

POINTS DE VUE

D'EMMANUEL COMBE

La compétitivité n'est pas toujours là où l'on croit

Par **Emmanuel Combe** | 16/10/2012 |

Le décrochage de notre commerce extérieur depuis dix ans aura eu au moins un mérite, celui de rallier une majorité de la classe politique sous la bannière de la « compétitivité », devenue aujourd'hui le véritable mot d'ordre de la reconquête industrielle. Pour autant, la vision générale qui s'en dégage mérite d'être questionnée sur plusieurs points.

En premier lieu, il est souvent affirmé que le remède principal à notre déficit de compétitivité passerait, outre un allègement du coût du travail, par un investissement soutenu dans l'enseignement supérieur long et la recherche-développement, domaines dans lesquels la France accuse un certain retard. Tout cela est juste mais incomplet. N'oublions pas en effet que la « compétitivité hors prix » ne se réduit pas à l'univers de la technologie, aussi pointue soit-elle, et au monde des chercheurs ; elle incorpore bien d'autres dimensions essentielles comme la créativité, les innovations d'usage, la manière de vendre les produits ou de les rendre désirables. Il est grand temps d'élargir notre vision de l'innovation au-delà de la seule R&D, par exemple en étendant le crédit impôt recherche au design.

En deuxième lieu, la compétitivité est souvent appréhendée au seul niveau du produit et non sur l'ensemble de la chaîne de valeur dans laquelle il s'inscrit. Or, les enquêtes montrent que la France affiche de piètres performances sur la qualité du service qui accompagne le produit.

En troisième lieu, il est souvent avancé que le rétablissement de notre compétitivité passerait d'abord par le soutien à quelques secteurs stratégiques et en difficulté, comme l'automobile ou la sidérurgie. Si une politique industrielle défensive est nécessaire, n'oublions pas pour autant nos pépites à fort potentiel de croissance et d'emploi, qui méritent tout autant un « choc de compétitivité ». Prenons l'exemple de l'industrie touristique : premier pays d'accueil au monde, nous ne tirons pourtant pas pleinement parti de notre rente exceptionnelle, faute d'une qualité de service et d'accueil suffisante et d'une adaptation aux attentes de la clientèle. Autre exemple :

l'agroalimentaire, point fort de notre commerce extérieur. Nous pourrions être encore meilleurs si nous menions une stratégie de montée en gamme vers les produits à forte valeur ajoutée, comme les produits du terroir. Au travers de ces exemples, nous voyons que la compétitivité est aussi à rechercher... au coin de la rue.

En dernier lieu, le retour de la compétitivité reposerait d'abord sur les épaules de nos ingénieurs et chercheurs, qui feraient ainsi entrer la France dans la « société de la connaissance ». Cette vision conduit à exclure de la guerre économique tous ceux qui n'iront pas demain sur les bancs de l'université et des grandes écoles. Dans la compétition mondiale, la France a besoin de tous ses talents : l'excellence de la main et des savoir-faire, tels qu'ils s'expriment par exemple dans l'industrie du luxe ; mais aussi la créativité, telle qu'on l'observe par exemple dans les arts culinaires ou les jeux vidéo, où nous sommes leader mondial.

C'est en adoptant une vision élargie de la compétitivité, fondée sur la montée en gamme de toutes nos productions, sur la valorisation de tous nos atouts et talents, sur la qualification de tous les salariés que nous parviendrons à faire de la compétitivité davantage qu'un slogan : une réalité mobilisatrice pour l'ensemble des Français.

Emmanuel Combe est professeur à l'université de Paris-I et professeur affilié à l'ESCP Europe