

Perrin, Jacques, Mr, Acad, Political Economy, France, Lyon, "*Remettre la valeur au cœur des débats en sciences économiques*" -M

Jacques Perrin, Directeur de Recherche Emérite du CNRS

Depuis de nombreuses décennies, les ouvrages sur la valeur ou traitant de la valeur économique se comptent sur les doigts de la main. Un des derniers en date est celui de Gérard Debreu et ayant pour titre *Théorie de la valeur* (1956). Ainsi que le fait remarquer, Bernard Guerrien, dans son *Dictionnaire d'Analyse Economique*, à propos de cet ouvrage de Debreu : « En dehors d'une vague allusion dans l'introduction, le mot "valeur" n'y apparaît jamais ! Prix et valeur sont complètement confondus ». Il faut sans doute remonter en 1943, avec l'ouvrage intitulé *La Valeur* de François Perroux, pour trouver un traité d'économie sur la valeur, qui essaie de faire une synthèse critique des différentes théories de la valeur, tout en élaborant des questionnements et des pistes de recherche.

Depuis plusieurs décennies, il semble qu'un certain consensus se soit imposé parmi les économistes : la valeur ne constitue plus le principe fondateur, la notion fondamentale des sciences économiques. Comment expliquer cette situation alors que les principaux courants de pensée (classique, marxiste, néo-classique, institutionnaliste) ont tous été fondés à partir d'une théorie spécifique de la valeur ?

Dans son introduction à *La Valeur*, F. Perroux rappelle avec beaucoup de force, les enjeux théoriques et méthodologiques d'une réflexion sur la valeur : « Le prix, réalité très visible et à laquelle nul n'échappe, n'apparaît pas comme la réalité économique la plus profonde, ni comme la plus générale. Choisir de poser les problèmes en termes de valeur, c'est choisir de rechercher le sens et les lois de toute économie quelle qu'elle soit (...) La théorie de la valeur représente l'effort de penser l'ensemble de la réalité économique en poussant l'explication aussi loin et aussi profond que possible ».

L'objectif du présent document est de proposer de relancer le débat sur la valeur économique, à partir de l'"Analyse de la Valeur" qui est une méthode de conception de produits élaborée après la seconde guerre mondiale. Sur la base de cette méthode de conception, on proposera une nouvelle manière de définir ce qu'est la valeur économique¹. Mais auparavant il nous faut faire un rapide rappel des fondements et des apports des différentes théories de la valeur.

LES THEORIES DE LA VALEUR DANS LES SCIENCES ECONOMIQUES

Différents aspects de la valeur économique

Dans son ouvrage, *La Valeur*, François Perroux (1943) propose d'aborder les différents aspects de la valeur économique à partir de deux séries de classifications, « l'une selon le mode de détermination de la valeur (valeur objective, valeur subjective), l'autre selon le mode de réalisation de l'effet produit ou possible (valeur par l'emploi ou l'usage, par la production, par l'échange). La valeur d'un bien par l'usage et par l'échange sont plus communément connues sous les expressions de valeur d'usage et de valeur d'échange.

Valeur d'usage et valeur d'échange

Dans son ouvrage de référence *La Richesse des Nations* (1776), Adam Smith, écrit, quand il parle pour la première fois de la valeur : « Il s'agit maintenant d'examiner quelles sont les règles que les hommes observent naturellement, en échangeant les marchandises l'une contre l'autre, ou contre de l'argent. Ces règles déterminent ce qu'on peut appeler la valeur relative, ou échangeable des marchandises ». Reprenant une tradition déjà ancienne (Aristote), il fait observer que le mot valeur a deux significations différentes « quelquefois il signifie l'utilité d'un objet particulier, et quelquefois il signifie la faculté que donne la possession de cet objet d'acheter d'autres marchandises. On peut appeler l'une valeur d'usage, et l'autre valeur en échange ». Par la suite, Smith se propose d'éclairer les principes qui

¹ Le deuxième paragraphe reprend en partie les chapitres 2 de mon ouvrage *Valeurs et développement durable, Questionnements sur la valeur économique* publié par l'Harmattan en 2005

déterminent la valeur échangeable des marchandises et il va chercher à établir « quelle est la véritable mesure de cette valeur échangeable, ou en quoi consiste le prix réel des marchandises ».

Il nous faut noter qu'après avoir mis en avant le double aspect de la valeur : valeur d'usage et valeur d'échange, A. Smith s'intéresse principalement à la valeur d'échange. Une des difficultés les plus importantes que les théories de la valeur en économie ont rencontré est d'intégrer dans leur démarche les deux aspects de la valeur (valeur d'usage et valeur d'échange).

Valeur objective et valeur subjective

François Perroux nous rappelle que « L'habitude s'est répandue d'entendre par valeur d'usage la valeur subjective d'usage et par valeur d'échange la valeur objective d'échange, c'est-à-dire le rapport d'échange d'un bien sur un marché ». Mais cette façon de présenter ces deux aspects d'usage et d'échange de la valeur « est une simplification apparente et risque d'entraîner dans divers domaines (monnaie) des confusions regrettables ». Pour l'auteur de *La Valeur*, « chaque bien économique a une valeur d'échange objective et subjective. Chaque bien a une valeur d'usage subjective et objective ».

Soit la valeur d'un bien par l'usage, le bois de chauffage, par exemple. Deux stères de bois de chauffage provenant d'une même espèce d'arbres, pour un état donné des techniques, ont même pouvoir calorifique, donc une valeur objective égale par l'emploi (une même valeur d'usage objective) pour une même technique donnée. Le pauvre qui n'a rien d'autre comme provision de chauffage y attache subjectivement une plus grande importance (valeur d'usage subjective) que le millionnaire.

Soit la valeur d'un bien par l'échange. « Deux villas donnent chacune exactement le même revenu en loyers nets, par exemple 12.000 francs (valeur objective par l'échange). L'un des propriétaires n'a que ce revenu pour vivre. L'autre a, outre sa villa, deux maisons de rapport. La valeur subjective par l'échange de la villa est très différente pour chacun d'eux » ; François Perroux souligne que quand on parle de valeur objective d'échange « on vise une objectivité qui résulte des relations sociales : les rapports des sujets économiques sur le marché ».

Valeur et prix

Il existe un lien entre valeur économique (avec son double aspect de valeur par l'usage et par l'échange) et prix. Une des grandes questions de l'économie politique est de savoir quelle est la nature exacte de ce lien et, notamment, s'il y a lieu de distinguer entre ces deux concepts. « De façon un peu schématique, on peut dire que deux réponses diamétralement opposées ont été apportées à cette question : les partisans de la valeur travail, pour lesquels il y a à établir une nette distinction entre valeur et prix ; et celle des théoriciens (néo-classiques) de l'équilibre général, pour lesquels ces deux notions sont confondues ». (Guerrien, 1996)

Les trois phases d'évolution de la théorie de la valeur

Reprenant les travaux d'économistes tels que Böhm-Bawerk, François Perroux repère trois grandes phases d'évolution de la théorie de la valeur :

- Les théories objective de la valeur coût
- La théorie subjective de l'utilité marginale
- Les théories objectives de la valeur sociale

Les théories de la valeur coût

« Au cours d'une première phase, la valeur est expliquée par des facteurs objectifs. Elle est ramenée au coût. Le coût lui-même est considéré soit comme une somme de valeurs : la somme des biens producteurs qui concourent à l'obtention des produits, soit comme une quantité de travail : la quantité de travail fournie pour l'obtention d'un produit. On a déjà reconnu la position de l'école classique qui retient la conception complexe du coût et celle de l'école marxiste qui, à la suite de Marx, retient la conception de la valeur travail » » (Perroux, 1943)

La valeur coût

Pour l'école classique (Adam Smith, Ricardo, John Stuart Mill), la valeur d'usage d'un bien est assimilée à sa valeur d'usage objective. Quant à la valeur d'échange, elle se forme, pour eux, différemment suivant que les biens sont ou ne sont pas reproductibles. La valeur des biens non reproductibles (œuvres d'art par exemples), est liée d'une part à leur rareté, et d'autre part à l'intensité du désir de les posséder qu'a le sujet économique. Pour la valeur des biens reproductibles, leur valeur est soit une valeur du marché, soit une valeur normale. « La valeur de marché, c'est-à-dire le prix, est déterminée par le rapport momentané

de l'offre et de la demande du bien sur le marché considéré. La valeur normale est celle à laquelle tend à la longue la valeur du bien et celle à laquelle elle revient si elle en a été écartée par les rapports momentanés de l'offre et de la demande sur le marché. Elle est déterminée par le coût de production auquel le bien peut être obtenu et apporté durablement sur le marché » (Perroux, 1943)

Pour les classiques, la valeur normale ou valeur naturelle (Adam Smith) est le phénomène le plus important. La valeur normale d'un bien est la somme des valeurs de l'intérêt et du salaire, qui sont les contre-prestations de deux sacrifices : l'abstinence et le travail. Tous les coûts peuvent être ramenés à ces deux éléments. La théorie classique en ramenant les coûts et donc la valeur à deux éléments simples fort différents que sont le travail et le capital, est appelée « théorie du coût complexe ». D'autre part ne retenant pas le même principe explicatif pour rendre compte de la valeur d'usage et de la valeur d'échange, elle est qualifiée de « théorie éclectique de la valeur ».

Valeur travail

Avant d'être reprise par Karl Marx dans *Le Capital*, Adam Smith formula en son temps la loi de la valeur travail avec beaucoup de clarté. « La valeur d'une denrée quelconque pour celui qui la possède et qui n'entend pas en user ou la consommer lui-même, mais qui a l'intention de l'échanger pour autre chose, est égale à la quantité de travail que cette denrée le met en état d'acheter ou de commander..... Dans un peuple de chasseurs, s'il en coûte habituellement deux fois plus de peine pour tuer un castor que pour tuer un daim, naturellement un castor s'échangera contre deux daims ou voudra deux daims... Il est naturel que ce qui est ordinairement le produit de deux jours ou de deux heures de travail vaille le double de ce qui est ordinairement le produit d'un jour ou d'une heure de travail ». Mais cette approche de la valeur travail telle qu'elle est énoncée ne peut s'appliquer que dans un état de nature ou dans une économie utilisant que des outils simples.

La théorie de la valeur travail est une théorie objective de la valeur coût qui fait l'hypothèse que le travail est le seul facteur de production et que le capital physique (machines) est du travail cristallisé. La valeur d'un bien est égale (ou proportionnelle) à la quantité de travail qui a été nécessaire pour le produire.

Soulignons que les théories objectives de la valeur coût se situent d'emblée au niveau de la production (ou de l'offre). Elles partent de la production et y restent puisqu'elles supposent ou imposent la "loi des débouchés" qui permet d'affirmer qu'il y aura toujours une demande pour l'ensemble des biens produits que les marchés seront toujours équilibrés. Si un produit est surabondant, c'est parce que d'autres viennent à manquer, car chaque produit est un débouché pour les autres².

La théorie de l'utilité marginale

A l'approche objective de la valeur coût a succédé une approche plus subjective de la valeur élaborée par le courant néo-classique : la théorie de l'utilité marginale.

Cette approche marginaliste s'est appuyée sur une longue tradition de la valeur d'usage (ou utilité) objective : « La valeur des choses est fondée sur leur utilité » (de Condillac, 1776). Face à cette approche de la valeur, Adam Smith avait soulevé le paradoxe de l'eau et du diamant : l'eau qui est indispensable à la vie, a une moins grande valeur marchande que le diamant, dont les usages sont limités. Ce qui amena Condillac à introduire les aspects de rareté : plus un bien est rare, plus il est précieux, c'est pourquoi le diamant est si cher. « Si la valeur des choses est fondée sur leur utilité, leur plus ou moins de valeur est donc fondée, leur utilité restant la même, sur leur rareté ou sur leur abondance ou plutôt sur l'opinion que nous avons de leur rareté ou de leur abondance. (...) un chose n'a pas une valeur parce qu'elle coûte, mais elle coûte parce qu'elle a de la valeur ». (de Condillac, 1776)

Le courant de pensée néo-classique (Walras, Marshall,...) s'intéresse à l'utilité des individus. Faisant l'hypothèse que le marché est formé d'appréciations et d'actes d'individus, elle refuse de raisonner sur des catégories collectives. « Un sujet attribue à un bien, quantitativement et qualitativement déterminé, une valeur subjective quand il sait que son bonheur subjectif en dépend, c'est-à-dire quand il sait que de ce bien dépend, pour lui un avantage positif ou l'élimination d'un désavantage » (Perroux, 1943). Ce fut sans doute un progrès important d'avoir précisé que l'utilité économique d'un bien est d'abord une relation entre ce bien et un sujet, qu'elle est largement indépendante de leur valeur d'usage objective de

² « Nous n'achetons pas, dans la réalité, les objets de notre consommation avec le numéraire. (...) Il faut qu'auparavant nous ayons acheté ce numéraire lui-même par la vente de nos produits. (...). C'est la production seule qui ouvre des débouchés aux produits » (J. B. Say, 1828)

ce bien (Par exemple, une bouteille d'eau près d'une source ou dans le désert, n'a pas la même valeur pour un individu bien que l'eau de la bouteille ait dans les deux cas la même valeur d'usage objective).

L'approche marginaliste permet de combiner et de formaliser les aspects d'utilités et de rareté. L'utilité économique d'un bien est définie comme étant la satisfaction d'un besoin (ou d'un désir) engendrée par ce bien acquis au moyen de ressources limitées. La valeur d'un bien est liée à la satisfaction que procure la dernière unité détenue. Cette utilité marginale décroît, au fur et à mesure que la quantité détenue augmente, jusqu'à satiété. La fonction d'utilité est une fonction numérique qui représente la relation de préférence d'un consommateur et qui fait correspondre à chaque panier de biens possible un nombre réel. Selon la théorie de la valeur utilité, pour des prix donnés, le choix du consommateur opte pour un panier de biens tel que le rapport entre l'utilité marginale de chaque bien et son prix soit le même pour tous les biens (théorie de la valeur utilité).

A l'opposé de la précédente, la théorie de la valeur utilité marginale part de la confrontation de l'offre et de la demande; pour elle, la valeur d'échange se détermine bien sur le marché, et sur le marché, c'est la demande qui est essentielle. « L'offre n'est qu'une conséquence de la demande » (Walras, 1874). La valeur des biens producteurs (travail, capital physique, ...) dépend de la valeur des biens par eux produits.

Mais cette théorie n'est en mesure de déterminer la valeur des biens qu'en situation d'équilibre entre offre et demande c'est-à-dire qu'au moment où le profit est nul, où l'entrepreneur disparaît (dans cette situation la valeur d'un bien est égale à son prix). Cette théorie part de l'échange, du marché et n'atteint pas la réalité de la production puisqu'elle suppose « à l'état d'équilibre de la production, les entrepreneurs ne font ni bénéfices ni pertes. Ils subsistent alors non comme entrepreneurs mais comme propriétaires fonciers, travailleurs ou capitalistes, dans leurs propres entreprises ou dans d'autres » (Walras, 1874).

Dans son étude sur l'évolution des théories de la valeur, François Perroux note que « en même temps que l'école marginaliste développe ses analyses, l'école mathématique relègue la valeur ou en supprime même le nom ou le concept. Tous les problèmes économiques sont posés en termes d'équilibre (...) La science avec les économistes mathématiciens se construit autour de la notion fondamentale d'équilibre et non de la notion fondamentale de valeur. La théorie de la valeur subit une éclipse. Enfin, dans la pensée économique tout à fait contemporaine la valeur resurgit, mais avec un contenu nouveau de valeur sociale » (Perroux 1943)

Les théories objectives de la valeur sociale

Dans l'évolution des théories de la valeur, François Perroux note l'émergence, en gros après la guerre de 1914-1918, d'une troisième phase dans laquelle la valeur est de nouveau expliquée par des facteurs objectifs, ce sont les théories objectives de la valeur sociale proposées par des économistes institutionnalistes tels que John Rogers Commons, John Maurice Clark.

Ces approches institutionnalistes « soulignent l'action de l'Etat ou celle de groupes ou celle des institutions sur la formation et la transformation des valeurs. La valeur des biens est une valeur sociale ». Les appréciations subjectives et les réactions propres des sujets économiques n'ont dans la formation globale de la valeur qu'une importance seconde. « Le sujet économique calcule, mais bien davantage le groupe ou l'Etat calcule pour lui. Le sujet économique choisit, mais le milieu institutionnel et social oriente et même détermine ses choix propres. »

L'apport des institutionnalistes

Après avoir rappelé que l'institutionnalisme désigne tous travaux qui, dans leur effort de compréhension et d'explication de l'activité économique, s'attachent en ordre principal à l'analyse des institutions, François Perroux s'intéresse à deux auteurs institutionnalistes américains : John Rogers Commons et John Maurice Clark.

L'apport de Commons, selon F. Perroux, est d'avoir mis au point « une problématique et une systématique des rapports de formation et de transformation des valeurs à l'égard du milieu institutionnel ». Pour cet auteur institutionnaliste, ce qui est décisif ce n'est pas que l'individu ait des besoins mais que des hommes liés socialement aient des besoins. L'unité d'analyse n'est pas l'individu mais le groupe social. Au sein des groupes sociaux, la valeur se fonde sous l'influence de deux éléments majeurs : la rareté et la considération du futur. La rareté ne dépend pas seulement de la limitation naturelle de telle ou telle ressource et de l'efficacité de la technique mais encore de la coutume et de la puissance étatique. C'est par la considération du futur que Commons introduit le facteur temps dans la formation des valeurs et c'est cette notion qui lui permet de préciser et de définir le statut économique d'une personne au sein d'un groupe social, comme un ensemble d'attentes (attentes concernant les contreparties, attentes concernant les réactions d'autres hommes, attentes relatives aux réactions des organes chargés de dire le droit). Les valeurs sont créées dans le groupe social à partir des interactions ou des

"transactions" qui se tissent entre les éléments qui structurent la rareté et la considération du futur. Elles se forment à partir de l'entrelacement de milliers et de milliers de transactions, mais aussi « par la décision d'organes chargés d'exprimer la *communis opinio* du groupe social et de la sanctionner éventuellement. De la valeur née de la transaction, on passe alors à la "valeur raisonnable" ».

Pour F. Perroux, l'apport principal de John Maurice Clark est de nous inviter de passer des notions d'utilité et de coûts économiques aux notions d'utilité et de coûts humains. Pour nous faire comprendre l'importance de ce changement de points de vue, F. Perroux explicite comment J. M. Clark comprend et analyse la production. La complexité réelle de la production ne peut pas être perçue si on limite l'analyse aux seules fonctions de transformation de la matière, comme le font la majorité des économistes. Pour J. M. Clark, pour comprendre la production, aux fonctions de transformation, il faut ajouter des fonctions de contrôle (les choix et les actions des individus sont contrôlés, c'est-à-dire limités par la coutume et le droit), des fonctions de direction (les choix et les actions des individus sont orientés par l'éducation, l'information, la publicité, ...), et des fonctions de liaison (ensemble des opérations par lesquelles, les désirs des sujets sont mis au contact les uns des autres). A la lumière des travaux de J. Clark, on perçoit que produire ne peut pas être limité à la seule satisfaction des besoins existants dans l'ordre de leur solvabilité. Produire, c'est aborder une bien plus vaste tâche qui est notamment d'obtenir une gamme de services non évaluables (accroître la culture générale et professionnelle des membres de la société, par exemple, susciter les forces d'invention et de création), de créer ou modifier des besoins (comprendre les processus de formation des valeurs humaines), mais aussi de remettre en cause dans une société donnée la répartition inégalitaire des pouvoirs d'achat. « Si la société accepte, approuve, entérine la première répartition des fortunes, c'est qu'elle attribue, sans le dire, un coefficient plus grand aux utilités dont bénéficient les riches ». En conclusion, produire « c'est maximiser les valeurs humaines ».

Le concept de "valeur sociale"

François Perroux note que d'autres auteurs que les institutionnalistes ont également élaboré des théories de la valeur sociale. Il cite les apports d'Edwin R. A. Seligman qui dans son ouvrage *Economic Principles* essaie d'élaborer une théorie de la valeur à partir d'une synthèse des schèmes du marginalisme et de la compréhension de la réalité sociale. Pour Seligman, la valeur est « le résultat des forces sociales » et c'est la société dans son ensemble qui assigne une valeur aux choses. Seligman est également cité par Joseph Schumpeter dans son article « On the concept of social value » paru en 1908 dans *Archive for the History of Economic Thought*. Dans cet article, Schumpeter note que le concept de valeur sociale est souvent utilisé pour rendre compte des seules interactions et interdépendances entre les individus. Il propose d'utiliser ce concept de valeur sociale pour rendre compte de processus économiques plus fondamentaux. Le premier vise à préciser que c'est la société et non l'individu qui détermine la valeur des choses (« it is society, and not the individual, which sets a value on things »). Le second a trait aux relations entre valeur d'échange et valeur d'usage « exchange-value is social value-in-use ».

Il est important de noter que c'est à partir de ses réflexions sur les théories objectives de la valeur sociale, que François Perroux a été amené à énoncer une "conception artificialiste"³ des sciences économiques « l'ordre économique est moins un résultat d'une nature des hommes et des choses considérée comme peu modifiable que l'œuvre d'activités et de choix délibérés ». Et il en retire une vision optimiste sur notre possibilité de transformer le monde « l'ordre économique peut être transformé parce que la transformation des institutions et de l'homme lui-même est possible » (Perroux, 1943)

Une synthèse possible ?

Quelques auteurs ont essayé de dépasser l'opposition entre la prise en compte du seul point de vue de la production et la prise en compte du seul point de vue de la demande qui caractérise les théories de la valeur coût d'une part et la théorie de l'utilité marginale d'autre part. C'est le cas, par exemple, de Jean Baptiste Say dans son *Traité d'Economie Politique* (1818), pour qui la valeur de chaque chose est le résultat de l'évolution contradictoire entre celui qui en a besoin et celui qui l'a produite. Ses deux fondements sont donc (1) l'utilité qui détermine la demande qui en est faite, (2) les frais de production qui donnent l'étendue de cette demande, car on cesse de demander ce qui coûte.

Dans son ouvrage *"Esquisse d'une critique de l'économie politique"* (1844), Friedrich Engels, rappelle que, depuis le début du XIX^{ème} siècle, le débat sur la valeur d'échange et la valeur abstraite ou réelle s'est

³ Au sein des sciences de l'artificiel (artificial sciences), la démarche est de s'intéresser à la façon dont les choses doivent être pour qu'elles atteignent certains objectifs (« how things ought to be in order to attain goals »), tandis qu'au sein des sciences de la nature (natural sciences), la démarche est de rendre compte de ce que les choses sont (« how things are »), (Herbert Simon, 1969)

assoupi sans que la question fut tranchée. Après avoir souligné les contradictions des économistes qui veulent séparer la valeur abstraite et la valeur d'échange, cet auteur propose de définir la valeur comme « le rapport du coût de production à l'utilité », soulignant que « la valeur sert tout d'abord à décider si d'une manière générale un objet doit être produit, si l'utilité compense le coût de production ».

Une autre définition intégrant les deux points de vue de l'offre et de la demande a été proposée par Alfred Marshall dans son oeuvre *The Principles of economics*⁴ la valeur dépend des "deux lames d'un ciseau", d'un côté la demande reflète la satisfaction qu'un bien procure au consommateur ; de l'autre, l'offre révèle les préférences du producteur (notamment ses coûts de production). « Il serait tout aussi déraisonnable de discuter sur le point de savoir si c'est la lame supérieure ou la lame inférieure d'une paire de ciseaux qui coupe un morceau de papier que de se demander si la valeur est déterminée par l'utilité ou par le coût de production ».

Enfin, rappelons que dans ses *Principes d'Economie Politique* (1931), Charles Gide hésite entre la valeur travail et la valeur utilité, et il finit par se résoudre à ce que la valeur soit « fondé sur une double base, ou plus exactement qu'elle est un état d'équilibre entre ces deux facteurs antagonistes : d'un côté la jouissances que les choses nous procurent quand nous les possédons, de l'autre la peine nécessaire pour les acquérir quand nous ne les possédons pas, ou pour les remplacer si nous venons à les vendre ». Ainsi pour C. Gide « il est inévitable que la valeur ait deux visages, bifrons comme Janus, l'un tourné du côté de l'acheteur, l'autre du côté du vendeur, (...) qu'elle ait deux pôles, l'un positif, l'autre négatif : entre les deux jaillit l'étincelle, et c'est la valeur ».

On peut noter que les propositions de synthèses de différentes théories de la valeur, rappelées ci-dessus, ont été faites pour la plupart d'entre elles avant le développement du courant institutionnaliste, avant la diffusion du concept de valeur sociale. Peut on aujourd'hui proposer une réflexion sur la valeur qui puisse intégrer les apports les plus importants de chacune des trois phases d'évolution des théories de la valeur. L'approche de "l'analyse de la valeur" peut elle nous aider à structurer une réflexion sur la valeur économique pour le début du 21^{ème} siècle ?

"ANALYSE DE LA VALEUR", UNE METHODE DE CONCEPTION

Il est important de rappeler que "l'analyse de la valeur" (AV) est une méthode d'aide à la conception de produits, élaborée aux Etats-Unis en 1945 par Lawrence D. Miles, responsable des approvisionnements de la General Electric Company. Cette méthode de conception peut être utilisée, plus généralement, pour la conception de tout "artefact" matériel ou immatériel comme par exemple, un logiciel, une structure organisationnelle d'une entreprise ou d'une administration, un programme de formation, un plan de développement, L'analyse de la valeur fut la première méthode formalisée de conception (Perrin, 2001). Cette méthode d'aide à la conception s'est diffusée dans les différents pays industrialisés plus ou moins rapidement. En France, il a fallu attendre la crise des années 70, et notamment le premier choc pétrolier pour que les entreprises s'intéressent à l'analyse de la valeur. C'est seulement en 1978 qu'a été créée l'AFAV (Association Française pour l'Analyse de la Valeur). Depuis sa création, l'analyse de la valeur a connu de nombreux compléments tels que le "*design to cost*", qui a pour objectif d'aider concevoir un produit en fonction d'une cible de clients potentiels, ou le QFD (*Quality Function Deployment*) qui est une nouvelle méthode de gestion de la qualité d'un produit.

"L'analyse de la valeur" est définie par l'AFNOR comme étant « une méthode de compétitivité organisée et créative visant la satisfaction du besoin de l'utilisateur par une démarche spécifique de conception à la fois fonctionnelle, économique et pluridisciplinaire. L'analyse de la valeur se caractérise notamment (AFAV, 1994) par :

- Une **démarche fonctionnelle** qui impose de formuler le problème en termes de finalités et non en termes de solutions ; on évite ainsi la tendance à se limiter aux solutions existantes et à s'interdire inconsciemment de nombreuses possibilités.

- Une démarche **économique** par la référence systématique aux coûts afférents aussi bien aux produits antérieurs de la même famille et à leurs fonctions, qu'à ceux que l'on peut estimer pour chaque fonction ou solution nouvelle.

- Une démarche **pluridisciplinaire** par un travail de groupe faisant appel à un animateur et un décideur. Le travail de groupe met en présence des personnes de métiers et de responsabilités différentes quant au produit étudié. Il favorise la construction d'un compromis sur les fonctions, les performances, les principes, les solutions et les coûts ; il facilite l'exercice de la créativité et enrichit l'information disponible. Ce travail de groupe permet de régler conjointement des problèmes qui auraient été abordés successivement et isolément par les divers intervenants. Le groupe produit un travail en simultané et non

⁴ Livre 5, chapitre 3

en cascade. Il doit, en particulier, disposer de compétences nécessaires à l'estimation des coûts. Le groupe propose mais la décision reste soumise au décideur (maître d'ouvrage).

- Une démarche **créative** qui vise à étendre l'éventail des solutions, à considérer et à prendre systématiquement en compte les évolutions du marché, de l'environnement et de la technologie.

C'est au sein de l'approche de l'analyse de la valeur qu'a été développée l'analyse fonctionnelle. Cette dernière a acquis une certaine autonomie, et dans de nombreux cas, aujourd'hui, l'analyse fonctionnelle est utilisée pour établir le cahier des charges fonctionnels d'un nouveau produit ou d'un nouveau service, sans référence explicite à l'analyse de la valeur. Si l'analyse fonctionnelle peut être pratiquée sans référence à l'analyse de la valeur, par contre cette dernière ne peut pas être comprise et mise en œuvre sans utiliser l'approche dite fonctionnelle.

Les fonctions et l'expression fonctionnelle des besoins

La notion de fonction

La notion de fonction fut proposée par Lawrence Miles à partir de son expérience des achats au sein de General Electric durant la deuxième guerre mondiale. En tant qu'acheteur sur des marchés en pénurie, il en est venu à se demander non plus "Quel matériel ou quel matériaux vais-je acheter ?" mais "Quelles fonctions vais-je acheter ?". En d'autres termes il modifie sa demande d'achat : "en n'achetant plus un produit pour ses qualités, mais les qualités d'un produit" (Delafollie, 1991)

Les fonctions d'un produit, d'un sous-ensemble ou d'un service définissent ce à quoi sert ou doit servir le produit, le sous-ensemble ou le service en question. La fonction est définie par l'AFNOR comme étant l'action, réalisée par un produit ou par l'un de ses constituants, exprimée en terme de finalité, en faisant abstraction de toute référence à des solutions. Il semble évident que le "à quoi ça sert" n'a rien à voir avec le "de quoi c'est fait".

Une fonction doit être formulée d'une manière précise et concise. Pour parvenir à cet objectif, la recherche des fonctions se fait en analysant le type de relation que le système (ou le produit) étudié réalise en interaction avec les éléments de son environnement. L'énoncé de la fonction est la réponse à la question : à quoi sert le système dans sa relation avec tel ou tel élément de son environnement? Par exemple à quoi sert une tondeuse à gazon dans sa relation avec l'herbe ? A quoi sert une casserole dans sa relation avec les aliments ?

Pour formuler l'énoncé d'une fonction ; il est préconisé d'utiliser un verbe à l'infinitif qui définit l'action, et un complément qui reprend le ou les éléments concernés par le service rendu. Par exemple, une tondeuse à gazon a pour fonction de "couper l'herbe", une casserole a pour fonction de "transmettre la chaleur" un balai a pour fonction de "déplacer la poussière".

Notons que la formalisation des fonctions en terme de finalité, en faisant abstraction de toute référence à des solutions est particulièrement importante en situation de conception innovante. Par exemple, la fonction de la machine à laver le linge, n'est pas "laver le linge" mais "détacher la saleté du linge". En effet la fonction "laver le linge" fait déjà référence à une solution qui est d'utiliser de l'eau et de la lessive pour "détacher la saleté du linge" et pour assurer une autre fonction "évacuer la saleté du linge". La formalisation de la fonction de la machine à laver "détacher la saleté du linge", permet de rechercher d'autres solutions pour séparer la saleté du linge et notamment la solution des ultrasons (employés notamment pour des utilisations industrielles).

Plusieurs types de fonctions

Un même produit doit dans la plupart des cas remplir de nombreuses fonctions et il est d'usage de distinguer la fonction principale d'un produit (la fonction principale d'une tondeuse à gazon est de "couper l'herbe") et ses fonctions secondaires (les fonctions secondaires d'une tondeuse à gazon de "ramasser l'herbe", "stocker l'herbe",....)

L'ensemble des fonctions qu'un système doit assurer auprès de ses utilisateurs peut être classés en trois familles : les fonctions de service (ou fonctions externes), les fonctions contraintes, les fonctions techniques (ou fonctions internes). L'expression fonctionnelle des besoins est concernée principalement par les fonctions de service. Parmi ces fonctions de service, il est d'usage de distinguer les fonctions d'usage et les fonctions d'estime liées aux attentes plus subjectives des utilisateurs. Une tondeuse à gazon doit répondre aux fonctions d'usage "couper l'herbe", "ramasser l'herbe", stocker l'herbe" mais elle doit aussi intégrer des fonctions d'esthétique (forme et couleur), d'agrément, de limite de bruits... . Les fonctions contraintes (ou dénommées aussi fonctions d'adaptation) sont tout ce qui limite la liberté d'un concepteur (norme de sécurité, taxes, réglementations, technologie, marché, fournisseurs, environnement géographique et humain,).

Les fonctions techniques sont les fonctions internes au produit (entre ses constituants) choisies par les concepteur-réalisateurs, dans le cadre d'une solution, pour assurer les fonctions externes de services. Dans le cas de la tondeuse à gazon, les fonctions techniques sont par exemples : "faire tourner la lame", "approvisionner en énergie", "entraîner les roues".

Analyse fonctionnelle : une démarche construite au sein d'une équipe rassemblant une pluralité de points de vue

Pour aider à la formalisation de l'ensemble des fonctions attendues d'un produit, l'approche fonctionnelle préconise d'analyser les interactions que le système (le produit) étudié va être amené à entretenir avec les éléments de son environnement. Cette démarche doit être appliquée pour les différents environnements que va rencontrer le produit tout au long de son cycle de vie : production, transport, stockage, distribution, exposition, utilisation, maintenance, fin de vie. Plusieurs méthodes ont été mises au point pour prendre en compte les interactions du produit avec les différents "interacteurs" de ces milieux extérieurs et qui vont permettre ainsi de formuler les fonctions correspondantes auxquelles le produit doit répondre. Parmi les différents "interacteurs" on distingue les différents utilisateurs qui vont être en contact avec le produit, (l'utilisateur-usager bien sûr pour qui le produit est conçu, mais aussi les magasiniers du réseau de distribution, les réparateurs, les différentes personnes intervenant pour la mise en œuvre de l'usage final du produit,..), et les différents objets matériels ou immatériels qui vont interagir avec le produit, les différentes ambiances environnementales (météorologiques, économiques, institutionnelles, réglementaires, etc.) qui vont agir sur le produit. Ce recensement de l'ensemble des utilisateurs d'un produit et de l'ensemble des interactions qu'un produit aura avec d'autres objets matériels et immatériels, constitue sûrement un des apports les plus importants de l'analyse fonctionnelle.

Recenser l'ensemble des fonctions attendues d'un produit est une opération longue qui nécessite une diversité d'expertises. Bien choisir le verbe des fonctions est fondamental car lui seul exprime l'action. Bien choisir la tournure de phrase est tout aussi capital pour éviter le risque d'interprétation ultérieure. La définition des fonctions, comme l'ensemble de l'analyse fonctionnelle, est toujours un travail à faire au sein d'une équipe qui rassemble plusieurs points de vue différents sur le produit concerné : points de vue des utilisateurs, de la fabrication, de la maintenance, mais aussi maintenant du recyclage et plus généralement de la gestion de fin de vie du produit.

Le recensement des fonctions ne constitue que la première phase de l'analyse fonctionnelle. Le fait d'énoncer une fonction informe sur le service que l'on souhaite obtenir, mais n'indique en rien les éléments de jugement qui permettent de savoir à partir de quoi, de quand et de comment ce service sera satisfaisant. Il est donc nécessaire de caractériser les fonctions afin de compléter l'expression du besoin. Les fonctions sont caractérisées par le choix d'un ou plusieurs critères d'appréciation (vitesse, longueur, poids, consommation, bruit, rayon d'action, ...). Pour chaque critère d'acceptation on tente de définir le niveau à atteindre pour que le besoin de l'utilisateur soit satisfait et la limite d'acceptation (niveau de critère d'appréciation au-delà duquel ou en deçà suivant le cas, le besoin est déclaré non satisfait).

Expression fonctionnelle des besoins

L'approche fonctionnelle est donc une méthode d'aide à la formalisation des attentes ou des besoins des utilisateurs pour toute équipe de conception d'un produit, d'un service, d'un programme, d'une organisation, ... En effet, la formalisation des attentes d'un utilisateur potentiel sont souvent incomplètes et ambiguës, et l'analyse fonctionnelle du besoin est une démarche qui aide à poser toutes les bonnes questions pour énoncer un problème, qui aide donc à ne rien oublier et à être explicite. Elle constitue une expression fonctionnelle des besoins. Dans ce cadre, l'abstraction de toute référence à des solutions est fondamentale pour conserver l'objectivité nécessaire à l'expression des besoins (BTE, 1991).

La fonctionnalité est la première forme sous laquelle la valeur apparaît à l'acquéreur, c'est le service que peut lui rendre ce qu'il achète. Tout besoin social à satisfaire peut être formalisé à partir d'une ou de plusieurs fonctions, tout produit ou tout service prend la forme d'une fonctionnalité ou d'une combinaison de fonctionnalités (une casserole par exemple est une combinaison de fonctionnalités telles que "contenir une certaine quantité de liquide", "supporter une température maximale", "résister à une chute de deux mètres").

C'est grâce à l'analyse fonctionnelle qu'est établi le cahier dit "des charges fonctionnelles" : document par lequel le demandeur exprime son besoin (ou celui qu'il est chargé de traduire) en terme de fonctions de service et contraintes. Pour chacune d'elles, sont définis des critères d'appréciation et leurs niveaux. Chacun de ces niveaux doit être assorti d'une flexibilité" (AFNOR NFX50-150)

L'analyse de la valeur et la valeur pour le client

Qu'est ce que la valeur pour le client

Les concepts de valeur et d'analyse de la valeur font l'objet d'une définition précise dans la norme X50-150 de l'AFNOR. La valeur est définie comme « jugement porté par le client ou l'utilisateur sur la base de ses attentes et motivations. Plus spécialement, c'est une grandeur qui croît lorsque la satisfaction de l'utilisateur augmente ou que la dépense y afférant diminue ».

Le concept de valeur en analyse de la valeur possède un sens bien particulier et très différent de l'acception courante de ce mot qui assimile la valeur au prix. Un produit aura d'autant plus de valeur qu'il satisfera aux fonctions utiles par rapport aux coûts les plus faibles possibles. Les coûts pris en compte sont l'ensemble des coûts que doit supporter l'utilisateur pour disposer des fonctions ou des services du produit : prix d'achat, coût d'utilisation, coût d'apprentissage, coût de maintenance, coût de recyclage en fin de vie.

La valeur est formalisée par un rapport :

$$Valeur = \frac{Fonctions}{Coûts}$$

Si on reprend la définition de la qualité (NFX 50-120 ou ISO 8402) « Ensemble des propriétés et caractéristiques d'un produit ou d'un service qui lui confèrent l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés ou implicites », on peut exprimer la valeur d'une autre manière :

$$Valeur = \frac{Qualité}{Coûts}$$

Soulignons que cette deuxième manière de formaliser la valeur est celle que tout individu fait lors d'un achat lorsqu'il déclare vouloir optimiser le rapport qualité/coût.

La valeur ne se mesure pas mais on peut apprécier des variations de valeur

Une des principales difficultés pour comprendre cette notion de *valeur* est qu'elle n'est pas susceptible d'être mesurée. Quelle serait l'unité de mesure d'un rapport entre des fonctions et des coûts. Si la valeur ne peut pas être mesurée, par contre on peut apprécier des variations de valeur. Par exemple, la valeur d'un produit augmentera si son coût baisse à fonctionnalités égales ou si ses fonctionnalités augmentent à coût égal. La valeur d'un produit augmentera aussi si les nouvelles fonctionnalités intégrées dans un produit déjà existant, apportent aux utilisateurs une augmentation relative plus importante que la croissance relative des coûts des solutions choisies pour supporter ces nouvelles fonctionnalités.

		COUT	
		FAIBLE	ELEVE
ADEQUATION AU BESOIN	FORTE	VALEUR ELEVÉE	VALEUR MOYENNE
	FAIBLE	VALEUR FAIBLE	VALEUR NULLE

Source : (BTE, 1991)

On peut donc formaliser la valeur par une troisième formule :

$$Valeur = \frac{Satisfaction\ d'un\ besoin}{Coûts}$$

Ou plus généralement

$$Valeur = \frac{Satisfaction\ d'un\ besoin}{Consommation\ de\ ressources}$$

La valeur pour le client est donc un jugement exprimé par un ou des utilisateurs ou leur porte parole (les concepteurs, les services marketing) et portant sur une consommation de ressources pour satisfaire un besoin ou une attente donnée, à un moment donné.

Il est important de souligner que la valeur est une **notion relative** à un moment donné et par rapport à des produits et services déjà disponibles. En intégrant les composantes de la valeur validées par le client,

chaque nouvelle offre qui apparaît sur un marché contribue à banaliser les éléments qui font la valeur d'un produit. Chaque nouvelle offre doit donc arriver sur le marché avec une valeur supérieure

La valeur ne se mesure pas, elle peut être représentée

Notons que malgré l'impossibilité de mesurer la valeur d'un produit ou d'un service, on peut essayer néanmoins de la représenter par un point sur une courbe, s'il s'agit d'apprécier la valeur relative d'un produit par rapport à d'autres ayant un certain nombre de fonctions en commun. C'est le cas par exemple de la figure 1, ci-dessous qui permet de comparer la valeur de différents véhicules automobiles.

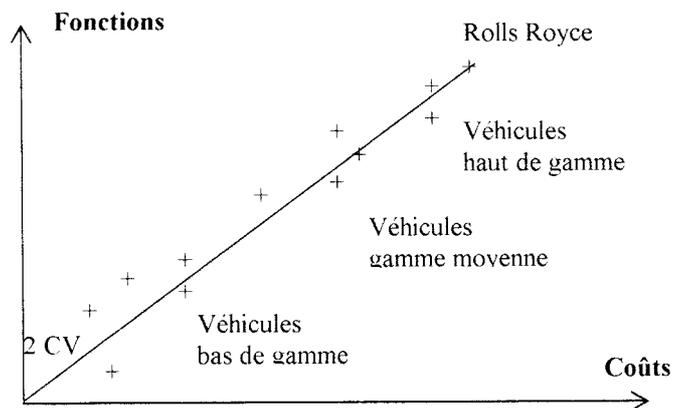


Figure 1. Valeurs des véhicules automobiles

On peut aussi représenter la valeur d'un produit comme une somme de vecteurs ayant deux composantes : une composante rendant compte des différentes fonctionnalités du produit et une composante rendant compte des coûts affectés à chaque fonction. Cette représentation de la valeur fait l'hypothèse qu'il est possible d'affecter un coût à chaque fonction, c'est-à-dire qu'il y a une complète séparabilité fonctions/solutions.

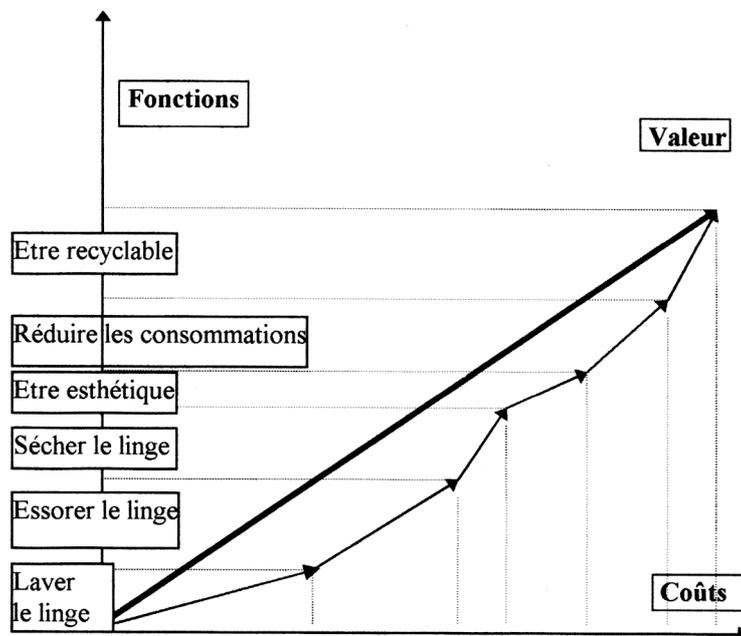


Figure 2. Les composantes de la valeur d'une machine à laver

Remarquons qu'en considérant que la fourniture d'un produit dans un délai donné peut être assimilée à une fonction particulière du produit (un de ses attributs attendus par les utilisateurs) on retrouve dans la

formulation de la valeur pour le client le triptyque de référence "coût, qualité, délais" qui est central dans toutes les analyses actuelles sur la compétitivité

Les deux faces d'un produit

Ce sont les fonctions du produit qui vont être le support des différents aspects de la valeur d'usage et d'estime d'un produit, tandis que ce sont les différentes solutions techniques qui seront retenues par le concepteur-réalisateur qui vont déterminer les coûts (d'achat, d'utilisation, de maintenance, ...) du produit.

Tout produit a une double face : une face fonction support des aspects de service et destinée à répondre à des besoins précis des utilisateurs et une face artefact (un ensemble de solutions techniques) qui détermine les coûts de réalisation du produit (et donc son prix d'achat) mais aussi ses coûts d'exploitation, de maintenance, et d'élimination.

Notons que pour un service, la face "artefact (solutions)" sera constituée par l'ensemble des organisations et procédures mobilisées ou mises en œuvres pour réaliser ce service. Par exemple, le service "fournir un séjour de vacance dans un pays étranger" et qui doit répondre à des attentes bien spécifiques (des fonctions de services et de contraintes) nécessitera de coordonner un ensemble d'organisations telles que : une compagnie d'aviation, une chaîne hôtelière, une banque, une assurance, une entreprise de locations de véhicules, ... et c'est souvent une agence de voyage qui assurera le montage organisationnel (la face artefact) permettant la réalisation du service.

Nous appréhendons tous les produits existant à partir de leur face "artefact (solutions)", c'est leur face visible. Leur face "fonctions" non apparente n'en est pas moins importante. Tout produit n'existe que parce qu'il assume des fonctions bien spécifiques d'usage et ou d'estime.

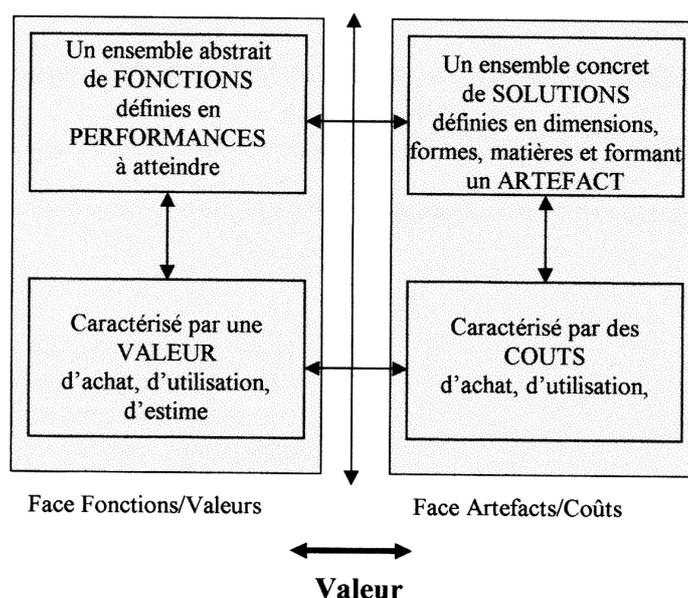


Figure 3. Les deux faces d'un produit (source : BTE,1991)

La démarche de l'Analyse de la Valeur d'un nouveau produit peut être alors présentée comme étant la construction du rapport entre les deux faces d'un produit ; celle d'un produit déjà existant consiste à expliciter les relations qui existent entre les deux faces de ce produit.

Pas d'Analyse de la Valeur sans système de valeur

Dans la pratique de l'Analyse Fonctionnelle, on découvre, avec étonnement pour certains, que la méthodologie fonctionnelle appliquée par des groupes différents, pour un même problème à résoudre, aboutit à des résultats non complètement identiques et parfois même à des différences notables. L'observation du déroulement de groupes d'Analyse Fonctionnelle différents mais appliqués aux mêmes objets, montre que le système de valeurs, auquel se réfère plus ou moins implicitement tout individu, intervient d'une manière importante dans la définition des critères des fonctions, en particulier pour les critères non quantitatifs qui peuvent être majoritaires dans certains cas. Le système de valeur des

participants n'est pas étranger non plus à la manière de formuler les fonctions et plus encore à l'établissement d'une hiérarchie entre les fonctions.

Mais c'est plus encore au sein même de la démarche de l'Analyse de la Valeur que les systèmes de valeurs des individus ou des groupes impliqués interviennent d'une manière décisive tant lors des processus de formation de la valeur que des processus de réalisation de la valeur. C'est à partir de tels constats que l'on peut réellement comprendre que la valeur est tout d'abord un jugement de valeur socialement déterminé et se déroulant dans un contexte donné et à un moment donné.

Le TGV contre l'aérotrain

Dans les années 60, la DATAR (Délégation à l'aménagement du territoire) et la SNCF ont lancé simultanément l'étude de deux projets de trains à grande vitesse. Les groupes de travail de la DATAR et de la SNCF, qui ont initié simultanément la conception d'un train à grande vitesse, ont élaboré deux solutions très différentes : l'aérotrain et le TGV qui correspondaient à des objectifs et des systèmes de valeur très différents. La préoccupation principale de la DATAR était, par ce projet de nouveau train, de contribuer au désenclavement de certaines parties du territoire. La DATAR confia à la société Bertin l'étude et la réalisation d'un prototype de train à grande vitesse. Cette société qui avait fait des recherches sur l'utilisation du cousin d'air, comme technique de sustentation dans les transports terrestres, conçut et réalisa un prototype "l'aérotrain" et une voie expérimentale près de Tours. Un conseil interministériel décida au milieu des années 60 que les premières liaisons commerciales seraient Lyon – Grenoble, Paris – Orléans, Paris – Rouen.

Parallèlement, la SNCF confia, à ses services d'étude, le développement d'un train à grande vitesse en affichant une fonction contrainte forte : assurer la compatibilité du nouveau système avec l'infrastructure ferroviaire existante pour permettre son utilisation simultanée sur le réseau existant et éviter au maximum les changements de mode de transport. C'est ainsi que naquit et s'imposa la solution du TGV, à partir du système du "système de valeur" de la SNCF et c'est pour des raisons de rentabilité financière que la liaison Paris - Lyon fut privilégiée dans un premier temps (Perrin 1988).

UNE FORMULATION DE LA VALEUR ECONOMIQUE A PARTIR DE L'ANALYSE DE LA VALEUR

A partir de la notion de valeur développée au sein de l'Analyse de la valeur (AV), on peut essayer de proposer une nouvelle définition de la valeur économique comme étant un jugement exprimé par un ou des utilisateurs ou leur porte-parole et portant sur une consommation de ressources (une dépense monétaire dans la plupart des cas) pour satisfaire un besoin ou une attente spécifique à un moment donné.

Soulignons que cette formalisation de la valeur est en très forte cohérence avec les propos et les perspectives de recherche sur la valeur économique défendus par quelques économistes célèbres tels que Jean Baptiste Say, Friedrich Engels, Alfred Marshall, Charles Gide, et qui ont été rappelés dans le paragraphe précédent. En particulier on retrouve le fondement de la valeur précisé par Friedrich Engels : « la valeur sert tout d'abord à décider si d'une manière générale un objet doit être produit, si l'utilité compense le coût de production ».

Rappelons que dans cette approche, la valeur est différente du prix ; il n'y a pas identité entre valeur et prix. Le prix d'achat constitue une partie du coût, une des deux composantes de la valeur⁵.

Rappelons aussi que cette définition de la valeur économique, tout en étant simple est difficile à représenter et impossible à calculer. Quelle est cette grandeur qui exprime un rapport entre des fonctionnalités multiples (fonctions d'usage et d'estime) et des coûts (coût d'achat, coût d'utilisation, coût de maintenance) ? On peut essayer néanmoins de représenter la valeur économique d'un produit comme un vecteur résultant de deux composantes : une composante rendant compte des différentes fonctionnalités du produit et une composante rendant compte des coûts⁶.

La valeur économique selon l'AV tente d'intégrer les points de vue de l'offre et de la demande

⁵ Un des mérites de l'AV est de bien mettre en avant la différence entre prix et coût. Le prix est l'équivalent monétaire d'un produit lors d'une transaction commerciale. Le prix est le même pour le vendeur et l'acheteur ; il devient un élément de coût pour l'acheteur.

⁶ Voir paragraphe précédent

Un des apports de "l'Analyse de la Valeur" (AV) est de proposer une démarche qui permet d'intégrer, dans un même concept de valeur, les aspects de valeur d'usage et d'échange, les points de vue de la demande et de l'offre.

En effet dans la formalisation de la valeur comme rapport Fonctions/Coûts, les aspects de la demande sont pris en compte par le numérateur et d'une manière plus détaillée par la démarche de l'Analyse Fonctionnelle, tandis les aspects de l'offre et notamment son prix d'achat mais aussi ses différents coûts d'utilisation sont pris en compte par le dénominateur. Dans le modèle des deux faces d'un produit⁷, les aspects de la demande correspondent à la face des fonctions, c'est cette face ou ce point de vue qui permet de définir la valeur d'usage et d'estime d'un produit. Par contre c'est la face des solutions qui détermine en grande partie les coûts de production du produit (donc son prix d'achat) mais aussi ses coûts de maintenance, ses coûts d'utilisation, et ses coûts de recyclage en fin de vie. C'est cette face ou ce point de vue du produit qui permet d'apprécier sa valeur d'échange.

Rappelons, que pour de nombreux biens, le prix d'achat constitue de plus en plus qu'une partie de la valeur d'échange d'un bien. En effet, dans son opération d'achat, le client est amené dans des situations de plus en plus nombreuses, à prendre en compte le prix d'achat du bien mais aussi l'ensemble des coûts qu'il aura à supporter pour disposer de l'usage de ce bien tout au long de son cycle de vie et y compris les coûts de gestion de fin de vie de ce bien (liés notamment aux évolutions des règlements concernant différentes formes de recyclage). C'est en partie pour résoudre le manque d'informations concernant l'ensemble des coûts engendrés par la possession d'un bien que certains producteurs ont été amenés à vendre non plus un produit mais un service. L'exemple le plus connu est celui des constructeurs de photocopieurs qui vendent de plus en plus des services de photocopies, en passant des contrats de location et d'entretien avec leurs clients tout en restant propriétaire des machines.

La valeur économique selon l'AV oblige à revoir la notion d'utilité des économistes

Au sein de l'Analyse de la Valeur, l'utilité d'un bien est explicitée en termes de hiérarchies de fonctions (d'usage, d'estime, de contraintes) attendues de ce bien et de critères quantitatifs et/ou qualitatifs permettant de caractériser ces fonctions. L'Analyse Fonctionnelle est une méthode permettant de construire un compromis entre plusieurs individus sur l'utilité attendue d'un objet et ayant des points de vue différents sur cet objet. Cette démarche d'Analyse Fonctionnelle conduit à questionner la notion de valeur comme expression d'un désir individuel mise en avant par la théorie néoclassique, théorie de référence pour un grand nombre d'économistes et d'hommes politiques.

Il est important de rappeler que la notion d'utilité, n'a pas dans le langage économique dominant (la pensée néo-classique) le même sens que dans le langage ordinaire. Dans le cadre du langage ordinaire, l'utile est généralement lié au besoin ; l'utile est opposé à l'inutile, au nuisible au superflu, ce qui implique un certain jugement de valeur.

En sciences économiques, les réflexions sur l'utilité ont engendré un mouvement de pensée : "l'utilitarisme", mais le contenu de la notion d'utilité a évolué au cours de temps. Dans son ouvrage *Theory of Moral Sentiments* (1759), Adam Smith précise que le seul critère pour juger les lois et les institutions est « le degré avec lequel elles tendent à promouvoir le bonheur de ceux qui vivent sous leur juridiction. C'est leur seul usage et leur unique but ». Pour les auteurs classiques, se référant aux travaux du philosophe et théoricien du droit, Jeremy Bentham (1748-1832), une action (ou une loi, une institution) est utile si elle va dans le sens d'augmenter le bonheur de l'humanité. Quant à Stuart Mill, il écrit dans son livre *L'Utilitarisme* (1863), que cette doctrine « soutient que les actions sont bonnes dans la mesure où elles tendent à augmenter le bonheur ». Il est important de préciser que les utilitaristes anglais, entendent par bonheur « une vie remplie de la quantité et de la diversité la plus large possible de plaisirs ou états mentaux agréables » (Vergara 2002). Pour Bentham, l'utilité peut être mesurée et dans son *Principes de morale et de législation* (1789) il fait des efforts extraordinaires pour démontrer qu'on peut parvenir à mesurer l'utile. C'est pour lui la condition pour que la science remplace la morale et la religion (Denis, 1980). Considéré comme le père fondateur du "courant utilitariste", Bentham pensait avoir découvert avec l'utilité une loi de la nature et pour cela il aimait à se comparer à Newton⁸.

Pour la théorie néoclassique, est utile tout ce qui est désiré. On est passé du besoin au désir. « Le processus est désormais totalement subjectif : dès lors que je, moi seul, désire quelque chose, fût-ce n'importe quoi, et même quelque chose de totalement inutile au sens classique du terme, alors cette chose

⁸ « L'édit utilitaire s'autorise de la nature humaine. Le sépare-t-on de cette fondation réelle ou fictive, pour lui donner le visage moins impérieux d'une hypothèse, par exemple, ou d'une valeur parmi d'autres – et l'utilitarisme s'écroule. Et l'on a transformé une doctrine qui se voulait et se croyait scientifique, soutenue par la Nature, en ce que Bentham exérait : la morale qui ne s'autorise que de son auteur » (Nodier 1995).

acquiert une utilité » (Méda, 1999). Ce basculement du besoin au désir, a bien été mis en avant par Jean-Joseph Goux (1995), dans son article "*L'utilité : équivoque et démoralisation*" de la revue du MAUSS consacrée à l'utilitarisme. En reprenant l'évolution de la notion d'utilité, à travers Condillac, J-B Say, Walras, cet article de J-J Goux révèle tous les efforts de l'économie classique et néo-classique pour se démarquer de toute philosophie morale et pour enfin passer de l'économie politique à l'économie pure.

Pour J.J. Goux, le basculement de la notion d'utilité démarre explicitement avec J-B Say (1767-1832), mais c'est avec Auguste Walras, père de l'inventeur de l'économie marginaliste (Léon Walras) que l'on trouve le dévoilement de l'équivoque exprimée le plus clairement. C'est le souci de démarquer l'économie politique, puis l'économie pure, de tout jugement de valeur qui va conduire les économistes à s'intéresser à la seule satisfaction des désirs, ceux-ci étant considérés comme des données naturelles et donc seul point de départ possible pour construire une science économique. Auguste Walras explicite la différence entre la morale et l'économie politique « la première n'appelle utiles que les objets qui satisfont à des besoins avoués par la raison, tandis que la seconde accorde ce nom à tous les objets que l'homme peut désirer, soit dans l'intérêt de sa conservation, soit par un effet de ses passions et caprices ». La même préoccupation sera reprise par Léon Walras (1834-1910), avec encore plus de force : « Je dis que les choses sont utiles dès qu'elles peuvent servir à un usage quelconque et en permettre la satisfaction. (...) . Qu'une substance soit recherchée par un médecin pour guérir un malade, ou par un assassin pour empoisonner une famille, c'est une question très importante à d'autres points de vue mais tout à fait indifférente au notre. La substance peut être utile, pour nous, dans les deux cas, et peut être plus dans le second que dans le premier »⁹

Charles Gide a bien résumé, selon J-J Goux, les enjeux de ce basculement de la notion d'utilité en économie. Il souligne que si la notion d'utilité des marginalistes prolonge la classique valeur d'usage, elle s'en différencie sur deux points essentiels. D'une part, cette valeur utilité apparaît maintenant « définitivement divorcée de l'utilité au sens vulgaire et normatif de ce mot, de l'utilité considérée comme opposée à ce qui est nuisible ou superflu : elle n'exprime rien de plus que la propriété de satisfaire à un désir quelconque de l'homme, raisonnable, stupide, ou coupable, pain, diamant ou opium, il n'importe »¹⁰. D'autre part, il ne s'agit plus de la valeur d'usage d'un bien socialement reconnu utile, mais du désir d'un individu à un moment donné par rapport à un bien. Ainsi ce n'est pas l'utilité de tel bien qui est en jeu, mais l'intensité du désir d'un individu donné, en l'instant t, pour ce bien.

En réalité, l'économie néo-classique a échoué et on peut découvrir derrière l'économie pure, une certaine vision de l'homme (l'homo economicus rationnel, informé et autonome) et de la société (un système de valeurs bien déterminé, mettant en avant la primauté de tout individu à satisfaire ses désirs). L'approche de l'"Analyse de la Valeur" nous révèle que cette quête des économistes de construire une science économique sans référence aucune à des systèmes de valeurs, n'est pas seulement vaine, mais elle est, aussi, contraire à la pratique des différents agents économiques. Les concepteurs de nouveaux biens, en utilisant explicitement la méthode de l'Analyse de la Valeur et de l'Analyse Fonctionnelle sont amenés à essayer de définir des fonctions d'une manière la plus objective possible et ceci dans le cadre de systèmes de valeurs bien déterminés. C'est la notion traditionnelle d'utilité, de réponse à des besoins qui fonde leur démarche de conception et de construction d'une nouvelle offre de biens. Il en est de même de tout acheteur qui essaie de construire sa décision sur la base d'une estimation du rapport qualité / prix.

La valeur économique selon l'AV amène à s'intéresser à la construction sociale de la demande

Si par la méthode de l'Analyse de la Valeur (AV), un groupe de travail est susceptible de définir les caractéristiques des fonctions qui sont attendues sur un produit par les utilisateurs, cela signifie que l'utilité attendue d'un bien est en grande partie socialement construite. Ce constat est conforme avec les théories de la valeur sociale rappelée précédemment et renforce la pertinence du concept de valeur sociale. Il rejoint également les propos de René Passet dans son ouvrage "*L'Economique et le vivant*", (1996) : « Les besoins individuels des hommes ne s'analysent pas en dehors de l'influence sociale. Or toute société tend à susciter les besoins conformes à la logique de son propre développement ». Ceci est d'autant plus renforcé que de nombreuses consommations sont à la fois une réponse à un besoin et une production de signes vis-à-vis du groupe social. Cette vision de la finalité pour l'acte économique, conduit aussi à privilégier, en économie, les approches en termes de reproduction, par rapport au raisonnement en termes d'équilibre.

Notons que les conclusions de Passet sur la détermination sociale de la demande rejoignent les critiques de Marc Guillaume (1975) à propos de l'approche marxiste de la demande. L'objectif de son ouvrage "*Le Capital et son double*" n'est pas de décrire comment fonctionne la société capitaliste à un moment donné mais de chercher à comprendre comment cette société se reproduit et évolue en se

⁹ cité par Goux (1995)

¹⁰ cité par Goux (1995)

reproduisant. Pour Guillaume, le facteur déterminant semble bien la reproduction de la demande sociale. « Demande portée de plus en plus exclusivement par des signifiants produits par les entreprises et les organisations : objets de consommation, équipements, règlements, hiérarchie, assistance. Cela ouvre un nouveau champ d'investigation, celui d'une sémiologie économique. Il s'agit de montrer comment ces signifiants en s'organisant selon un code social façonnent les rapports sociaux et sont à la source de l'inégalité et de l'aliénation. Société "sémiocratique" dans laquelle, au-delà de la simple plus-value économique, la nouvelle classe dominante se définit par la maîtrise de ce code ».

Sans partager toutes les perspectives dressées par Guillaume, force est de reconnaître que la sémiologie économique est un champs de recherche important à développer pour comprendre comment émergent de nouvelles finalités, de nouvelles fonctions d'usage et d'estime à travers les processus d'innovation que ces processus impliquent des technologies dites traditionnelles mais plus encore lorsqu'il sont construits à partir des technologies de l'information et de la communication (TIC).

La valeur économique selon l'AV permet de rendre compte des processus de formation de la valeur

Dans la compréhension de la valeur économique des biens, il est important de distinguer les processus de formation de la valeur et les processus de réalisation de la valeur. La réalisation de la valeur incorporée dans un produit ou une organisation pour un service, s'opère dans l'acte d'achat sur un marché pour ce qui concerne la valeur d'échange et dans l'acte d'utilisation de ce produit pour ce qui concerne sa valeur d'usage. C'est dans la comparaison effectuée par le client avec les alternatives qui se présentent à sa décision d'achat (marché), que la valeur (d'usage et d'échange) d'un produit déterminé se réalise ou non.

Si la valeur économique d'un bien se réalise lors de son acquisition pour son aspect valeur d'échange et à travers son utilisation par un client pour son aspect valeur d'usage, ceci signifie que cette valeur avec ces deux aspects était déjà incorporée dans le bien. Seules les théories de la valeur travail ont essayé, avec beaucoup de difficultés, de rendre compte des processus de formation de la valeur en prenant en compte le point de vue de la production. Un des plus importants apports de la méthode de l'Analyse de la Valeur (AV) est de proposer une nouvelle compréhension des processus de formation de la valeur en centrant l'attention sur les processus de conception. L'AV nous oblige à décomposer les processus de formation de la valeur en deux processus successifs : les processus de conception de la valeur d'un bien qui s'opèrent au sein des activités de conception, et les processus d'intégration de la valeur dans un produit (ou un service) déterminé qui sont mis œuvre au sein des activités de production.

La valeur d'un produit se forme donc au sein des activités de conception et de production de l'entreprise. Cette réalité a bien été mise en avant par l'ouvrage "*La logique de la valeur*" « On sait depuis longtemps que de la conception à la mise sur le marché d'un produit, tout au long de la chaîne, il y a, au regard de l'attente du client, foison de gestes inutiles, de répétitions, de matières gâchées, de consommation de ressources sans objets, de temps perdus, de procédures, etc. , qui pourraient être économisés. L'expérience nous a appris que chaque progrès réalisé dans la réduction de ces coûts inutiles ouvre de nouvelles perspectives sur d'autres progrès, que chaque solution mise en œuvre pour accroître la valeur permet d'envisager de nouvelles solutions. On sait depuis longtemps que l'on peut produire plus de valeur pour un même coût. Mais cela suppose de travailler au cœur des processus de l'entreprise, là où se conçoit et se réalise le produit et là où se consomment les ressources, là où se forment les coûts inutiles (...). C'est en accroissant objectivement la valeur de ses produits que l'entreprise se donne le plus de chance de convaincre le client d'acheter à un prix qui lui permette de réaliser le plus de profit. C'est le cœur de la compétitivité : produire le meilleur produit au regard du client, au coût le plus bas, donc produire le plus de valeur possible. » (Jocou et Meyer, 1996)

En réalité la valeur d'un produit ne se forme pas dans une seule entreprise mais au sein de l'ensemble des entreprises qui participent à la production des composants et des sous ensembles d'un bien ou d'un service. Pour obtenir et maintenir un avantage compétitif, une entreprise doit comprendre tout le système de formation de valeur, de ses fournisseurs et clients et non pas seulement la partie dans laquelle elle agit. Pour appréhender cette dimension inter-entreprise de la formation de la valeur, Michael Porter (1980) a proposé le concept de "chaîne de valeur" : une méthode de découpage des entreprises, depuis les matières premières jusqu'aux consommateurs finaux, en activités pertinentes dans le but de comprendre le comportement des coûts et les sources de différenciation (au niveau fonctionnel) des produits¹¹.

CONCLUSION

¹¹ Philippe Lorino (1997) a proposé une définition légèrement différente de la chaîne de valeur « la combinaison des activités nécessaires à la fourniture de valeurs aux clients, par delà les frontières juridiques entre entreprises et les frontières techniques entre les métiers ».

A partir de la notion de valeur mobilisée par les concepteurs des objets matériels et immatériels que nous utilisons tous les jours, le présent papier propose de définir la valeur économique d'un bien, d'un service, d'un programme de formation, d'une organisation, d'une politique de développement;... comme étant le résultat d'un jugement de valeur qui permet de décider si son utilité, en termes de fonctions (c'est-à-dire les finalités et les objectifs à atteindre), compense les consommations de ressources qui sont liées à sa réalisation et à son usage. La notion de valeur économique proposée ici ne peut pas se mesurer, elle ne peut qu'être le résultat d'un jugement de valeur. C'est sa faiblesse mais cette faiblesse peut devenir sa force pour ceux qui pensent que les aspects les plus importants de la vie, comme le bonheur, la paix, la confiance dans le futur ne peuvent pas faire l'objet de mesures.

Il est important aussi de rappeler que la valeur économique est une notion relative à un moment donné, elle se définit par comparaison avec des produits et des services déjà disponibles et elle n'a de sens que pour des individus ou des groupes sociaux déterminés. On ne peut apprécier que des variations de valeur. Plus fondamentalement, la notion de valeur mobilisée par les concepteurs des objets matériels et immatériels, souligne que l'utilité attendue d'un bien est en grande partie socialement construite; mettant ainsi en avant la pertinence du concept de valeur sociale.

L'ambition de ce papier n'est pas de proposer une nouvelle théorie de la valeur, mais de contribuer à remettre la valeur économique au centre des débats des économistes. Si on pense qu'il n'y a pas de mesure objective de la valeur, qu'il n'y a pas d'unité de mesure de la valeur, et que la valeur économique est toujours relative à des individus et à des groupes sociaux bien déterminés, alors les débats sur la valeur économique doivent reposer sur une meilleure compréhension de comment se forment, comment évoluent les systèmes de valeurs des personnes ou des groupes sociaux concernés, et comment peuvent s'organiser les délibérations sur les systèmes de valeurs. Pour réfléchir sur la valeur économique, les économistes ont donc besoin de confronter leurs savoirs avec d'autres disciplines telles que la sociologie, l'anthropologie, la psychologie cognitive, les sciences morales et politiques, la philosophie.

Bibliographie

- AFAV, *L'Analyse de la Valeur*, AFAV, Paris, 1994
BTE, *Maîtriser la conception par l'Analyse de la Valeur*, Edition bte, Paris, 1991
CONDILLAC (de), *Le commerce et le gouvernement considérés relativement l'un à l'autre*, Paris, 1776
DELAFOUILLE G., *Analyse de la Valeur*, Hachette, Paris, 1991
DENIS H., *Histoire de la Pensée Economique*, coll Thémis, PUF, Paris, 1991
GENEREUX J., *Les vraies lois de l'économie*, Seuil, Paris, 2001
GOUX J.-J. (1995), L'utilité : équivoque et démoralisation, in *La revue du M.A.U.S.S.*, n°6, "Qu'est ce que l'utilitarisme?", La Découverte, Paris, 1995
GUERRIEN B., *Dictionnaire d'analyse économique*, La Découverte, Paris, 1996
GUILLAUME M., *Le capital et son double*, PUF, Paris, 1975
JOCOU P., MEYER P., *La logique de la valeur*, Dunod, Paris, 1996
LORINO PH., *Méthodes et pratiques de la performance*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1997
MEDA D., *Qu'est-ce que la richesse?*, Alto Aubier, Paris, 1999
PASSET R., *L'économie et le vivant*, Economica, Paris, 1996
PERRIN J., *Concevoir l'innovation industrielle, Méthodologie de conception de l'innovation*, CNRS Editions, Paris, 2000
PERRIN J., *Comment naissent les techniques, La production sociale des techniques*, Publisud, Paris, 1988
PERROUX F., *La Valeur*, PUF, Paris, 1943
PORTER M., *L'avantage concurrentiel*, InterEditions, Paris, 1986
SIMON H. A., *The sciences of the artificial*, The MIT Press, 1969
VERGARA F., *Les fondements philosophiques du libéralisme*, La Découverte, Paris, 2002