

## Nouveau cycle, nouveau style, nouvelle croissance,

par Jacques Barraux, ancien directeur de la rédaction du quotidien « Les Echos »

**La crise financière obscurcit l'horizon à court terme. Mais au-delà, un nouveau cycle de croissance mondiale se dessine. Sans cesse annoncée, la relève du modèle fordiste va maintenant entrer dans les faits. Les peuples le réclament au Nord comme au Sud. Le temps est venu pour les entreprises de se préparer aux innovations de rupture.**

Après un cycle économique tiré par la frénésie financière, aurons-nous la bonne surprise d'un nouveau cycle poussé par l'investissement industriel ? Le pire n'est jamais sûr. En cet automne propice à la destruction des idoles, rien ne dit que le retour à un meilleur arrimage de l'économie réelle à l'économie virtuelle n'aura pas plus d'effet sur la conjoncture mondiale que la contraction du crédit pour cause de convalescence des marchés financiers. Les lendemains de crise ne se passent jamais comme le prédisent les Cassandre. Or nous voici en présence d'une singulière contradiction entre les déterminants respectifs du « temps court » et du « temps long » de l'économie. A court terme, c'est l'accablement. Mais au-delà des spasmes du moment, le monde va connaître une entrée revigorante dans le « dur » du XXIème siècle.

D'abord il y a l'envie de changer d'air. Il est perceptible aux Etats-Unis où la présidence Bush s'achève dans un climat lugubre de reniement contraint et forcé aux fondamentaux de la doctrine néo-conservatrice d'Etat minimum. Le balancier est irrésistiblement reparti au centre. Le futur occupant de la Maison Blanche – qu'il soit démocrate ou républicain – aura des comptes à rendre à une classe moyenne devenue, malgré elle, la créancière de Wall Street. Le centre, cela veut dire un parfum de New Deal, un retour à l'empirisme en matière de politique économique et un regain d'attention aux difficultés du « made in America ». Difficultés pour General Motors mais pas pour les industriels étrangers qui sont convaincus, comme Toyota, de l'irrésistible attractivité des investissements aux Etats-Unis. La mondialisation du « manufacturing » évolue sans cesse. Les flux d'investissement s'ajustent en temps réel depuis que l'on sait concevoir et fabriquer un Boeing prêt à voler à partir d'un écran d'ordinateur. Depuis plusieurs mois déjà, dans la sphère des grands patrons de l'industrie mondiale, et sans considération pour la crise financière, la tendance est au rééquilibrage des investissements de production entre la Chine, l'Europe de l'Est et le sol américain, premier marché du monde.

L'explication ? La certitude qu'à terme l'économie va rebondir, avec le maintien d'un dollar compétitif et les aides puissantes accordées aux bâtisseurs d'usines par les Etats de la fédération. Près de 600 millions de dollars sur un investissement de 1 milliard pour Volkswagen dans le Tennessee. Plus de 800 millions d'aides à la création d'une aciérie de ThyssenKrupp en Alabama. L'Amérique de George Bush prêchait le libéralisme mais l'appliquait de manière sélective. Le prochain locataire de la Maison Blanche va s'engouffrer dans la brèche.

## Changement de modèle

Qu'entend-on par « entrer dans le dur » du XXIème siècle ? Il arrive aujourd'hui ce que l'on avait pu observer au début du XXème siècle : la coïncidence du démarrage simultané de plusieurs cycles politiques, économiques, technologiques et sociétaux. Le dernier siècle avait vraiment démarré avec le plébiscite populaire en faveur de la Ford T et l'échange de leadership mondial entre la Grande-Bretagne et les Etats-Unis. Tout indique aujourd'hui que le tombeau du XXème siècle est désormais scellé. La carte géopolitique du monde s'apprête à évoluer sous l'effet d'un réajustement des rapports entre l'Amérique et les puissances concurrentes. La révolution numérique commence à peine à produire ses effets radicaux sur le travail, l'école, l'hôpital, la maison, l'entreprise ou le service public. Et le débat s'ouvre enfin sur la définition de ce que pourrait être la relève de la civilisation du « fordisme ».

Le nouveau cycle économique n'est pas la conséquence de la déconfiture de quelques banques d'investissement et de la crise de confiance qui tétanise la sphère financière. Il faut remonter plus loin dans le temps. L'épuisement du cycle de l'immobilier s'annonçait bien avant la crise des subprimes. Depuis le dégonflement de la bulle Internet de 2002, les entreprises se sont plus volontiers consacrées à la réduction de leurs coûts et au redéploiement géographique de leurs outils de production qu'à la compréhension des nouvelles attentes de leurs clients, qu'ils soient de l'hémisphère Nord ou de

l'hémisphère Sud. Dans ses grandes lignes, l'offre mondiale de 2008 repose sur les même bases que celle des années 80-90. Les états-majors industriels prennent aujourd'hui conscience d'un déséquilibre croissant entre l'offre et la demande de consommateurs aux profils psychologiques et sociologiques profondément modifiés. En dépit de la sophistication croissante des outils de marketing, les entreprises ont tardé à tirer les conséquences des changements sensibles dans les goûts, les mœurs, la culture, les comportements et les moyens financiers des clientèles réparties dans les différentes parties du monde.

Le modèle de production et de consommation né au lendemain de la dernière guerre mondiale avait longtemps créé plus de richesses qu'il n'en détruisait. Ce temps est révolu et une nouvelle génération de créateurs et d'entrepreneurs l'a compris. Dans l'hémisphère Nord, l'aspiration à un nouvel art de vivre et la condamnation des atteintes à la nature ont depuis longtemps débordé le cercle des élites de grandes villes et des militants de la croissance verte. Dans l'hémisphère Sud, les nouvelles classes moyennes ne vont bientôt plus se satisfaire de plaquer artificiellement un modèle de consommation voué à l'obsolescence et qui négligeait leur marquage identitaire. La mobilisation des masses va peser sur l'orientation des marchés. Cela ne peut qu'inciter les entreprises à reprendre la course à l'innovation. « Découvrir, c'est voir la même chose que les autres et penser autrement » disait naguère un Prix Nobel de médecine. Les innovations de rupture jaillissent souvent dans les périodes de doute et de désarroi.

L'avenir de la planète inquiète ceux qui voient se développer les forces de haine. Raison de plus pour donner leur chance aux artisans capables de « réenchanter le monde ».

<< [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](mailto:contact@presaje.com) - [www.presaje.com](http://www.presaje.com)  
Directeur de la publication : Michel Rouger