

Sommaire

Introduction	1
1. La mondialisation fait valser les étiquettes	9
Du monde de l'être au monde de l'avoir	9
La gauche au pouvoir : du mythe à la réalité.....	11
Et pendant ce temps, que se passe-t-il dans le vaste monde ?	13
L'économie socialiste de marché version chinoise.....	14
La tentation low cost.....	16
L'Inde, pays émergent, économie émergée !.....	18
La Chine et l'Inde : responsables de la baisse de notre pouvoir d'achat ?	20
L'économie, une science simple	22
La géographie, ça sert à faire la guerre	24
Spéculation sur la faim	26
Les matières premières agricoles, une classe d'actifs comme les autres	28
L'ombre de la pègre	31
L'information, une arme de guerre.....	33
Une nouvelle politique agricole peut-elle faire baisser les prix ?	34

2. Concurrence ou entente concurrentielle ?	39
La concurrence ne fait pas toujours baisser les prix.....	39
L'Allemagne, le défi alimentaire de la reconstruction	42
Le hard discount, 41 % des parts de marché en Allemagne	44
Le supermarché, modèle de la tentation.....	47
Leclerc invente le discount	48
L'hypermarché, un modèle par nature inflationniste	50
Morts pour quelques centimes.....	52
Concurrence des enseignes ou ententes stratégiques ? ...	53
Zone de vie ou assignation à résidence ?	54
La crise du pétrole radicalise les inégalités territoriales.....	57
Qui fait quoi ? Où sont les vrais gagnants ?	59
« Ma petite entreprise connaît pas la crise ! »	60
Fausse piste ?	61
L'État peut-il limiter la hausse des prix dans les supermarchés ?	63
Nouvelles pratiques commerciales	65
Le feu orange du Sénat.....	66
Le sort peu enviable des PME	68
3. Nos prix reflètent aussi notre modèle social	71
Victimes du progrès !.....	71
Les actionnaires mieux traités que les salariés.....	72
Très chères 35 heures.....	73
Penser et encourager un monde différent.....	77
Légiférer, réglementer ? <i>What else</i>	80
Mauvaises perspectives américaines.....	82
Le pétrole, produit de luxe.....	83
Géographie du pouvoir d'achat	85
SOS carburant	87
Dans quelle société voulons-nous vivre ?	88

4. Et maintenant ?	91
10 000 Personnes peuvent-elles décider de l'avenir du monde ?.....	92
Restaurer d'urgence la liberté du travail.....	93
Développer un hard discount à la française.....	94
Soutenir et financer les chercheurs français en France.....	95
Le retour de la proximité.....	96
Le désir et la simplicité !	99
 Annexe	 101
 Index	 103