



■■■ de 1930 –, que sa professionnalisation est plus récente encore et reste partielle. Mais c'est en revanche un marché en pleine expansion et à fort potentiel. Ce qu'ont bien compris TF1 et Canal +, qui ont choisi d'appliquer au foot féminin le grand principe libéral formulé au début du XIX^e siècle par l'économiste Jean-Baptiste Say selon lequel « toute offre crée sa propre demande ». Les deux chaînes ont fait le pari – réussi au vu des très bonnes premières audiences – que, avec leur offre très large et variée de matchs et de reportages, elles allaient susciter l'intérêt et créer une forte demande des téléspectateurs, attirant en masse consommateurs et annonceurs vers ce nouveau produit.

Payées en moyenne 43 fois moins que leurs homologues masculins (2 500 euros brut mensuels contre 108 000), les footballeuses de D1 pourraient aujourd'hui se plaindre, ce qu'elles ne font d'ailleurs pas, de la dure loi du marché. Mais elles auront demain, a fortiori si la France remporte la Coupe du monde, tout lieu de s'en réjouir. En se retrouvant en position de force pour négocier avec leurs employeurs d'importantes hausses de salaire, en constatant aussi que la dure loi du marché leur permet de gagner bien mieux leur vie que des championnes, non moins talentueuses, de canoë-kayak ou de tir à l'arc ■

Simplifier, c'est compliqué!

La complexité des politiques sociales appelle leur simplification. Une ardente obligation, mais qui apparaît, somme toute, assez délicate...

par Julien Damon*

Des réformes substantielles occupent l'actualité sociale : refonte des retraites, révision de l'assurance chômage, création d'un revenu universel d'activité. Une ambition commune à chacun de ces chantiers : la simplification. Celle-ci, après la planification puis l'évaluation, s'érige au rang d'ardente obligation de l'action publique.

L'intensité de la complexité devient particulièrement problématique. A trois échelles. Tout d'abord, la cohérence globale du système échappe à l'entendement. Face à des changements permanents, les spécialistes ne disposent plus de vue d'ensemble. Ce brouillage doctrinal n'est pas forcément embarrassant. Plus graves sont les embarras concrets des gestionnaires, caisses de Sécurité sociale et collectivités territoriales aux premiers rangs. Plus graves encore, l'incompréhension et les critiques des destinataires de ces politiques sociales s'accroissent. Les usagers ne comprennent pas des droits et prestations que ne savent pas leur expliquer des techniciens ou conseillers dépassés. La simplification s'impose donc pour dépasser les impasses doctrinales, les défaillances gestionnaires, les tracasseries individuelles. Au fond, deux légitimités fondent la simplification : une légitimité économique pour faire mieux, avec sinon moins, du moins probablement pas plus ; une légitimité démocratique pour assurer lisibilité et efficacité des politiques sociales.

Simplifier se prescrit donc aisément. Pour la mise en œuvre, deux écueils se profilent systématiquement. Simplifier peut produire des gagnants, mais se révéler inabordable budgétairement. À l'inverse, faire des perdants est politiquement périlleux. Sachant qu'il est aisé de compliquer progressivement et compliqué de simplifier drastiquement, il faut bien du courage pour aller au-delà de l'annonce de « chocs de simplification » et les réaliser véritablement. Sans fantasmer un superbe jardin à la française, des voies s'ouvrent grâce à la révolution numérique. La complexité peut se digérer dans les systèmes d'information et la simplicité s'offrir dans la relation de service aux clients et aux usagers. Il n'y a probablement rien de plus impérieux, mais aussi de plus périlleux, que de simplifier les organisations pour simplifier la vie des gens. Le grand problème est que le bureaucrate qui complexifie, c'est toujours l'autre. Par conséquent, en particulier dans la sphère sociale, tout le monde est d'accord pour briser la bureaucratie et pour simplifier. À condition de ne pas être le simplifié. Une grande question surgit donc : on commence par qui ? ■

* Sociologue. Auteur de « Quelle bonne idée ! 100 propositions plus ou moins saugrenues dans l'espoir fou de refaire le monde » (Le Point/PUF, 240 p., 16 €).

Une grande question surgit : on commence par qui ?