

Tribune

GRANDE CONSO

réagissez sur www.olivier-dauvers.a3w.fr

VOUS ÊTES **5779**
CADRES DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

N° 33 SEPTEMBRE
TGC - Editions DAUVERS
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES
02 99 50 18 90 odauvers@wanadoo.fr

POURQUOI LES FRANÇAIS SONT CONVAINCUS QUE LEUR POUVOIR D'ACHAT BAISSÉ

Pouvoir d'achat ou... vouloir d'achat ?

La semaine a été marquée par le retour du pouvoir d'achat sur le devant de la scène. C'est même déjà, selon certains, l'enjeu des prochaines élections. Indépendamment des mesures annoncées par de Villepin et des promesses des candidats, le sentiment d'un pouvoir d'achat défaillant demeurera intact tant que le "vouloir d'achat" progressera aussi rapidement.

Le pouvoir d'achat est partout. Le week-end à La Rochelle où le Parti Socialiste tenait université. Sur TF1, lundi soir, où Dominique de Villepin détaillait ses "mesures de soutien au pouvoir d'achat". A la une du magazine consommériste 60 millions qui entend rétablir la "vérité des indices". Et même depuis mardi en grosses lettres sur les affiches Leclerc pour célébrer l'arrivée du lot virtuel dans la politique promotionnelle de l'enseigne (enfin...) et le retour massif du bon d'achat. Autant d'illustrations de l'importance supposée du pouvoir d'achat pour le consommateur et... le citoyen. En dramatisant ainsi le sujet chacun à leur manière, politiques, acteurs économiques ou médias confortent les Français dans l'opinion couramment

Comment E.LECLERC DEFEND VOTRE POUVOIR D'ACHAT avec du dentifrice

3 pour 2

3€39 LE LOT

20% en ticket Leclerc

E.LECLERC

Leclerc et l'air du temps !

Voilà encore Leclerc en plein dans le mille. Alors que le pouvoir d'achat est incontestablement "le" mot de la semaine, Leclerc entame sa campagne de rentrée exactement sur ce thème. La mécanique promo n'a rien d'originale (le 3 pour 2 se retrouve aussi au même moment chez Carrefour et Géant entre autres), mais le mode de communication qui replace l'opération dans le combat consommériste historique de l'enseigne démontre encore une fois sa capacité à flairer l'air du temps. A moins qu'il ne s'agisse que d'un pur hasard... Auquel cas le hasard aura encore une fois bien fait les choses !

admise d'une stagnation (au mieux) ou d'un recul (au pire) du pouvoir d'achat. Confortent, mais aussi alimentent ce sentiment d'appauvrissement. Un sentiment bien plus qu'une réalité. Même 60 millions, qui entendait, à juste titre, démonter la vision idéaliste de l'INSEE en la matière, en a conclu à une progression du pouvoir d'achat. Oh!, certes, pas de quoi s'enflammer... De juin 2005 à juin 2006, les ménages ont gagné en moyenne 68 euros supplémentaires par mois dont 47 euros ont été grignotés par l'inflation. Soit un solde net de 21 euros, équivalent à une hausse du pouvoir d'achat de 0,9 %. Mais est-ce l'essentiel ? Une hausse de 1,5 % (c'est-à-dire, en

termes macro-économiques, un écart considérable) changerait-elle le sentiment général ? Probablement pas. Car la perception du pouvoir d'achat dépend tout autant de la froide réalité du budget familial que du "vouloir d'achat". Bienvenue dans la société de la "consommunication" ! L'offre est abondante (la société de consommation) et elle est largement diffusée et connue (la société de communication). Et c'est bien cette offre qui alimente – fort adroitement il faut l'admettre – le "vouloir d'achat", bien au-delà de l'évolution du pouvoir d'achat. Pendant que l'un explose (le vouloir d'achat), l'autre suit une pente douce (le pouvoir d'achat). Au-delà d'un

appauvrissement, c'est bien d'une frustration dont il s'agit. Même les mots sont parfois cruels... Prenez le marché des nouveaux écrans. "Ils se démocratisent", peut-on lire ici ou là. De fait, en 18 mois, le prix des plasma a été divisé par deux : de 3 000 à 1 500 € pour le même article de bonne qualité. C'est certes une extraordinaire déflation, alimentant toujours le... vouloir d'achat. Mais c'est encore... 1,5 fois le Smic, posant avec acuité le problème du pouvoir d'achat. Autrement dit, même la plus audacieuse des propositions politiques actuelles – coup de pouce immédiat de 8 % sur le Smic, par Laurent Fabius – ne changera pas durablement la situation des masses laborieuses. Et quand bien même les Smicards gagneraient en pouvoir d'achat réel, l'enrichissement permanent de l'offre créera autant de nouvelles frustrations, confortant le sentiment d'un pouvoir d'achat souffreteux. Preuve que la perception du pouvoir d'achat dépend aussi (et surtout ?) du vouloir d'achat.

IFM

34^e Journées Annuelles

28, 29 et 30 novembre
Paris La Défense

Le point de vente l'arme absolue

Comment faire du point de vente
le véritable levier de croissance...

Renseignements : www.ifm.asso.fr

Olivier DAUVERS