

Nouveaux modèles productifs, de consommation, d'affaires et d'interactions pour l'économie d'après-crise

Pascal Monier – Mars 2014

Site internet : lc.cx/ecofutur

pascal.monier@univ-poitiers.fr / 06 98 13 77 33

Une crise, surtout d'ampleur historique, est par définition un changement d'état. La société de production et consommation de masse, modelée par deux siècles de révolutions industrielles, laisse ainsi progressivement place à l'*iconomie*, toujours articulée autour du marché mais refondée par la révolution informationnelle, s'appuyant sur des logiques de proximité, de collaboration ou encore d'économie de ressources.

Il ne faut pas attendre la sortie de crise de stratégies macroéconomiques miraculeuses, la zone euro en particulier étant engoncée pour de nombreuses années encore dans ses difficultés institutionnelles et sa logique de désendettement. La respiration nouvelle de l'économie prendra appui sur les acteurs innovants, qui introduiront de nouveaux modèles d'affaires adossés aux grandes mutations technologiques en cours et à venir.

D'abord, les conditions de production de l'entreprise connaissent de nombreux bouleversements. La production est de fait de plus en plus automatisée (la révolution robotique), elle concerne des séries courtes et personnalisées (imprimante 3D), éventuellement dans des espaces dédiés (fablabs) ce qui participe au mouvement de relocalisation (avec le renchérissement à venir des coûts de transport). L'environnement productif lui-même évolue : il s'appuie sur un financement sans intermédiation des particuliers (crowdfunding), avec une monnaie toujours plus dématérialisée (les monnaies virtuelles), il repose sur un management par projet (intranet social) avec une horizontalité des relations (l'holocratie de Zappos) dans le cadre d'un processus d'innovation ouvert et collaboratif (co-conception ou crowdsourcing, avec le client), il s'appuie sur des systèmes d'information externes ou personnels des collaborateurs (BYOD : bring your own device, venez avec vos propres objets connectés), il privilégie enfin les collaborations ponctuelles, ce qui pose la question de la permanence du salariat. Ces nouvelles conditions dessinent de nouveaux modèles productifs pour l'entreprise. Ces modèles éteindront progressivement le modèle historique né des révolutions industrielles, fondé sur les gains de productivité lié à l'automatisation des tâches (modèles Tayloriste). Ils s'inscrivent dans une logique de

collaboration, prolongeant en quelque sorte la logique de l'économie coopérative fondée sur les SCOP et autres logiques capitalistes alternatives.

Ensuite, et surtout, on passe d'une économie propulsée par l'offre à une économie tirée par la demande. De fait, la consommation change de nature. Pour les particuliers, elle s'extrait de l'hypermarché, avec une articulation nouvelle à construire entre vente physique et vente en ligne (le magasin comme « terminal » du virtuel). Elle devient elle aussi locale et partagée (les multiples formes de consommation collaborative, du « Bon coin » à la « Airbnb », la location de chambres chez l'habitant), le besoin de possession s'estompe pour laisser place à la garantie de l'accès (les « autolib » par exemple). On en revient enfin à l'essence même de la consommation : satisfaire un besoin dans sa globalité (se déplacer) de préférence à l'achat d'un bien pour un usage ponctuel (acheter un scooter).

Tout cela signifie l'épuisement progressif des modèles actuels de création de valeur : celui d'abord fondé sur le marketing et les techniques de commercialisation, dans lequel la création de valeur est adossée d'une part à des lieux et modes identifiés de distribution (le commerce physique dans l'hypermarché), d'autre part à la désirabilité des objets (marketing et publicité) ; celui ensuite fondé sur le service rendu, qui enrichissent ou se substituent aux biens vendus, dont la production est externalisée ou délocalisée (économie des services).

De fait, ici aussi, on voit se dessiner de nouveaux modes de création de valeur pour l'entreprise.

- Le premier est l'économie de la contribution. Il s'agit ici de capter la créativité productive des consommateurs qui deviennent co-concepteur de l'offre de biens et services. La question se pose alors de leur rémunération, sous forme de réputation, de rétribution ou d'attention de la marque. La question se pose également de la mise à disposition de ses contributions ou données personnelles au bénéfice des plateformes sociales de l'internet, qui s'inscrivent aujourd'hui largement dans une logique de prédation. Enfin, la contribution peut être libre, au sens du logiciel libre, la généralisation de ce modèle ouvrant une nouvelle ère du capitalisme selon certains.

- Le deuxième est l'économie de fonctionnalité. Il s'agit alors de substituer une prestation de service dans le cadre d'un contrat à la vente d'un bien, en internalisant l'économie de matières ; ce faisant, on inverse la logique de l'économie de marché : il ne s'agit plus de vendre tant et plus, à l'image d'un visiteur médical qui n'aurait pour ambition que de faire prescrire le plus de médicaments possibles par le médecin, mais d'économiser les ressources mobilisées quand le contrat -avec le patient par exemple- est déjà signé. L'économie de fonctionnalité s'inscrit ou rejoint l'économie de circularité (penser l'économie comme un processus circulaire, et non linéaire, à l'image des cycles de la nature par exemple), elle dépasse et complète la croissance verte, qui pense encore la lutte contre le réchauffement

comme un élément externe à l'entreprise.

- Le troisième renvoie à l'économie de la personne, qui se décline en plusieurs appellations alternatives : économie des effets utiles, économie quaternaire, ou de façon plus parlante, économie de l'expérience. De fait, les produits sont conçus pour réaliser des services à leur tour conçus pour conduire à des expériences. Il s'agit alors d'articuler différents prestataires pour vendre des contrats incluant des paquets de « biens-serviciels » pour répondre à l'expression d'un besoin. La logique est alors celle d'atteindre un résultat, non de vendre un bien ou de fournir une prestation : par exemple réaliser l'expérience de la mobilité en articulant la mise à disposition de véhicules (de types différents selon les situations - déplacements urbains, déplacements professionnels ou déplacements personnels pour les vacances en famille) mais aussi transports publics ou transports doux par exemple.

Au-delà, la question d'un dépassement du capitalisme est posée. Une production fondée sur les communs, dans laquelle le modèle du logiciel libre s'impose à tous les schémas productifs (Wikispeed), avec des entreprises ectoplasmiques (Sensorica), peut être envisagée. Se pose alors la question de la nature du travail et du salariat, dans le cadre d'une économie contributive et régénérée.

Ces évolutions dessinent une société dans laquelle cohabiteront une économie ancienne, matérielle et de volume, avec une économie fluide, frugale, de collaboration, fondée sur le savoir, immatérielle, personnalisée. Ces évolutions dessinent une nouvelle entreprise, connectée, sociale et collaborative, qui s'inscrira davantage comme prestataire de services articulés autour des biens qu'elle produit et dont elle restera propriétaire, animatrice de place(s) de marché pour assurer le continuum de la relation client en quête d'expérience et plateforme de contributions collaboratives multiples allant jusqu'à la mise à disposition des codes sources des produits pour une impression personnelle.

Vers une nouvelle durabilité en quelque sorte, compatible avec l'économie de marché.