

Tribune GRANDE CONSO

à retrouver sur www.olivierdauvers.fr

VOUS ÊTES **8065**
CADRES DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

N° 93 MARS 2011
TGC - Editions DAUVERS
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES
02.99.50.18.90 olivier@olivierdauvers.fr

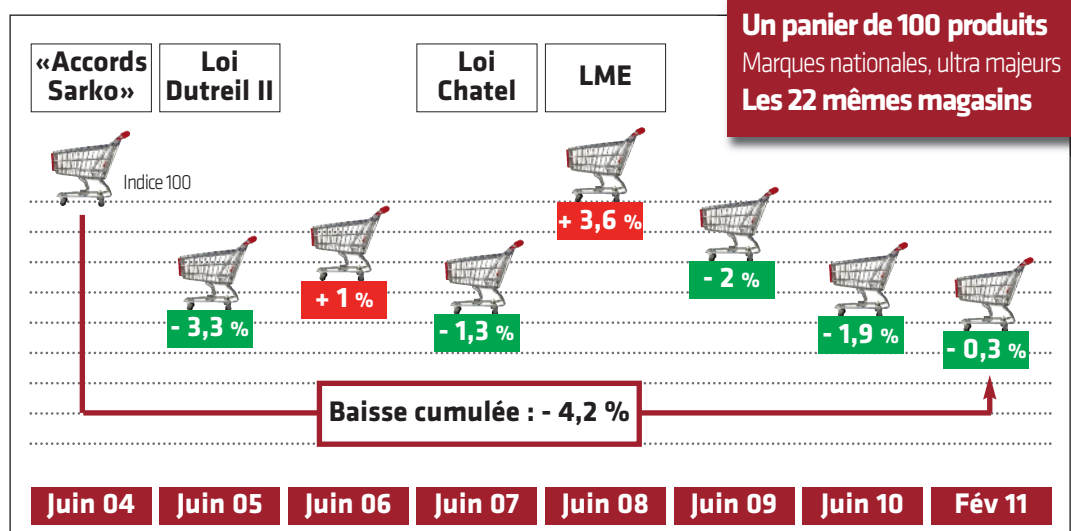
LE BLOCNOTES DU 1^{ER} MARS

Prix : la hausse sans doute, la baisse c'est sûr !

LES FAITS. Depuis juin 2004, veille des «accords Sarko», les prix des marques nationales ont largement baissé en rayons. Une réalité tangible qui, à date, n'intéresse évidemment personne !

Alea jacta est ! Depuis hier soir et les toutes dernières signatures des accords 2011 (jusqu'à tard dans la soirée et parfois à l'étage de la présidence), le sort des clients en est donc jeté. Ils passeront à la caisse. Car, assurent en chœur économistes, prévisionnistes et, naturellement, les directions commerciales des marques, «la hausse est inévitable». La faute aux matières premières ! Sans doute. Les cours du concentré de jus d'oranges, du café ou de la poudre de lait en sont même devenus des indicateurs quasi quotidiens d'une presse grand public qui se complait à alarmer les masses laborieuses. **En boude donc, un seul et même message : les prix augmentent, encore et toujours.**

Rien de plus approximatif pourtant. Car autant la hausse à venir est une évidence, autant la baisse passée est une certitude. En témoigne l'étude menée dans les 22 mêmes hypers et



supers de Rennes depuis 2004 par le magazine RENNES CONSO*. Du 15 juin 2004 (avant-veille des «accords Sarko» qui ont véritablement enclenché la sortie de l'ère Galland) au 15 février 2011, le panier de 100 produits ultra-majeurs a baissé de plus de 4 %. Avec des cas spectaculaires : un reflux égal ou supérieur à 20 % pour Nescafé, Lipton Yellow, Bordeau Chesnel, etc. Preuve que le vent de libéralisation dans la fixation des prix insufflé par les «accords Sarko», puis les lois Dutreil II, Chatel et, enfin, LME a porté ses fruits.

Malgré la force de l'évidence (et la caution d'autres études non publiques, mais aux conclusions similaires), la baisse des prix n'intéresse – hélas – aucun chroniqueur... **Quel grand média oserait aujourd'hui titrer sur une baisse des prix, au risque de se muer, dans l'esprit de ses lecteurs, en suppôt du pouvoir ?** Pas un, évidemment. Pourquoi ? Simplement parce que la presse grand public contemporaine n'est plus le creuset de l'honnêteté intellectuelle qu'elle fût mais juste un... produit comme un autre qui cherche

à plaire au plus grand nombre. Et, qu'à l'évidence, écrire ce qu'un lecteur a envie de lire est encore le meilleur moyen de le séduire. Quitte – sans jamais la travestir, ô crime ! – à s'arranger avec la réalité. C'est ainsi que les heureuses conséquences de la fin de l'ère Galland resteront donc une... non-information !

Olivier Dauvers

RENNES CONSO est un magazine grand public gratuit (130 000 ex tous les mois) que j'écite sur Rennes depuis 2004. Plus d'infos et dernier numéro sur : www.olivierdauvers.fr

LA BIBLIOTHÈQUE

éditions
DAUVERS

www.olivierdauvers.fr

Toujours
disponibles

