

B. L'ECONOMIE DES SERVICES

Depuis de nombreuses années, les économistes persistent à faire la distinction entre les marchandises et les services, soutenant que les marchandises découlent d'activités "productives" et que les services résultent d'activités "improductives" et inférieures. Selon Adam Smith:

"Le travail servile d'un domestique n'accroît nulle richesse... Et le travail de certains de ceux qui occupent les plus hautes positions dans notre société est pareil à celui des domestiques, ne produisant aucune valeur, ne se cristallisant et ne se matérialisant en aucun objet durable ou marchandise vendable qui subsiste après l'accomplissement du travail. Dans la même catégorie, on peut classer... les ecclésiastiques, les gens de loi, les comédiens, les farceurs, les musiciens, les chanteurs d'opéra, etc."

D'une façon générale, le Groupe de travail ne partage pas ce point de vue.

1. Certaines caractéristiques des services

Il est difficile de définir les services. En simplifiant un peu, on peut les décrire comme étant des biens économiques intangibles destinés à la vente ou à la distribution par le biais des marchés ou de programmes et d'institutions établis. Dans la plupart des cas, il est facile de distinguer les marchandises des services mais il existe des situations et des transactions limites qui regroupent les deux.

Les marchandises sont transférables tandis que seuls les services incorporés dans des marchandises le sont. De par leur nature intangible, les services ne peuvent être transportés ou entreposés mais doivent être offerts à l'utilisateur tels qu'ils sont produits, (par exemple, une pièce de théâtre, un service de location, une intervention chirurgicale ou une réparation de matériel) ou tels qu'ils sont fournis sur une période de temps, (par exemple, un service d'entreposage, d'éducation ou de consultation). Ainsi, les services sont des produits finals ou des produits offerts par des intermédiaires, et le secteur offre une gamme variée d'industries possédant chacune sa propre unité de mesure, qu'il s'agisse du nombre d'étudiants diplômés, de biens vendus, de tonnes déplacées, de visiteurs logés, de conseils donnés, de conversations transmises, etc. Ces unités de mesure finissent par se traduire en valeurs qui permettent de se faire une idée générale sur le secteur des services. Bien que, généralement, le coût de la prestation d'un service puisse être calculé et