



Il y a quelques années au comité d'entreprise d'un établissement du principal groupe agroalimentaire de France :

Le patron dit : Mesdames et messieurs du CE je vous ai présenté les résultats de ce début d'année, ils sont stables mais notre objectif pour cette année est une progression de 3%. Pour atteindre ce résultat nous devons investir 7 milliards en publicité ...

Ils l'ont fait et ils ont atteint leur objectif. Chaque fois qu'une situation équivalente c'est présentée le résultat a été identique, comme dans une équation mathématique : tant de milliards égale tant de ventes supplémentaires. Cette relation immuable m'a toujours inquiété.

Pour vous expliquer cette inquiétude, je dois vous raconter une autre séance de CE. Elle se déroulait bien avant, avec le premier patron que j'ai connu, un homme dur mais beaucoup moins menteur que ceux qui lui ont succédé. Au cour d'une réunion où je critiquais des augmentations de tarifs inexplicables face à une baisse des coûts de production, ce DG m'a répondu : « Monsieur Jury vous ne comprenez rien. En économie de marché les prix de vente n'ont aucun rapport avec les prix de production, ils sont uniquement fixés en fonction de ce que le consommateur est prêt à payer pour ce produit. »

Il avait raison et ces deux réflexions m'ont fait comprendre les sommes énormes

dépensées en publicité. Il faut savoir que, les dernières années avant ma retraite, le budget publicité de cette entreprise, produisant une eau minérale réputée, était déjà supérieur à la masse salariale !

Le résultat de ces dépenses faramineuses c'est que beaucoup de consommateurs acceptent de payer ces eaux « haut de gamme » trois fois plus cher que des eaux « bas de gamme ». Les coûts de production sont pourtant peu différant et la différence de qualité, sujet plus subjectif, ne me semble pas présenter plus d'écart. D'autres exemples montrent que la publicité est aujourd'hui utilisée plus pour vendre cher que pour vendre plus.

Pendant une période de chômage j'ai lu « Le Capital » ou Marx démontre la génération du profit par l'exploitation de la classe ouvrière, livre important mais complexe que peu de communistes ont lu et encore moins l'ont compris. Dans ces dix volumes d'analyses économiques il n'y avait que quelques pages consacrées aux profits exceptionnels. Cette faible place était justifiée à cette époque car seul de rares cas de progrès technologiques ou autres circonstances occasionnelles permettaient à certains patrons de réaliser des bénéfices supérieurs à ceux résultant de l'exploitation conventionnelle. L'économie de marché a permis que, pour tous les biens de consommation, les profits exceptionnels soient la règle. En détachant complètement les prix de vente des prix de production, l'économie de marché est devenue une économie de voleur. Plus de limites au gonflement des profits tant que l'on arrive à convaincre le consommateur de payer un prix exorbitant pour n'importe quel produit. La publicité sert à cela et il n'est pas étonnant qu'elle envahisse tous les moyens de communication, journaux, radios, télévisions, Internet, ... Ils ont même réussi à convaincre une majorité qu'il était normal de supporter de longues minutes de ces messages ridicules pour pouvoir suivre la suite de leur émission, de leur film.

L'efficacité de ces techniques marketing me fait peur, que l'on arrive à influencer un grand nombre de personnes par des messages sans rapport avec les qualités des produits cités fait douter de la capacité de la majorité à juger intelligemment de toutes choses. Cela est particulièrement inquiétant quand on sait que les mêmes techniques sont utilisées par les grands partis politiques à chaque élection. Cela explique toutes les affaires de financements illégaux et, surtout, fait douter de la santé de la démocratie aujourd'hui.

Je rêve d'un monde où tous les gens ne soient pas si influençables, qu'en regardant une publicité ils soient conscients que les prix exorbitants des publicités c'est eux qui les payent et que sachant cela ils se disent : « Il faut que j'essaie un autre produit, il est peut-être équivalent et, c'est sûr beaucoup moins chers. »

En politique les choses sont un peu plus complexes, mais privilégier des hommes réellement indépendants des puissances financières et industrielles est indispensable si l'on veut stopper cette déliquescence de la démocratie.