

# Grandes surfaces

## Patrick Bardot, Leclerc de Bressuire

### Un directeur d'hyper serein

BRESSUIRE. - Patrick Bardot, directeur du centre Leclerc de Bressuire (3 300 m<sup>2</sup>), accueille sereinement le plan PME. Paradoxalement il voit même dans certaines mesures une bonne chose pour son hyper.

On s'attend à trouver les directeurs de méga surfaces très remontés contre un plan qui selon Jean-Pierre Raffarin (CO du 27 novembre) «*doit rééquilibrer le paysage commercial*». Un plan qui vise l'hégémonie sans partage des centrales d'achat et les «*prix anormalement bas, les prix prédateurs*».

Surprise: Patrick Bardot, qui dit émettre un avis strictement personnel sur la question, n'est pas inquiet et trouve même un intérêt dans certaines mesures annoncées. Celui

qui aime à rappeler qu'il «*a commencé avec 40.000 F*» est carrément favorable à l'abaissement du seuil d'ouverture des grandes surfaces de 1.000 à 300 m<sup>2</sup>. Argument du directeur du Leclerc de Bressuire : «*Ce sont surtout les hard discount de moins de 1.000 m<sup>2</sup> et qui n'avaient pas à passer devant les commissions départementales d'équipement commercial. Nous serons moins harcelés par ces gens qui venaient se coller autour de nous. Comme ils vendent beaucoup de produits importés, les produits français seront mieux valorisés*».

Sur la question des centrales d'achat, Patrick Bardot se dit peu au fait des mesures concrètes qui seront prises. Mais il verrait d'un bon œil qu'elles affectent «*les super centrales*» concurrentes des

Leclerc. Il rappelle également que «*ce ne sont pas les hypermarchés qui ont créé les ZAC et autres ZUP périphériques. Les politiques y voyaient alors un intérêt économique. Nous avons contribué à maintenir l'inflation en tirant les prix vers le bas. De toute façon, poursuit Patrick Bardot, c'est le consommateur qui est juge de paix. On aura beau faire, vous ne pourrez empêcher un petit commerçant de payer plus cher ses produits chez le fournisseur tout simplement parce qu'il achète moins d'unités que les grandes surfaces*».

En conclusion, il pense que le problème du petit commerce dépasse la prise de mesures ponctuelles. «*Les consommateurs préfèrent tout trouver sous le même toit. C'est plus pratique, ça va plus vite*».

60 29.11.95