

Extrait du site UGTG.org

url : <http://ugtg.org/spip.php?article796>

Distribution - Antilles, un Ã©lot anti-concurrentiel

- Dossier spÃ©cial LKP - Pwofitasyon sÃ© Yo ! -

Date de parution : 29 novembre 1999

Date de mise en ligne : vendredi 13 mars 2009

Mis Ã jour le : dimanche 22 mars 2009

UGTG.org

Le ras-le-bol contre la vie chère a embrasé la Guadeloupe et la Martinique. Une situation due à un oligopole qui s'est constitué sur l'ensemble de la filière, sans que les pouvoirs publics n'interviennent.

Il est près de minuit mercredi 18 février, à Baie-Mahault, commune de l'agglomération de Pointe-à-Pitre, quand une centaine de jeunes s'attaquent au centre commercial Destreland. Plusieurs commerces sont vandalisés. Parmi eux, l'hypermarché Carrefour et le supermarché Champion. Depuis le début de la crise antillaise, les grandes surfaces sont la cible privilégiée des manifestants. Symboles par excellence de la vie chère d'noncée par le puissant mouvement LKP, ces commerces ont également comme point commun d'être entre les mains de deux grandes familles békés, le Groupe Bernard Hayot et celui de Gérard Huyghues Despointes. La colère monte contre ces familles à la tête d'empires économiques. « Ils se gavent », « ils se remplissent les poches sur notre dos », hurlent les manifestants.

Le chariot du Martiniquais ou du Guadeloupéen est en effet plus cher que celui du métropolitain, même parisien. Selon le quotidien France-Antilles, la viande est 43% plus chère en Guadeloupe et en Martinique. Le prix des produits de marques est en moyenne deux fois plus élevé qu'en métropole : 3,85 euros le kilo de pâtes Panzani, contre 1,65 dans l'Hexagone ; 3,14 euros les 6 canettes de Coca-Cola, contre 2,31 ; sans parler des yaourts Laitière, quatre fois plus chers ! Même la banane accuse une différence de prix pouvant aller jusqu'à 30%.

Comment expliquer ces différences ? Quelle est la part des frais de transport, des taxes ? Pourquoi certains produits fabriqués localement, donc d'taxés, sont quasiment aussi chers que des produits importés ? Quel est le niveau réel des marges du distributeur ? De l'importateur grossiste ?

Sur l'inévitable banc des accusés, la grande distribution se dit sereine. Pour Alain Coridon, le président du Syndicat de la distribution et des grossistes alimentaires, il n'y a pas quarante explications : « Les prix s'expliquent par les frais d'approche. »

Importations coûteuses

La production locale étant limitée, les deux îles sont contraintes à l'importation massive. Or le fret maritime est cher. « Un conteneur au départ du Havre est facturé 3 000 euros, relève Francette Rosamont, dirigeante de la lettre Inter-Entreprises, spécialisée dans l'économie antillaise. Le même en provenance de la Chine, pourtant plus lointaine, ne coûte que 500 à 600 euros. » Les trois acteurs du fret, Marfret, CMA CGM et Maersk, s'entendaient sur leurs tarifs jusqu'à ce que Bruxelles, en novembre dernier, casse ce monopole...

Au-delà du transport, tous les produits en provenance de métropole doivent non seulement s'acquitter de droits de port, mais aussi d'un octroi de mer, taxe locale instituée pour protéger la production antillaise. Si bien que, avant même de rejoindre les rayons d'un hypermarché de Martinique, une bouteille d'eau Cristaline vendue à la sortie de l'entrepôt du Havre 0,14 euro arrive sur les quais de Fort-de-France à 0,38 euro. Pour autant, des compensations importantes existent. A commencer par le taux de TVA, qui n'est que de 8,5% dans les Antilles, et même de 2,1% pour l'alimentaire. Il faut y ajouter l'impact de toute la panoplie d'aides aux entreprises, et notamment les exonérations de charges sociales pour soutenir l'emploi. En 2008, celles-ci représentaient

outre-mer 5 points de plus que celles consenties en mÂtropole.

Les prix exorbitants ne rÂsultent donc pas uniquement de l'Âloignement de la Guadeloupe et de la Martinique. Les services de l'Etat, Â commencer par la Direction gÂnÂrale de la concurrence, de la consommation et de la rÂpression des fraudes, n'ont pourtant pas cru bon d'enquÂter. Â« La DGCCRF n'a jamais fait d'Âtude approfondie sur la formation des prix, atteste Michel Branchi, ancien chef d'enquÂte de la direction de la concurrence de Martinique, aujourd'hui Â la retraite. Nous avons regardÂ de prÂs Air France, le tÂlÂphone, mais jamais l'alimentaire.Â » La derniÂre Âtude comparÂe des prix de l'Insee entre les DOM-TOM et la mÂtropole remonte Â ... 1992. Quant Â l'idÂe d'un observatoire des prix lancÂe par le secrÂtaire d'Etat chargÂ de l'Outremer, Yves JÂgo, elle avait ÂtÂ d'Â proposÂe en 2001 par Lionel Jospin, mais n'avait jamais abouti. Â« L'Insee comme l'administration de la concurrence sont d'Âsormais ÂquipÂs pour refaire ce type d'ÂtudeÂ », rassure StÂphane Grauvogel, secrÂtaire gÂnÂral aux affaires rÂgionales de la prÂfecture de Guadeloupe. Le gouvernement a promis d'envoyer des renforts de Bercy. Enfin !

Yves JÂgo a quand mÂme sa petite idÂe. Â« Les Antilles pÂtissent d'un problÂme de monopole, celui d'une Âconomie insulaire, hÂritiÂre des comptoirsÂ », a pointÂ le secrÂtaire d'Etat. **Quelques familles, pour la plupart bÂkÂs, c'est-Â-dire descendant de colons blancs, propriÂtaires des terres, se sont partagÂ des pans entiers de l'Âconomie antillaise.**

Aux premiers rangs desquels figure le clan Bernard Hayot. Il suffit de se pencher sur le registre du commerce pour mesurer l'Âtendue de cet empire. Plus de 500 sociÂtÂs rÂpondent au nom de Hayot dans les dÂpartements d'outre-mer. On trouve de tout. SociÂtÂs immobiliÂres, agroalimentaire, restauration, musÂes...

Mais c'est surtout grÂce Â la distribution que le Groupe Bernard Hayot s'est classÂ au 119e rang des fortunes franÂsaises en 2008, la sienne Âtant ÂvaluÂe par Challenges Â 350 millions d'euros. Le conglomÂrat a mis la main sur les concessions automobiles, les locations de voitures.

Les cinq enseignes Mr. Bricolage des Antilles lui appartiennent ainsi que le DÂcathlon local. Surtout, il dispose de trois hypers Carrefour : deux en Martinique et un en Guadeloupe.

Il partage ce secteur trÂs convoitÂ avec la famille GÂrard Huyghues Despointes, qui truste environ 60% des supermarchÂs des deux Âles et l'essentiel des importations via une dizaine de sociÂtÂs de grossistes. Son frÂre, Alain Huyghues Despointes, a bÂti son groupe grÂce Â des licences exclusives de grandes marques. Coca-Cola, Orangina, Yoplait, Candia, Miko... sont fabriquÂs dans ses usines. ConsÂquence : pour remplir leurs rayons, les grandes surfaces Â« indÂpendantesÂ », comme Cora ou SystÂme U, sont obligÂes de passer par Alain ou GÂrard. Et d'en payer le prix...

Marges confortables

ExemptÂs d'octroi de mer, les produits fabriquÂs localement restent pourtant hors de prix. Qu'est-ce qui permet de justifier que six canettes de Coca-Cola fabriquÂes en Martinique soient 35% plus chÂres dans les Antilles qu'Â Paris, sinon les marges confortables que s'arrogent le fabricant en situation de monopole et le distributeur ? Â« Les marges des hypermarchÂs Carrefour propriÂtÂs des grands groupes familiaux antillais s'ÂlÂvent de 30 Â 35%Â », avance Michel Branchi. Soit prÂs de 10 points de plus qu'en mÂtropole. Un chiffre contestÂ par le syndicat local de la grande distribution, qui avance des performances comparables. Â« En contrÂlant une partie de l'appareil de production, de transformation et de distribution, ces familles ont constituÂ des groupes oligarchiques Â l'organisation trÂs verticale et n'ont aucun intÂrÂt Â la transparenceÂ », souligne le dÂputÂ (Gauche dÂmocrate et rÂpublicaine) Jean-Pierre Brard, auteur d'une mission d'information parlementaire sur les DOM-TOM.

Pour casser les prix, il reste toujours la possibilité d'insuffler davantage de concurrence. La Guadeloupe, aussi peuplée que la Martinique, n'a que quatre hypermarch s, contre neuf pour sa voisine. Â« Nous avons bien essayé de nous installer il y a une vingtaine d'années en Guadeloupe avant d'abandonner tellement le syst me Âtait verrouillé » , lâche la direction d'Intermarché. Syst me U est parvenu à faire son trou aux Antilles. Le groupe de Serge Papin dispose notamment de deux supermarch s en Guadeloupe.

En juin 2007, voulant développer son enseigne, le distributeur répond à un appel d'offres lancé par la chambre de commerce de Basse-Terre pour la construction d'un Hyper U. **Alors qu'un amendement à la loi Dutreil précise qu'aucun groupe de distribution ne peut détenir plus de 25% de part de marché dans les DOM, c'est Bernard Hayot, déjà propriétaire d'un hypermarch  sur quatre en Guadeloupe, qui emporte la mise. Le groupe Syst me U avait d'ailleurs déjà porté plainte contre Hayot au tribunal administratif de Pointe- -Pitre pour Â« abus de position dominanteÂ ». Un dossier qui date de 2005, et dont l'instruction traîne sacrément en longueur.**

Longtemps l'Etat s'est accommodé de cette situation. Sans avoir une connaissance précise des prix, la puissance publique sait que la vie y est plus chère qu'en m tropole. Au point de verser une prime de 40% à tous ses fonctionnaires travaillant en Guadeloupe et en Martinique. Trois décrets (1950, 1953 et 1957) ont fixé unilatéralement le niveau de cette revalorisation salariale. Aujourd'hui, cet amortisseur social que constitue la fonction publique contribue indirectement à alimenter et justifier les fortes marges. C'est le serpent qui se mord la queue.

Différentiel de pouvoir d'achat

Les effectifs de fonctionnaires dans les DOM sont pléthoriques. Ils représentent 37% des emplois en Martinique et 28% en Guadeloupe, contre environ 20% en m tropole. Â« Entre les salariés des grandes entreprises métropolitaines qui bénéficient de prime d'installation et le traitement revalorisé des fonctionnaires, c'est toute une population qui a les moyens d'absorber les prix élevés, conclut Bruno Franceschi, ancien directeur régional de France-Antilles, pendant qu'une frange importante de la population n'arrive plus à suivre un mode d'hyper-consommation qu'elle n'a pas choisi.Â » **Il n'y a pas que les r publicques qui soient bananières. Il y a aussi certaines économies.**

L'essence, autre anomalie tropicale

Fin 2008, alors que le prix du brut s'effondre, la baisse n'est pas immédiatement répercutée à la pompe en Guadeloupe. C'est l'étincelle qui met le feu aux poudres. Deux mois plus tard, Total est accusé à d'enrichissement sans causeÂ » par une note à Yves J go, secr taire d'Etat charg  de l'Outremer. Â« Le prix des carburants est fixé par le pr fetÂ », se défend Total. Exact. Mais sur quelle base ? Il n'y a qu'une raffinerie pour la Guadeloupe, la Martinique et la Guyane : la Sara, contrôlée par Total. Ce n'est pas un hasard : la lâgislation européenne limite à 300 ppm la teneur en soufre des carburants, contre 10 en Amérique. Â« Pour parvenir à cette qualité de carburant, la Sara a d  investir 160 millions d'eurosÂ », explique un porte-parole de Total. Le prix final, estimé par la pr fecture, est ensuite indexé sur le prix des produits finis nécessaires au raffinage et sur le prix du brut. Â« Il peut y avoir un décalage dans le temps à la hausse ou à la baisseÂ », reconnaît-on à Total. Litote, quand on constate en décembre dernier que les prix en Guadeloupe étaient bien plus élevés qu'en m tropole (1,77 euro, contre 1,08 en décembre pour le SP 95). D'où l'accusation d'enrichissement excessif. Â« Absurde, rétorque Total. La Sara a affiché une perte de 1,2 million d'euros en 2008.Â » Sauf que la filiale n'a aucune marge de manoeuvre dans son approvisionnement en brut et dans le choix

du transporteur. Bref, le systÃ©me est opaque.

LES BÃ©KÃ©S QUI TIENNENT LA DISTRIBUTION

I - GÃ©RARD HUYGHUES DESPOINTES

Guadeloupe

[-] 1 HypermarchÃ© Carrefour

[-] 4 Champion

[-] 19 Huit Ã Huit

Martinique

[-] 4 Champion

[-] 18 Huit Ã Huit

[-] 8 Proxi

II - GROUPE BERNARD HAYOT

II.1 - Guadeloupe

[-] 1 HypermarchÃ© Carrefour

[-] 1 HypermarchÃ© Carrefour en projet

[-] 1 DÃ©cathlon

[-] 2 Mr. Bricolage

[-] 1 Casino CafÃ©tÃ©ria

II.2 - Martinique

[-] 2 HypermarchÃ©s Carrefour

[-] 3 Mr. Bricolage.

ThiÃ©bault Dromard

[Challenges](#)

26.02.2009