

Les consommateurs et le commerce de détail

Les coopératives sont de grandes entreprises dans les marchés de détail, créant de la valeur pour les clients

Quel est le problème?

- Avant que les coopératives ne deviennent une force dans le marché de détail, le secteur privé n'était pas considéré comme un fournisseur fiable de produits alimentaires de qualité et abordables
- Les commerçants qui visaient à faire un maximum de profits utilisaient un engrenage de dettes pour piéger leurs clients afin qu'ils continuent à acheter leurs produits tout en négligeant les normes des produits
- Cette attitude est ce qui a mené les communautés à créer les premiers magasins coopératifs au XIXe siècle, pour offrir une alternative éthique responsable vis-à-vis de ses clients qui étaient en même temps des parties prenantes de l'entreprise

Pourquoi est-ce un problème?

- Plus de deux siècles plus tard, les coopératives sont toujours pertinentes pour apporter un contrepoids aux entreprises cotées qui, on le sait, sont connues pour mener des politiques cherchant à faire du profit et pouvant mener à une augmentation des prix, une relation d'exploitation avec les fournisseurs et à la fermeture de magasins offrant un service de valeur à une communauté s'ils se révèlent insuffisamment rentables



Les consommateurs et le commerce de détail

Les coopératives sont de grandes entreprises dans les marchés de détail, créant de la valeur pour les clients

Comment est-ce qu'une approche coopérative peut aider?

- De nombreuses coopératives modernes de vente au détail ont été fondées en tant que petites entreprises situées près de la population locale et elles se sont depuis lors développées pour devenir des leaders du marché à travers l'Europe
- En dépit de cela, de nombreuses personnes poursuivent cette même approche basée sur les citoyens, à travers une structure démocratique fondée sur le principe d'un membre, une voix
- Ce caractère éthique de la coopérative se manifeste de plusieurs manières comme en rendant les profits aux clients en leur donnant une part des dividendes ou en diminuant les prix ou en conservant des services locaux où le marché n'y verrait pas de la valeur
- Il y a également des pionniers du commerce équitable qui poursuivent des politiques conçues à bénéficier aux producteurs, particulièrement dans le monde en développement
- Les coopératives de vente au détail partagent avec le secteur agricole le fait de renforcer les petites entreprises en leur permettant de se rejoindre dans une marque commune pour faire concurrence aux plus grandes entreprises cotées en mobilisant leurs ressources et en négociant le pouvoir tout en conservant leur indépendance
- Les commerces de détail sont parmi les marques coopératives les plus connues et jouent un rôle majeur dans les marchés à travers l'Europe
- Un exemple connu est le S-Group finlandais, une association de 20 coopératives régionales indépendantes se targuant d'une part s'élevant à 45 % du marché alimentaire du pays
- Leurs réussites dans le secteur de la vente au détail leur ont permis d'étendre les services fournis, d'offrir une formation pour développer les compétences des membres et récemment d'établir une présence solide dans le secteur bancaire finlandais
- Une autre réussite importante est celle d'E. LeClerc, une entreprise française fondée en 1948 pour combattre le pouvoir des monopoles du secteur de la vente au détail. L'entreprise a été fondée sur des principes forts de coopération conçus pour privilégier les citoyens ordinaires et elle exploite des centaines de magasins à travers l'Europe
- Il est exigé de vendre toujours au prix le plus bas, de distribuer 25 % des profits aux employés qui sont propriétaires des magasins qu'ils exploitent, sans avoir à payer quoi que ce soit à E LeClerc

