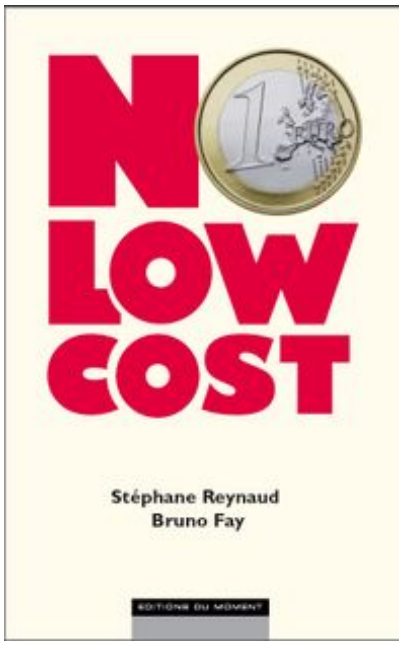
L’imposture du “low cost”

26/07/2010 à 14h00

Jusqu’où peut mener un libéralisme à tous crins ? Deux journalistes répondent pour une bonne partie à cette question que peuvent se poser certains consommateurs.



Les Éditions du Moment ont publié début novembre un livre qui a fait une entrée très remarquée sur les étals des libraires, « No Low Cost », des journalistes Bruno Fay et Stéphane Reynaud. Réel pavé dans la mare, les deux auteurs dénoncent l’imposture du *low cost*.

A contre-courant des circuits de consommation actuelle, ils révèlent l’imposture du *low cost*, grâce à des témoignages et des interviews inédites, et les véritables rouages du business *low cost* dans le tourisme, la santé ou encore la mode !

« *La valeur des choses disparaît* », constatent les auteurs, « *emportant avec elle la valeur du travail, la valeur humaine. Le chaos. Notre système entre dans une spirale négative, un maelström vertigineux et infernal où tout devient moins cher, moins bon, moins innovant, moins social, moins écologique et moins durable.* »

Bruno Fay et Stéphane Reynaud prédisent la naissance d’une « *sous-civilisation* » : « *On n’ose plus parler d’achats du pauvre ou d’achats cheap, alors on essaie de persuader les gens qu’ils sont malins. En fait, il n’y a pas de consommateurs malins mais des gens qui n’ont pas le choix.* »

Si on ne peut pas condamner la recherche du bas prix, on ne mesure pas toujours les conséquences d'une telle politique commerciale qui, sur le plan social et du droit du travail, sont parfois critiquables.

« Les compagnies aériennes cherchent à exploiter toutes les failles. Or le système pèche par l'absence d'harmonisation des lois sociales en Europe. On a ouvert des brèches partout, les compagnies aériennes low cost domicilient leur personnel dans le pays où les lois sociales sont les moins contraignantes », explique l'économiste Jacques Le Cacheux.

En définitive, plus aucun secteur n'échappe au phénomène *low cost*. Synonyme d'achat malin – on vient de le voir – le *low cost* serait la pierre philosophale de l'économie moderne.

***« Et c'est dangereux dans tous les secteurs . En matière de hard discount alimentaire, on peut trouver du jambon qui ne contient pas de jambon, du jus d'orange à base d'oranges qui ne sont pas mûres, des yaourts aux fraises où la pulpe de fraise est remplacée par de la confiture bas de gamme. En matière de transport aérien, on peut s'interroger sur les vérifications effectuées, les avions ne restant que vingt-sept minutes à l'arrêt. Quant aux opérations de chirurgie esthétique réalisées en low cost, il ne manque pas de plaintes. D'une façon générale, c'est suicidaire pour l'économie, l'innovation, et créateur de chômage »*, répond Bruno Fay à une journaliste, dans un entretien recueilli par Sud Ouest Dimanche (du 22 novembre 2009).**

Une formule magique capable de concevoir la même voiture, la même robe, le même billet d'avion, la même boîte de céréales ou la même opération chirurgicale pour deux fois, trois fois, voire dix fois moins cher. Les consommateurs suivent, les industriels jubilent.

> ***En réalité, le low cost se traduit le plus souvent par une logique folle de réduction des coûts au détriment de la***

> ***qualité des produits, des conditions de travail des salariés, des emplois, de la santé et de la sécurité des consommateurs.***

« No Low Cost » est un pavé dans la mare, un essai à contre-courant construit à partir de témoignages inédits. Au terme d'un an d'enquête, les auteurs dévoilent les rouages du phénomène *low cost* pour mieux en dénoncer l'imposture.

Polémia