

défenseurs des politiques commerciales et industrielles stratégiques soulignent qu'il est important que les grandes sociétés nationales préservent les emplois bien rémunérés et tirent des rentes des marchés mondiaux.

Toutefois, la production de produits fabriqués en grande série représente de nos jours une proportion de moins en moins grande de la production des pays industrialisés. La croissance du revenu par habitant de ces pays, depuis la Seconde Guerre mondiale, a entraîné une augmentation de la demande de produits de qualité et d'un éventail de produits différenciés. La croissance du commerce entre ces pays, dans le cadre d'une même industrie, manifeste cette tendance. Le marché continue à évoluer. Les gens veulent des produits qui remplissent des fonctions précises. Si le traitement de textes est la seule chose que l'on attend d'un ordinateur personnel, toutes les autres fonctions ajoutées à la version normalisée de cet ordinateur sont coûteuses et compliquées pour l'entreprise qui achète ce genre de matériel. Les entreprises qui vendent des produits et services répondant à ses besoins particuliers ont davantage de chances de rester concurrentielles sur les marchés mondiaux. Par conséquent, les entreprises, même les plus prospères et les plus prometteuses, doivent mettre au point de nouvelles techniques qui leur permettront de survivre dans le climat actuel où la concurrence est de plus en plus serrée. Cela les oblige souvent à oublier la façon dont on travaillait à l'époque du marché de masse. Ce qui importe de plus en plus c'est la façon dont nous voulons organiser le travail étant donné les exigences des marchés d'aujourd'hui et la puissance des technologies actuelles⁸⁹. Aucune politique commerciale ou industrielle stratégique ne peut apporter ce genre de «réorganisation des entreprises». Les sociétés japonaises ont adopté des procédés de fabrication souples, comme nous l'avons vu au paragraphe 3.1 ci-dessus, non pas dans le cadre de la planification du MCCI ou du ministère des Finances, mais en fonction d'intérêts commerciaux qu'elles ont définis elles-mêmes.

Les sociétés japonaises ont démontré que a) chaque travailleur d'une organisation, du haut au bas de l'échelle, peut acquérir des connaissances si on lui en fournit l'occasion et b) les ordinateurs et la nouvelle technologie tels que les robots ont rendu périmées un grand nombre de tâches spécialisées, ce qui permet à une personne non seulement d'accomplir le travail de plusieurs employés, mais également de remplir diverses fonctions en même temps. Les nouvelles technologies d'informatique et de communication aideront les entreprises à adopter un mode de production souple. Toutefois, c'est la reproduction des méthodes et l'innovation qui jouent un rôle fondamental, et non pas les ordinateurs et les machines-outils. Les sociétés sont très découragées de constater que les milliards investis dans les ordinateurs au cours des dix dernières années n'ont pas permis d'accroître leur productivité plus qu'ils ne

⁸⁹ Michael Hammer et James Champy, *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*, New York; Harper Colling Publishers, mai 1993.