

10 - Quand l'économie prend en charge d'autres critères que les prix

Le prix devient progressivement un indicateur parmi d'autres de la valeur. Les consommateurs fondent aussi leurs choix sur les notes attribuées par les autres consommateurs, qu'elles portent sur le produit lui-même, sur les services associés ou sur l'entreprise elle-même (e-réputation). Des agences de notation extra-financière évaluent l'impact environnemental, social, sanitaire des produits. Les consommateurs, mais aussi un nombre croissant d'investisseurs, prennent en compte ces évaluations dans leurs choix. Les entreprises doivent ainsi faire de plus en plus souvent des choix basés sur des critères « externes » à l'économie. Ces choix influent de manière croissante sur leur image, la demande pour leurs produits, leur niveau de taxation et *in fine* leur résultat économique.

Des outils existent d'ores et déjà tels que la "comptabilité universelle", mise au point par l'ordre des experts comptables en France, qui ajoute des colonnes à la comptabilité traditionnelle afin de suivre l'impact de chaque choix fait par l'entreprise.

Sur certains marchés, on teste même des prix et des monnaies multidimensionnels : tel produit coûte X euros, Y crédits carbone, Z litres d'eau, etc.

Cependant, ces tentatives suscitent aussi des interrogations. En quantifiant certaines valeurs jusqu'ici considérées comme intangibles (la réputation, la confiance, l'honnêteté...), ne risque-t-on pas d'ouvrir la porte à des comportements opportunistes, voire à de nouvelles formes de spéculation ?

Quand ? Quels faits déclencheurs ?

- 2010 : L'entreprise Mac Donalds utilise la comptabilité universelle pour évaluer l'impact de chacun de ses produits sur plusieurs critères, dont l'obésité des enfants.
- 2013 : Un groupe de grandes entreprises utilisent une comptabilité multicritères et étiquettent leurs produits selon 5 indicateurs, dont le prix. Elles en tirent un réel bénéfice commercial.
- 2017 : La France impose un certain nombre de critères nouveaux dans la comptabilité des entreprises et incite celles-ci à en utiliser d'autres.