

مباراة توظيف المتصرفين المساعدين
دورة: 18 دجنبر 2010

موضوع عام يحذر باللغة العربية أو الفرنسية. يتناول المشاكل السياسية أو الإدارية أو الاقتصادية أو الاجتماعية على الصعيد الوطني أو الدولي.	
ثلاث ساعات	: 2

جاء في خطاب صاحب الجلالة الملك محمد السادس الموجه للأمم لتتصيب اللجنة الإستشارية للجهوية في يناير 2010 : "إن الجهوية الموسعة المنشودة، ليست مجرد إجراء تقني أو إداري، بل توجهها حاسما لتطوير وتحديث هياكل الدولة والنهوض بالتنمية المتكاملة".
حلل وناقش؟

Si l'on porte un regard d'économiste sur l'évolution de l'humanité, on sait qu'on est passé d'une société basée sur la production de richesses à celle fondée sur la consommation des mêmes richesses.

La société dite de production a prévalu dans les pays riches jusqu'à la moitié du XXème siècle. L'économie est alors basée sur la production. Cette production s'adapte comme elle le peut aux besoins des consommateurs, mais elle ne les devance pas. Dans une économie de production, on ne peut acheter (c'est-à-dire entrer en possession) un bien en quelques minutes. L'exemple du secteur de la confection (habillement) est tout à fait illustratif. Jusqu'à l'avènement de la société de consommation, c'est l'artisan couturier, le tailleur, qui réalisait, sur mesure, un vêtement. De même le cordonnier qui réalisait, sur mesure, des chaussures. C'est l'acte de production qui primait, et le besoin du consommateur y était subordonné. La conséquence en était une juste fourniture de biens, sans surproduction.

Aujourd'hui, le métier de tailleur a presque disparu, ainsi que celui de cordonnier, au sens d'artisan, fabricant des chaussures. La société dite de consommation pose le primat de l'acte de consommation. L'appareil productif doit anticiper la demande, du moins celle répétitive. Ainsi peut-on acheter immédiatement un vêtement, non plus sur mesure, mais adapté aux tailles couramment rencontrées dans une espèce humaine. La satisfaction de la majorité des besoins du consommateur peut-être assurée instantanément. La conséquence inévitable en est la surproduction. On se trouvera fréquemment face à des stocks invendus. Tout l'art des sciences du commerce et de la gestion (marketing et management) vise entre autres à limiter ces surproductions par une appréciation des besoins des consommateurs la plus proche de la réalité, et de trouver des solutions aux cas de surproduction résiduels. Dans le domaine culturel, c'est ainsi qu'on a vu se développer dans tous les pays riches, des commerces de librairie, dits du *second circuit*, dont le but est d'écouler, à bas prix, les stocks invendus des éditeurs.

Depuis quelques décennies, le monde s'intellectualise. Nous entendons par là le fait que la majorité de ce qui est produit sur terre, aujourd'hui est d'ordre intellectuel. En valeur économique, on produit de plus en plus de services et en proportion, de moins en moins de biens. Plus encore, la valeur d'un bien, lorsqu'on la décompose, se décline en une part toujours plus limitée de la valeur de la matière première et une part toujours plus grande d'un service intellectuel. Prenons l'exemple d'une tasse à thé, en porcelaine, d'usage courant. Le coût du kaolin et même de la fabrication matérielle de la tasse entre pour une part presque négligeable dans le prix de vente de la tasse. Mais le plus gros des coûts portera éventuellement sur le brevet de fabrication, certainement sur la licence du modèle, et sur les marges prises par les distributeurs (prestataires de service) qui se sont entremis entre la tasse, sortant de l'usine et le consommateur. Or, ces prestataires de services eux-mêmes ont un rôle presque entièrement intellectuel. Le coût du transport et de la livraison est minime dans la facturation de leur activité par rapport à tous les services intellectuels : réception de commande, acheminement de l'ordre, établissement de la facture, tenue de la comptabilité, fiscalité.

Dans les domaines culturels, la circulation d'un bien déjà intellectuel s'est ainsi alourdie d'une pléiade de services intellectuels dans lesquels la livraison matérielle, du bien porteur de l'objet culturel, ne joue plus que pour une part tout à fait résiduelle. Certes, les droits d'auteur restent cantonnés aux alentours des 10% du prix de vente d'un ouvrage. Mais à côté du droit d'auteur, toute la chaîne des services intellectuels s'est accrue depuis la Révolution : éditeur, directeur de collection, correcteur, maquettiste, distributeur, libraire... En matière de multimédia et d'audiovisuel, les chaînes de prestations de services sont encore plus complexes et les partenaires plus nombreux.

La monnaie a suivi la même évolution et s'est dématérialisée. Partis d'espèces *sonnantes et trébuchantes*, c'est-à-dire de pièces d'argent ou d'or, portant en elles-mêmes leur propre valeur en métal, nous en sommes venus à la monnaie dite *fiduciaire* (basée sur la confiance dans une banque d'État - ou privée - garante de sa valeur) par le biais des billets de banque. L'étape suivante fut la monnaie dite *scripturale*. Une simple écriture sur un papier et donnant ordre à une banque de verser à un créancier une somme débitée sur son propre compte prend valeur officielle. C'est la naissance des effets de commerce (lettres de change et autres systèmes réservés aux commerçants) et des chèques. Une écriture sur un morceau de papier se répercute par une passation d'écritures dans le livre de comptes de la banque et au transfert de la somme d'un compte à l'autre : on ne traite donc plus que des données comptables. Nous en sommes actuellement à la *monnaie électronique* avec la généralisation de la carte bancaire et des paiements en ligne. Les écritures ne sont plus rédigées sur du papier, elles sont intégralement passées sous forme informatique d'un bout à l'autre du circuit économique...

De sorte que depuis quelque 25 ans, la société de consommation a pris un aspect nettement plus intellectuel, ou, pour être très clair, nettement plus *informationnel*. Toute prestation de service intellectuelle ne manipule que des objets de l'ordre de l'information (un bon de commande, une facture, un virement bancaire sont des opérations portant sur des informations ayant une valeur comptable...). Tout, peu à peu, devient information. Tout se dématérialise et tout se virtualise... Une société de consommation dans laquelle on ne consomme presque plus que de l'information devient logiquement une *société de l'information*. Nous avons mis l'accent sur la très forte présence du secteur culturel dans cette société de l'information. Ce secteur en est un des bastions les plus essentiels. Une bonne nouvelle donc : les filières culturelles et de l'information, comme les industries du même nom ont le vent en poupe ! (...).

L'accord de Marrakech relatif à l'*Organisation mondiale du commerce* (OMC, en anglais *WTO World trade organization*) comporte un volet sur les droits de propriété intellectuelle. Si ce volet a été l'objet de tractations et d'une médiatisation importante, c'est qu'il est l'enjeu des réseaux intellectuels qui se mettent en place, non pas pour les quelques milliers de professionnels de l'information qui sur la planète consultent chaque année les bases de données et aujourd'hui l'Internet pour y glaner des informations stratégiques, c'est bien pour protéger les droits d'auteurs et les droits voisins (interprètes, producteurs, etc.) face à l'industrie naissante du loisir culturel.

L'accord de répartition de la planète en zones de droits concernant la production mondiale de DVD, support qui supprime aujourd'hui très rapidement la vidéocassette et le laser disc, est aussi emblématique de cette préoccupation au sujet de la gestion des droits intellectuels artistiques. Indépendamment de cela, l'énorme explosion du marché du DVD, qui supprime en ampleur de phénomène le vieux marché de la vidéocassette et celui déjà très florissant du CD audio, montre à quel point, il se met en place un réel marché de l'industrie culturelle.