

Les personnes avant les profits

La motivation du profit crée la satisfaction du client

Walter E. Williams

[Les gens avant les profits \(fee.org\)](http://fee.org)

Qu'il s'agisse du ministre de la Nation de l'Islam Louis Farrakhan à la tête de la Marche du million d'hommes, des manifestants anti-OMC (Organisation mondiale du commerce) ou des militants de la lutte contre le sida, nous avons souvent droit au chant "Les gens avant les profits". Puisque la démagogie du profit est un outil faussement séduisant utilisé par les crapules du monde entier, démystifions le concept de profit.

Commençons par en donner une définition. Les bénéfices représentent la créance résiduelle gagnée par les entrepreneurs. C'est ce qui reste après que tous les autres coûts - salaires, loyers, intérêts - ont été payés. L'entrepreneur est généralement considéré comme la personne qui prend des risques, innove et prend des décisions. Il est important de reconnaître que les bénéfices sont un coût de l'entreprise, au même titre que les paiements au travail, à la terre et au capital. Si les salaires, les loyers et les intérêts ne sont pas payés, le travail, la terre et le capital ne seront pas offerts ; de même, si les bénéfices ne sont pas payés, les entrepreneurs ne seront pas vus non plus.

Environ six cents de chaque dollar encaissé par les entreprises représentent des bénéfices après impôts. Les salaires représentent de loin la plus grande partie de ce dollar, soit environ 60 cents. En pourcentage du revenu national de 2002, les bénéfices après impôt représentent environ 5 % et les salaires environ 71 %. Bien plus important que de simples statistiques sur l'ampleur des profits, le rôle joué par ces derniers est de guider les ressources vers leurs utilisations les plus utiles, déterminées non pas par un tyran mais par les souhaits et les désirs des gens ordinaires. Prenons quelques exemples.

Vous souvenez-vous de la présentation par Coca-Cola du "nouveau" Coca ? Roger Enrico, président de Pepsi, l'a qualifié d'"Edsel des années 80", représentant l'une des plus grandes débâcles marketing de la décennie. Qui a poussé la société Coca-Cola à ramener l'ancien Coca ? Est-ce le Congrès, les tribunaux, le président ou d'autres représentants du gouvernement qui prétendent avoir nos intérêts à cœur ? Pas du tout. C'est le spectre des profits négatifs (pertes) qui a convaincu Coca-Cola de ramener l'ancien Coca. L'un des rôles des profits est donc de découvrir ce que veulent les consommateurs. Si les producteurs commettent des erreurs, les bénéfices servent à les corriger.

Après les destructions massives causées par l'ouragan Andrew en 1992, les magasins du sud de la Floride ont vendu des feuilles de contreplaqué deux fois plus cher qu'avant la tempête. L'escalade des prix du contreplaqué a donné lieu à des accusations d'abus de prix et à des menaces de poursuites judiciaires. Mais regardez ce que la hausse des prix et la possibilité de réaliser des bénéfices exceptionnels ont provoqué. Le contreplaqué destiné à être expédié vers le Midwest, l'Ouest et le Nord-Est a soudainement été réacheminé vers le Sud de la Floride. Les scieries ont augmenté leur production. Les camionneurs et autres travailleurs ont fait des

heures supplémentaires afin d'accroître la disponibilité du contreplaqué et d'autres matériaux de construction pour les Floridiens. La hausse des prix du contreplaqué avait une autre signification. Tout ce contreplaqué se dirigeant vers le sud, les prix du contreplaqué ont augmenté dans d'autres endroits, décourageant ainsi les utilisations "moins valorisées" du contreplaqué, telles que les projets de rénovation de maisons. Après tout, la reconstruction et la réparation des maisons détruites constituent une utilisation "plus valorisante" du contreplaqué.

Qu'est-ce qui a poussé ces acteurs du marché à faire ce qui était dans l'intérêt de la société, à savoir sacrifier ou reporter d'autres utilisations du contreplaqué ? La réponse révèle peut-être l'aspect le plus merveilleux de ce processus : la hausse des prix et les possibilités de profits plus élevés ont encouragé les gens à faire volontairement ce qui était dans l'intérêt de la société : aider leur prochain à se remettre d'une catastrophe.

Les profits obligent également les producteurs à bien se comporter. Si les producteurs gaspillent les intrants, leurs coûts de production seront plus élevés. Pour couvrir leurs coûts, ils pratiqueront des prix supérieurs à ceux que les consommateurs sont prêts à payer. Au bout d'un certain temps, l'entreprise enregistrera des pertes insoutenables (bénéfices négatifs) et fera faillite. Les ressources de l'entreprise seront alors mises à la disposition de quelqu'un d'autre qui en fera un usage plus judicieux. Ce processus est court-circuité si le gouvernement offre des renflouements sous la forme de prêts garantis, de subventions ou de restrictions sur les produits concurrentiels provenant de l'étranger, tels que les droits de douane et les quotas d'importation. L'"aide" gouvernementale permet aux entreprises en difficulté de continuer à gaspiller leurs ressources.

Si nous nous préoccupons des besoins des gens, au lieu de nous acharner sur les organisations à but lucratif, nous devrions accorder plus d'attention aux organisations à but non lucratif détenues par l'État. Les écoles publiques en sont un bon exemple. Nombre d'entre elles gaspillent leurs ressources et produisent un produit de mauvaise qualité, tandis que les administrateurs, les enseignants et le personnel reçoivent des salaires et des avantages plus élevés et que les clients (les contribuables) sont de plus en plus sollicités. Contrairement à d'autres producteurs, les éducateurs ne sont pas soumis aux rigueurs de la discipline du profit et n'ont donc pas autant de comptes à rendre.

Qu'en est-il des services postaux américains ? Ils fournissent également des services de mauvaise qualité et de mauvaise foi, mais les dirigeants et les travailleurs reçoivent des salaires de plus en plus élevés, tandis que les clients paient des prix de plus en plus élevés. Là encore, les souhaits des clients peuvent être ignorés en toute sécurité, car il n'y a pas de discipline en matière de bénéfices.

Voici la loi de Williams : lorsque l'incitation au profit est absente, la probabilité que les besoins de la population puissent être ignorés en toute sécurité est la plus grande. Il ne s'agit pas seulement de la poste et des écoles, mais aussi des services de police et d'enlèvement des ordures ménagères. Si l'on demandait aux gens quels sont les services dont ils sont le plus satisfaits et ceux dont ils sont le plus mécontents, les organisations à but lucratif (supermarchés, sociétés informatiques et vidéoclubs) domineraient la première liste, tandis que les organisations à but non lucratif (écoles, bureau de poste et bureaux d'immatriculation des véhicules à moteur) domineraient la seconde liste. Dans une économie libre, la recherche de profits et le service aux personnes ne font qu'un.



Walter E. Williams

Walter Williams est professeur émérite d'économie à l'université George Mason de Fairfax, en Virginie, depuis 1980. Il est l'auteur de plus de 150 publications parues dans des revues scientifiques.