

Sarkozy et le pouvoir d'achat

Est-ce que les élites qui nous gouvernent sont obtuses, ne savent pas comment fonctionne un commerce, ce qu'est un marché libre et non faussé, ou font-ils semblant ? Histoire encore une fois de vouloir nous faire avaler des couleuvres. QUI A DIT QUE LA CONCURRENCE PERMETTAIT DE FAIRE BAISSER LES PRIX ? La concurrence a certes des avantages pour le consommateur, celle de mieux le servir, de lui donner des produits dans des conditions les meilleures, de lui donner l'occasion de choisir ce qui lui convient le mieux, mais s'il est question parfois de lui permettre de payer moins cher le même produit, ce n'est qu'occasionnel. Une marge, qu'elles soit arrièrè ou avant reste un marge. Donc une grande surface ne fait pas dans la philanthropie. Si elle baisse ses prix c'est qu'elle le répercute ailleurs pour, en final maintenir ses marges brutes. Il faut bien récompenser ses actionnaires.

La concurrence peut parfois empêcher que des prix s'envolent quand un marché s'ouvre. Le seul cas où les prix peuvent effectivement baisser, c'est quand un intermédiaire, le commerçant donc, arrive à faire des économies d'échelle en diminuant ses propres prix d'achats et en économisant sur ses frais fixes. C'est ce qui s'est passé quand Leclerc et autres ont investi dans des grandes surfaces en diminuant en même temps les frais fixes de personnel (vendeurs, etc.) et en présentant les produits dans des entrepôts sans fioritures, sans faire de bel achalandage, etc. Mais c'était au début, dans une période où il était pensable de gagner des parts de marché au détriment des petits commerces de proximité, dans une période où le pouvoir d'achat de la population était en hausse.

Maintenant que les grandes surfaces sont implantées, maintenant qu'elles ont des clientèles captives (grand choix de produits sur place, possibilité pour le client de faire ses courses moins fréquemment qu'auparavant, de les stocker etc.,) maintenant qu'elles ont réussi à maintenir des marges

suffisantes en pressurant leurs propres fournisseurs, elles ne vont pas se poser longtemps la question : faut-il baisser volontairement notre marge brute en baissant les prix pour faire plaisir au gouvernement ou à la population, ou faut-il faire plaisir à nos actionnaires en leur offrant toujours autant sinon plus de dividendes ? Faire plaisir (?) aux deux consisterait à diminuer encore leurs frais fixes, c'est-à-dire de diminuer les frais de personnel...

Dans ces conditions, penser qu'un « hard discounter », dont le rayon d'influence est limité, les choix de marchandises dans une surface plus petite qu'un Hyper, serait assez fou pour l'attaquer sur les prix, est une illusion : la concurrence quand il s'agit de se faire la guerre des prix a ses limites. D'autant que les ententes explicites ou implicites sont la règle.

Le premier moyen de faire pression sur les fournisseurs est de leur imposer leur propre prix d'achats. Une autre façon consiste à gagner sur le montant même du chiffre d'affaires, en les payant à plus long terme, (alors que vendant au détail, ils sont évidemment payés comptant). Bénéfice financier qui s'ajoute à la marge bénéficiaire classique. Sans compter qu'ils peuvent toujours diminuer le nombre des caissières déjà peu payées, en les remplaçant par des automates (ça commence déjà). Le self-service serait alors complet. Il ne restera plus comme dans « les Temps modernes » de Charlie Chaplin, qu'à se faire servir à manger également par un automate !

Louis Peretz