

Les nouvelles

Publié sur *Les Nouvelles de Tahiti* (<http://www.lesnouvelles.pf>)

[Accueil](#) > “Pro marché” ne signifie pas “pro business”

“Pro marché” ne signifie pas “pro business”

Par *Christian Montet*
Créé le 12/02/2014 01:00

“On n’attrape pas les mouches avec du vinaigre”. Ce proverbe bien connu semble pourtant avoir été oublié par le gouvernement français, au moins jusqu’à l’inflexion annoncée en ce début d’année par le président de la République. Certains ministres ont ainsi régulièrement affiché une posture peu favorable au monde des affaires. Les mesures prises ont heureusement été moins nettement anti-entreprises que les discours ne pouvaient le laisser craindre. Mais le paysage décisionnel public reste incertain, le gouvernement étant coincé entre pragmatisme social-démocrate et l’idéologie de gauche encore fortement imprégnée d’un esprit de lutte de classes.

Or, si l’on maltraite les entreprises, si on les accable de taxes, si on s’en prend à certains chefs d’entreprise, comme le fait régulièrement M. Montebourg, le ministre du soi-disant “Redressement productif”, les décideurs privés réduiront leurs investissements en France et iront voir ailleurs si on les y traite mieux. Le résultat de la France en matière d’investissement direct étranger (IDE), en 2013, en est déjà le triste témoignage : baisse de 77% jusqu’au niveau très faible de 5,7 milliards de dollars, alors que, dans le même temps, l’IDE a fortement augmenté en Allemagne pour passer à 32,3 milliards de dollars et a progressé de 37% en Espagne en atteignant 37,1 milliards !

C’est une évidence : dans un système capitaliste, l’économie fonctionne mieux si les gouvernants sont favorables au monde des affaires. Étant donné que les systèmes économiques alternatifs se sont révélés jusqu’ici peu efficaces et peu attractifs, on comprend la tentative du président de clarifier sa position social-démocrate, laquelle allie en principe une confiance mesurée dans l’économie capitaliste et une volonté de redistribution des revenus et de la richesse. Cette dernière composante, si elle est poussée trop loin, peut être de nature à refroidir les entrepreneurs. Mais on peut au minimum convenir que la social-démocratie est plus cohérente avec une économie capitaliste que les élucubrations d’un Mélenchon. Cependant, les plus beaux discours ne suffiront pas à redonner confiance aux investisseurs. Des actes clairs doivent suivre. C’est à ce point qu’il convient de distinguer soigneusement entre une approche “pro marché” ou “pro concurrence”, et une approche “pro business”. Cette dernière correspond au soutien des profits des entreprises déjà installées et, le plus souvent, seulement des plus grosses et des amis des gouvernants, alors que la première cherche à mettre en place les conditions favorables à l’activité de toutes les entreprises, y compris les candidates à l’entrée sur les marchés. La différence est énorme. Soutenir une firme en situation de monopole appartient aux décisions “pro business”, mais cela nuit aux consommateurs et à l’économie dans son ensemble ; ce n’est clairement pas “pro marché”. Au contraire, favoriser l’action d’une autorité indépendante en matière de concurrence constitue un choix “pro marché”, mais cela peut nuire à certaines firmes qui profitaient, auparavant, de rentes de situation.

Reprenons le cas de M. Montebourg. Il annonce le 22 janvier qu’il “monte sur le ring” pour dénoncer les “technocrates de Bruxelles” et tout particulièrement M. Joaquin Almunia, le commissaire européen chargé de la concurrence, qu’il accuse de faire preuve d’“autisme” et d’“intégrisme” dans les affaires d’aides d’État aux entreprises. Un proche de M. Almunia a justement répondu que Bruxelles ne s’oppose pas aux subventions favorables à la croissance, mais qu’il s’agit plutôt de dissuader les perfusions aux canards boiteux et les distorsions sensibles à la concurrence au sein du marché européen. Dans cette controverse, le “pro business” Montebourg s’oppose au “pro marché” Almunia. L’écrasante majorité des économistes, de gauche, de droite, du centre ou sans position politique, donne raison à ce dernier. Autre exemple : le même Montebourg crie haut et fort que, dans le secteur des télécommunications en France, il ne devrait pas y avoir plus de trois opérateurs, et il vise particulièrement l’action concurrentielle du dernier entrant, l’entreprise Free. Tout cela au prétexte qu’il faudrait préserver les profits d’Orange, de Bouygues et de SFR. On l’a vu dire au président de l’Autorité de la concurrence : “Vous luttez contre les ententes, moi je les organise !” Outre la question de savoir de quoi se mêle le ministre du “Redressement productif”, on peut se demander en quoi il appartiendrait à un membre du gouvernement de déterminer, du haut de son savoir de bureaucrate, le nombre idéal de firmes dans tel ou tel marché. Certes, comme il s’agit d’une industrie de réseau, comportant des aspects de service public, il appartient à la puissance publique de fixer quelques règles du jeu dans un cahier des charges clair. Mais la question de savoir si l’on doit passer de quatre opérateurs à trois, et surtout de savoir qui doit éventuellement sortir, doit être laissée au marché. Quant à l’idée d’organiser l’entente entre les trois majors du secteur, évidemment au détriment des consommateurs, elle s’oppose à toute l’expérience et la sagesse accumulée en ce domaine depuis des décennies.

À travers ces déclarations, et peut-être sans en être parfaitement conscient, M. Montebourg défend ce que les Anglo-saxons appellent le “crony capitalism”, un capitalisme de copains, comme on en voit dans beaucoup de pays en développement, mais aussi en Europe du Sud ou en Russie. Or, sur le long terme, le “crony capitalism” est beaucoup moins performant que le capitalisme reposant sur la pleine liberté du marché et l’épanouissement de l’entrepreneuriat. Même les grandes fortunes sont beaucoup plus légitimes et acceptables lorsqu’elles proviennent de l’esprit d’entreprise et de l’innovation, comme celles de Bill Gates, de Michael Dell, de Warren Buffett ou de Mark Zuckerberg, plutôt que lorsqu’elles naissent de protections et de connexions gouvernementales, comme celles des oligarques russes, de Silvio Berlusconi en Italie ou de Carlos Slim au Mexique.

Une autre question est de savoir comment on aboutit à un capitalisme de copains ou à un capitalisme de marché, porteur non seulement d'efficacité, mais aussi de valeurs morales ? Il faut certainement de bonnes institutions politiques et économiques. Un bon droit de la concurrence aide dans ce sens, mais on voit bien avec l'exemple des gouvernants français, de gauche et de droite, que cela ne suffit pas. M. Sarkozy, et d'autres gouvernants avant lui, s'étaient aussi illustrés par des interventions ciblées en faveur de telle ou telle entreprise dans le pur esprit du "crony capitalism". Il appartient donc aux citoyens de rester constamment vigilants. De même que l'opinion publique réproouve le dopage des sportifs, on pourrait ainsi, à l'instar de ce qui se fait déjà dans les pays d'Europe du Nord, aboutir à une sorte de norme sociale stigmatisant les aides imméritées aux entreprises.

Photos / vidéos

Auteur :

Légende :

Visuel 1:



Voter1

URL source: <http://www.lesnouvelles.pf/article/ca-fait-la-une/%E2%80%9Cpro-marche%E2%80%9D-ne-signifie-pas-%E2%80%9Cpro-business%E2%80%9D>