

Une reprise durable de la consommation exige une réinvention de l'offre!

Olivier Passet, Xerfi, 15 mai 2020

 xerficanal.com/economie/emission/Olivier-Passet-OPA-a-definir_3748622.html

Quels seront les arbitrages de consommation des ménages dans les mois qui viennent. C'est la grosse inconnue. Je ne parle pas du niveau de consommation, dont on sait déjà qu'elle sera altérée par la dégradation des revenus et de l'emploi. Mais la crise sanitaire est aussi une crise profonde des usages. L'économie de la haute fréquence, de la rotation accélérée de l'offre, de la massification, de la saturation des espaces traverse une crise profonde, qui risque de s'étirer bien au-delà de la pandémie et de faire tendance. Nous réalisons aujourd'hui, à quel point l'agglutinement qui sous-tend bien des modèles de consommation est devenu un problème et menace la survie de pans entiers de l'économie. Et notamment celle du low cost.

Car cette économie, ce n'est pas seulement celle de la quantité, des gains d'échelle au détriment de la qualité et de la durabilité des produits. C'est une optimisation de tous les flux, et notamment un abord de l'espace qui s'avère plus que problématique. Cette la quête permanente du remplissage à 100%, et qui passe par ce que l'on appelle le yield management : une gestion tarifaire dans l'hôtellerie, le transport aérien et ferroviaire, qui a pour objectif l'optimisation du remplissage et du chiffre d'affaires. Et dans bien d'autres domaines des services, que ce soit la restauration, les services aux ménages, les centres de loisirs etc... ou plus généralement le tourisme, cette obsession du remplissage et au cœur des business models et de leur survie.

Si l'on met bout-à-bout, ces secteurs confrontés à une profonde reconfiguration de leurs process et des usages : restauration, hébergement, transport, services aux ménages, distribution, on réalise que l'on a là un pan de l'économie qui est supérieur en poids à celui de l'industrie. Et que le monde développé est exposé à une crise industrielle majeure... la crise de l'industrie servicielle... la première de son histoire. Nous vivons, en grandeur réel, ce que l'on sait déjà : les services sont devenus un élément moteur de la croissance. Les effets d'entraînement et de diffusion que nous avons coutume de décrire comme allant de l'industrie vers les services jouent cette fois-ci en sens opposé. On le voit clairement aujourd'hui à travers les dégâts collatéraux que la crise du transport aérien provoque sur l'industrie aéronautique.

Cette réinvention des services et leur repositionnement va être un enjeu clé de sortie de crise. Les ménages se retrouvent aujourd'hui en situation paradoxale. Leur revenu s'est contracté, leur emploi est fragilisé, mais leurs disponibilités financières se sont accrues avec l'épargne forcée du confinement. Là aussi, il s'agit d'une situation inédite. Or en l'état, lorsque l'on scrute les postes de consommation en faveur desquels ils pourraient arbitrer, on se trouve confronté à une curieuse impasse : un petit survol à la serpe permet d'en rendre la mesure. La consommation hors dépenses socialisées de santé et

d'éducation, c'est 1263 milliards, dont 43% est contrainte (loyers, télécom, services financiers etc.) et 57 % de dépenses arbitrables, dont 523 milliards de consommation de biens et 200 milliards de consommation de services. Ouvrons rapidement ces deux grandes catégories de postes arbitrables. Et l'on constate rapidement que côté biens, seuls 200 milliards sont réellement arbitrables, si l'on tient compte du climat d'affaires très particulier qui règne sur l'automobile et de la stabilité des comportements alimentaires. Ce sont des dépenses ayant trait à l'équipement et à l'habillement. Côté service, c'est bien plus frappant encore. Si l'on tient compte des freins qui entourent les dépenses de loisir, de culture et de tourisme, ce sont 20 milliards qui sont arbitrables. En tout, face aux 80 milliards thésaurisés durant le confinement et jusqu'en septembre, le champ d'arbitrage est extrêmement restreint, en termes de choix et de montant : de l'ordre de 220 milliards.

Cela met en évidence le fait que seuls quelques secteurs pourraient bénéficier a priori, de la drôle de cagnotte du confinement. L'effet de manne liée à une éventuelle désépargne pourrait être ample mais très circonscrit. Cela, met surtout en évidence que toute relance par la consommation risque d'avoir un contenu en importations considérable, compte tenu de la part des biens importés dans le panier arbitrable, (petit équipement, meubles, habillement), et du très faible poids des services. Mais cela souligne surtout l'importance d'aborder comme il se doit l'enjeu de la crise industrielle des services et l'enjeu de leur restructuration. La montée en gamme, la transformation des business models, la démassification de l'offre, sont des enjeux lourds au moins aussi redoutables que ceux qu'a dû aborder l'industrie traditionnelle dans les années 80-90. On connaît le coût en emploi, la durée de ce type de transformation. Mais c'est un préalable indispensable pour que la consommation des ménages puisse impulser la croissance sur le territoire. Car il n'y aura pas reprise de la consommation sans réinvention de l'offre.