

COMPÉTITIVITÉ

Corrélat

COMMERCE

CONCURRENCE

CROISSANCE

DEVELOPPEMENT

ENTREPRISE

Jean-Louis

MUCCHIELLI

Le terme “compétitivité”, dont l'origine latine (*competere*) évoque l'idée de “rechercher ensemble”, mais aussi celle de “se rencontrer en un même point”, désigne l'aptitude à affronter des situations de concurrence et à rivaliser avec autrui. Fréquemment employée par les économistes, la notion a été initialement définie et appréhendée au niveau de l'entreprise, puis transposée au plan macroéconomique, au niveau d'un secteur d'activité ou d'un pays. Un tel glissement suscite néanmoins des controverses.

De la compétitivité de l'entreprise à celle de la nation

La compétitivité d'une entreprise représente ses performances à long terme, sa croissance, selon trois critères: prix, qualité, coût. Une entreprise dite compétitive obtient des résultats supérieurs à la moyenne. Au-delà des critères traditionnels, les déterminants de la compétitivité s'étendent aux domaines du management, du marketing, du design, etc. L'examen des forces et des faiblesses de l'entreprise comparée aux meilleures du secteur permet de prendre comme références les pratiques les plus performantes (*benchmarking*).

De façon plus fine, la compétitivité peut s'exprimer au niveau du produit. On distingue alors la compétitivité-prix et la compétitivité-hors prix. La première se rapporte à des produits substituables entre eux et qui rivalisent par les prix. La seconde fait référence à des explications structurelles des performances en termes de qualité de produit, d'innovation, etc.

Entendue au niveau d'une région ou d'un pays, la compétitivité est définie par la Commission européenne “comme l'ensemble des facteurs essentiels à une réussite économique à long terme”. “Une nation est compétitive si elle parvient à

accroître durablement le bien-être de ses habitants. Pour y parvenir il n'y a pas d'autres choix que de chercher à accroître la productivité des facteurs de production” (Rapport européen sur la compétitivité, 2003). Toute analyse de la compétitivité nationale doit ainsi tenir compte des facteurs déterminant le niveau de vie de la population, à savoir la croissance, l'emploi et la répartition du revenu. Par extension, la compétitivité d'un territoire est liée à son attractivité, à sa capacité d'attirer des activités sur son sol.

Le produit intérieur brut (P.I.B.) par habitant et son évolution constituent des indicateurs synthétiques de la compétitivité nationale. Une comparaison sur la période 1996-2002 entre le niveau de vie des Européens et celui des Américains montre, par exemple, que le P.I.B. européen par habitant (de l'ordre de 25 000 dollars) reste de 30 p. 100 inférieur à celui des États-Unis (de l'ordre de 35 000 dollars). Les indicateurs structurels de la compétitivité mis en place par la Commission européenne révèlent que, dans un tel écart, environ 13 p. 100 peuvent être attribués à une plus forte productivité du travail aux États-Unis par rapport à l'Europe, 4 p. 100 à un nombre d'heures travaillées inférieur en Europe, et 12 p. 100 à un taux d'emploi plus faible en Europe qu'aux États-Unis.

Les parts de marché relatives à l'exportation sont aussi souvent utilisées comme indicateur de la compétitivité d'un pays. On calcule, en général, la part des exportations d'un pays dans celles des huit ou neuf grands pays de l'O.C.D.E., qui représentent 75 p. 100 du commerce mondial. Les raisons des évolutions constatées sont à rechercher dans l'adéquation de l'offre nationale à la demande mondiale, dans la qualification du travail, dans la capacité d'innovation, etc.

Dans le cadre d'études comparatives, certains classements sont réalisés à l'aide d'indicateurs qualitatifs. Le rapprochement entre la compétitivité des entreprises et celle des nations est alors très présent. Cette technique est largement utilisée par le World Economic Forum (W.E.F.). D'ailleurs, c'est bien l'expression “compétitivité des nations” qui est employée dans le rapport annuel sur la compétitivité globale du W.E.F., qui considère huit indicateurs composites de compétitivité: l'ouverture; le gouvernement; la finance; les infrastructures; la technologie; le management; le travail; les institutions. Soit, au total, pas moins de cent soixante-treize variables. Les résultats qualitatifs sont issus d'un questionnaire soumis à quatre mille

entreprises. Certains apparaissent néanmoins contestables, en raison du caractère faiblement représentatif de l'échantillon, ou bien de la formulation des questions à laquelle il est reproché de biaiser les réponses.

Par ailleurs, un pays ne peut pas être compétitif dans tous les secteurs ou tous les produits à la fois. C'est pourquoi la compétitivité doit être appréhendée non pas à un niveau trop agrégé, mais à celui des secteurs d'activité. Les avantages relatifs d'un pays seront en grande partie fonction de fondamentaux économiques comme la disponibilité du facteur travail, sa qualification, l'investissement et la technologie. Un pays avancé au niveau technologique possédera, par exemple, des avantages dans des produits haut de gamme. Les indicateurs de spécialisation remplacent alors ceux de compétitivité. Pour prendre l'exemple français, la production a fortement chuté dans les secteurs du textile, de l'habillement, du cuir et de la chaussure, où ont été enregistrées des baisses d'exportation et des hausses d'importation. En revanche, la pharmacie, l'aéronautique et l'automobile sont des secteurs en croissance, dans lesquels la France réalise de forts excédents extérieurs.

Une nation n'est pas une entreprise

De nombreux commentateurs ont forgé l'idée d'une lutte entre pays pour analyser la compétitivité. Chaque nation est alors considérée comme une grande firme en concurrence sur le marché mondial. Les États-Unis, l'Europe et le Japon seraient des concurrents, au même titre que Coca-Cola et Pepsi-Cola. Pourtant, comme l'a rappelé l'économiste américain Paul Krugman dans *La Mondialisation n'est pas coupable* (1998), l'analogie est impropre: une entreprise vend tout, ou presque, à l'extérieur de son organisation, et ses salariés consomment peu de sa production, à la différence d'un pays où la moitié, voire les trois quarts, de ce qui est produit est destiné aux consommateurs nationaux. De plus, les ventes de boissons de Coca-Cola se font peu vers les ouvriers de son concurrent Pepsi-Cola, mais vers l'ensemble des consommateurs, et inversement pour Pepsi-Cola, à la différence des pays qui échangent entre eux (le principal client de la France est l'Allemagne, qui est en même temps son principal fournisseur). Il est donc hasardeux de pousser trop loin la comparaison nation-entreprise.

Pour Krugman, "la compétitivité ne serait que le mot poétique pour exprimer la productivité d'un

pays”, et a donc peu à voir avec une lutte pour les parts de marché. Le meilleur indicateur serait alors celui de l'évolution de la productivité des facteurs de production à long terme. La démocratie, l'absence de corruption et la paix civile, ou, en d'autres termes, la bonne gouvernance publique, deviennent alors les éléments clés de la compétitivité. Les défauts de compétitivité reflètent, dans cette optique, des défauts de gouvernance.