



Mondialisation « désheureuse »

Ils nous avaient chanté la mondialisation heureuse. Mais la population mondiale a déchanté. C'est vrai, en Europe où la plupart des sondages sont sans appel. C'est vrai, dans les pays en développement à qui l'on avait promis d'être les principaux gagnants. En fait, la richesse que promettaient les économistes dans les années 90 est bien là. Mais de partage point. Le ressenti d'exclusion est d'autant plus amer pour la population que la richesse est désormais générée en grande partie par une économie virtuelle intouchable. Ce qui donne de la valeur à un produit, ce n'est plus « ce qu'il y a dans la boîte », mais autour. La valeur est souvent apportée par le marketing, la publicité, la marque. C'est cette image savamment mise en avant qui permet au tee-shirt fabriqué pour 1 € au Bangladesh d'être vendu 100 € à l'adolescent occidental. Ni l'ouvrier qui a fabriqué le vêtement, ni le consommateur final ne sont gagnants. L'essentiel de la valeur ajoutée est capté par la multinationale qui, cerise sur le gâteau, sait jouer des États pour payer le moins d'impôts possible. Et comme il n'y a pas de petite économie, les grands groupes mettent également en concurrence les producteurs de matière première. Ainsi, il y a 30 ans, le niveau français d'autosuffisance en viande faisait le prix du cochon. Puis, ce fut l'échelon européen. Aujourd'hui, une chute de prix du porc en Amérique peut orienter l'aiguille du cadran de Plérin. Peu de produits agricoles échappent à cette règle. Avec des effets d'autant plus dévastateurs sur les producteurs que l'Europe impose des réglementations plus draconiennes que ses partenaires commerciaux au niveau environnemental, alimentaire ou social. À ce tarif-là, la

Peu de produits agricoles échappent à cette règle.

mondialisation ne peut pas non plus être heureuse pour les paysans.