

Les illusions dangereuses.

Les illusions collectives sont dangereuses. Il en est une qui prospère en France depuis des années. On peut la résumer ainsi : l'industrie serait un secteur économique appartenant au passé. Il faudrait s'organiser pour l'abandonner au plus vite. Ceux qui cherchent à le protéger entraveraient le développement des services, qui constitueraient l'avenir de notre société.

Une illusion collective n'a nul besoin de véracité pour prospérer. Il lui suffit de plaire. Celle-ci a tout pour séduire : bannis les travaux où il faut sans cesse gagner en productivité, inutiles les hiérarchies pesantes, disparues les usines qui gâchent le paysage, déplacées chez les autres les pollutions – qu'importe si elles y sont bien pires pour l'avenir de la planète... Les marchands de rêve peuvent s'en donner à cœur joie : leur message sera bien reçu.

Il est moins facile, et moins gratifiant, de faire entendre à l'opinion publique les réalités qui vont à l'encontre de ses aspirations.

Une apparence trompeuse.

L'agriculture et l'industrie parviennent année après année à produire les mêmes quantités avec des effectifs moins nombreux. Cela leur permet de réduire leurs prix relatifs et d'augmenter notre pouvoir d'achat. Peu de services parviennent à en faire autant.

Il en résulte mécaniquement qu'à consommation inchangée, la part des personnes travaillant dans les services augmente régulièrement au détriment de ceux travaillant dans l'industrie. Le phénomène est général. On le rencontre partout.

Mais la répartition des activités d'une population ne fournit en rien une image de sa consommation. Ainsi, bien que le nombre d'agriculteurs ait fondu, on continue de manger et l'obésité devient un problème majeur de santé publique. Dans l'industrie, la diminution des emplois ne doit pas masquer une réalité : loin de tourner le dos à la société de consommation, nous consommons de plus en plus de produits, souvent d'ailleurs au détriment des services.

C'est ainsi que l'équipement des ménages continue d'augmenter : deuxième automobile, lecteur de DVD, ordinateur, téléphone portable, lecteur MP3... On répare de moins en moins les biens défectueux, on les remplace. Enfin, on achète de plus en plus d'outillages et de matériaux de bricolage divers, pour occuper notre temps libre.

Le problème central.

Les professionnels de la publicité l'ont bien compris : ils ne perdent pas leur temps à s'adresser aux consommateurs dépourvus de ressources suffisantes. Connaître ce que les gens désirent n'est pas la seule question centrale de l'économie. Elle est indissociable d'une autre, tout aussi importante, qui doit être posée en même temps : qui pourra produire les biens désirés ? Car pour consommer, il faut des revenus. Le consommateur doit donc être aussi, d'une manière ou d'une autre, un producteur.

Ce qui est vrai pour les individus l'est également pour la collectivité nationale. La contrainte prend alors une forme différente, que l'on pourrait résumer ainsi : on ne peut pas acheter aux

pays étrangers plus que ce que l'on parvient à leur vendre. Malgré les apparences, il ne suffit pas d'avoir des Euros en poche pour acheter un produit provenant de l'étranger. C'est vrai à titre individuel, d'où l'illusion générale, mais c'est faux collectivement.

Pas d'échappatoire durable à cette contrainte majeure. La mise en place de l'Euro ne l'a pas supprimée, bien au contraire. Alors qu'auparavant, les modifications de la valeur du Franc permettaient de faire les ajustements nécessaires, c'est maintenant le chômage qui joue ce rôle : si nous consommons trop de produits étrangers, les entreprises françaises sont contraintes de réduire leurs effectifs parce que les rémunérations qu'elles ont versées ne leur reviennent pas par l'intermédiaire de leurs ventes. Désormais, pour contenir la consommation de produits étrangers, la contrainte précitée réduit le nombre de personnes disposant de revenus. Elle crée des chômeurs.

La capacité des Français à acheter des biens qu'ils ne produisent pas est liée, non pas à leur seul travail, mais à la partie de leur travail qui peut être vendue à l'étranger. Là est le cœur du problème. Faute d'exportations suffisantes, l'activité économique ralentit et le chômage augmente. Or les exportations sont réalisées avant tout par l'industrie.

C'est pourquoi le développement des services est étroitement dépendant des performances de l'industrie. L'historien Jacques Marseille l'a constaté récemment : les périodes de croissance de services sont les périodes de prospérité industrielle.

L'exportation de services.

Pourquoi ne pas exporter des services ? Ce serait en effet une excellente manière de concilier notre soif de biens matériels et notre aspiration à travailler dans les services. Mais se dresse en pratique un obstacle majeur : la plupart des services ne peuvent pas être exportés ; ils doivent être rendus sur place. C'est en particulier le cas des multiples services à la personne.

Là encore, il ne faut pas se fier aux apparences. L'implantation à l'étranger de nos entreprises – bien visible pour le grand public dans le cas des banques et des assurances – n'est nullement synonyme d'exportations. Cela peut aller de pair lorsqu'il s'agit d'implantations commerciales. Mais cela peut avoir l'effet exactement opposé lorsqu'elles effectuent une délocalisation des activités productives française, voire de notre épargne nationale.

Seule une minorité de services peuvent être exportés. Mais, bien entendu, ceux-là peuvent l'être aussi par les autres pays. Ils sont dès lors soumis à la concurrence internationale comme l'industrie, notamment à la pression sur la productivité et les prix. Ce que vivent les transporteurs routiers français est à cet égard édifiant. Rien ne permet de penser que nous pourrions protéger nos services exportables plus facilement que nos industries. D'autant que les investissements nécessaires dans les services sont généralement plus faibles : le « ticket d'entrée » y est moins cher que dans l'industrie.

Les chiffres de l'INSEE¹ confirment tout cela. La part prise par les services dans les exportations est faible – moins de 12% en valeur. Et elle décroît régulièrement : en 22 ans, de 1978 à 2000, elle est passée de 13,26% à 11,46%.

Une incantation néfaste.

¹ Comptes nationaux, série t 2.501 : biens et services; exportations à prix courants.

Caresser l'opinion publique en prônant la mise au rebut de l'industrie est d'abord absurde, puisque le meilleur moyen de développer nos services est d'entretenir une industrie exportatrice. Mais c'est aussi particulièrement néfaste. Cela laisse croire que nous pourrions, grâce aux services, nous mettre à l'abri de la concurrence internationale. Ce n'est pas seulement une idée fautive de plus. D'abord on décourage ceux qui mènent dans notre intérêt l'impitoyable combat économique international. En outre et surtout, parce qu'en démocratie une opinion publique hostile constitue un obstacle important pour les hommes politiques, on entrave ainsi la mise en œuvre du seul remède qui nous permettrait véritablement de relancer l'activité économique et réduire le chômage : les exportations.

Daniel Fédou
Président d'Entreprise Emplois
Novembre 2005