



## Les supermarchés et la crise alimentaire mondiale

Par [Esther Vivas](#)

Thème: [Pauvreté et inégalités sociales](#)

Mondialisation.ca, 27 novembre 2009

27 novembre 2009

La crise alimentaire a laissé sans nourriture des millions de personnes dans le monde. Au chiffre de 850 millions de personnes souffrant de la faim, la Banque mondiale en a ajouté 100 de plus suite à la crise actuelle. Ce « tsunami » de la famine n'a rien de naturel, il est au contraire le résultat des politiques néolibérales imposées depuis des décennies par les institutions internationales. Aujourd'hui, le problème n'est pas le manque d'aliments en quantités suffisantes mais bien l'impossibilité d'y avoir accès, du fait des prix élevés.

Cette crise alimentaire laisse derrière elle une longue liste de gagnants et de perdants. Parmi les plus affectés on retrouve les femmes, les enfants, les paysans expulsés de leurs terres, les pauvres urbains... En définitive, ceux et celles qui constituent la masse des opprimé/es du système capitaliste. Parmi les gagnants se trouvent les multinationales de l'industrie agro-alimentaire qui contrôlent du début jusqu'à la fin toute la chaîne de production, de transformation et de commercialisation des aliments. Ainsi, alors que la crise alimentaire frappe principalement les pays du Sud, les multinationales connaissent une forte croissance de leurs profits!

### Monopoles

La chaîne agro-alimentaire est contrôlée à chaque étape (semences, fertilisants, transformation, distribution, etc) par des multinationales qui accumulent des bénéfices élevés grâce à un modèle agro-industriel libéralisé et dérégulé. Un système qui compte avec le soutien explicite des élites politiques et des institutions internationales qui placent les profits de ces entreprises au-dessus de la satisfaction des besoins alimentaires des personnes et du respect envers l'environnement.

La grande distribution, à l'image d'autres secteurs, se caractérise par un haut niveau de concentration capitaliste. En Europe, entre les années 1987 et 2005, la part de marché des 10 plus grandes multinationales de distribution représentait 45% du total et on prévoit qu'elle atteindra 75% dans les 10-15 années à venir. Dans des pays comme la Suède, trois chaînes de supermarchés contrôlent autour de 91% du marché et au Danemark, Belgique, Etat espagnol, France, Pays-Bas, Grande-Bretagne et Argentine, une poignée d'entreprises dominant entre 45 et 60% du marché.

Les méga-fusions sont monnaie courante dans ce secteur. De cette façon, les grandes multinationales, basées dans les pays occidentaux, absorbent les chaînes plus petites dans toute la planète, s'assurant une expansion à l'échelle mondiale et tout particulièrement dans les pays du Sud.

Cette concentration monopolistique permet de garantir un contrôle déterminant sur ce que

nous consommons, à quel prix, leur provenance, la manière dont les produits sont élaborés, avec quels ingrédients, etc. En 2006, la deuxième plus grande entreprise au monde par le volume des ventes a été Wal-Mart, et dans le top 50 mondial de ces firmes figurent également Carrefour, Tesco, Kroger, Royal Ahold et Costco. Notre alimentation dépend chaque jour un peu plus des intérêts de ces grandes chaînes de vente au détail et leur pouvoir s'illustre dramatiquement dans les situations de crise.

De fait, en avril 2008 et face à la crise alimentaire mondiale, les deux plus grandes chaînes de supermarchés des Etats-Unis, Sam's Club (propriété de Wal-Mart) et Costco ont choisi de rationner la vente de riz dans leurs établissements pour gonfler les prix. Chez Sam's Club, on a limité la vente de riz à trois variétés (basmati, jasmin et long grain) ainsi que la vente des sacs de riz de 9 kilos à 4 kilos par client. Chez Costco, la vente de farine et de riz a été limitée. En Grande-Bretagne, Tilda (principal importateur de riz basmati au niveau mondial) a également établi des restrictions sur la vente. Avec ces mesures a été mise en évidence la capacité des grandes chaînes de distribution d'influencer l'achat et la vente de produits déterminés, de limiter leur distribution afin d'influencer la formation des prix. Un fait qui ne s'était plus produit aux Etats-Unis depuis la IIe Guerre mondiale lorsque des restrictions avaient été imposées sur le pétrole, le caoutchouc, les ampoules, mais non sur les aliments.

### **Changements d'habitudes**

Une autre dynamique qui a été mise en relief avec la crise alimentaire a été le changement d'habitudes au moment des achats. Devant la nécessité, de la part des clients, de se serrer la ceinture et d'aller dans les établissements aux prix plus bas, les chaînes de discount ont été les grandes gagnantes. En Italie, Grande-Bretagne, Etat espagnol, Portugal et France, ces supermarchés ont vu leurs ventes augmenter de 9 à 13% au premier trimestre 2008 par rapport à l'année antérieure.

Un autre indicateur du changement de tendances est l'augmentation des ventes des « produits blancs » qui s'élèvent, selon les chiffres du premier trimestre 2008, en Grande-Bretagne, à 43,7% du volume total des ventes, 32,8% dans l'Etat espagnol, 31,6% en Allemagne et au Portugal et autour de 30% en France. Ce sont justement ces « produits blancs » qui offrent le plus de bénéfices aux grandes chaînes de distribution et qui permettent une plus grande fidélisation de leur clientèle.

Mais, au delà du rôle que la grande distribution peut jouer dans une situation de crise (avec les restrictions à la vente de certains produits, les changements d'habitudes d'achats, etc), ce modèle de distribution exerce au niveau structurel un contrôle étroit qui a un impact négatif sur les différents acteurs qui participent à la chaîne de distribution alimentaire: paysans, fournisseurs, consommateurs, travailleurs, etc. De fait, l'apparition des supermarchés, hypermarchés, chaînes discount, express, etc. tout au long du XXe siècle a contribué à la marchandisation de nos habitudes alimentaires et à la soumission de l'agriculture et de l'alimentation à la logique du capital et du marché.

Esther Vivas est membre de la direction d'Izquierda Anticapitalista-Revolta Global dans l'Etat espagnol. Elle a publié en français «En campagne contre la dette» (Syllepse, 2008) et est coordinatrice des livres en espagnol «Supermarchés, non merci!» et «Où va le commerce équitable»? Cet article a été traduit de l'espagnol pour [www.lcr-lagauche.be](http://www.lcr-lagauche.be) .

Articles Par : [Esther Vivas](#)

**Avis de non-responsabilité** : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexacts.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site [Mondialisation.ca](#) sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de [Mondialisation.ca](#) en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez: [media@globalresearch.ca](mailto:media@globalresearch.ca)

[Mondialisation.ca](#) contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: [media@globalresearch.ca](mailto:media@globalresearch.ca)