Patrick Artus : « Le maintien d'une stratégie favorable aux consommateurs est incompatible avec le retour au commerce de centre-ville »

lemonde.fr/idees/article/2020/12/19/patrick-artus-le-maintien-d-une-strategie-favorable-aux-consommateurs-est-incompatible-avec-le-retour-au-commerce-de-centre-ville_6063937_3232.html

Chronique. Depuis les années 1980-1990, la stratégie économique de l'Europe a été centrée sur l'intérêt du consommateur. Cette stratégie s'articule autour de plusieurs composantes. D'abord, des règles strictes de la concurrence, visant à empêcher l'apparition de positions dominantes permettant aux entreprises qui en bénéficient d'augmenter leurs prix ; ceci a conduit, par exemple, au blocage de la fusion Alstom-Siemens.

Ensuite, les délocalisations vers les pays émergents à coûts salariaux faibles. En vingt ans, le poids des importations de la zone euro depuis les pays émergents a augmenté de 7 points de PIB, ce qui a accru le pouvoir d'achat des consommateurs européens de 3,5 %, c'est-à-dire d'à peu près 0,2 % par an.

La troisième composante a été le développement de la grande distribution et du commerce en ligne ; ce dernier représente en Europe 8 % de la consommation mais c'est déjà 14 % aux Etats-Unis et 19 % en Asie-Pacifique. L'objectif est de réduire les marges de distribution et de donner un pouvoir de marché important aux plates-formes de vente en ligne qui leur permet d'obtenir des prix plus bas des producteurs.

La quatrième composante est la faiblesse des salaires dans certains secteurs d'activité (restauration, distribution, santé, des services aux entreprises comme le nettoyage…), ce qui permet de baisser les prix pour les consommateurs, directement ou indirectement au travers des prix de vente de ces services bon marché aux entreprises. Il y a donc de fait une acceptation de l'existence de travailleurs pauvres afin de pouvoir obtenir des prix bas.

Enfin, la dernière composante de la stratégie favorable aux consommateurs est le choix d'énergies fossiles peu chères, qui représentent encore 80 % de l'énergie consommée, les prix bas de ces énergies venant de l'abondance des réserves de pétrole et encore plus de gaz naturel.

Nouveaux objectifs

Mais les opinons et la majorité des hommes politiques en Europe critiquent aujourd'hui les conséquences de cette stratégie et commencent à exiger de nouveaux objectifs de politique économique.

La première demande collective est de constituer de grands groupes européens dans les domaines des énergies renouvelables et des matériels pour ces énergies. On évoque ainsi un « Airbus des batteries électriques ». Le problème est, que dans tous ces domaines, il y a des rendements d'échelle croissants : plus l'entreprise est de grande taille, plus elle est efficace. Il faudra donc que les autorités de la concurrence acceptent que ces entreprises, de taille mondiale, aient… une position dominante sur le marché européen.

La deuxième demande est de relocaliser certaines industries en Europe depuis les pays émergents, en particulier dans les secteurs jugés stratégiques : matériels pour les énergies renouvelables, médicaments, numérique, télécommunications… Mais les coûts de production en seront donc plus élevés.

La troisième demande est de limiter la croissance des géants de la distribution en ligne et de réhabiliter les commerces de centre-ville. On a vu, par exemple en France, la levée de boucliers suscitée par les gains de part de marché d'Amazon. Mais il faudra alors que les consommateurs acceptent de payer plus cher dans la distribution traditionnelle.

La quatrième demande est d'améliorer le pouvoir d'achat et de réduire les inégalités, ce qui suppose une hausse importante des bas salaires. Mais pour éviter alors les destructions d'emplois peu qualifiés, il faudra augmenter les prix des biens et des services produits et distribués par les entreprises qui emploient ces salariés.

La dernière demande est d'accélérer la transition énergétique, afin de respecter les objectifs climatiques. Mais si l'Europe n'émet plus (en termes nets) de CO_2 en 2050, cela implique que le prix de l'énergie sera beaucoup plus élevé qu'aujourd'hui. Compte tenu de l'intermittence de leur production, les énergies renouvelables – en Europe, le solaire produit au mieux pendant 20 % du temps, l'éolien terrestre 30 % et l'éolien en mer 50 % – nécessitent des capacités de production et de stockage très importantes, puisqu'il faut stocker l'électricité pendant les périodes où elle est produite. D'où un coût du capital très élevé – il représente les trois quarts du coût total dans l'éolien – qui se répercutera forcément sur les prix de vente d'une électricité « verte ».

Au total, le maintien d'une stratégie favorable aux consommateurs est incompatible avec la constitution de grands groupes de taille mondiale, avec le retour au commerce de centre-ville, avec les relocalisations, avec la hausse des bas salaires et avec l'accélération de la transition énergétique.

Pour que ces différents objectifs puissent être obtenus, il faudra donc débattre d'un choix collectif explicite d'abandon de la stratégie de soutien du consommateur et de son pouvoir d'achat au profit d'une stratégie favorable aux producteurs, à la souveraineté de l'Europe, au climat, à la réduction des inégalités, à la revitalisation des villes…

Mais les hausses des prix qui découleront de cette nouvelle stratégie ne devront pas peser sur le pouvoir d'achat des plus modestes, sous peine de provoquer de graves tensions sociales et politiques. Elle nécessitera par conséquent des politiques redistributives de soutien des plus bas salaires.

Patrick Artus est chef économiste de la banque Natixis