Erosion de la classe moyenne : Carrefour lance la formule brésilienne cash and carry Atacadao à Paris, une implantation qui confirme « la dégradation de la société française ».

24/11/2022 à 19h09



La chaîne de supermarchés française Carrefour lance la formule cash and carry Atacadao à Paris. Cette formule a connu un grand succès au Brésil, où elle a été introduite en 1975. Selon le journal économique français Les Echos, ce lancement confirme « *la dégradation de la société française* ». Alors que la France est le pays où le niveau d'imposition est le plus élevé au monde, le COVID et la crise énergétique n'ont fait qu'accélérer la fin de la classe moyenne française. Sa population est désormais divisée en deux : les plus aisés et les moins aisés, sur le modèle des pays en voie de développement.

L'introduction des magasins cash and carry Atacadao en France, c'est le monde à l'envers. Au Brésil, la classe moyenne achète chez Carrefour, tandis que les pauvres vont chez Atacadao. Le fait qu'une chaîne comme Carrefour soit désormais contrainte

de commercialiser une formule de supermarché à bas prix prouve ce que le journal appelle « *la relégation de la France* » du club des pays riches.

Atacadao représente 70 % des ventes de Carrefour au Brésil, un pays dont le PIB par habitant est de 7.500 dollars par an, soit six fois inférieur à celui de la France (43.000 dollars), selon la Banque mondiale.

Bien qu'aucun pays au monde ne taxe plus ses citoyens que la France, sa classe moyenne est décimée. La Belgique a également complètement perdu la main à cet égard.

Près de la moitié des achats quotidiens sont effectués dans des hypermarchés chez nos voisins du sud. Mais cette part ne cesse de diminuer. La survie des très grands magasins passe désormais par un changement de modèle économique : Carrefour va encore réduire de 20 % sa gamme alimentaire (après une première réduction de 20 % de 2018 à aujourd'hui). Son offre non alimentaire sera également réduite de 40 %.

Ce faisant, Carrefour reconnaît la dégradation de la société française, la fin de la classe moyenne, la division de la population en deux camps – les aisés et les défavorisés – sur le modèle des pays en développement.

Carrefour voit dans l'introduction d'Atacadao « *la meilleure solution anti-crise* ». Selon Les Echos, « *ce n'est qu'une facette de plus du monde 'cheap' qui nous entoure, de l'univers d'austérité et de décroissance que beaucoup appellent de leurs vœux* ». Elle marque ainsi une forme d'appauvrissement .

Dans le même journal, Philip Goetzmann, un expert du secteur de la distribution, prédit que « *le fossé entre ces deux mondes – les riches et les moins riches – ne fera que s'élargir une fois que le robinet du soutien gouvernemental sera fermé* ». […]

Les Echos