points pour « le fabricant soucieux du droit des salariés », + 9 points pour « la garantie écologique »). La remontée depuis 2007 de l'origine France (+ 6 points) et du critère régional depuis 2008 (+ 10 points) traduit un retour vers les valeurs fondamentales et un repli sur soi. Cette demande sociale peut correspondre à une attente sans être nécessairement suivie d'actes concrets.

1 - Rochefort R. (2001), *op. cit.*

2 - *Idem.*



Graphique n° 7 : « Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si, vous personnellement, elle vous incite (beaucoup, assez, un peu, pas du tout) à acheter un produit »



Source : CRÉDOC, enquêtes Consommation

2.4. Internet donne confiance aux consommateurs

L'utilisation d'Internet permet au consommateur de développer sa stratégie d'acheteur malin par le biais de la recherche d'informations¹. Près d'un internaute sur deux recherche aujourd'hui l'avis de consommateurs sur Internet, alors qu'ils n'étaient qu'un sur quatre seulement en 2005. Si la grande majorité se contente de lire les commentaires déposés par d'autres internautes, 21 % ont déjà écrit des messages ou participé à des « chats » sur ce sujet. 30 % recommandent des sites donnant des informations sur des produits et 21 % donnent leur avis sur des produits ou services. Ces échanges développés à travers les *blogs*, la participation à des forums de discussion ou à des réseaux sociaux ont un impact sur la consommation. L'information recueillie est perçue comme objective et satisfait la quasi-totalité des internautes qui l'ont recherchée.

Désormais, pour la moitié des consommateurs ayant déjà consulté des avis d'internautes, ces commentaires constituent, avec les articles comparatifs des revues spécialisées, l'une des deux principales sources d'information auxquelles ils se fient. Internet contribue ainsi à établir un sentiment de confiance, propice à la consommation et basé sur la collaboration et l'échange d'informations : 66 % des internautes recherchant l'avis de consommateurs sur Internet ont confiance dans les commentaires collectés sur des forums, des *blogs* ou des *newsgroups*.

Internet s'ajoute aux autres sources d'information plus qu'il ne s'y substitue. Les internautes recherchant l'avis de consommateurs sur Internet utilisent plus de sources d'information que la moyenne : 44 % s'informent auprès d'au moins trois sources sur les quatre proposées, contre 34 % parmi les internautes et 10 % parmi les non-internautes.

Internet transforme donc fondamentalement la relation que les consommateurs entretiennent avec les marques en rééquilibrant le rapport de force. Les consommateurs en sont conscients : 39 % estiment que, grâce à Internet, ils ont plus de pouvoir face aux marques. Cette proportion passe à 45 % chez les internautes et 57 % chez les internautes recherchant des avis de consommateurs sur le Net. Internet a favorisé en période de crise le maintien de la consommation.

2.5. Arbitrages de consommation

Comme en 1993, la première réaction des consommateurs à la crise est de reporter les achats importants (bien durables et dépenses de loisirs). En 1993, 44,3 % ont décidé de reporter un achat important au cours des six

1 - Cette partie reprend les éléments de la lettre *Consommation et modes de vie*, n° 222, de Franck Lehuédé, « L'Internet participatif redonne confiance aux consommateurs », CRÉDOC, juin 2009.

derniers mois, ils sont 40 % en 2009. Pourtant, en 2009, les consommateurs sont un peu moins nombreux à planifier à l'avance leurs gros achats ou leurs vacances. Le développement du crédit à la consommation depuis 1999 et le recours à Internet a semble-t-il joué en faveur d'un aplanissement des dépenses. En 2009, ceux qui ont reporté les achats importants sont plus pessimistes que ceux qui étaient dans la même situation en 1993. Ils sont 72 % à penser qu'ils reporteront de nouveau cet achat dans les six prochains mois, ils n'étaient que 61 % dans cette situation en 1993. Ce résultat laisse à penser que l'année 2010 devrait voir un recul notable des dépenses en biens durables. La fin de la prime à la casse s'accompagnera comme en 1995 et 1997¹ d'une baisse importante des achats d'automobiles.

En ce qui concerne les dépenses de biens durables, la crise de 1993 a eu des impacts plus marqués sur les dépenses automobiles et l'achat de téléviseurs qu'en 2008. Les innovations technologiques de ce dernier secteur ont conduit les consommateurs à accroître cette dépense de 24,5 % en volume en 2008, alors qu'en 1993, la croissance était nulle.

La dimension plaisir dans l'acte d'achat s'est estompée très rapidement, le consommateur ralentit ses achats « coup de tête » de façon significative en 2008 (52 % déclarent en faire moins contre seulement 35 % en 2007).

Dans les faits, les fonctions de consommation qui ont le plus fortement ralenti en volume sont celles du transport, de l'habillement, des boissons alcoolisées et du tabac, de l'équipement des logements et des hôtels, cafés et restaurants. Comparativement à 1993, le poste textile-habillement diminue autant, par contre les dépenses de boissons alcoolisées et de tabac décroissent en 2008 de 1,6 % alors qu'elles avaient progressé en 1993. Cette décroissance sensible s'explique par un contexte de mesures législatives fortes : hausses des taxes sur le tabac, messages sanitaires sur les bouteilles de vin et d'alcool, renforcement des contrôles routiers. Deux autres postes s'accroissent moins vite en 2008 qu'en 1993, en raison d'inflations importantes. Il s'agit des autres biens et services (fortes baisses sur les bijoux, la beauté) et de l'alimentation.

En 2008, comparativement à 1993, le consommateur privilégie les dépenses de loisirs et d'éducation qui continuent de croître. Nous verrons dans la troisième partie qu'un des facteurs structurels de cette progression est le besoin structurel de réalisation de soi inhérent aux nouvelles générations. Les dépenses de logement (en raison d'une hausse continue des prix) et de santé s'accroissent de façon plus importante qu'en 1993. Les dépenses de logement sont contraintes et leur hausse explique en partie le maintien d'un niveau de consommation relativement élevé en 2008. Les dépenses d'hôtel, de restaurant et de transport décroissent moins vite en 2008 qu'en 1993.

1 - La « balladurette » a été mise en place de janvier 1993 à janvier 1994, la « juppette » de septembre 1995 à octobre 1996. Le 5 décembre 2008, la nouvelle prime à la casse propose 1 000 euros pour tout véhicule de 10 ans et plus mis au rebut.

Graphique n° 8 : Comparaison des croissances en euros constants des postes de consommation en 1993 et en 2008

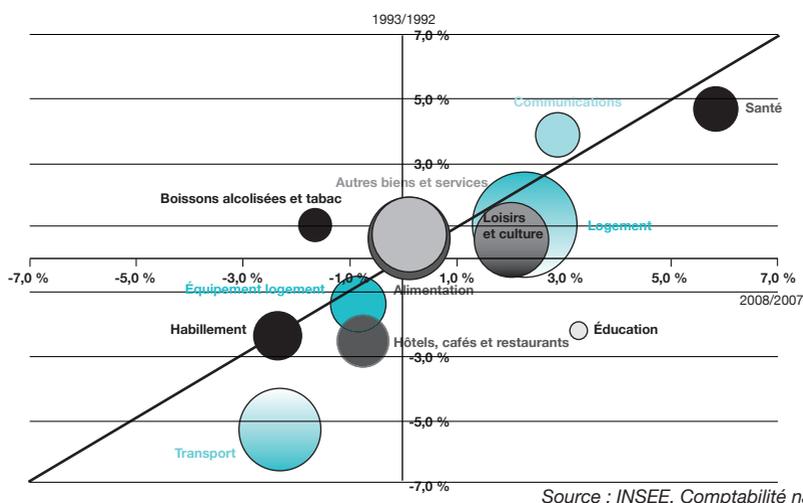


Tableau n° 2 : Comparaison des croissances des postes de consommation en euros constants selon la durabilité en 1993 et en 2008

Code	Désignation du poste	1993	1994	1995	1996	1997	2007	2008
1	Biens durables importants	- 6,8 %	8,8 %	0,5 %	7,4 %	- 4,9 %	9,3 %	0,0 %
11	Automobiles	- 13,6 %	13,5 %	- 4,5 %	11,6 %	- 15,9 %	4,3 %	- 5,3 %
111	Automobiles neuves	- 16,5 %	19,0 %	- 6,5 %	13,8 %	- 21,1 %	3,3 %	- 5,7 %
112	Automobiles autres	- 1,4 %	- 5,8 %	4,4 %	3,0 %	6,2 %	6,2 %	- 4,4 %
12	Téléviseurs	0,1 %	5,9 %	2,4 %	- 1,5 %	6,0 %	51,1 %	24,7 %
13	Réfrigérateurs et congélateurs	- 5,4 %	7,0 %	2,5 %	- 2,5 %	4,3 %	- 0,6 %	- 1,8 %
14	Machines à laver	- 1,3 %	5,5 %	- 0,2 %	- 2,5 %	3,5 %	7,7 %	0,2 %
15	Meubles	- 4,0 %	1,0 %	- 0,1 %	- 0,6 %	- 0,8 %	4,5 %	- 4,2 %
16	Autres biens durables importants	4,1 %	6,3 %	11,2 %	7,9 %	12,0 %	12,8 %	5,2 %
2	Biens semi-durables	- 2,0 %	- 0,1 %	0,4 %	- 0,2 %	1,7 %	2,6 %	- 1,3 %
21	Textiles et cuirs	- 2,1 %	- 2,4 %	- 2,2 %	- 0,4 %	1,3 %	2,2 %	- 2,5 %
22	Autres biens semi-durables	- 2,0 %	2,0 %	2,7 %	0,0 %	2,1 %	2,8 %	- 0,6 %
3	Biens non durables	1,0 %	- 0,2 %	1,3 %	0,5 %	0,1 %	1,2 %	0,4 %
4	Services	1,0 %	1,3 %	2,0 %	1,5 %	1,0 %	1,9 %	1,9 %
	Consommation effective des ménages	0,1 %	1,3 %	1,5 %	1,5 %	0,4 %	2,3 %	1,1 %

Source : INSEE, Comptabilité nationale

3. Vers la réalisation de soi

3.1. Du matérialisme au postmodernisme

Face à l'éclatement des repères sociaux, la notion classique de groupe ne permet pas de circonscrire pleinement la diversité des formes de l'activité sociale. Les individus sont en quête de structures librement choisies, ce qui s'est traduit par la libération des entraves relationnelles imposées par les structures traditionnelles (famille, classes sociales, conjoint, etc.). Cette libération a eu pour effet de laisser un certain vide qui a conduit l'individu à la nécessité de retrouver des repères et de se créer une identité. La consommation aujourd'hui répond à ce manque créé par l'individualisme, elle permet de plus en plus à chacun d'exprimer son identité. Fondées sur l'idée de l'avènement d'une société postmoderne, les nouvelles théories ne décrivent plus le consommateur comme un acteur rationnel (même réflexif) : il éprouve aussi des émotions et fait montre d'affect. On observe ainsi une augmentation des petits groupes sociaux qui s'apparentent à des communautés ou à des formes tribales très fortement déterminées par un lien émotionnel. La communauté est davantage centrée sur le plaisir d'être ensemble que sur un projet auquel tous les individus contribuent. La tribu est un moyen de renouveler la nature du lien social.

Inglehart (1977, 1990, 1997)¹, observant l'importance croissante des mouvements contestataires (écologie, pacifisme), s'intéresse aux changements de valeurs entre générations et plus précisément au passage des valeurs matérialistes, centrées sur la sécurité matérielle, aux valeurs postmatérialistes, tournées vers l'expression de la personne. Inglehart (1990) fait la double hypothèse que les individus valorisent d'autant mieux ce qui est rare et que leurs valeurs fondamentales reflètent les conditions dans lesquelles ils ont été élevés durant leur enfance. Nous pouvons ainsi supposer que l'évolution en cours des valeurs et des arbitrages de consommation repose sur une évolution de la topique des motivations qui part des besoins à satisfaire vers la réalisation de soi. En 1993, Lahlou *et al.*² faisaient le constat qu'une grande majorité de la population était dans la sphère des motivations stratégiques et que seule une faible partie était dans la sphère exploratoire. On peut faire l'hypothèse aujourd'hui que l'évolution darwinienne a conduit les jeunes générations directement au niveau des motivations exploratoires, alors que les générations nées avant guerre sont encore au niveau de

1 - Inglehart R. (1990), *Cultural Shift in Advanced Industrial Society*, Princeton, Princeton University Press. Inglehart R. (1977), *The Silent Revolution: changing value in political styles among Western publics*, Princeton. Inglehart R. (1993), *La Transition culturelle dans les sociétés avancées*, Economica, Paris, 1^{re} édition 1990. Inglehart R. (1997), *Modernisation and Postmodernisation: cultural economic and political change*, Princeton, Princeton University Press.

2 - Lahlou S., Collerie de Borély A. et Beaudouin V. (1993), *op. cit.*

base. Cette sphère des motivations exploratoires est celle du loisir et a été encouragée par le passage aux 35 heures. On peut aussi supposer qu'elle s'est traduit par la réduction du temps de travail. Les jeunes générations, dans une société d'hyperchoix grandissante, en recherche constante de satisfaction, sont en permanence dans le désir de consommation. Ce désir est immédiat, alors que dans les générations précédentes on acceptait de ne s'équiper (en automobile, logement, etc.) qu'après un certain âge. Nous partons de l'hypothèse que le poids de l'histoire et de l'époque est primordial pour expliquer les différences de choix de consommation et notamment l'importance du désir de consommation. Les générations ont une histoire marquée par l'arrivée de nouveaux circuits de distribution et d'innovation technologique. Elles adoptent des valeurs et des comportements au moment du passage entre l'enfance et l'adolescence. Nous choisissons de nommer les différentes générations selon les innovations vécues au moment de l'entrée dans la vie active.

L'analyse en évolution des six enquêtes Budget des ménages de l'INSEE (1979 à 2006) met en évidence qu'en plus des effets de revenus nettement significatifs sur les arbitrages de consommation, les effets de générations sont significatifs pour l'ensemble des fonctions étudiées. Les différentes générations se segmentent très fortement dans leurs arbitrages de consommation : les besoins ne sont plus les mêmes selon les générations et les arbitrages évoluent ainsi au cours du temps¹.

3.2. Les générations nées avant la fin de la Seconde Guerre mondiale, favorables à l'alimentation

Génération rationnement (née entre 1917 et 1926)

Cette génération avait 20 ans au moment de la Seconde Guerre mondiale entre 1937 et 1946. Selon Prével², cette génération a une entrée difficile dans la vie après la crise de 1929. Elle est la première à « toucher les dividendes » des Trente Glorieuses. Elle est pourtant très économe et très réticente à l'utilisation du crédit à la consommation. Elle a une forte culture d'épargne de précaution de par son entrée difficile dans la vie. Elle n'entrera pas dans la société de consommation qui démarrera au début des années 1970, elle s'équiperait peu en biens durables et restera peu équipée en automobile. Les femmes de cette génération sont encore très peu détentrices du permis de conduire. Pour cette génération, la famille constitue la fondation, les femmes sont peu nombreuses à être salariées actives.

1 - Recours F., Hébel P. et Berger R. (2008), « Effets de générations, d'âge et de revenus sur les arbitrages de consommation », *Cahier de Recherche*, n° 258, CRÉDOC, décembre.

2 - Prével B. (2000), *Le Choc des générations*, Paris, La Découverte.

Génération réfrigérateur (née entre 1927 et 1936)

Née pendant l'entre-deux-guerres, cette génération fête ses vingt ans à la Libération. Elle entre sur le marché du travail avec le début des Trente Glorieuses, en sort avec « la Crise » et bénéficie d'un système de retraites et d'un État-providence généreux. Progressivement, la consommation de masse se met en place et les classes aisées de cette génération découvriront le lancement en 1946 de la 4 CV et du Solex, en 1948 de la 2 CV et du microsillon. La RTF fait ses débuts en 1949 et le Club Méditerranée ouvre son premier village aux Baléares en 1950. Puis tout va s'accélérer. Cette génération chanceuse, qui a évité la mobilisation et toute responsabilité dans la défaite, va connaître un boom industriel avec une structure gourmande en main-d'œuvre et en encadrement. Malgré un faible niveau de formation (les deux tiers n'iront pas au-delà du certificat d'études et moins de 5 % auront le baccalauréat), elle bénéficiera sans discontinuer du plein emploi.

Génération robot électrique (née entre 1937 et 1946)

Cette génération correspond aux individus qui ont eu vingt ans entre 1957 et 1966 et qui ont à leur tour connu une révolution dans la préparation des repas : l'apparition du robot électrique va contribuer à diminuer le temps de préparation des repas. Le Robot-Marie date de 1961. Du côté automobile, c'est une révolution technologique avec la sortie de la DS. Toute l'Europe, avec l'aide du plan Marshall, s'engage dans l'« ère de la consommation de masse ». En 1963, 35 % des ménages français disposent d'une automobile. Le transistor, inventé en 1954, va bouleverser la radio et la hi-fi. Les années 1960 sont celles des week-ends de deux jours. La croissance favorisera le développement d'une vaste classe moyenne. Georges Perec dans *Les Choses* (1965) a admirablement décrit cette classe de consommateurs enrichis, avides de bien-être matériel, ressentant un sentiment de culpabilité à force de transgresser le modèle transmis par des parents paysans et économes. Cette mauvaise conscience était aggravée par le vide politique et le drame algérien. Comme l'écrit Perec en 1965 : « Ils ne croyaient guère que l'on pût se battre pour équiper son intérieur, mais c'eût été pourtant le mot d'ordre qui les aurait le plus facilement mobilisés ».

Ces trois générations nées avant l'avènement de la société de consommation ont globalement des arbitrages de consommation qui sont nettement tournés vers les motivations de base. Elles favorisent quatre fonctions :

- *l'alimentation à domicile* : ces générations sont celles qui ont les coefficients budgétaires les plus élevés au cours de leur cycle de vie. Le modèle traditionnel français basé sur le plaisir et la convivialité met l'alimentation au cœur des préoccupations de ces générations. Celles-ci consacrent du temps et de l'argent pour cette fonction. Elles associent le plaisir et donc une motivation stratégique à cette fonction. Elles vont préférer les produits frais, les labels de qualité ;

Tableau n° 3 : Synthèse des effets de génération, d'âge et de revenu sur les arbitrages de consommation

Topique des motivations	Fonctions	Effet de génération	Effet d'âge	Effets croisés avec le revenu	Autres effets
Motivations de base	Alimentation (coefficient budgétaire)	Négatif - Les jeunes générations arbitrent en défaveur de l'alimentation	Augmentation avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Santé (dépenses)	La génération Hypermarché est celle qui dépense le plus en santé, les trois dernières générations dépensent peu au même âge	Pas d'effet d'âge	Hausses des dépenses très fortes chez les plus aisés depuis 1995	Dépenses de santé plus élevées dans les zones urbaines
	Loyer pour les seuls locataires (dépenses)	Positif - Dépenses plus élevées dans les plus jeunes générations		Phénomène générationnel accentué dans les milieux modestes	Dépenses élevées en agglomération parisienne
Motivations logistiques	Charges du logement (coefficient budgétaire)	Négatif - Beaucoup plus élevés pour les anciennes générations	Plus on est âgé, plus les charges sont élevées	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Équipement du logement (coefficient budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus faibles	Augmentation forte à l'âge de la dépendance	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Habillement (dépenses)	Négatif - Beaucoup plus élevés pour les anciennes générations	L'effet de cycle de vie est le plus fort - plus on vieillit, plus sa garde-robe est pleine et moins on achète		Dépenses plus élevées en zone très urbaine
Motivations stratégiques	Communication (coefficient budgétaire)	Positif - Les jeunes générations arbitrent en faveur des communications	Maximum du coefficient budgétaire chez les 23-32 ans	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	Coefficient élevé en agglomération parisienne
	Transport (coefficient budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Diminution avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	Plus on habite en zone urbanisée moins les dépenses de transport sont élevées
	Éducation (coefficient budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Poids important chez les étudiants		Augmentation avec la taille de l'unité urbaine
Motivations exploratoires	Loisirs (coefficient budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Diminution avec l'âge	Moins d'effet générationnel chez les plus modestes Augmentation forte chez les plus aisés	Diminution avec l'augmentation de la taille du ménage, plus faible en agglomération parisienne
	Hôtellerie (coefficient budgétaire)	Positif - les jeunes générations arbitrent en faveur des hôtels	Diminution avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus aisés	

A

- *les charges de logement* : ces générations sont plus casanières, elles sortent moins, partent moins en vacances, elles vont donc plus se chauffer et au global avoir une part plus importante de leur budget consacré à cette fonction qui est typiquement dans les besoins de base ;
- *l'équipement du logement* : pour les mêmes raisons que celles évoquées plus haut et parce que ces générations sont attachées aux meubles patrimoniaux, elles arbitreront en faveur de l'équipement du foyer ;
- *l'habillement* : ces générations sont nées avec une offre vestimentaire qui était chère, elles ont gardé l'habitude d'acheter des vêtements de marques traditionnelles, de qualité, plus chers. Elles ont aussi été habituées lorsqu'elles travaillaient à porter des vêtements de qualité comme la tenue ostentatoire du dimanche ; toute leur vie, elles arbitreront en faveur des vêtements. En vieillissant, elles dépenseront de moins en moins.

3.4. Les générations intermédiaires recherchent le plaisir immédiat

C'est à partir de la génération précédente que naît le désir d'achat et que la société de consommation est celle dans laquelle flirtent le nécessaire et le désirable. Ce qui est maladif, c'est de désirer avec la même intensité le nécessaire et le désirable. Le fantasme individuel peut être plus gratifiant et important que le réel. L'illusion de l'individu est de penser que ses désirs le distinguent des autres.

Génération hypermarché (mai 68) (née entre 1947 et 1956)

Les individus appartenant à cette génération ont eu vingt ans entre 1967 et 1976, l'ère de la société de consommation avec l'avènement des hypermarchés. C'est à partir du début des années 1970 que la télévision couleur se démocratise et avec elle les publicités. C'est du côté du bonheur, du plaisir, de la liberté, des forces de la vie que l'époque change, marquant en profondeur la génération des « boomers ». Pour la première fois, une société fera de la jeunesse une valeur en soi, un impératif catégorique. Ce sera la première génération à cultiver le jeunisme, prônant une éthique du plaisir, du *carpe diem* : une vie de loisirs, de sorties, d'artifices. Elle modernisera la vie privée, notamment en permettant aux femmes d'être actives à 70 %. Plus que des contestataires, les soixante-huitards sont des protestataires. La croissance et le progrès sont pour eux des acquis, des évidences qui sont dans « l'ordre des choses ». Le « toujours plus » leur est dû. Le consommateur finit par prendre ses désirs pour des besoins.

Génération livraison à domicile (née entre 1957 et 1966)

Cette génération a vingt ans entre 1977 et 1986, durant une période de fortes innovations sur le prêt-à-l'emploi. C'est bien durant cette décennie

que le nombre d'innovations est le plus important¹ : 1975, année du PET (polyéthylène téréphtalate), matière plastique recyclable qui permettra le lancement des boissons rafraîchissantes et le succès grandissant des eaux embouteillées ; 1980, lancement des pâtes à tarte prêtes à l'emploi ; 1984, les salades et légumes frais en sachet prêts à l'emploi ; 1982, la lessive liquide ; 1973, l'ouverture facile sur les conserves de légumes ; 1978, les couches-culottes jetables ; 1975, le rasoir jetable ; 1977, le micro-ordinateur individuel ; 1978, le code-barres ; 1978, la cafetière électrique ; 1979, la première colle instantanée.

Ces deux générations intermédiaires qui découvrent la société de consommation et de loisirs vont favoriser quatre fonctions de consommation :

- *le loisir et la culture* : la génération hypermarché (ou mai 68) est la première génération à mettre les loisirs au cœur de ses préoccupations. Elle pratiquera nettement plus que les générations précédentes les sorties culturelles et les autres générations la suivront ;
- *le transport et notamment l'automobile* : la démocratisation de l'automobile touche de plein fouet ces deux générations qui n'hésitent pas à se multi-équiper, d'autant que ce sont les premières générations de ménages bi-actifs. L'automobile aura un rôle statutaire pour ces générations, ce ne sera plus le cas après ;
- *l'éducation* : ces générations ont des enfants qui font des études longues, elles consacrent plus d'argent pour ce poste ;
- *la santé* : dans un système de santé remboursant une grande partie des dépenses, ces générations prennent l'habitude d'aller très souvent chez le médecin et dépensent beaucoup. Elles continuent à consommer autant après les phases de déremboursement : elles ont un coefficient budgétaire plus important que les autres générations.

Ces générations sont caractérisées par des préoccupations centrées sur les loisirs et la culture ainsi que l'ostentatoire. En revanche, elles arbitrent en défaveur de l'équipement du foyer. Elles sont dans les motivations stratégiques et exploratoires de l'extérieur.

3.5. Les jeunes générations : réalisation de soi

Ces générations recherchent au travers de leur consommation du sens, du lien social et la réalisation de soi.

Génération low cost (née entre 1967 et 1976)

Elle correspond aux individus qui ont eu vingt ans entre 1987 et 1996, en plein ralentissement économique. Délaissant les hypermarchés développés en périphérie des villes, de plus en plus infidèles aux marques, ces

1 - Sondage LSA-IPSOS, 11 décembre 2008, Spécial « 50 ans d'innovations ».

consommateurs, fortement attachés au rapport qualité/prix, se tournent vers les hard discounters. Le premier magasin du nouveau modèle économique ouvre en 1988. C'est la génération *low cost*. Le chômage frappe fortement cette génération sur le front de la « guerre économique ». Sa gestion budgétaire se qualifie d'un seul nom : flexibilité, avec son corollaire : infidélité. Pour avoir toujours la qualité au meilleur prix, il faut ne payer que ce qu'on use vraiment. D'un côté, louer, et d'un autre, vivre à crédit en déployant des talents de financier pour jongler avec les dettes et les emprunts auprès des proches.

Génération Internet (née entre 1975 et 1984)

Cette génération est la première à être née avec « la Crise ». Cette génération n'entend parler que de société de l'information et des nouvelles technologies de communication, d'une économie fondée sur la connaissance. Soucieuse du « concrètement », du vécu, de l'expérience, de la transparence, la génération Internet s'évertuera à retrouver le socle des valeurs de base, des courants de fond, les racines pour contrecarrer le relativisme généralisé, l'instabilité nomade, le mouvement perpétuel. D'une manière générale, la nouvelle génération Internet prend ses distances avec toutes les institutions (Église, École, État, partis, entreprise). Elle préfère tenter de résoudre elle-même les problèmes qui se posent dans son environnement. Face à ce désinvestissement vis-à-vis des institutions, ses choix de consommation lui permettent de constituer le repère manquant. Elle recherche dans la consommation du lien social. Habitée depuis la crèche à vivre avec ses pairs, cette génération est entourée de plusieurs groupes de copains qu'elle a connus à l'école ou dans ses activités extra-scolaires qui se sont fortement développées. Selon la tribu qu'elle fréquente, elle portera les signes distinctifs qui la caractérisent. Pour cette génération, ce qui réunit plusieurs individus, c'est consommer la même chose au même moment.

Ces deux jeunes générations privilégient trois fonctions de consommation :

- *la communication* : en recherche de lien social, les jeunes générations privilégient les dépenses en téléphonie mobile et en Internet ;
- *l'équipement du foyer* : elles favorisent leur intérieur, elles cherchent au travers de leur consommation leur identité. Cette identité passe par son chez-soi, l'investissement dans les nouvelles technologies. La réalisation de soi se concrétise à l'intérieur, dans le mouvement du *cocooning*. On privilégie sa vie personnelle à sa vie professionnelle ;
- *l'hôtellerie-restauration* : la seule réalisation de soi favorisée par ces générations est la fréquentation des restaurants et hôtels comme lieux de rencontre, toujours en réponse au désir de lien social.

Les plus jeunes sont ceux qui cherchent le plus leur identité intérieure. Ils ne sont pas dans l'ostentatoire, ils arbitrent en défaveur de l'habillement et du transport. Leur consommation a un nouveau sens : vivant plus souvent en ville que les autres générations, ils s'équipent de moins en moins en automobile et privilégient le développement durable.

Conclusion

Il n'y a pas à proprement parler, en France, de crise de la consommation. Les données de l'INSEE montrent un maintien relatif de la consommation actuellement, ce qui n'était pas le cas durant la crise précédente, en 1993. Les facteurs conjoncturels observés en 2008-2009 sont à un moindre degré les mêmes que ceux détectés durant la crise de 1993 :

- recherche des bas prix, achats de marques propres et de marques de distributeur ;
- retour vers les fondamentaux et la simplicité ;
- recherche de sens en période de remise en question de l'hyper-consommation ;
- retour vers du plaisir accessible.

Le consommateur en 2008 a cependant nettement plus l'impression d'avoir des difficultés financières alors que, globalement, en 15 ans le pouvoir d'achat a progressé. Son désir de consommation plus important crée des frustrations et pourtant le niveau de consommation reste élevé dans un contexte peu favorable. Le maintien de la consommation s'explique par le nombre d'innovations importantes et la mise en place d'un plan de relance.

L'évolution des arbitrages de consommation s'explique par des effets de générations : les plus jeunes générations cherchent à se réaliser et valorisent les loisirs, les restaurants et les communications. Les tendances de l'image de soi des années 1970 et de rassurance des années 1990 s'estompent devant le besoin de réalisation de soi. La montée des inquiétudes identifiées au début des années 1980 diminue depuis le début des années 2000, le consommateur aborde une nouvelle phase tournée vers la valorisation de soi qui s'exprimera selon les sensibilités de chacun par de la consommation durable, éthique, solidaire, locale, en priorité dans le secteur du loisir ou de la virtualité. Ainsi, en période de crise, les dépenses de loisirs n'ont pas diminué alors qu'elles avaient baissé en 1993. Les marchés du bio résistent. Les ventes sur Internet ralentissent à peine. La réalisation de soi apparaît sous de nouvelles formes, notamment avec le retour du « fait soi-même » dans la cuisine.

Annexe 8

Avis des partenaires sociaux et membres du groupe de travail

Confédération française démocratique du travail (CFDT)

Le rapport du Centre d'analyse stratégique permet une mise en perspective historique de la crise actuelle, reliant sa sphère financière à celle des technologies de l'information et de la communication (TIC) et à celle des ressources rares. En positif, les trente dernières années ont vu émerger la mondialisation des échanges et la croissance de nouvelles zones économiques. En moins positif, elles ont aussi vu se développer une logique économique qui a tout fait pour s'émanciper des contraintes de la régulation. La logique actionnariale a envahi l'entreprise et s'est même répercutée dans la société tout entière. Dans le rapport, même s'il existe des manques, la question de la gouvernance politique et de la gouvernance des entreprises est reposée, en interrogeant nos systèmes productifs, qui ne peuvent plus désormais être scindés entre services et industries. Le rapport pose aussi la question du sens de la production : comment répond-on aujourd'hui aux besoins des personnes en termes de santé ou d'accès aux biens, voire à la question de l'utilité de ces biens plutôt que de leur possession ? Sans forcément rayer d'un trait la sphère financière, il contribue à en restreindre la portée hypertrophiée dans tous les domaines pour réorienter les politiques vers l'investissement dans des demandes sociales non satisfaites aujourd'hui.

Comme le rapport n'a pas pour vocation d'apporter des préconisations précises, il doit pour nous, CFDT, ouvrir le débat sur les pistes à construire pour sortir de cette crise. Notre contribution vise à proposer quelques pistes, dans la vision CFDT, pour participer au débat.

Sur le rôle de la finance, il nous semble que le rapport met trop peu en avant la « face financière » d'une crise plus large. S'il est indiscutable que la crise est aujourd'hui économique, sociale et écologique, elle a d'abord été déclenchée par un séisme financier. Pour la CFDT, la crise repose sur trois causes et non deux :

- les illusions des potentiels de croissance de tel ou tel secteur ou de certaines technologies ;

- la problématique des ressources rares ;
- et aussi la titrisation des dettes de ménages insolvable et surendettés, à cause d'une mauvaise répartition des revenus, élément qui nous semble minoré dans le rapport.

Le rapport indique aussi que la « finance ne peut être que la caisse de résonance » de l'incertitude sur les prix de l'énergie et de l'alimentation. Or la CFDT regrette que les produits pétroliers et alimentaires soient considérés comme des instruments de spéculation au même titre que les actions des entreprises ou les dérivés de taux. La spéculation est même aujourd'hui redoutée dans les systèmes de quotas d'émissions de gaz à effet de serre (GES). C'est un comportement prédateur de la finance qui devrait être limité, certains objets comme l'alimentation ou les GES pourraient être exclus du champ de la spéculation. De même, la réglementation plus stricte des différents opérateurs, en leur astreignant les mêmes régulations prudentielles, pourrait réduire les prises de risques manifestement excessives.

Le rapport pointe à juste titre le poids croissant des dépenses contraintes, comme facteur de développement des inégalités. Ceci est incontestable, la CFDT et l'Association de consommateurs ASSECO-CFDT ont souligné de longue date que le poids des dépenses indispensables comme le logement, les transports, l'alimentation et les abonnements (téléphonie, assurances) grevaient de plus en plus le budget des ménages. Nous avons été ici à l'initiative, en demandant à l'INSEE de revoir les indices de prix. Néanmoins, l'autre pendant du pouvoir d'achat nous semble également poser problème : celui des revenus et des salaires. C'est surtout dans le domaine salarial que la CFDT relève plusieurs anomalies : les gains de pouvoir d'achat des salaires se font de plus en plus sur les parties variables des salaires et non sur la partie fixe. Cela concourt à soumettre les revenus des salariés aux aléas de la conjoncture, comme le montre la crise en cours. Les primes, heures supplémentaires et autres rémunérations variables sont alors soumises à la fluctuation de l'activité économique extérieure à l'entreprise. Cela insécurise le revenu des salariés. De plus, les politiques publiques, en faisant explicitement référence au SMIC comme point d'ancrage des allègements de cotisations sociales, en ont renforcé le rôle prépondérant dans la fixation des salaires. Cela principalement au détriment de la négociation annuelle obligatoire sur les salaires, au niveau des branches comme des entreprises. Pourtant, il apparaît aujourd'hui indispensable de changer le lien entre allègements et SMIC et de recréer les conditions pour que les gains salariaux reflètent aussi l'évolution des compétences des salariés.

Sur la fiscalité écologique, le rapport n'a pas suffisamment développé le fait que les défenseurs d'une « contribution climat-énergie » ont depuis longtemps repéré ses conséquences en termes d'accroissement des inégalités. Pour

y remédier, ils ont proposé, comme l'a fait la CFDT, de développer un mécanisme de compensation auprès d'une partie des ménages qui permette de leur reverser l'intégralité des recettes d'une telle contribution. C'est alors qu'on obtient un « double dividende » : donner un signal-prix sur les énergies fossiles mais aussi favoriser une redistribution auprès des ménages les plus fragiles face aux consommations de ces énergies. Néanmoins, la CFDT aurait souhaité que la compensation de la contribution climat-énergie ne soit pas remise à tous les contribuables, mais sous conditions de ressources, afin qu'elle soit davantage orientée vers les plus pauvres et les classes moyennes. De plus, la CFDT a relevé que les inégalités s'étaient accrues en France en même temps que la fiscalité globale devenait de plus en plus proportionnelle et de moins en moins progressive. En effet, l'impôt sur le revenu, seule fiscalité redistributive, a été constamment rogné depuis une vingtaine d'années jusqu'à la mise en place du bouclier fiscal. Dans le même temps, taxes locales et contributions sociales ont augmenté. Pour la CFDT, il faut rééquilibrer la fiscalité de manière globale pour la rendre à nouveau plus progressive, y compris sur les plus hautes rémunérations qui ont été de fait encouragées par la baisse des taux marginaux d'impôt sur le revenu.

Sur le nouveau modèle de croissance, tiré par l'économie de fonctionnalité, les services, l'économie « verte » et les TIC, la CFDT reste très attentive. S'il est indéniable que ce sont des relais de croissance pour l'avenir, plus particulièrement sur les nouveaux marchés à vocation écologique, il est important de préparer la transition pour que les salariés puissent avoir accès aux nouveaux emplois ainsi créés, mais aussi pour que les secteurs amenés à se réorienter stratégiquement soient accompagnés par les pouvoirs publics. Il est indéniable qu'aujourd'hui, l'administration américaine a choisi de faire des États-Unis une machine de guerre économique dans le domaine des technologies vertes, avec un gigantesque plan de recherche et développement (R & D) financé partiellement sur argent public. Il faut éviter que l'industrie française devienne un simple assembleur de technologies qui seraient inventées (et brevetées) ailleurs. Elle aurait à payer des royalties à l'étranger, et serait moins compétitive que des économies à coût de main-d'œuvre inférieur. C'est là que la stratégie publique en termes de R & D, mais aussi de réforme des universités est indispensable. Le grand emprunt apparaît comme une fenêtre d'opportunité, de même que le Fonds stratégique industriel. Reste à concrétiser des mesures de relance de la R & D en France pour les emplois et les secteurs de l'avenir. En revanche, les salariés ne doivent pas rester à l'écart d'un tel mouvement, c'est le sens de l'investissement de la CFDT dans le Fonds d'investissement social et dans la promotion de la formation.

Enfin, le rapport aborde la question de la flexibilité du travail. Il souligne combien la flexibilité a augmenté dans le monde du travail et a permis une sorte de rétention de l'emploi. Le rapport souligne fort justement que la RTT et la modulation horaire ont été utilisées à plein par les entreprises, le chômage partiel faisant figure de dernier recours. Cela montre que beaucoup d'entreprises n'avaient pas remis en cause la RTT, contrairement aux

discours idéologiques qui ont accusé celle-ci d'avoir plombé l'économie. Mais au-delà de ce débat, la crise a modifié le comportement des entreprises sur deux points qui percutent l'emploi : une réinternalisation des tâches hier externalisées peut être observée, qui va à l'encontre des PME sous-traitantes ; une relocalisation des activités hier développées par exemple en Europe de l'Est, notamment dans la production de petits véhicules, sur des sites français. Quand la reprise sera là, le défi sera d'éviter que les entreprises recourent d'abord aux heures supplémentaires, puis aux contrats atypiques (intérim, CDD) et attendent que la reprise soit bien installée pour créer éventuellement des CDI ! La CFDT souhaiterait peser à terme sur le recours aux différents types de contrats dans les entreprises.

Lors de la remise du rapport à Mme Nathalie Kosciusko-Morizet, une des conclusions générales du président de la mission, Daniel Cohen, a porté notamment sur la complémentarité des politiques en faveur du logement, des transports et de l'alimentation pour libérer du pouvoir d'achat. La CFDT se félicite que ces éléments paraissent à nouveau centraux dans la politique économique. Trop longtemps, l'action en termes de politique économique s'est centrée sur les aspects de baisse de la fiscalité et d'attractivité du territoire. Ces éléments sont clairement insuffisants, notamment en ce qui concerne les ménages. Au moment où le rapport Sen-Stiglitz-Fitoussi demande que les statistiques économiques prennent en compte la perspective des ménages en termes de revenus et de consommation, il est important que les politiques économiques soient à l'unisson de ce mouvement. Car ce sont en effet les ménages et les salariés qui forment la base économique d'une nation en termes de consommation et d'inégalités, et déterminent *in fine* si une nation voit son bien-être s'accroître ou non, notion bien différente du PIB et des richesses créées.

En conclusion, nous voulons dire que trois éléments essentiels dans ce rapport retiennent notre attention :

- une évolution de la consommation, laquelle « contribue aux formations des identités des individus, devenant ainsi indissociable des transformations sociétales et de la recherche de sens » ;
- des innovations technologiques qui rendent non seulement possible la réponse à des défis sociaux et environnementaux, mais dont les secteurs d'application pour répondre à ces besoins offrent des opportunités de développement importantes ;
- un travail dont les salariés reconnaissent (en France plus qu'ailleurs, voir le sondage SOFRES) qu'il est un facteur de construction personnelle, et auquel ils ont envie de donner du sens.

Ces trois éléments sont pour nous de nature à créer les conditions pour que la logique de rentabilité immédiate portée par le capitalisme financier, mais qui a envahi progressivement toutes les sphères de la société, soit largement amendée par la prise en compte des intérêts des salariés, des consommateurs

et plus généralement de l'aspiration des populations à accéder aux biens primaires.

Faire entendre plus fortement cette aspiration à retrouver du sens au travail, à faire du travail un lieu de réalisation personnelle, est un défi pour le syndicalisme. Nous devons modifier la gouvernance des entreprises pour que celle-ci ne soit pas organisée autour des seuls intérêts des actionnaires. C'est l'enjeu de la délibération sociale et de la négociation en cours, entre patronat et syndicats.

Mais l'action et l'ambition syndicale ne s'arrêtent pas aux frontières de l'entreprise. L'accès de tous, à l'échelle de la planète, aux biens de première nécessité comme la santé, l'alimentation, l'éducation et le logement, est une préoccupation majeure de la CFDT. De même, il est essentiel que la réponse à ces besoins fournisse une opportunité de développement à l'évolution technologique.

Dans ce cadre, les pouvoirs publics, à l'échelon des nations mais aussi aux niveaux européen et mondial, doivent favoriser par leurs politiques (fiscales, sociales, économiques) l'investissement dans ces secteurs.

Le syndicalisme, par son action dans les entreprises, mais aussi sur les territoires, comme sur le plan européen et international, travaille au renforcement de son poids pour construire un rapport de force plus favorable aux salariés et aux populations qui luttent pour leur survie dans de nombreux pays.

Gaby Bonnard,
secrétaire national, CFDT

Confédération générale des petites et moyennes entreprises (CGPME)

Penser que l'après-crise doit s'imaginer autour de la seule économie de la consommation et de l'innovation ne suffira pas à structurer des modèles de croissance différents du précédent.

La dynamique marchande repose très majoritairement sur les PME, qui ont à faire face concomitamment à quatre freins que le rapport présenté n'aborde que de manière implicite, alors qu'ils auraient dû être plus clairement affichés.

Le système bancaire a montré les limites de sa conscience de l'économie réelle. Rien n'indique qu'à l'issue d'une année de crise les mentalités de ses dirigeants aient changé. Le court-termisme l'emporte sur le risque en placement long terme, alors qu'il est inconcevable de parier sur l'entreprise – à commencer par la jeune entreprise innovante – sans lui offrir les moyens de sa durée. L'absence d'analyse limite les voies de progrès pour une émergence de nouveaux modèles de croissance.

La libre concurrence poussée au bout de sa logique finit par se détruire elle-même. Le principe de compétition dominant-dominé jusqu'ici défendu présente aujourd'hui des limites alors que de nécessaires besoins de régulation doivent comporter des principes de complémentarité et de solidarité pour transformer l'économie en un nouveau marché accessible à tous. La propriété intellectuelle à cet égard est un élément déterminant de pérennité et de durabilité. La promotion explicite d'un modèle « nouveaux intégrateurs » participe davantage de l'incitation au pillage de l'intelligence et du savoir des plus petits. Les marques distributeurs, véritables et évidentes contrefaçons, sont aujourd'hui l'élément le plus visible d'une absence totale de respect de la propriété industrielle. Quand par ailleurs la demande d'effort financier de recherche et d'innovation est majoritairement supportée par les PME/PMI sans partage de risque avec les donneurs d'ordre, l'effet prédateur invite peu aux alliances indispensables face aux patriotismes marchands de nombre de nos concurrents.

Autres freins, le poids de la fiscalité en France, tant sur les personnes que sur les entreprises, la lourdeur et la complexité administratives, facteurs non négligeables d'entrave à la compétitivité et à l'efficacité. Écrire ce rapport sans développer les axes de progrès susceptibles de libérer les petites entreprises revient à dédouaner l'État et les collectivités de leurs responsabilités. Leur implication de plus en plus forte dans l'appui au développement économique, l'intervention des institutions qui leur sont rattachées dans les décisions de politique d'éducation, d'orientation stratégique, d'appui au financement en avances remboursables ou en caution, nécessitent lisibilité, modalités simples, souples et plus transparentes.

Tous les grands secteurs ou presque de l'économie française sont tenus par des dirigeants issus de même origine, des mêmes écoles ou cercles d'influence. La détention des pouvoirs entre quelques mains depuis tant d'années maintient un modèle de gouvernance consanguine que le renouvellement par cooptation empêche d'évoluer. L'éclosion de nouveaux modèles de croissance durable passera par l'exemplarité de nouvelles attitudes et comportements des entreprises, d'abord entre elles sur le plan de la solidarité, puis à l'adresse de l'opinion, par le respect de la relation humaine dans l'entreprise, elle-même puisant ses forces dans l'exigence de qualité des produits et des services à rendre au client.

Il n'y a donc pas que manger, s'habiller, se loger et se mouvoir pour faire émerger une croissance nouvelle et durable. L'innovation, facteur déterminant de valorisation d'idées, trouvera sa justification comme ses appuis non dans « ce que l'on fait » mais dans le « comment et pourquoi on le fait ». Encore faut-il donner à la Recherche, cette fois mieux connectée dans ses travaux à l'action économique, les moyens financiers indispensables à l'éclosion des idées.

Enfin, il manque peut-être au document l'idée d'inscrire le développement durable en principe constitutionnel. Pour faire tache d'huile.

Philippe Moreau,
président CGPME des Pays de la Loire

Confédération générale du travail Force Ouvrière (CGT-FO)

La réflexion initiée par le Centre d'analyse stratégique a associé, parmi d'autres, les interlocuteurs sociaux – dont la CGT Force Ouvrière. Le caractère ouvert des débats a néanmoins rencontré la limite du facteur temps qui s'est opposé à l'approfondissement des thèmes soumis à discussion. De ce fait, et malgré une documentation fournie, les échanges n'ont pas été à la hauteur de l'ampleur de la crise nourrie par les défaillances du système capitaliste, qui justifie un changement de cap économique pour répondre à l'attente légitime des agents économiques.

L'analyse des causes et des conséquences de la crise financière économique et sociale a démontré dramatiquement les déséquilibres qui l'ont provoquée, renvoyant aux tendances nuisibles de moyen et long terme qui menacent les sociétés, notamment depuis l'avènement des politiques néolibérales. L'impact de la crise a été d'autant plus éprouvant que le choc a percuté des individus (salariés, consommateurs, citoyens) déjà déconnectés d'un mode de vie historiquement fondé sur des valeurs privilégiant le collectif (solidarité) et l'ascension sociale (égalité), modèle qui devait inspirer le pacte social républicain de la France post-Seconde Guerre mondiale.

Cet engagement collectif associé à la construction d'un projet commun a été supplanté, de manière plus ou moins prononcée, par l'intérêt individuel de court terme, sous la contrainte d'adaptation aux exigences du marché, beaucoup espérant échapper ainsi au déclassement professionnel, social et sociétal. Mais la crise a confirmé l'insoutenabilité de cette trajectoire ponctuée d'instabilités économiques, de creusement des inégalités et de dégradations environnementales.

Si le G20 ne semble pas vouloir comprendre la crise, les populations attendent un nouveau modèle de croissance qui leur permettra de sortir par le haut des tensions et des incertitudes permanentes. Qu'il s'agisse du besoin d'intégration durable des salariés dans l'emploi, de l'évolution du comportement des ménages vers le « mieux consommer », ou de leurs arbitrages contraints par un pouvoir d'achat anémié, chacun aspire à la cohérence, à la sécurité et à la juste répartition des richesses.

Le rapport du Centre d'analyse stratégique témoigne de la prise de conscience des agents économiques, sans postuler pour un modèle de croissance. Par une analyse rétrospective, il tire les enseignements des crises successives qui ont sanctionné régulièrement les prises de risques inconsidérées des investisseurs et des marchés financiers. La crise des valeurs technologiques est emblématique de l'excès de liquidités ayant conduit à contretemps au surinvestissement, expliquant ainsi l'explosion de la bulle. Celle-ci ne valide pas la fin du progrès technique, surtout en France où le retard en termes d'innovations laisse augurer d'un fort potentiel de croissance générateur d'emplois. Cette perspective met en cause la primauté accordée aux investissements spéculatifs avec pour tout objectif le surplus de rendement.

Car dans le cadre désormais posé du développement durable et compte tenu, ainsi que le souligne le rapport, de la problématique « ressources rares », production et consommation sont appelées à évoluer de concert.

D'une part, les innovations technologiques doivent permettre de reconstruire l'offre, laquelle doit être en adéquation avec la demande, sobre en énergie et ressources naturelles, ce qui suppose une vraie volonté d'investir en vue de modifier l'appareil productif et qui n'est pas compatible avec la spirale de délocalisations tant pour l'industrie que pour les services. Sur ce point, les entreprises n'ont pas modifié leur stratégie : la menace de délocalisations impulsant une flexibilité accrue n'a pas disparu avec la crise !

D'autre part, l'ajustement de la consommation doit s'exercer au bénéfice de tous, ce qui ramène au vaste champ des inégalités de revenus, amplifié par celui des inégalités territoriales, dont les transports sont les plus symboliques. Sont ainsi soulevés les problèmes de pouvoir d'achat, de précarité et de discrimination, sources de tensions permanentes et inquiétantes pour l'ensemble de la société. La répartition équitable des richesses, évoquant le retour d'une classe moyenne en capacité de peser en conscience et financièrement sur ses choix, est une question fondamentale. Or, elle n'a pas été franchement discutée.

Par ailleurs, la crise nous enseigne qu'il ne saurait y avoir de modèle économique résistant sans industrie. Le problème n'est pas de la mettre en concurrence avec les services dont la montée en puissance masque, selon les secteurs, de grandes faiblesses comme la précarisation de l'emploi, l'absence de formation, la stagnation salariale, et n'est pas à l'écart du processus de

délocalisation. Le défi vise plutôt à relancer la production industrielle en la situant résolument dans le champ des politiques environnementales où se joue d'ores et déjà une nouvelle compétition économique.

Sortir de la prédation financière à court terme, redéfinir une politique économique dans une conception de progrès technique impliquant des exigences sociales et environnementales, ces intentions sont présentes dans le rapport. Celui-ci aurait néanmoins gagné à traiter des politiques de déréglementation qui, en associant dans un même mouvement sphère financière et marché du travail, sont à l'origine d'un bouleversement économique et social d'ampleur dont les salariés paient aujourd'hui le prix fort et pour un certain temps. C'est ici que se situe le défi à relever.

Marie-Suzie Pungier,
secrétaire confédérale, CGT-FO

Bettina Laville, conseillère d'État, avocate associée, cabinet Landwell & Associés

Vers l'émergence de nouveaux modèles de *croissance*... Le titre du rapport, par son emploi du mot « croissance », peut d'emblée susciter une réserve : les réflexions autour de la nouvelle économie, du moins dans sa composante adepte de la durabilité, remettent en cause ce terme dans la mesure où il véhicule l'addiction à un mode de société qui prélève des ressources épuisables sans se soucier de leur renouvellement, pourtant si nécessaire aux générations futures. On aurait pu préférer le mot de « développement », ancré dans une tradition internationale et marqué par une multiplicité d'approches.

Le premier intérêt de ce rapport est qu'il démystifie deux discours incantatoires. Discours d'abord sur les bienfaits immédiats de la « croissance verte », souvent invoquée comme la recette miracle qui nous ferait retrouver les chemins de l'abondance sans faire peser de charge insupportable sur nos ressources. Discours ensuite sur les bienfaits de l'économie de la fonctionnalité, souvent présentée comme une économie hors sol qui résoudrait tous les problèmes de crise environnementale ou de lien social... Le rapport expose à la fois la réalité des formes nouvelles de l'économie et l'ampleur des efforts à accomplir pour qu'elles modifient en profondeur nos modes de consommation et de production, ainsi que notre rapport à l'enrichissement individuel et collectif. On voit le chemin parcouru depuis le rapport publié en 2004 par Michel Camdessus, intitulé *Le sursaut, vers une nouvelle croissance pour la France*, dans lequel, malgré une vision très

prospective sur l'économie de la connaissance, la part de la nécessaire durabilité de la croissance tenait en une page...

Dans le rapport du Centre d'analyse stratégique, le chapitre consacré à la consommation illustre bien les limites de l'aspiration à une consommation différente, limites qui vont jusqu'au non-sens lorsque la frustration des plus défavorisés tient davantage à l'absence d'abondance qu'à l'impossibilité d'accéder à des produits et services économes en énergie, et plus sains. Dans une société où les peurs sont multiples, cette double frustration équivaut à une double exclusion.

Cette problématique, inhérente à nos sociétés occidentales, est exacerbée en temps de crise. Dans le rapport de prospective du Comité 21¹, nous avons essayé de démontrer que la crise était multiple, à la fois alimentaire, écologique, sociale, économique et financière, mais que toutes ces dimensions avaient une origine commune : la démesure. Si l'origine des crises est identique, les mesures qui s'imposent pour les résoudre sont-elles communes ? Et, deuxième interrogation, faut-il voir en elles l'occasion de corriger une « fausse route » ou sont-elles de simples avatars de la « bonne route » ?

Certes, la crise financière n'est pas la première dérive du système capitaliste ni de l'histoire de l'humanité. La liste des crises économiques est longue (1847, 1919, 1929, 1978, 1988, 1993, 2001) mais leur coût, si élevé pour l'homme, ne nous permet pas de nous contenter d'en dresser l'inventaire ou de nous résigner à leur répétition inéluctable.

Un changement de focale peut donner à voir que ces crises sont la conséquence d'un système qui n'évalue pas les risques engendrés par son propre fonctionnement, qui ignore le fait qu'il peut aboutir à une destruction supérieure à ses bénéfices immédiats. De ce point de vue, les crises ont la même origine et appellent des réponses communes : moins de « court-termisme », plus d'horizon durable, moins de produits virtuels, plus d'investissements pour satisfaire nos besoins véritables.

En réponse à la deuxième question, deux thèses peuvent être avancées, que nous baptisons la « transformation » et le « détour ». Si nous adoptons la première, l'économie de l'après-crise devrait être différente de celle de la période antérieure. Si nous suivons la thèse du « détour », il est inutile de modifier la trajectoire originale de l'économie globale.

Le débat sur la « croissance verte » illustre cette dichotomie, avec d'un côté les nostalgiques de la croissance et de l'autre ceux qui, sans condamner l'économie de marché, souhaitent créer un nouveau mode de développement. Les propositions du rapport Attali « pour libérer la croissance » (libéraliser la

1 - Comité français pour l'environnement et le développement durable ou Comité 21 (2009), *Temps de crise financière, économique, écologique, sociale : enjeux, contradictions, opportunités* : www.comite21.org/docs/actualites-comite-21/2009/rapport-de-prospective-2009-26062009.pdf.

grande distribution, revenir sur le principe de précaution, faire sortir de terre des villes nouvelles « vertes », etc.) avaient suscité une levée de boucliers préfigurant ce choc frontal entre deux logiques qui ne semblent pas se croiser.

Comme dans le rapport présenté ici, nous adhérons à la thèse de la « transformation » et soutenons que celle-ci devrait être substantielle. Il ne s'agit pas seulement d'amender notre mode de développement mais de faire un nouveau choix global d'organisation humaine, sociale. Ce n'est pas simplement le capitalisme qu'il faut refonder mais le fonctionnement entier de nos sociétés. « Stimuler » et « sauvegarder » l'économie, comme on l'entend actuellement, revient trop souvent à repousser l'échéance du changement requis.

Malgré le classicisme de son titre, le rapport du Centre d'analyse stratégique permet enfin de croiser une conception de l'économie réelle, sans concessions, avec l'émergence d'innovations et de transformations d'une économie fondée sur la durabilité et la connaissance, sans en dissimuler les obstacles ni les contradictions. La mode est à la critique de la notion de progrès, qui aurait provoqué les ravages de l'hybris et la destruction de nos patrimoines écologiques et spirituels. Cette critique occulte le fait qu'aucune société ne se construit sans vision d'avenir. C'est donc, avec la même vigueur qu'au temps des Lumières, une conception nouvelle du progrès qu'il faut bâtir, fondée plus sur la prospérité que sur la croissance. Pour cela, comme l'a dit Dominique Méda avant même la parution du rapport Stiglitz-Sen-Fitoussi sur « la mesure des performances économiques et du progrès social », de nouveaux indicateurs de progrès doivent être retenus. L'heure n'est plus aux rapports, mais à la décision politique.

www.strategie.gouv.fr

Centre d'analyse stratégique
18 rue de Martignac
75700 Paris Cedex 07
Téléphone 01 42 75 61 00

Centre
d'analyse
stratégique

« La crise qui frappe aujourd'hui n'annonce pas un monde nouveau, écrit Daniel Cohen. Mais elle fait comprendre les pathologies du monde actuel. À ce titre, elle peut contribuer à faire émerger de nouvelles priorités, et peut-être un nouveau modèle de croissance. »

Par son ampleur, la crise actuelle a soulevé des interrogations sur le caractère soutenable du capitalisme. Certains ont voulu y voir le signe d'une rupture, d'un « changement de paradigme ». La réalité est plus complexe. La crise ne va pas interrompre, même si elle peut les ralentir, les progrès scientifiques et techniques. L'essor des nouvelles technologies promet l'invention d'un modèle moins polluant mais en multipliant les besoins de consommation, il peut aussi contribuer à accroître l'emprise du « monde des objets » et donc la dégradation environnementale. La « croissance verte » est-elle réellement prête à prendre le relais, quand les dépenses contraintes des ménages limitent les efforts en matière de consommation durable ? Mais l'avenir est peut-être déjà là : le renouvellement des moteurs de croissance pourrait en effet résider dans la nouvelle articulation entre services et biens, avec des conséquences encore incertaines pour les entreprises.

Ce rapport est issu des travaux du groupe présidé par Daniel Cohen, mis en place en juin 2009 par le Centre d'analyse stratégique, à la demande de Mme Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'État à la Prospective et au Développement de l'Économie numérique.

