

arguments & ripostes

Un an de Sarkozy :
un an d'illusions et de régressions !

DES GESTICULATIONS CONSTANTES SUR LES PRIX DANS LA GRANDE DISTRIBUTION

A lors que l'inflation repart de plus belle, que le pouvoir d'achat des Français ne cesse de baisser, le gouvernement veut mettre en place des mécanismes censés favoriser la concurrence pour faire baisser les prix dans la grande distribution.

Il s'agit en réalité pour le gouvernement de favoriser l'extension des grandes surfaces et de donner plus de liberté aux mêmes distributeurs, qui ainsi renforceront leur main-mise sur l'ensemble du processus de consommation.

Les lois Raffarin puis Royer, les mesures prises par le Ministre de l'Économie Sarkozy en 2004, n'avaient d'autre but que de renforcer la concurrence, censée faire baisser les prix à la consommation. Elles n'ont nullement empêché la hausse vertigineuse des prix, notamment des produits de première nécessité, la dégradation des conditions de travail dans ces entreprises, et la pression insupportable sur les producteurs.

On peut s'inquiéter des effets pervers, déjà à l'œuvre, d'un tel système : renforcement des monopoles, disparition du petit commerce, avec pour corollaire des disparitions d'emploi, dévitalisation économique des centre-villes. On peut aussi craindre une amplification de la dégradation des conditions de travail dans la grande distribution.

En outre, ces dispositions vont renforcer le pouvoir et l'influence des grandes marques de distribution, qui vont davantage encore pouvoir imposer leurs diktats, leurs choix, leurs prix, avec les conséquences que l'on connaît pour les petits producteurs.

Des dispositions concrètes et coercitives doivent aujourd'hui être prises pour encourager une saine concurrence, en faisant en sorte que des enseignes différentes soient présentes sur une même zone de chalandise, et en interdisant expressément les ententes tacites. Il convient également d'en finir avec les marges-arrières, causes de charges inacceptables pour les PME qui fournissent les distributeurs, et d'opacité des relations commerciales.

