

La beauté du prix

Avec la rentrée scolaire et la guerre des prix dans les supermarchés, chacun cherche son rabais, le moins cher, le gratuit, sans s'inquiéter de ce qui est sans prix, sans se douter qu'il paiera toujours ce qui est gratuit, d'une autre façon. La conversion à l'euro aurait fait valser les étiquettes, par peur des prix fous, par peur panique de l'inflation, la banque centrale européenne se préoccupe du prix de l'argent, des taux d'intérêt qu'elle ne souhaite pas baisser.

1. Le prix de marché réconcilie le vendeur et l'acheteur

Tandis que le consommateur s'inquiète pour son pouvoir d'achat, le vendeur se préoccupe de sa marge qui le fait vivre. Plus que jamais, l'acheteur et le vendeur sont en guerre l'un contre l'autre, un prétexte : les prix. Les politiques jouent de cette incompréhension en intervenant le plus souvent à contretemps pour perturber, avec une légitimité en chute libre, ce qui devrait être le moteur de la croissance économique et de l'emploi, la clarté et la libre détermination des prix par les acteurs économiques.

Et pourtant, le mécanisme des prix est bien celui qui réconcilie le vendeur et l'acheteur en leur permettant l'échange. Le vendeur et l'acheteur sont libres. Le prix sera un prix concurrentiel tant que l'offre elle-même est concurrentielle. L'acheteur actuel, de plus en plus sophistiqué et de plus en plus informé fera jouer la concurrence, pourvu qu'il y en ait une. Dès que l'offre devient monopolistique, alors les prix ne seront plus déterminés par la rencontre de deux libertés mais par le producteur. Les exemples de la SNCF, d'EDF, d'Air France (qui veut tuer les low cost) ou de France Telecom en sont clairs. Leurs tentatives désespérées pour tuer les offres concurrentes malgré la pression de la communauté européenne leur permettent de garder la main sur des prix en hausse et un service capricieux, sans garantie de continuité, ni d'investissement productif.

Ce comportement dans lequel le producteur cherche à refuser la logique des prix concurrentiels finit par le tuer lui-même. En effet, la confrontation avec une offre concurrente aurait été pour lui source d'information et d'amélioration. S'il le nie, il tombe dans la routine et le conservatisme qui pour survivre devient totalitaire. Les pays de l'Opep, en cherchant tout d'abord à cartelliser l'offre de pétrole et à protéger leur rente en s'affranchissant de la concurrence des prix, en ont refusé la logique et n'ont modernisé, ni leur système productif, ni, ce qui est bien plus grave, leur système politique. Ils en payent aujourd'hui le prix. Leurs populations sont fragilisées et leurs économies mono produit sont suspendues au cours du pétrole.

La politique agricole commune fonctionne de la même façon. En fixant les prix des produits agricoles européens bien au dessus des prix du marché mondial, le législateur européen freine l'adaptation de l'agriculture française à la qualité du bio, seul vrai porteur de valeur ajoutée, et de marge. Il freine le retour au respect de l'environnement pour un développement durable. Il maintient les agriculteurs dans une dépendance qui leur est fatale lorsque finalement les prix chutent et ne peuvent plus être soutenus.

2. Sur le marché du travail, le mécanisme des prix est grippé

Sur le marché du travail, le prix est lui aussi une porte ouverte pour l'offreur de services face à celui qui a besoin de ses services. La libre détermination des salaires entre le salarié et l'employeur est un indice du niveau d'utilité de l'employé et de sa productivité. C'est le moyen de réconcilier patrons et employés qui ont le même intérêt de faire croître l'entreprise. C'est le moteur de l'ascenseur social.

L'échelle des salaires dans les secteurs économiques oriente de fait les étudiants. La rapidité d'adaptation des salaires garantit une rapidité

d'adaptation des talents. L'explosion des salaires des informaticiens aux Etats-Unis pendant les trente dernières années a conduit à la formation accélérée d'ingénieurs, non seulement aux Etats-Unis mais aussi en Inde ou en Chine qui ont pu émigrer aux Etats-Unis avec des rémunérations conséquentes. Ces ingénieurs sont devenus entrepreneurs et ont créé les toutes premières entreprises technologiques mondiales.

Lorsque la société évolue, certaines activités ne sont plus utiles, remplacées par des robots, et il faut s'en réjouir. Les salaires baissent, et si ils ne baissent pas les activités sont délocalisées dans des pays où les salaires n'ont pas de limites à la baisse, tant les populations ont besoin de travail. Les employés vont devoir faire preuve d'adaptation. Avec le niveau de formation qui est devenu celui des français, il leur est nécessaire de s'orienter vers des activités plus riches en service et en intelligence, et pour eux, et pour l'entreprise.

La possibilité de changer de secteur en adaptant sa formation et sa compétence passe par une flexibilité du prix du travail. L'employeur ne peut verser un salaire supérieur à la productivité de son employé sans être obligé d'investir sur l'avenir. Cependant, lorsque l'employé connaît son niveau de productivité, devenu indispensable, il lui renégociera son salaire pourvu que le système de prix fonctionne correctement.

Cependant la classe politique française se méfie du mécanisme des prix. Elle vit dans la réalité de la génération de ses parents, de Germinal et d'Emile Zola, du lyrisme du front populaire et ne sait pas que le monde a changé. La classe politique française se méfie d'un monde qui fonctionnerait sans elle, où les prix du marché mondial détermineraient les prix du marché national – ce qui est pourtant le cas – et où la formation d'énarque serait inadaptée. Elle s'échine à tenter

d'intervenir par l'administration du Plan, en regardant dans son rétroviseur pour tenter de prédire le futur. La classe politique française ne risque pas, il est vrai, d'être polluée par une expérience de l'entreprise privée ou du service des clients.

Prétendant lutter contre le chômage, mais dans une logique électorale, le gouvernement cherchera donc à intervenir pour orienter la production ou la formation vers tel ou tel secteur qu'elle juge populaire ou d'avenir et puise dans une idéologie décalée les grandes lignes de ses prospectives. Le résultat est un brouillage des prix que payent le consommateur, le producteur et finalement l'électeur par de mauvaises performances économiques, par une absence de croissance, un chômage structurel élevé, et des impôts en hausse.

Le gouvernement grippe le système d'équilibre par les prix de diverses façons. La plus visible, il fixe le coût du travail. Un SMIC en hausse empêche l'entrée sur le marché du travail peu qualifié de ceux dont la productivité est faible et qui seraient prêts à être formés avant d'être rentables. Ils auraient pu accepter dans un premier temps un salaire inférieur au SMIC et plus valorisant qu'une allocation. Cela n'est pas permis. Ils seront alors exclus pour longtemps du marché du travail.

Le SMIC élevé dévalorise en outre les salariés plus anciens qui, ayant de l'expérience et touchant le SMIC, verront entrer au même niveau de salaire qu'eux de rares employés inexpérimentés. Des mécanismes législatifs compliqués et des statuts sociaux variés intermédiaires cherchent à pallier à ces problèmes mais ne font que densifier la feuille de paye sans rendre son sens au prix de marché. Ils rendent en revanche le ministère des affaires sociales incontournable. Ils conduisent les entrepreneurs à se faufiler dans des mesures temporaires ou catégorielles. Ils leur interdisent

de récolter l'information donnée dans une économie de marché, par le prix du marché.

De la façon la plus autoritaire, le gouvernement a, par la loi sur les trente cinq heures, contribué à désorganiser la libre détermination des prix sur le marché du travail. En limitant le nombre d'heures travaillées, le législateur limite les salariés dans leur possibilité d'offrir leur capacité de travail à leur employeur. Limitant l'offre, elle exerce une pression à la baisse sur les prix du travail. Les salariés soumis aux trente cinq heures ont pour leur grande majorité eu le plus grand mal à obtenir des augmentations depuis l'application de la loi.

Enfin, de la façon la plus invisible mais la plus coûteuse, les prix sur le marché du travail sont brouillés par l'importance des charges sociales qui font qu'à coût salarial total égal en France et en Grande-Bretagne, le salarié français touchera en fin de mois et après impôt environ trois fois moins que le salarié anglais. Le salarié français ne touche donc pas l'intégralité du prix de son service, son employeur en reverse environ la moitié à l'Etat. Dans sa négociation avec son futur employeur, intervient donc un élément incontrôlable et externe. Il devra compenser ce prélèvement par une productivité particulièrement forte pour qu'un employeur accepte de l'employer.

La tendance générale est par conséquent à une individualisation des rémunérations puisque la liberté des prix garantie la liberté des personnes, tandis que la rigidité des prix est le plus souvent la caractéristique des sociétés bloquées.

3. Le prix est un vecteur de propagation du progrès économique : Rôle des réseaux

La demande des acheteurs dépend du prix de leur travail net de charges sociales. Il dépend aussi de leurs besoins, de leur goût pour la créativité, le rêve, la qualité ou la fantaisie. Pour le vendeur,

l'offre dépend du niveau de profit généré par son activité, de sa marge nette et de son prix de vente. La liberté du vendeur lui permet de s'adapter à des prix de marché. Il cherchera à maximiser sa marge en collant à la demande d'un produit.

Il n'y a pas de raison pour qu'un entrepreneur continue à avoir une activité déficitaire. Dans l'intérêt de sa survie, il aura plutôt tendance à réorienter son activité vers une offre à valeur ajoutée importante qui génère marge et profit. C'est ainsi que le mécanisme des prix de marché va propager le progrès économique, encourager l'investissement vers les services et les produits à forte valeur ajoutée, et conduire inexorablement à une baisse des prix, bénéfique au consommateur.

Dans sa Théorie du développement économique, Joseph A. Schumpeter montre le rôle des prix de cette façon. Les nouveaux produits, les nouvelles technologies sont le fait d'inventeurs, ou de faiseurs de tendances qui ne sont pas forcément des entrepreneurs. Le rôle de l'entrepreneur est de voir l'invention et de décider de la commercialiser. Il peut être à l'origine d'un concept ou d'une niche qui prospère sur une tendance, un besoin nouveau, un changement de société lié à une innovation dont il n'est pas forcément l'initiateur.

Il calcule son coût de production, ajoute sa marge, séduit le consommateur et peut maximiser sa marge tant qu'il est le premier sur le marché. Dans un premier temps, seuls les consommateurs les plus riches auront accès à ce nouveau produit, ils rémunéreront ainsi l'inventeur et l'entrepreneur, en constituant une incitation pour celui-ci.

Dans un marché concurrentiel, un autre entrepreneur, voyant la marge réalisée par le premier entrepreneur, va se lancer sur le même marché et créer le même produit pour un prix légèrement inférieur, et puis un autre, et ainsi de suite, les prix baisseront jusqu'à

ce que les prix équilibrent le coût de production du produit. Son utilisation sera alors démocratisée et un plus grand nombre de consommateurs auront accès à cette nouvelle technologie. C'est ce qui s'est passé pour l'équipement électroménager et audiovisuel, dont l'utilisation a pu grâce à ce mécanisme, se généraliser pour des prix de plus en plus bas. Certains se spécialiseront alors dans la production de grands volumes de ces produits à moindre marge, d'autres se tourneront alors vers de nouveaux concepts. Le mécanisme des prix aura fonctionné.

Les intérêts du vendeur et de l'acheteur divergent dans la période de baisse des prix. Le vendeur a intérêt à ralentir cette baisse. Le législateur devra tout faire pour permettre aux offres concurrentes de rentrer sur le marché. Il devra tout faire pour empêcher la structuration de cartels, d'ententes ou de monopoles.

Certains marchés ont d'importantes barrières technologiques à l'entrée. Ils génèrent des marges élevées, après avoir donné lieu à des investissements technologiques élevés. L'entrepreneur qui dépose des brevets met des barrières à l'entrée de concurrents. Ceux-ci pour avoir accès à ces activités à haute valeur ajoutée devront faire

un effort supplémentaire de recherche et de créativité pour le plus grand bénéfice du consommateur.

Les barrières à l'entrée qui sont d'ordres législatif ou de privilèges catégoriels, du type concession de service public, sont des freins aux baisses des prix. Le rôle de l'Etat est de remettre en question ces privilèges ou ces concessions de façon régulière en gardant un strict cahier des charges, pour rouvrir le marché et garantir une remise en concurrence du service offert avec une qualité améliorée.

Pour les services où les barrières technologiques ou législatives ne sont pas importantes, tout entrepreneur cherchera à entrer avec des prix plus bas, quitte à délocaliser la production. Au delà de la course à la qualité et à la créativité qui permet de sortir de la logique des prix et de la productivité, il importe au vendeur d'avoir le plus vite possible une logique d'enseigne.

Inonder le marché de sa présence, être incontournable, être la référence, ceci constitue une barrière à l'entrée que les réseaux peuvent créer, entretenir, et faire évoluer. Prendre tout de suite les meilleurs emplacements dans toutes les villes qui comptent, chercher à asseoir une image internationale pour

être omniprésent, ceci est possible avec la franchise qui ne demande pas à l'entrepreneur des capitaux propres trop importants. Celui-ci fera appel aux capitaux personnels d'autres entrepreneurs séduits par son concept, les franchisés.

Cela impose cependant au franchiseur d'avoir un concept fort et porteur de sens. Ainsi, il devra continuer de consacrer un investissement de recherche important, se distinguer par du service de qualité, du conseil, et bien sur une logique de prix pour ne pas se retrouver hors marché. Le consommateur ne pourra que plébisciter de telles initiatives. Les mécanismes induits par la liberté des prix auront réconcilié une fois de plus entrepreneur et consommateur.

Bekabar

Sources :

Les Echos, 30 août 2004, Grand Angle avec Xavier Fontanet, président d'Essilor, L'entreprise, le marché et l'éthique

Les Echos, 30 août 2004, Le point de vue de Denis Kessler, président directeur général du groupe SCOR, et Ernest Antoine Seillière, "Ça tourne ?", Posons-nous la question !

Les Echos, 1er septembre 2004, Le point de vue de Ernest Antoine Seillière, président du Medef, Mettre la France en mouvement

LES ADRESSES DE LA RÉDACTION

AGT
04 66 49 40 40
www.agt-groupe.com

Hôtel Akena
01 39 84 85 17

Alain Afflelou
01 49 37 73 77
www.alainafflelou.com

AMS consulting
01 42 88 17 54

Asterop
01 56 62 25 00
www.asterop.com

Beauty Success
05 57 54 39 11
www.beautysuccess.fr

La Brioche Dorée
01 53 91 29 12
www.le-duff.com

Bureau Center
05 46 68 46 68

Domino's Pizza
01 30 16 25 25
www.dominospizza.fr

Epil Center / La Boîte à Pizza
05 61 00 12 50

ERA Immobilier
01 39 24 69 00
www.erafrance.com

Franck Provost
01 56 59 12 34
www.franckprovostcoiffure.fr

Gérard Pasquier
01 41 91 58 58
www.gerard-pasquier.fr

Guillaume T
01 48 70 49 09
www.guillaume-t.com

Keops
01 39 30 25 25
www.keopsnet.com

Lea d'Aubray
01 30 99 74 00
www.leadaubray.com

Maison de la Literie
MDL France
01 58 47 75 75

Marionnaud
01 48 08 69 69

Point Soleil
01 55 42 01 31
www.pointsoleil.com

Physiomin
01 58 18 36 00
www.physiomin.com

Rent a Car
01 40 65 04 05

Sylvan France
05 45 22 82 00
www.sylvan-france.com

Solvimo
04 94 12 17 87
www.solvimo.com

Le Tanneur
01 44 72 40 00
www.letanneur.FR

Verlor
01 48 87 96 26