

La crise est macro-économique, la solution est micro-économique,

par Jacques BARRAUX, *journaliste économique*

Les plans de relance aideront le malade à sortir du coma mais il faut dès maintenant chercher la cause première de la crise économique et financière. La zone sensible, ce n'est ni la bourse, ni la banque, ni l'Etat : c'est l'entreprise.

Dix huit mois. C'est l'intervalle qui nous sépare du déclenchement de la crise des « subprime ». Dix huit mois de descente aux enfers sur les marchés, de désarroi au sein des états-majors du public comme du privé. Des milliers de milliards déversés en ordre dispersé par des Etats naviguant dans le brouillard. Des avalanches d'analyses, de commentaires, de sommets de chefs d'Etat, de défilés de protestation. Et une interrogation : où est la boîte noire de l'épave – ce fameux modèle de croissance sans inflation qui devait assurer la prospérité de la planète pendant un siècle? Où est le foyer originel du désastre, le levier sacré dont dépend le retour du vent qui fera repartir l'armada de l'économie mondiale ?

Que les banquiers aient joué aux apprentis sorciers, tout le monde le sait, mais cela ne suffit pas à expliquer l'arrêt cardiaque de l'industrie automobile. Que les Etats aient montré leur impuissance face aux virtuosités des acteurs de l'économie transnationale, tout le monde l'admet, mais c'est faire peu de cas des montagnes de redistribution et de réglementation qui tempèrent le libre jeu des marchés. A la racine de tous des enchaînements fatals de ces derniers mois, il doit bien y avoir une cause première. Risquons une hypothèse.

L'origine du mal se trouve tout simplement au point de départ de la chaîne de l'économie. Et le premier maillon de la chaîne, c'est l'entreprise. Grande, petite, locale ou multinationale. C'est là où tout commence. Là où se construit l'offre des produits et des services qui seront mis à la disposition d'une clientèle plus ou moins ciblée. Là où se noue le contrat qui unit l'organisation marchande et la cité, l'investisseur et l'entrepreneur, le patron et les salariés, le vendeur et l'acheteur.

La longue histoire de l'entreprise est ponctuée de rendez-vous musclés avec les peuples et avec les Etats. Depuis les débuts de la révolution industrielle, ces rendez-vous s'inscrivaient presque toujours dans le prolongement d'avancées scientifiques et techniques. La transposition d'une technologie nouvelle à l'univers marchand s'opérait dans la douleur car elle s'accompagnait à chaque fois d'une redéfinition des modèles de gestion, des rapports de travail et par là même de l'ensemble des relations sociales. Au siècle du métal et des concentrations ouvrières avait succédé celui de l'électricité et de la consommation de masse. En somme, la technique précédait le social et conditionnait le capital.

Or voici qu'en cette fin de première décennie du siècle, une nouvelle phase de rupture s'annonce dans l'univers de l'entreprise et du marché. Et à la différence des épisodes précédents, le choc fondateur n'a pas une cause unique. Il est la conjonction simultanée de trois facteurs à la fois technologiques, économiques et sociaux : la révolution numérique, le désajustement de l'offre et de la demande sur les marchés de consommation et d'équipement, la colère des classes moyennes sur les formes que prend la mondialisation de la production.

Le choc numérique. Le basculement dans l'économie numérique fait exploser le modèle traditionnel de l'entreprise du dernier demi-siècle. L'usine, le bureau, la relation-client, le processus d'innovation, la fonction marketing, la gestion du temps, tout est à réinventer. Et à l'extérieur de l'entreprise, le citoyen et le consommateur découvrent qu'ils disposent de nouveaux espaces de pouvoir, singulier défi pour des hiérarchies installées qui découvrent les contraintes de l'interactivité.

Offre d'hier, demande de demain. Le désajustement de l'offre et de la demande sur les marchés des pays développés était prévisible. Harcelés par les fonds d'investissement et les analystes, absorbés par les batailles boursières et les stratégies de croissance externe, les patrons des corporations-pilotes n'ont pas réagi aux premiers signaux d'épuisement d'un modèle de consommation vieux d'un demi-siècle. Une architecture malmenée par les jeunes générations ouvertes à d'autres valeurs que celles de leurs aînés. Le refroidissement des liens de confiance entre les dirigeants et les salariés d'un côté, entre l'entreprise et la société de l'autre ont abouti à un appauvrissement d'une offre certes surabondante mais aujourd'hui, objectivement décalée.

Les ratés du moteur de la consommation. La mondialisation de la production, sous la forme simpliste et primitive qu'elle aura eu jusqu'au collapsus de 2008-2009, est un troisième facteur de déstabilisation des marchés. La croissance des dernières décennies était fondée sur l'appétit des consommateurs des pays riches et les faibles coûts de production des pays en développement. Aujourd'hui, elle bute sur un obstacle que ne pressentaient pas les stratèges de la délocalisation : les classes moyennes, socle de la consommation dans les pays riches, voient leur niveau de vie stagner ou régresser sous la pression concurrentielle des pays à bas revenu. Pour acheter plus, les salariés occidentaux hésitent à s'endetter car ils ont perdu l'espoir d'un lendemain souriant.

La boucle est bouclée. Il va falloir inventer autre chose. Les plans de relance des économies en crise aideront le malade à sortir du coma. Des plans de relance qui sont évidemment nécessaires. Sans reprise de la croissance, serait-ce au prix de massifs – mais passagers – déséquilibres des finances publiques, les pays développés se verraient condamnés à une longue période de récession. Mais il faut que dès maintenant, les chefs d'entreprise tiennent un autre discours que celui de la peur et de la défensive. La reprise ne s'installera pas sans une remise à plat des objectifs et des méthodes des entreprises industrielles et des entreprises de services. On est bien loin des fantaisies de M. Madoff et des tuniques mitées de la titrisation...

<< [Retour au sommaire](#)

 [Télécharger le PDF de l'article](#)

PRES@JE.COM

Une publication de l'association PRES@JE

(Prospective, Recherche et Etudes Sociétales Appliquées à la Justice et à l'Economie)

Siège social : 2 avenue Hoche 75008 Paris - Courrier : 30 rue Claude Lorrain 75016 Paris

Tél. 01 46 51 12 21 - E-mail : contact@presaje.com - www.presaje.com

Directeur de la publication : Michel Rouger