

Explorer les liens macro-micro en ré-interrogeant la notion de “modes de croissance”

Michel FREYSSNET
CNRS-Paris, GERPISA

12ème Rencontre Internationale du GERPISA
9-11 juin 2004
Paris, Ministère de la Recherche

Le cheminement du GERPISA

parmi les objectifs
du projet initial

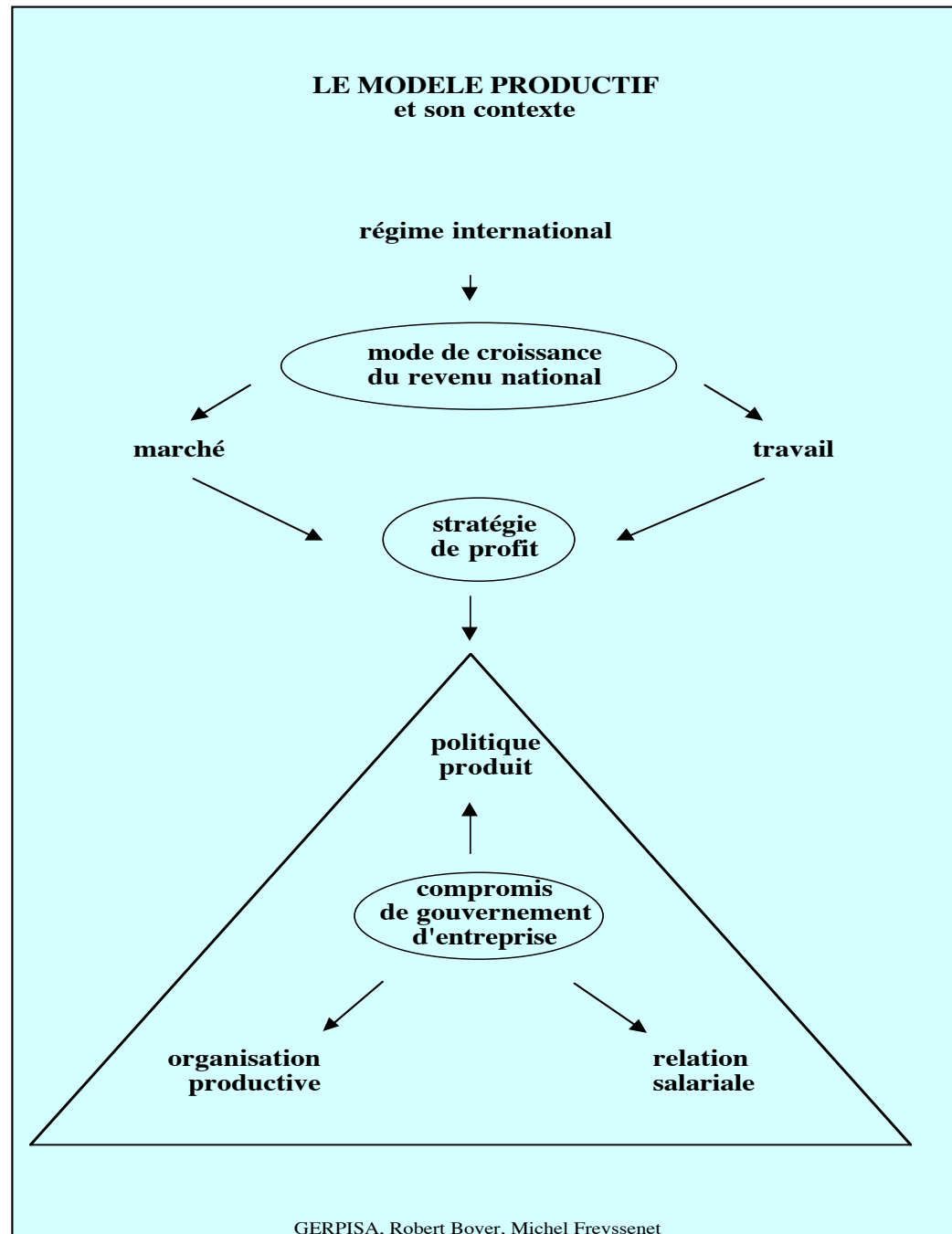
- Explorer les liens macro-micro

stade actuel de la
réflexion

- deux conditions à
profitabilité des firmes
 - une condition macro
 - une condition micro

Les deux conditions de la profitabilité d'une firme

- La pertinence de sa “stratégie de profit” par rapport aux “modes de croissance” des pays dans lesquels elle évolue
- La solidité du “compromis de gouvernement d'entreprise” entre ses principaux acteurs, lui permettant d'employer des moyens (politique-produit, organisation productive et relation salariale) acceptables par eux et cohérents avec la stratégie de profit adoptée



Deux questions

comment les compromis, au niveau des firmes, interviennent dans la construction du compromis national ?

- sur les sources de la croissance,
- les modalités de redistribution du revenu national,
- le rapport salarial en général,
- le droit commercial,
- les politiques publiques, etc.?

comment les acteurs de l'entreprise sont contraints d'employer ou utilisent comme ressources ?

- les accords
- les institutions,
- les politiques nationales
- etc

pour trouver des moyens acceptables et cohérents avec la stratégie de profit choisie ?

Pertinence et limites de la notion de « mode de croissance »

pertinence

- donne les conditions macro nécessaires et suffisantes pour qu'une stratégie de profit soit pertinente

limites

- ignore des éléments importants du contexte
- ne permet pas de comprendre les différences de croissance entre les pays ayant le même mode
- ne dit rien du contexte international dont la croissance dépend

Les impasses des méthodes traditionnelles d'identification des modèles

méthode par approximations successives

- contestation inévitable des composantes du modèle choisies a priori
- bricolage des résultats pour faire apparaître les possibles différences systémiques

méthode statistique

- la corrélation ne dit rien quant aux liens réels
- dépendance des données disponibles et des modalités de leur construction

La méthode mise au point pour l'identification des modèles productifs

Définition de l'**enjeu** qui lie les acteurs entre eux

- puis par un constant va-et-vient entre données d'observation et raisonnement logique
 - énumération des **stratégies possibles**, de leurs conditions de possibilité et de leurs exigences de mise en oeuvre
 - analyse de la **permissivité du contexte** et de la **cohérence des moyens employés**
- Test des **résultats obtenus** par les différentes configurations

Une hypothèse raisonnable

- Toute entité politique doit assurer son indépendance et son unité
- Sans croissance, elle subit pressions externes et tensions internes mettant à mal sa souveraineté et son pacte constitutif
- On peut raisonnablement prendre comme enjeu : la croissance

Une série logique de questions en découle

- Quelles sont les sources de la croissance?
- Peut-on les exploiter de manière égale?
- Si non, quelles sont les stratégies possibles?
- Laquelle choisir? Conditions de possibilité et exigences de mise en œuvre de chaque stratégie
- Quels moyens possibles dans le contexte pour répondre aux exigences de la stratégie choisie?

Les sources possibles de la croissance

Investissement

Consommation

Exportation

Prédation

Impossible d'exploiter de manière égale les 4 sources de la croissance

Les conditions
de possibilité
internes
et
externes
ne sont pas les
mêmes

Les exigences
de mise en oeuvre
sont
contradictoires

La source motrice de la croissance

- caractérise la stratégie de croissance

- se reconnaît au fait

que la distribution du revenu national est indexée sur ce qui la rend possible

- épargne forcée ou volontaire pour l'investissement
 - productivité interne pour la consommation
 - compétitivité externe pour l'exportation
- volume importé de biens gratuits pour la prédation

La stratégie de croissance “Consommation”(1)

Caractéristiques

- anticipation des gains de productivité en augmentant le pouvoir d'achat
- fondée sur un compromis national: augmentation de la productivité en échange de l'augmentation du pouvoir d'achat

Conditions

- interne: marché potentiellement vaste, main d'œuvre abondante
- externe: protection du marché intérieur acceptée par les autres pays

La stratégie de croissance “Consommation”(2)

Exigences

- production: croissance régulière de la productivité
- distribution: augmentation régulière du pouvoir d'achat
- régulation: assurer l'indexation pouvoir d'achat - productivité

Dynamique-contradiction

- Ralentissement de la croissance de la productivité (saturation de la demande, écart de productivité entre secteurs)



- inventer de nouveaux besoins
- privatisation des services publics
- Internationalisation
- Intégration régionale

Les conditions de la stratégie de croissance

“ Consommation ”

Internes: marché
potentiellement vaste,
main d'œuvre abondante

- taille de la population et étendue de la distribution
- rapports sociaux dont la logique implique l'accroissement de la productivité

Externes: protection du marché
intérieur acceptée par les
autres pays

- multi-latéralisme avec libéralisation contrôlée des échanges
- raisons géo-politiques
- écart de dimension entre pays

Les exigences de la stratégie de croissance

“ Consommation ”

Production: croissance de la productivité

- Priorité aux extensions de capacité et à l'innovation de process
- Priorité aux biens de consommation et aux services
- Induire l'accroissement de la productivité dans le rapport domestique, le rapport marchand, le rapport administré

Distribution: croissance du pouvoir d'achat

- d'une part suffisante de la population

Régulation: indexation p.a./productivité

- contrôle de la libéralisation des échanges
- contrôle de l'inflation
- Taux réel du crédit bas

Compromis

- Construire une alliance entre forces sociales susceptibles de faire prévaloir le compromis

Les compromis possibles: productivité/pouvoir d'achat

Plusieurs façons d'accroître la productivité?
économies d'échelle, changement technique
Plusieurs façons d'augmenter le pouvoir d'achat?
égalitaire, modérément hiérarchisée, variable



Compromis possibles

Économies d'échelle/égalitaire ou mh
Changement technique/variable

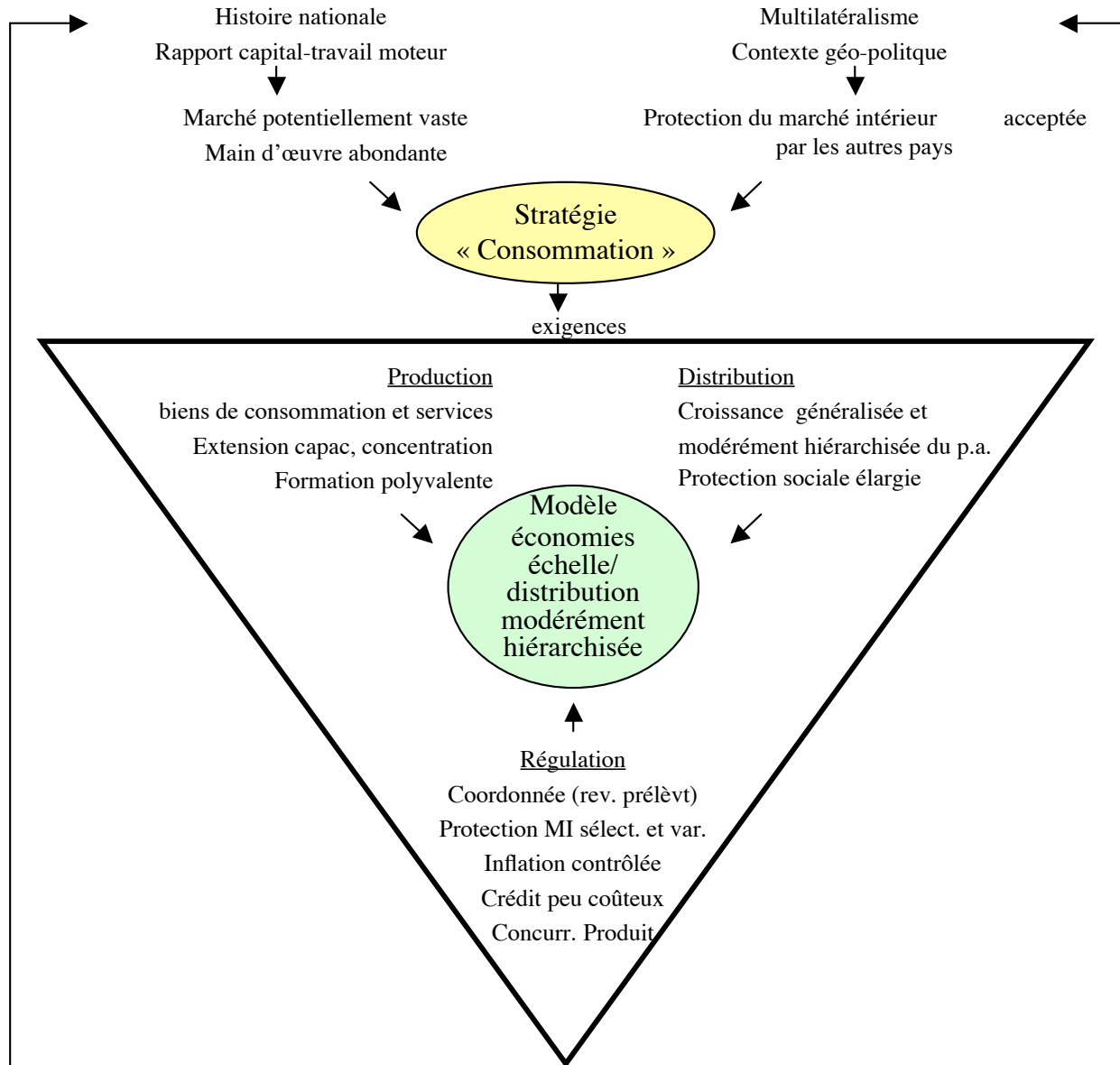


Les moyens ne seront pas les mêmes selon le compromis



Plusieurs modèles pour une même stratégie

STRATÉGIE DE CROISSANCE « CONSOMMATION » ET MODÈLE « EE/DMH »



Dynamique-contradiction: plein emploi, remise en cause des conditions de travail et de vie
 ralentissement productivité (saturation du marché, écarts de productivité entre secteurs)

La stratégie de croissance

“ Exportation ”(1)

Caractéristiques

- revenu apporté par l'exportation nette de biens, services, matières premières, capitaux ou main d'oeuvre
- sur lequel est indexé la distribution du revenu national

Conditions

- interne: obligation ou opportunité d'exporter
- externe: accès aux marchés d'autres pays

La stratégie de croissance “ Exportation ”(2)

Exigences

- production: maintenir la compétitivité externe
- distribution: ne pas compromettre la compétitivité
- régulation: assurer l'indexation du pouvoir d'achat sur la compétitivité

Dynamique-contradiction

- Épuisement de l'avantage compétitif (prix, biens spécialisés, biens rares) en inventer un nouveau
- réaction des autres pays
- internationalisation, autonomisation des entreprises

Les conditions de la stratégie de croissance

“ Exportation ”

Internes: obligation ou opportunité d'exporter



- taille de la population insuffisante, nécessité de compenser l'absence de matières premières
- spécialisation historique
- matières premières rares

Externes: accès aux marchés extérieurs



- raisons géo-politiques
- pays « consommateurs » largement dominants
- libéralisation des échanges et spécialisation des pays
- pays manquant de matières premières

Les exigences de la stratégie de croissance “ Exportation ”

Production: maintenir la compétitivité

- Choix de secteurs exportateurs susceptibles de maintenir leur compétitivité
- Innovation, formation correspondant au type de compétitivité choisi: prix, biens spécialisés, matières premières

Distribution: ne pas compromettre la compétitivité

- Indexée sur la compétitivité extérieure , y compris pour les secteurs non-exportateurs

Régulation: compétitivité/pouvoir d'achat

- Taux de change sous contrôle
- Cours mondiaux sous contrôle
- Ouverture du marché intérieur dans la limite où elle ne compromet pas l'excédent

Compromis

- Alliance secteurs exportateurs (dirigeants et salariés)-État pour imposer aux autres l'indexation sur la compétitivité

Les compromis possibles: compétitivité/distribution des gains

Plusieurs façons d'être compétitif:
Prix, bien spécialisés, matières premières
Plusieurs façons de redistribuer les gains:
égalitaire, modérément hiérarchisée, variable, inégalitaire



Compromis théoriquement possibles : 12
et observés:

prix (2), biens spécialisés (2) matières premières (3)

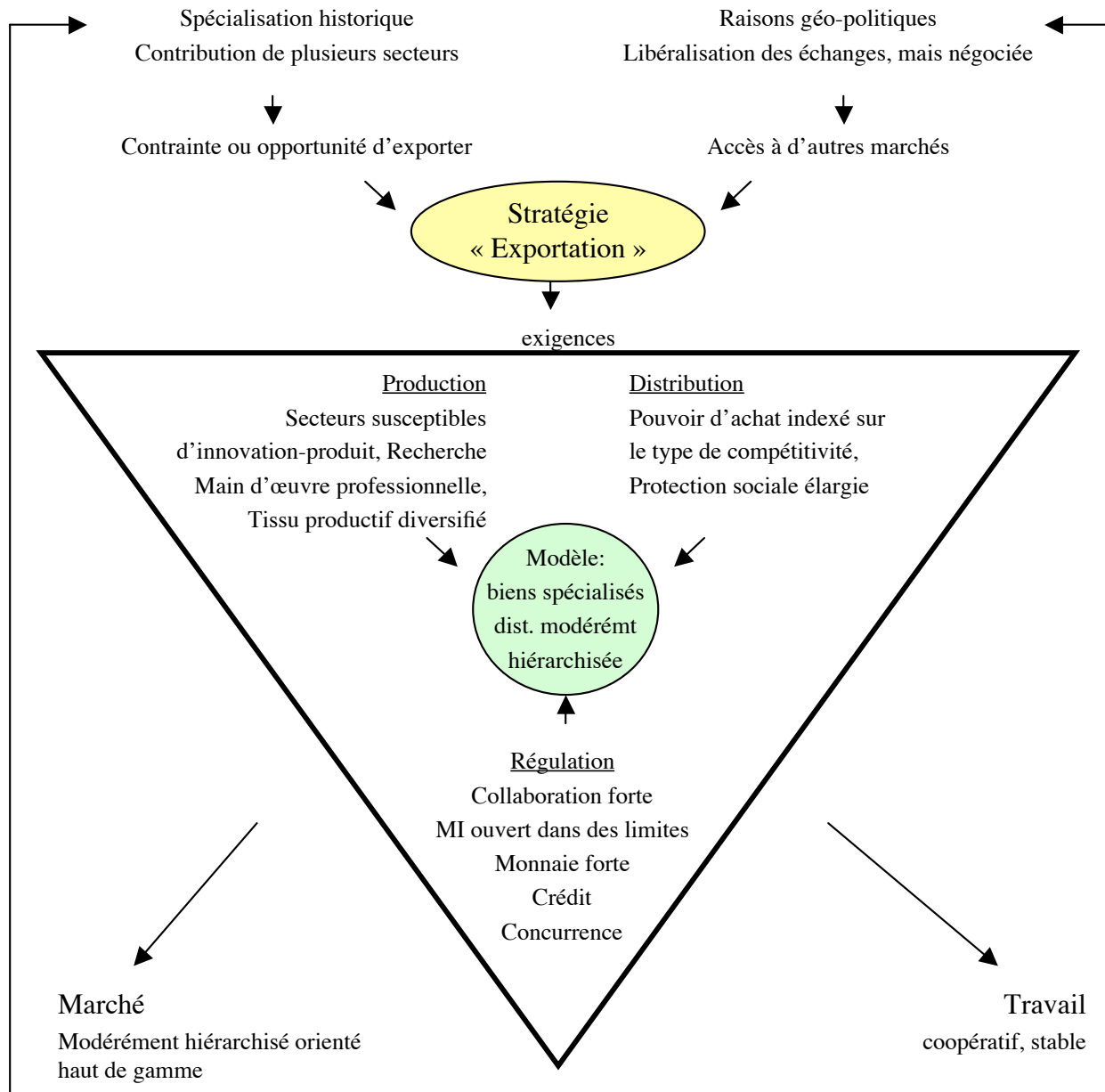


Les moyens pour mettre en oeuvre la stratégie de croissance
ne seront pas les mêmes selon le compromis



Plusieurs modèles pour une même stratégie

STRATÉGIE DE CROISSANCE « EXPORTATION » ET MODÈLE « BS/DMH »



Dynamique- contradiction: renchérissement du travail dans les secteurs non exportateurs, lien fort avec la base nationale, risque de saturation plus faible

Programme d'analyse par pays

- Croissance par année
- moteur de la croissance par année: type, constant ou non
 - conditions internes et externes
 - type de compromis:
formes de croissance
de la productivité et du pouvoir d'achat
 - vérification de la cohérence des moyens
par rapport à la stratégie
 - structure du marché et du travail qui en découle
- moyens qui s'imposent aux acteurs de l'entreprise

STRATÉGIE ET MODÈLE DE CROISSANCE

