



Extrait du Association pour l'Économie Distributive

<https://www.economiedistributive.fr/Pouvoir-d-achat-et-marges,54>

Pouvoir d'achat et marges commerciales

- La Grande Relève - N° de 1935 à nos jours... - De 1998 à 2009 - Année 2005 - N° 1059 - novembre 2005 -

Date de mise en ligne : vendredi 4 novembre 2005

Copyright © Association pour l'Économie Distributive - Tous droits réservés

Focalisée sur la seule revendication salariale, l'action syndicale concernant l'accroissement du pouvoir d'achat semble en négliger l'autre facteur : celui des prix, des marges commerciales parfois délirantes, pratiquées à la seule initiative des distributeurs, détaillants, prestataires de services...

Des "charges", nécessairement incluses dans les prix, il faut retenir tout particulièrement les budgets publicitaires et leur démesure.

Augmenter les salaires c'est augmenter les coûts et les prix, réduire la compétitivité des entreprises de production et, souvent, le pouvoir d'achat des consommateurs à revenus fixes.

Réduire les prix au niveau de la distribution offre un tout autre intérêt tant pour la majorité des consommateurs que pour les entreprises, celles-ci conservant la maîtrise de leurs propres marges, tout en bénéficiant d'une relance de la consommation.

Il y a des moyens propres à diminuer les prix : légiférer pour fixer des limites aux marges commerciales ; faire pression sur les firmes conseillant des barèmes de prix à leurs concessionnaires et auprès des Chambres syndicales de commerçants. Axer la revendication sur le niveau des marges commerciales, sur une diminution des budgets publicitaires et des gaspillages qui leur font cortège. Et même des grèves d'achat ciblées, un boycott ou des manifestations à l'image de celles des agriculteurs.

*

Ou bien changer la règle du jeu, pour dissocier les revenus des prix : distribuer les revenus en monnaie de consommation, en contrepartie d'un service social.

Autrement dit, dissocier les revenus de l'emploi (de sa durée, de sa permanence) et dissocier les prix des coûts (le "bon prix" étant propre à écouler les approvisionnements au rythme des flux de production).

Mais sans un projet monétaire innovant, il est vain d'espérer remettre d'aplomb une société pareillement dévoyée par d'absurdes usages monétaires où la rentabilité entre en conflit quasi-permanent avec l'utilité, la sécurité, la qualité, l'abondance et la moralité.