

# Une « piquêre d'économie »

## Enquête sur les activités d'un cercle de grandes entreprises

SABINE ROZIER  
Science politique,  
université de Picardie  
Jules Verne  
et Curapp-CNRS.

L'argument est connu : si la France va mal, ce n'est pas parce que les recettes libérales qu'on lui administre depuis une trentaine d'années seraient inappropriées, c'est parce que nos responsables ne se seraient pas encore donné les moyens de combattre les « blocages » d'une société manifestement en retard sur son temps. Consommation en berne, faible engouement pour l'actionnariat individuel, préférence pour les statuts protecteurs : les Français, par leurs comportements frileux, seraient l'un des principaux obstacles au développement du libéralisme économique qui, de ce fait, ne pourrait exprimer pleinement ses vertus. Cette conviction, aujourd'hui partagée par la plupart des acteurs économiques et des dirigeants politiques au pouvoir, les a ainsi conduits à développer des actions destinées à « réconcilier » les Français avec l'économie de marché.

Michel Foucault a souligné que le néolibéralisme, cet art de gouverner par la concurrence, était avant tout, à l'instar des autres formes de « gouvernementalité », un art de façonner les conduites individuelles et collectives<sup>1</sup>. On voudrait ici, dans la ligne de cette interrogation sur les technologies de gouvernement, examiner ce qui est concrètement fait, depuis les années 2000, pour amener les Français à changer d'état d'esprit à l'égard du monde dans lequel ils vivent et pour qu'ils adoptent les conduites requises par les « exigences de la mondialisation<sup>2</sup> ». Quelle forme prennent ces technologies de gouvernement ? Quels acteurs y prennent part ? Avec quels effets ? On compte ici apporter quelques éléments de réflexion issus d'une enquête portant sur la contribution d'acteurs gouvernementaux et économiques à une campagne relative

1. Michel Foucault, *Naissance de la biopolitique*, Paris, Gallimard/Seuil, 2004.
2. Frédéric Lebaron, *Le savant, le politique et la mondialisation*, Bellecombès-en-Bauges, Éditions du Croquant, 2003.

à « l'insuffisante connaissance des Français en matière économique ». On analysera dans un premier temps la manière dont a été construit et interprété ce « problème ». Puis on étudiera la façon dont il a été inscrit dans un récit plus général<sup>3</sup>, articulé autour d'attributions causales, qui ont facilité la désignation de responsables et la formulation de solutions. On prêterait notamment attention au rôle joué, dans cette campagne, par un cercle d'action et de réflexion patronal, l'Institut de l'entreprise<sup>4</sup>.

### La construction sondagière du « problème »

Dans les années 2000, la question de la « culture (ou plutôt de l'inculture) économique » des Français, alors assoupie, est réactivée. Trois décennies plus tôt, le décalage entre les représentations économiques du monde social et les modes d'appréhension ordinaires de la réalité avait déjà retenu l'attention des syndicats de salariés, des hauts fonctionnaires et des professionnels de la statistique publique. Ils le jugeaient préoccupant et estimaient nécessaire de le réduire afin de contribuer à l'enrichissement du débat démocratique et au développement de la conscience critique des citoyens. À partir de la fin des années 1990, cette question est investie par une coalition hétéroclite d'acteurs (associations d'entreprise, responsables gouvernementaux, dirigeants d'entreprise) au nom, cette fois, non pas d'idéaux démocratiques, mais de la nécessaire amélioration de la compétitivité économique du pays.

Comment le « problème » resurgit-il ? Grâce à des instituts de sondage auxquels est confié le soin d'en mesurer l'intensité. Ce choix est important. Les sondages présentent en effet l'avantage de donner à penser qu'ils ne font que mesurer l'ampleur de phénomènes préexistants alors qu'ils participent activement à leur construction<sup>5</sup>. C'est là toute la différence, sur laquelle vont jouer les commanditaires des enquêtes, entre une métrologie réaliste et une métrologie conventionnelle<sup>6</sup>.

Trois instituts de sondages – deux relativement anciens (TNS Sofres, BVA) et un nouveau venu (spécialisé dans l'interrogation des répondants par internet, OpinionWay) – sont ainsi sollicités, dès 2006, par le ministère chargé de

3. Deborah Stone, « Causal Stories and The Formation of Policy Agendas », *Political Science Quarterly*, vol. 104, n° 2, 1989, p. 281-300.

4. L'IDE (créé en 1975 sur les bases de l'ancien Centre de recherche des chefs d'entreprise) réunit 120 adhérents : grandes entreprises françaises, organismes patronaux (Medef, Union des industries et des métiers de la métallurgie-UIMM, du textile-UIT, Union française de l'électricité-UFE, Groupe des industries métallurgiques de la région parisienne-GIM...), établissements nationaux, cabinets d'audit et de conseil et établissements d'enseignement supérieur.

5. Patrick Lehingue, *Subunda. Coups de sonde dans l'océan des sondages*, Bellecombe-en-Bauges, Éditions du Croquant, 2007 ; Alain Garrigou, *L'ivresse des sondages*, Paris, La Découverte, 2006.

6. Alain Desrosières, « Classer et mesurer : les deux faces de l'argument statistique », *Pour une sociologie historique de la quantification. L'argument statistique I*, Presses de l'École des mines, 2008, p. 119-141.

l'Économie et des finances. Un premier sondage commandé à TNS Sofres conclut que « 44 % des Français ne comprennent pas ou peu les sujets économiques abordés par les journalistes ». À peine ces résultats sont-ils connus que le ministre annonce la création, en juillet 2006, d'un « Conseil pour la diffusion de la culture économique » (Codice). Il en confie la présidence au patron du *Nouvel Observateur* (Claude Perdriel), qui s'entoure d'une quinzaine de personnalités (journalistes, dirigeants d'entreprise, hauts fonctionnaires et économistes). Le Codice « devra aider Bercy à faire progresser la culture économique dans un pays où elle est sous-développée et où l'économie de marché fait encore débat<sup>7</sup> ».

### L'imposition d'une définition particulière de « l'économie »

Tout juste installé à Bercy, le nouvel organisme publie les résultats d'un agrégat de trois sondages (effectués par BVA et la Sofres) soulignant que les « trois quarts des Français ont de fortes attentes pour une meilleure formation et information en matière économique », et préconise « une véritable pédagogie de l'économie<sup>8</sup> ». Mais de quelle « économie » est-il ici question ? Manifestement, il ne s'agit pas de « l'économie » qu'affectionnent les statisticiens et les hauts fonctionnaires, celle des grands agrégats utilisés comme outils de pilotage de l'action publique, et encore moins de « l'économie » de la vie de tous les jours, telle qu'elle pourrait être appréhendée par des salariés regardant leur feuille de paie, s'inquiétant du niveau de remboursement de leurs frais médicaux ou imaginant l'achat d'un logement. Il s'agit plutôt de l'économie appréhendée au travers des lunettes des acteurs économiques dominants du moment (grandes entreprises, professionnels du secteur financier, agences étatiques de régulation des marchés) qui jouissent d'un accès privilégié aux capitaux et ont le pouvoir de façonner les marchés.

Les efforts menés par ces derniers pour imposer leur propre définition de l'économie sont perceptibles à la lecture des enquêtes publiées à ce sujet durant les années 2006, 2007 et 2008. C'est par exemple le cas avec « Les Français et

7. Claire Guélaud,  
« M. Breton veut modifier  
la culture économique  
en France », *Le Monde*,  
3 septembre 2006.

8. Codice, *Les Français et  
l'économie : perceptions,  
connaissances et attrait*,  
4 septembre 2006, p. 2.

l'économie » commandée par le ministère de l'Économie et des finances et publiée par TNS-Sofres en mars 2007. Les deux tiers des items proposés en réponse à la question « Parmi les thèmes suivants, quels sont ceux sur lesquels vous aimeriez avoir plus d'information ? » sont relatifs aux objectifs gouvernementaux du moment, à la vie des entreprises, aux grands agrégats économiques et à la monnaie. L'évaluation des connaissances des Français sur le sujet est sans appel : les deux tiers des répondants ignorent le « taux de croissance » du pays (il faut dire qu'il s'agissait de donner la bonne réponse au demi-point près) et plus d'un répondant sur deux ne connaît pas le « vrai » du chômage (au demi-point près également). Mêmes constats avec l'enquête « La connaissance de l'entreprise par les Français », commandée par la Fondation nationale pour l'enseignement de la gestion des entreprises et publiée par l'institut de sondages LH2 en septembre 2008.

## L'identification des responsables et la préconisation de solutions

Comment expliquer ces carences ? La vérité sort, là encore, de la bouche des sondeurs : c'est principalement à cause du système éducatif, jugé inapte à fournir aux citoyens des outils leur permettant de comprendre la réalité du monde dans lequel ils vivent. La preuve : les résultats du sondage « Les Français et l'économie » (TNS Sofres), commandé par le ministère de l'Économie en mars 2007 ainsi ceux de l'enquête intitulée « Les Français et l'économie : intérêt, perception et compréhension » (TNS Sofres), commandée par le Codice en novembre 2008. Les répondants plébiscitent les items demandant une « offre de programmes scolaires liés à l'économie plus en phase avec la réalité » et la « mise en place d'une initiation à l'économie dès le secondaire ».

« Chic, l'économie intéresse ! » s'exclame ainsi un éditorialiste des *Échos* le 25 novembre 2008. S'impose ainsi, de proche en proche, l'idée d'un « besoin » d'information économique. Cette exigence tombe à pic. L'Institut de l'entreprise, et plus particulièrement son délégué général du moment (Jean-Pierre Boisivon<sup>9</sup>) s'est déjà attelé à cette tâche. Ce dernier, convaincu que le système éduca-

9. Ancien instituteur, il obtient, au terme de ses études, un doctorat d'État en sciences économiques et une agrégation de sciences de gestion (1980). Il exerce dans différents établissements d'enseignement supérieur (Paris-Nord, Paris II, Essec, ENA) puis dans le secteur financier et bancaire (comme directeur général adjoint de la Caisse d'Épargne de Paris, de 1978 à 1985 ; secrétaire général de l'Union des Banques à Paris, de 1985 à 1987). À la demande de René Monory, ministre de l'Éducation de 1986 à 1988, connu pour sa volonté d'« ouvrir l'école aux entreprises », il crée et dirige la Direction de l'évaluation et de la prospective du ministère (de 1987 à 1990). Il dirige l'Essec de 1990 à 1997. Il est également membre du Cercle des économistes.

tif distille une vision trop critique et trop pessimiste de l'économie de marché, s'emploie depuis plusieurs années à combattre ces préventions : en défendant la dignité de l'enseignement professionnel, en valorisant l'apprentissage, en développant les relations entre le système éducatif et les entreprises (via la « semaine école-entreprise » ou l'enseignement de « découverte professionnelle » en classe de 3<sup>e</sup>). Et surtout, en promouvant une autre façon d'enseigner l'économie au lycée. Se trouvent ici en jeu la maîtrise du discours tenu à la jeunesse sur le monde économique et au-delà la contestation du pouvoir de l'État en matière de certification des connaissances relevant de la formation initiale.

### La démultiplication des critiques envers les SES

L'enseignement de « sciences économiques et sociales » (SES) dispensé dans la filière générale des lycées devient ainsi, dans les années 2000, la cible principale de la campagne orchestrée par l'administration du ministère de l'Économie et l'Institut de l'entreprise. Jean-Pierre Boisivon est depuis longtemps convaincu de la nécessité de le réformer : « *La moitié d'une classe d'âge, affirme-t-il en 1998, reçoit une piqûre d'économie lors de son passage au lycée, contre seulement 5 % il y a trente ans. Le socle de la culture économique se fabrique là, et ce ne sera pas sans conséquence sur les relations entre citoyens, entre politiques et citoyens, entre chefs d'entreprise et salariés. C'est un enjeu considérable dont on n'a pas assez pris conscience*<sup>10</sup>. » Le procès intenté à cet enseignement, dont la controverse autour du rapport Guesnerie<sup>11</sup> constituera le point d'orgue, n'est pas nouveau. Il réactive une polémique déjà ancienne<sup>12</sup>. Mais en ce début des années 2000, le rapport de force politique est moins favorable aux enseignants. Les critiques adressées aux SES se multiplient.

Première cible des attaques : leur « irréalisme » supposé et leur ignorance des « réalités » de la vie des entreprises. En 2004, le ministre de l'Économie et des finances (Francis Mer) les qualifie de « *cours de marxisme ne donnant pas une bonne connaissance du monde de l'entreprise* ». L'offensive contre les SES est relancée avec énergie, en

10. Propos recueillis par Sophie Gherardi, « Apprendre l'économie au Lycée », *Le Monde*, 3 juin 1998.
11. Roger Guesnerie, *Rapport au ministre de l'Éducation nationale de la mission d'audit des manuels et des programmes de sciences économiques et sociales du lycée*, juin 2008.
12. Élisabeth Chatel, « Le contenu de l'enseignement de sciences économiques et sociales : un enjeu social pour qui ? », communication au colloque « Ce que l'école fait aux individus », université de Nantes-CREN, 16 et 17 juin 2008 ; É. Chatel, P. Caron, C. Fenet-Chalaye, P. Le Merrer, P. Pasquier, L. Simula, *Enseigner les sciences économiques et sociales. Le projet et son histoire*, Éditions INRP, 1990.

2007, par une petite association, Positive entreprise<sup>13</sup>, qui rend publique une étude visant les manuels scolaires : « [Leur] lecture [...] donne de l'entreprise et de l'économie une vision à la fois pessimiste, voire négative, incomplète, réductrice et idéologiquement orientée » (p. 5)<sup>14</sup>. Seconde cible des critiques : le relativisme et la faible légitimité scientifique supposés des SES, accusées de faire une part trop belle à la macro-économie et de négliger les « fondamentaux » mis au jour par la micro-économie<sup>15</sup>.

### Transformer « l'état d'esprit » des enseignants de SES

L'Institut de l'entreprise ne s'arrête pas au seuil des établissements scolaires. Il propose depuis 2001 (en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale) des stages en entreprise aux enseignants de SES volontaires. D'une durée de neuf semaines, ces stages alternent des séjours répétés au sein d'une entreprise (des rendez-vous avec des responsables, ponctués d'éventuelles visites de sites de production) et des séjours au sein de l'Institut de l'entreprise (avec des conférences et des visites d'entreprises). L'idée est simple : il s'agit de faire découvrir à un noyau dur d'enseignants relativement expérimentés la réalité de la vie des entreprises, et de parier sur la diffusion progressive d'un nouvel état d'esprit au sein de la communauté des enseignants de SES.

L'expérience a-t-elle tenu ses promesses ? Les animateurs de l'Institut de l'entreprise en semblent convaincus. « Voir comment ces entreprises fonctionnent a changé leur point de vue, estime l'adjointe du délégué général de l'IDE. Ils [les enseignants de SES] ont découvert que les salariés pouvaient être heureux de leur métier, que leur entreprise leur donnait les moyens de se former et de progresser et qu'ils pouvaient s'y épanouir<sup>16</sup> ». Huit ans après sa mise en œuvre, le bilan semble toutefois mitigé. L'enquête que nous avons menée, en 2007-2008, auprès d'un dixième environ (25 personnes) de l'effectif total des professeurs déjà partis en stage depuis la première édition de ce dispositif (en 2001) montre que si la plupart des enseignants (une quarantaine par an) portent sur cette expérience un regard

13. Animée par le responsable d'une société de connectique pour le gaz (Gazinox) adhérente du Medef.

14. *L'entreprise dans les programmes scolaires. Les sciences économiques et sociales au programme de seconde*. L'étude s'appuie sur l'examen de quatre manuels de la classe de seconde.

15. Dont le manuel Melchior, mis en ligne sur le site de l'IDE, fournit un bon aperçu.

16. Propos de Françoise Minchin recueillis par Sabine Germain, « Les travaux pratiques des professeurs d'économie », *Les Échos*, 8 juin 2004.

très positif, ils n'en révisent pas pour autant leur vision du monde et leur façon d'enseigner. Les motifs pour lesquels ils ont été candidats sont, pour la plupart, très éloignés des finalités assignées par l'Institut de l'entreprise à un tel stage : volonté de faire une pause et de rompre la routine, parfois pesante, du métier ; désir (rarement avoué) d'attirer sur soi l'attention et la bienveillance de la hiérarchie afin d'obtenir un changement attendu ou d'accélérer un déroulement de carrière ; volonté (plus militante) d'observer, de l'intérieur, le déroulement des stages dispensés aux collègues.

Le stage proprement dit est vécu de manière contrastée. Les rencontres avec des interlocuteurs prenant le temps de les recevoir ont été appréciées mais le caractère parfois très stéréotypé des discours a surpris – et fait apparaître, par contraste, la grande liberté de parole et de pensée dont les enseignants jouissent au sein de leur propre institution. Ce sont les rencontres, sur les sites de production, avec des salariés rompant avec la composition habituelle des « cols blancs », qui ont le plus satisfait les stagiaires. Enfin, les conférences organisées au siège même de l'Institut de l'entreprise ont été diversement appréciées : certains, sensibles à la prestance ou à l'aisance rhétorique de leurs interlocuteurs ainsi qu'au cadre dans lequel ils ont été accueillis, ont été très favorablement impressionnés. Les autres (les plus diplômés en général) regrettent la faible place accordée au débat, s'étonnent du cadrage « orienté » des conférences, s'amusent de l'embarras de leurs interlocuteurs face à l'expression de points de vue dissonants auxquels ces derniers ne semblent pas habitués et disent qu'ils ne sont pas dupes des finalités de l'opération (« *l'IDE, c'est les patrons du CAC 40* »).

Ont-ils changé de regard sur l'entreprise et modifié leurs pratiques professionnelles ? Pas vraiment. Certes, ils disent parfois avoir découvert des aspects qu'ils méconnaissaient (comme l'extrême internationalisation des échanges ou la complexité d'un processus de fabrication industrielle). Mais ils soulignent surtout que l'expérience vécue ne peut être aisément traduite en contenus pouvant être valorisés pédagogiquement (sauf sous forme d'anecdotes et d'illustrations). Ils la jugent en outre trop

restreinte (une seule entreprise est visitée), trop partielle (seul le point de vue des cadres dirigeants et supérieurs est entendu) et trop située localement (au détriment d'une vision plus globale des conditions de production et d'échange). Étonnamment, loin de sortir ébranlés de cette expérience sur un plan professionnel, ils s'en trouvent au contraire revigorés et confortés dans l'idée que leur enseignement est pertinent et adapté à la « réalité » économique (« *Je me suis dit qu'on était quand même bien formés et qu'on ne racontait pas n'importe quoi aux élèves* »).

On voit ainsi, au terme de l'examen des efforts déployés par les responsables de l'Institut de l'entreprise et ses précieux alliés pour promouvoir une autre perception de l'économie de marché, que la transformation des catégories d'entendement et des comportements de la population n'est pas chose aisée. Certes, il est facile, à coups de sondages, d'échos dans la presse et d'entregent, de construire un « problème » social et de l'inscrire sur l'agenda des pouvoirs publics, surtout lorsque ces derniers sont « de mèche » et délèguent à des tiers opportunément choisis le soin de parler et d'agir à leur place pour mieux pouvoir imposer leurs solutions au « problème ». De ce point de vue, la diffraktion de la source des messages alarmistes (portés par un grand nombre de producteurs), l'allongement des circuits de diffusion des discours (qui les renforcent) et l'euphémisation des préconisations émises (masquant derrière un simple appel à l'amélioration des « connaissances économiques » une entreprise de captation des soutiens à l'économie de marché) accroissent manifestement l'efficacité des discours et leur résistance à la critique. Mais lorsque cette entreprise de conversion des esprits se heurte à un groupe professionnel doté de ressources lui permettant de repérer « une ficelle un peu grosse », et surtout conscient des enjeux sociopolitiques, son efficacité s'émousse. Les acteurs économiques butent de nouveau sur l'obstacle qu'ils espéraient initialement lever : le scepticisme et la résistance silencieuse de la population. ■