

IN Magazine N° 170 - Novembre / Décembre 2016

10 novembre 2016

Le monde en un clic !

La fonction première du commerce est de mettre à la portée du plus grand nombre le maximum de marchandises dans un espace clos et protégé. Telle est la fonction des hypers et supermarchés, des magasins hard discount, des grands magasins et du commerce dit "indépendant". Ceux-ci ont favorisé l'émergence d'une culture de la consommation de masse en contribuant à l'arrivée de nouveaux produits et en pesant en permanence sur les critères de production.

Ainsi aujourd'hui cohabitent le commerce "traditionnel" et le e-commerce.

La majorité des sites commerciaux du e-commerce sont la propriété de grands groupes de la distribution. Chacun a son site internet où

il propose ses produits, à l'exemple de Carrefour, Leclerc, Système U, la FNAC, Darty, Marionnaud... Les entreprises de vente par correspondance ont également développé leurs sites de vente par internet à l'image des Trois Suisses, de la Redoute... D'autres sites sont dits, en langage marketing, "pure players". Ils n'exercent leur activité commerciale que sur internet. C'est le cas, par exemple, d'Amazon.

Mais quel que soit le mode de distribution, c'est la politique des "petits prix" qui domine par un approvisionnement mondial, les pressions sur les fournisseurs, les bas salaires, la précarité, en un mot, l'organisation du dumping social et cela sans répondre sur le fond à la juste rémunération du travail.

Avec le développement du e-commerce, nous passons d'un monde industrialisé à un monde du numérique, de la dématérialisation, de l'automatisme. Un monde qui n'est pas sans conséquence sur l'emploi et la protection sociale, de plus en plus faible et qui tend à disparaître.

Pour les consommateurs, ce qui constitue un changement réel est l'accès au commerce mondial 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et cela, sans bouger de chez soi. Ce mode de distribution mondialisé n'est pas sans poser de nouveaux

problèmes, notamment en matière de protection des consommateurs. Ces problèmes peuvent être sanitaires avec, par exemple, les produits cosmétiques ou les médicaments. Les contrefaçons touchent tous les types de produits allant des médicaments aux pièces automobiles.

Nous avons en la matière à conquérir de nouveaux droits pour une réelle protection des consommateurs et des salariés, assurant un haut niveau de garantie sociale.

Patrice Bouillon - Secrétaire national