

directeur de magasin qui doit être à la fois commerçant, employeur et acteur de la vie locale.

Pour ce qui est du domaine de la négociation, il est évident qu'il faut se servir de l'effet de volume pour avoir de bons prix. Il est donc nécessaire qu'un ou plusieurs organismes remplissent ce rôle de négociateur au service des magasins.

**“Positif !” : Comment concilier croissance attendue des profits et discount ?**

J.D. : Carrefour a démontré, et démontre encore, que c'est en vendant bon marché qu'on gagne de l'argent de façon durable. Et puis... c'est cela qui fait souffrir nos concurrents, et nous sommes en guerre économique. Nous devons tout mettre en œuvre pour acheter aux meilleures conditions, dans un marché devenu mondial, tout en sachant préserver la responsabilité du chef de rayon. Elle est à certains moments fédérée, c'est-à-dire qu'elle cumule la connaissance du terrain d'une ou plusieurs régions, elle est à d'autres moments, dans d'autres circonstances spécifiques, adaptée aux conditions locales des attentes des clients et prend en compte l'offre de la concurrence.

Ceci constitue le fondement même de notre organigramme, qualifié de “pyramide à l'envers” où les clients sont les seuls vrais patrons de l'entreprise.

Quant à savoir si les profits se font aux dépens du discount, rappelons-nous qu'ils se mesurent par rapport à l'investissement (rentabilité des fonds investis). Alors, construisons des magasins moins chers, équilibrons mieux les nouveaux investissements en fonction de nos fonds propres disponibles et notre croissance sera forte et régulière.

63  
30 Ans  
de discount

Avec Carrefour  
je positive! 

## Prospective

# Quels changements pour l'Europe de la consommation ?

*Du cheddar anglais en France, du camembert en Allemagne, du Chianti en Espagne : les produits nationaux, tout comme les distributeurs, n'ont pas attendu le 1<sup>er</sup> janvier 1993 pour sortir de leurs frontières. Alors qu'est-ce qui a changé ?*

**R**appelez-vous, depuis quelques années, pas un discours d'homme politique ou de chef d'entreprise n'a fait l'impasse sur la date fatidique du 1<sup>er</sup> janvier 1993. Avec des avis tranchés et naturellement divergents. Pour les uns, il s'agissait d'un formi-

dable espoir de développement économique, pour les autres d'un événement néfaste.

Cette fois, trêve de parolotes, nous y sommes. Le cap est franchi et, a priori, rien n'a changé, dans notre vie de tous les jours. L'existence de



Le Palais de l'Europe à Strasbourg.