

Les 14 points clés du Rapport
 « Sortie de crise : vers l'émergence de nouveaux
 modèles de croissance ? »

Idées reçues	Positions du groupe de travail présidé par Daniel Cohen
<p>Idée reçue n° 1 - Il s'agit d'une grave crise financière, envers d'une surconsommation soutenue par le surendettement.</p>	<p>Trois crises en une...</p> <p>On ne peut réduire la crise à sa dernière manifestation, celle du surendettement des ménages. La crise est profonde car elle concentre les conséquences de trois crises :</p> <ul style="list-style-type: none"> - celle de 2000 qui interroge la rémunération des facteurs et la soutenabilité de l'innovation ; - la crise des matières premières et de l'environnement ; - la crise de surendettement des ménages / faillites bancaires surtout aux États-Unis. <p>Si on élargit la crise à ses deux premiers volets (innovation, ressources rares), se pose la question d'une inflexion durable du rythme de croissance potentielle.</p>
<p>Idée reçue n° 2 - C'est une crise symptôme, désordre lié à la vigueur du cycle d'innovation et qui annoncerait un rebond, voire une crise utile permettant au jeu de destruction créatrice d'opérer.</p>	<p>La crise actuelle n'a pas été précédée d'une période d'euphorie comme c'est le cas dans les scénarios de forte innovation.</p> <p>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 <i>in fine</i> le redéploiement vers les nouveaux secteurs (d'où l'importance du Crédit d'Impôt Recherche et du soutien au financement des PME).</p> <p>Contrairement aux idées reçues, les crises peuvent figer les modèles de production :</p> <ul style="list-style-type: none"> - importance des coûts fixes d'un changement de modèle productif ; - mortalité des nouveaux entrants.

Contact presse : Caroline de Jessey, 01 42 75 61 37 - 06 21 80 35 63
 caroline.de-jessey@strategie.gouv.fr

Centre d'analyse stratégique

Contact presse : Caroline de Jessey, 01 42 75 61 37 - 06 21 80 35 63
caroline.de-jessey@strategie.gouv.fr

<p style="text-align: center;">Idée reçue n° 3 - L'industrie tire l'économie et l'innovation. La crise affectant des industries pourvoyeuses en emploi, comme l'automobile, les perspectives d'emploi et d'innovation en Europe sont menacées.</p>	<p>La situation est plus nuancée. Le renouvellement des moteurs de 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.</p> <p>Y a-t-il pour autant un renversement de la dynamique industrie/services ? Deux thèses s'affrontent à cet égard :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 et à la montée en puissance des intégrateurs pour répondre à la « valeur client ».
<p style="text-align: center;">Idée reçue n° 4 - La consommation d'avant la crise était déterminée par une publicité et un marketing alimentant le désir de satisfaire de « faux besoins ».</p>	<p>Si le potentiel quantitatif de l'économie servicielle est difficilement mesurable, il reste porté par une tendance longue de transformation de la production et de la consommation qui n'entre plus seulement dans le schéma du consommateur aliéné par la publicité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - hybridation des frontières producteur/consommateur sur fond de différenciation accélérée et d'individualisation des modes de vie ; - la valeur client, confirmée dans la crise ; <i>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.</i> - les TIC et Internet rapprochent les entreprises des clients ; - la dimension de réalisation de soi autonome se renforce dans la consommation. Celle-ci devient répertoire d'action, avec les applications nouvelles du Web 2.0 (faculté du consommateur à critiquer l'offre, à la modifier voire à la co-produire ; modèle wiki mais aussi consommation responsable). - développement de l'économie d'usage liée aux préoccupations environnementales.

Centre d'analyse stratégique

<p>Idée reçue n° 5 - La crise a fait émerger un « consommer mieux » et un « consommer moins ».</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les conduites dites vertueuses en temps de crise s'avèrent très conjoncturelles (cf. comportement énergétique dans les crises de 1973 et des années 1990). - il y a un temps long du changement social. - l'inflexion des comportements de consommation vers le plus durable est davantage déterminée par des processus structurels.
<p>Idée reçue n° 6 - C'est la fin de l'économie polluante et de la « vieille économie ».</p>	<p>L'émergence des nouveaux modèles sera longue et la transition vers une économie soutenable avait déjà débuté, en Europe tout au moins, avant la crise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les secteurs de l'automobile et de la construction ont été les épicycles de la crise ; - la construction sera soutenue sur le long terme par de nouvelles exigences d'aménagement urbain durable qui intégreront notamment les changements sociodémographiques renouvelant les formes d'habitat des personnes âgées comme des populations étudiantes ou des ménages ; - des évolutions technologiques (voiture intelligente, motorisation hybride ou électrique, domotique, etc.) sont susceptibles de renouveler ces secteurs mais sur une période assez longue du fait de la contrainte de prix, frein à la consommation, et des taux de renouvellement des équipements.
<p>Idée reçue n° 7 - C'est une crise de l'hyperconsommation, qui rappelle la société à l'ordre et appelle une rupture dans les modes de consommation.</p>	<p>On assiste moins à une crise de l'hyperconsommation qu'à une mutation de la consommation et à des difficultés de pouvoir d'achat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'émergence de nouveaux comportements écoresponsables ou solidaires est très graduelle. Leur diffusion est 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 profit des produits moins superflus. Lors des précédentes sorties de crise, la consommation

Centre d'analyse stratégique

Contact presse : Caroline de Jessey, 01 42 75 61 37 - 06 21 80 35 63
caroline.de-jessey@strategie.gouv.fr

	<p>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 (qui continuent d'arbitrer en faveur des consommations technologiques et du loisir dans la crise) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - le signal prix restera le déterminant de la consommation et permet d'ailleurs de mener des politiques efficaces en matière de biens publics et notamment de protection de l'environnement. <p>Il ne s'agit alors pas tant de dépasser une « hyperconsommation » – entendue comme excessive – que de la renouveler pour la rendre conforme au projet de réalisation de soi.</p> <p>De plus, les technologies numériques favorisent la constitution de communautés, permanentes ou provisoires, intellectuelles, affectives ou morales, permettant l'apparition de comportements moins égotiques et plus « mimétiques ».</p>
<p>Idée reçue n° 8 - La crise est anxiogène, car les Français craignent de perdre leur emploi.</p>	<p>Oui, la crise est porteuse d'inquiétudes selon l'enquête TNS-Sofres (85 % des salariés estiment qu'ils pourraient être touchés à l'avenir, la moitié des Français témoignant même d'une crainte forte) pour l'ensemble des catégories socioprofessionnelles (faibles différences entre statuts professionnels).</p> <p>Mais si un tiers des salariés se sentent menacés dans leur emploi, c'est avant tout par son impact sur le pouvoir d'achat que la crise touche les salariés (et leurs proches), d'autant que cette problématique constitue une des principales préoccupations des Français depuis plusieurs années.</p> <p>La crise accentue encore à court terme la contrainte en matière de consommation, autrement dit « c'est une crise qui oblige à changer les comportements de consommation » pour 64 % de la population.</p>
<p>Idée reçue n° 9 - La nouvelle économie se heurte tout d'abord à un manque de financement de l'offre.</p>	<p>C'est vrai, mais ce n'est pas le seul facteur. Les dépenses contraintes entravent aussi la nouvelle économie. La sortie de crise demande l'éclosion de normes sociales permettant de relâcher le frein des dépenses contraintes. La dernière décennie a fait ressortir de profonds problèmes de solvabilisation de la demande de nouveaux produits qui ont deux sources principales et qui sont manifestes dans les arbitrages de consommation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la hausse des prix relatifs des biens premiers (alimentaire, logement) : thématique de la consommation contrainte et de la faiblesse du

Centre d'analyse stratégique

	<p>revenu libéré mise en avant dans la deuxième moitié des années 2000 ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - la fragilisation d'une partie de la population. <p>Cette évolution ne contribue pas seulement au sentiment de dégradation du pouvoir d'achat. Elle participe très probablement à une tendance de faible solvabilité des marchés nouveaux, d'autant que les consommations innovantes ont la particularité de se développer en complément de l'économie traditionnelle et non en substitution.</p>
<p>Idée reçue n° 10 - Les dépenses contraintes ne touchent que les bas revenus, leur impact sur la croissance potentielle de l'innovation est faible.</p>	<p>La composante contrainte des dépenses des ménages toutes catégories confondues a connu une progression régulière, puisqu'elle passe de 21 % en 1979 à 32 % en 2000.</p> <p>De plus, l'extension des dépenses contraintes renforce les peurs de déclassement au-delà des classes populaires.</p>
<p>Idée reçue n° 11 - La France est finalement dans la même dynamique inégalitaire que les Etats-Unis.</p>	<p>Les inégalités instantanées ne se sont pas creusées en France. Toutefois :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les formes contractuelles instables issues de la dualisation du marché du travail 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. <p>Toutefois les mécanismes de solidarité et l'ensemble des dépenses socialisées diminuent les effets de cette précarisation relative de certaines catégories.</p>
<p>Idée reçue n° 12 - L'emploi s'est détérioré dans la crise.</p>	<p>Certes, l'ajustement de l'emploi qu'a connu l'économie française depuis début 2008 a été d'une ampleur sans précédent, mais il touche essentiellement la périphérie (contrats précaires, sous-traitance).</p> <p>En revanche, la précarité des salariés appartenant au cœur d'activité ne semble pas globalement accentuée dans cette crise. Les comportements de rétention des compétences sur les travailleurs les plus qualifiés et dans le cœur de métier des entreprises sont dans le même temps de plus en plus marqués.</p> <p>Les mécanismes à l'œuvre aujourd'hui valident et amplifient l'idée d'une dualisation du marché du travail, en fonction des qualifications.</p>

Centre d'analyse stratégique

<p>Idée reçue n° 13 – La crise engendre une défiance envers les entreprises et le système qui affaiblit la valeur travail.</p>	<p>Non. Selon un sondage de TNS-Sofres (réalisé pour le Centre d'analyse stratégique en septembre 2009), le travail reste un élément déterminant pour l'accomplissement personnel des Français.</p> <p>Néanmoins, la crise a exacerbé un rapport paradoxal au travail. 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, voire ayant perdu du sens.</p>
<p>Idée reçue n° 14 - Le modèle d'ajustement dual de l'emploi est un passage obligé pour permettre la flexibilité nécessaire au développement des entreprises</p>	<p>L'introduction massive des rémunérations variables liées à la performance s'est révélée un mécanisme de flexibilité pour les entreprises. Mais les travaux en économie des ressources humaines (« <i>Personnel economics</i> ») précisent les cas, les secteurs ou les entreprises, dans lesquels les gains escomptés des indicateurs (une plus grande motivation des salariés) sont annulés par les inconvénients.</p> <ul style="list-style-type: none">- Des études récentes remettent en cause l'efficacité de la motivation des individus par leur niveau de salaire et témoignent d'une transformation de la valeur travail ;- L'actionnariat salarié, de même que les entreprises coopératives, peut fournir un mode plus équilibré de participation des salariés à la vie et aux profits de l'entreprise.