



L'esprit pionnier des États-Unis à l'épreuve de la crise

Par Esther Benbassa

Esther Benbassa est historienne à l'École pratique des hautes études, actuellement professeur invité à New York University. Évoquant la résilience américaine, elle analyse cet esprit de combativité, toujours intact outre-Atlantique.

Ce pays est fondé sur l'appétit pour le risque. Nous ne voulons pas être la France. » Ces mots, repris par A. Berenson dans un éditorial récent du *New York Times*, sont de Jeffrey Garten, professeur à Yale et ancien sous-secrétaire d'État au Commerce sous l'Administration Clinton. Cet appétit du risque a un coût : volatilité des retraites par capitalisation avec la grande crise de Wall Street, économie en berne, bientôt le chômage, des salaires à la baisse, dans un pays où chacun pense avoir la liberté de se faire et de se refaire, et qui, malgré tout, défend le capitalisme coûte que coûte.

C'est aussi sous la pression populaire que le vote du *bail-out* a tant tardé. On avait perdu sa maison, mais on ne voulait toujours pas de la nationalisation déguisée des banques. Malgré l'euphorie des Bourses pendant quelques jours, on n'ose plus se voiler la face et occulter la récession qui menace l'Amérique, comme par ailleurs l'Europe. Ici, on ne se mobilise

pas contre les sifflets huant *La Marseillaise* pour détourner les esprits des vrais problèmes. Après tout, en Amérique, brûler

« L'État-providence nous protège ou nous donne l'illusion d'être à l'abri du risque. À force de peser sur l'individu, il a commencé à le priver de cette créativité qui, en Amérique, se réveille lorsque tout va mal »

le drapeau n'est pas un délit. Le libéralisme y vaut aussi pour la liberté d'expression.

Le capitalisme changera peut-être de visage dans les années à venir, la crise va toucher tous les milieux, mais la combativité, aux États-Unis, reste la règle, même malgré les

coups durs. Un peuple foncièrement résilient que le peuple américain. L'appétit du risque, c'est aussi l'énergie de résister, mais surtout de se réinventer loin du cocooning étatique, qui nous a assoupiés en France face au défi. L'État-providence – une providence en voie d'extinction, d'ailleurs – nous protège ou nous donne l'illusion d'être à l'abri du risque. Cette protection est sans doute nécessaire, mais, à force de peser sur l'individu, elle a commencé à le priver de cette créativité qui, en Amérique, se réveille lorsque tout va mal.

Certes, les Américains moyens ont perdu bien plus d'argent que les Français moyens. Ces derniers investissent moins en Bourse ; leurs retraites ne sont pas capitalisées ; grâce à des avantages sociaux bien plus importants, ils s'engagent moins dans des opérations financières hasardeuses pour se prémunir contre les aléas de la vie et de la santé ; les emprunts qu'ils contractent pour l'acquisition de leur logement se font le plus souvent à taux fixe. Et lorsque la

récession s'installera un peu partout dans les mois à venir, les Américains en pâtiront encore plus. Il leur incombera de trouver individuellement les moyens de sortir de la crise.

Une inventivité au jour le jour qui sera mise au service de la collectivité ou, comme on le dit ici, de la « communauté », tant la conscience est grande que l'État n'est pas là pour soutenir. Il faudra continuer à payer son assurance-maladie, les études de ses enfants, épargner pour ses vieux jours et surtout trouver de quoi vivre. Face à cela, ce ne sont ni les 35 heures ni les vacances qui les préoccupent.

L'anxiété est grande dans la population. Les journaux dispensent des recettes pour la vaincre avec une bonhomie inimaginable. D'ailleurs, dans les rues de New York, le refrain est le même : « *J'ai beaucoup perdu mais je m'en sortirai quand même. J'ai pris des risques et j'ai perdu. Mais j'ai aussi parfois gagné.* » Les magasins ont vite décrété les soldes de mi-saison pour booster les ventes. Les menus

d'austérité sont à l'ordre du jour dans les restaurants. On s'évertue à créer l'événement autour de Halloween, promotions à la clé, en s'ingéniant à attirer le chaland avec des propositions d'achat raisonnables : 29 % des interviewés pour un récent sondage déclarent qu'ils vont réduire leurs dépenses pour l'occasion. On capitalise sur l'inquiétude des consommateurs. Halloween sera aussi l'occasion de programmer un grand nombre de films d'horreur afin de distraire. L'horreur comme palliatif...

Le slogan de la campagne de vente des magasins Wal-Mart, le plus grand détaillant du pays, est : « *Économisez de l'argent, vivez mieux.* ». Et que dire de l'intitulé de ce forum public : « *Après Wall Street : est-ce que New York peut se réinventer ?* » Une vraie question, témoignage de cet optimisme toujours en marche dans un pays d'éternels pionniers. Il y a aussi cette foi dans Obama, possible sauveur, dont on achète sans compter les badges à New York.