

# Ces obstacles qui barrent l'autoroute du bonheur

Libéralisation de la réglementation des échanges et aperçus de son perfectionnement progressif : principales perspectives de 1790 à nos jours

*Cette allocution a été prononcée le 27 octobre 2000, à Salzbourg, dans le cadre de la Conférence internationale sur les services, par un certain Andreas Bichlbauer en remplacement du directeur général de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), M. Mike Moore, indisponible. Le public était constitué de spécialistes du commerce international et d'avocats d'affaires. Nous en présentons ici quelques extraits.*

Le thème qui nous occupera aujourd'hui est celui des obstacles au libre-échange, des diverses barrières qui ont été érigées à son encontre — de façon officielle, semi-officielle ou complètement informelle. Bien entendu, ces barrières n'affectent pas seulement les présents, elles affectent aussi le reste du monde. Il s'agit d'un problème crucial pour le progrès et le développement. (...)

## Les barrières tarifaires

Par "*barrières tarifaires*", j'entends les initiatives prises à diverses reprises par les gouvernements de divers pays pour protéger les conditions de leur développement économique en vue du bien-être de leurs propres citoyens, ou bien des citoyens d'autres pays dans la mesure où ils éprouvent envers eux un certain sentiment de responsabilité, pour telle ou telle raison historique.

L'exemple le plus notoire, celui que tout un chacun associe au thème du commerce international dans plusieurs régions du monde, en particulier dans les secteurs de la population les plus réticents au libre-échange, est celui dit "*de la banane équitable*".

Vous connaissez tous la blague :

*"On ne peut pas tuer quelqu'un en le frappant à la tête avec une banane. Mais on peut tuer quelqu'un pour une histoire de bananes en le frappant à la tête avec une machette."*

Qu'est-ce que ça veut dire au juste ? (...)

Si nous permettons qu'un seul pays paie une seule banane au-dessus de sa valeur, la porte est ouverte à tous les excès. C'est comme quand un amateur de vin passe un beau jour à la marijuana, un peu plus tard à l'héroïne et, de fil en aiguille, devient accro à la coke. Le jour où vous verrez vos proches chanceler comme des zombies, vous saurez que vous avez glissé sur une sacrée peau de banane !

Le thème des bananes n'est pas de ceux qu'on peut prendre à la légère.

## Les barrières non tarifaires

La question des barrières non tarifaires est un peu plus compliquée. Elles peuvent inclure tout un tas de choses, depuis la protection de l'environnement — *cf.* les dauphins — jusqu'aux coutumes locales, qui se substituent au gouvernement en matière de restriction du flux des biens et des capitaux, imposant des limites au fonctionnement normal des forces économiques.

Il n'y a pas longtemps, il y a eu une tentative de fusion entre KLM, une entreprise néerlandaise, et Alitalia, une compagnie italienne. La variable principale, en l'occurrence, était le facteur sieste.

En effet, aux Pays-Bas et dans la plupart des pays nordiques, les gens dorment la nuit et se permettent au maximum un bref *Mittaggesundheitschlaf* au milieu de la journée. Il y a très peu d'occasions de se soustraire aux exigences de l'environnement de travail. Les gens ont un emploi du temps quotidien extrêmement régulier, en particulier en ce qui concerne le sommeil.

En revanche, en Italie, la situation est tout à fait différente. On dort presque autant le jour que la nuit. En outre, la pause-déjeuner peut durer une ou deux heures. Une petite sieste est souvent de mise après le repas. Les gens sont très conviviaux, ils aiment bien se payer une bonne tranche de rigolade. On boit souvent un peu trop de vin, on s'offre volontiers un *saltimbocca alla romana* et tous ces plats délicieux qui finissent par nuire à la discipline de travail.

Tous ces problèmes ont fait échouer la fusion et toute l'opération est tombée à l'eau. Voilà encore une grande opportunité de trans-nationalisation remise au placard.

C'est là un exemple particulièrement déchirant pour l'OMC, car s'il y a un mot qui résume notre identité, c'est bien celui d'"*alliance*". L'OMC est une excroissance du GATT, qui a lui-même émergé au lendemain de la seconde guerre mondiale dans un souci de prévenir les conflits futurs. L'idée de base — que nous colportons toujours volontiers —, c'est que les fournisseurs tuent rarement leurs clients et que, quand on fait des affaires avec quelqu'un, on n'a généralement pas recours au meurtre.

Bien entendu, il y a des exceptions : la première guerre mondiale, la seconde guerre mondiale, le génocide rwandais, la Yougoslavie, l'Irak, etc. Mais notre théorie est valable pour au moins un cas important, la totalité du XIXe siècle, époque où le libre-échange a empêché les partenaires en affaires de s'entretuer. Pendant cent ans, le type de liberté des échanges que l'OMC s'emploie à mettre en pratique aujourd'hui a contribué à préserver la paix entre les nations riches et puissantes d'Europe, avec comme seule exception le colonialisme et la traite des esclaves.

C'est pourquoi, quand les fusions sont menacées par des idiosyncrasies locales, quand les mœurs font obstacle à la marche forcée du commerce, c'est tout le système des intérêts transnationaux qui est remis en question et, avec lui, la paix et la stabilité de l'après-guerre.

Nous sommes confrontés à une situation globalement assez grave.

Tout obstacle artificiel au libre flux des capitaux constitue un risque majeur. Dans quel sens va l'évolution de cette situation ? Nous n'en savons rien. Quelle est la solution, lorsque non seulement les gouvernements, mais la diversité des cultures locales conspirent pour faire obstacle au libre flux du progrès ?

Mystère.

## Les barrières systémiques

Pour conclure, j'aimerais vous parler d'un type de barrières commerciales qui est à la fois le plus énigmatique et, bizarrement, sans doute le plus facile à éliminer : les barrières systémiques.

Nous savons tous ce qu'est la démocratie : la participation du plus grand nombre possible de consommateurs au fonctionnement direct du gouvernement et de l'économie. Il s'ensuit de façon quasi obligée que le libre-échange n'est que l'autre face de la monnaie démocratique, et que la consommation est la forme suprême de démocratie et de citoyenneté dans le monde moderne.



### Démocratie, deux voies possibles

La liberté du consommateur est, bien entendu, un élément essentiel du processus démocratique, même si son rôle est rarement apprécié à sa juste valeur, et si elle est toujours inopérante dans la pratique. Cela est dû à la multiplicité de phénomènes spécifiques qui caractérisent la politique dans les démocraties contemporaines, aux diverses manifestations du pouvoir du peuple : les Parlements, les Congrès, etc. Une telle variété, une telle complexité ne peuvent que déboucher sur l'inefficacité, une inefficacité parfois fatale pour l'idéal d'une démocratie de consommateurs.

Heureusement, l'exemple du secteur privé nous permet d'envisager des solutions émergentes au faible rendement des institutions dites "démocratiques".

Une solution possible, actuellement testée sur la scène politique américaine, serait de rationaliser un processus électoral qui s'avère grotesquement inefficace — et les élections sont évidemment au cœur de la démocratie des consommateurs.

Examinons d'abord le fonctionnement actuel des élections, avec toutes leurs déficiences. Au sommet, nous avons une série d'entreprises, que nous baptiserons Entreprises A. Chacune d'elles emploie en moyenne une douzaine de salariés pour transférer des sommes importantes au bénéfice de telle ou telle campagne électorale — disons la Campagne B. Il peut s'agir de n'importe quelle élection, y compris au poste de président. De son côté, l'état-major de la campagne — qui emploie lui aussi un grand nombre de salariés — transfère des sommes non moins importantes à une agence de relations publiques, type Hill & Knowlton, que nous nommerons C. Ladite agence de relations publiques, qui emploie une cinquantaine de salariés à plein temps, transfère de coquettes sommes à plusieurs chaînes de télévision qui, en fin de parcours, transmettent l'information pertinente au consommateur — sans lui remettre d'argent, bien entendu.

L'ironie de la chose, c'est que pour engendrer toute la quantité d'argent nécessaire afin d'alimenter cette chaîne, au début de la chaîne, vous avez les travailleurs des entreprises qui financent la campagne, lesquels se trouvent être aussi les citoyens et les électeurs en fin de chaîne. Il s'agit donc d'un système qui s'auto-alimente et dont l'utilité réelle est proche de zéro.

Mais on peut proposer un autre modèle. Avec l'aide d'à peu près le même nombre de salariés, les entreprises ne paient plus qu'une seule entité : *Voteauction.com*. *Voteauction.com*, à son tour, n'a besoin que de quatre salariés pour transmettre directement à l'électeur-consommateur non pas de l'information, mais des espèces sonnantes et trébuchantes. *Voteauction.com* est un système qui permet aux électeurs de mettre de leur plein gré leur vote aux enchères et de le vendre au plus offrant. Il s'agit d'un espace où les gens qui ne ressentent pas d'affinité particulière pour tel ou tel candidat peuvent confier leur voix au marché. Cela permet de rationaliser l'ensemble du processus électoral et, comme dans tous les marchés, tout le système fonctionne au profit des consommateurs —et des entreprises qui en sont à l'origine, bien entendu.

*Cette conférence est l'un des nombreux canulars réalisés par le collectif des Yes Men. Au début des années 2000, grâce à un faux site de l'OMC, ils se font inviter à plusieurs réunions économiques où ils présentent leur "expertise" devant un public enchanté. Leurs performances sont visionnables sur : <http://theyesmen.org/>*

Yes Men