Extrait du Rencontres Sociales

http://rencontres-sociales.org/spip/spip.php?article1459

A travers les coopératives, les britanniques redécouvrent les bienfaits de la bière locale.

- Initiatives -

Date de mise en ligne : lundi 12 avril 2010

Description :

Pour faire face aux "Pub Cos", les multinationales de la bière, les consommateurs britanniques convertissent leurs pubs en coopératives.
Par David Bollier (onthecommons.org)

Rencontres Sociales

Copyright © Rencontres Sociales

Les consommateurs convertissent leurs pubs en coopératives.

Par David Bollier



Le pub vénérable anglais a longtemps été un endroit où tout le monde, de l'homme d'affaires à la femme au foyer en passant par l'étudiant, l'ouvrier d'usine et le prêtre pouvaient se rencontrer sur un pied d'égalité - un bien commun social qui reflète le quartier et ses particularités. Au cours des vingt dernières années, cependant, les grandes sociétés de pubs britanniques ont acquis la propriété de milliers d'entre eux et consolidé leur domination sur ce marché. La tendance s'est accélérée au cours des dernières années, forçant des centaines de pubs locaux indépendants à fermer.

Or, comme The Independent (Londres) le rapporte, les buveurs de bière locales se battent pied à pied. Ils achètent leur pubs locaux bien-aimée et les transforment en coopératives. Ils retrouvent ainsi un plus grand contrôle sur le service, la diversification des bières vendues, et préservent les pubs pour leurs communautés et les enfants. (Merci à Ally Marks pour avoir mis le doigt sur cette histoire !)

L'histoire commence en 1989 lorsque Margaret Thatcher a annoncé que son gouvernement voulait promouvoir la concurrence entre les pubs. Le gouvernement Thatcher interdit les "arrangements restrictifs" qui permettaient aux brasseries de contraindre les pubs a acheter exclusivement leur bière, généralement à des prix exorbitants. Le gouvernement a limité à 2000 le nombre de pubs que chaque brasserie peut posséder et requis des grandes brasseries qu'elles acceptent les "bières invitées" dans leur pubs.

De nombreuses brasseries ont rapidement contourné ces règles par la mise en place de holdings, ce qui leur permet de posséder autant de brasseries qu'elles le veulent et de continuer leur vente liée. Le but de la réglementation a également été contrariée lorsque les "Pub Cos" - les multinationales - ont commencé à acheter des pubs afin de constituer des chaînes. La moitié des pubs britanniques sont désormais détenues par les Pub Cos.

Cela a pour résultat la consolidation du marché et la diminution de la concurrence. Le caractère local des pubs se perd, sans oublier que le choix et la compétitivité des prix des bières diminuent.

Le gestionnaire d'un pub déclare à The Independent que les Pub Cos augmentent les loyers et les prix de la bière tout simplement parce qu'ils le peuvent : « Il ya deux ans j'ai eu une révision du loyer et ils l'ont augmenté de 40.000 à 60.000 livres par mois. Le prix des boissons à travers a augmenté de 22 pour cent en deux ans. Nous n'avons pas d'autre choix que de reporter la hausse sur le client qui va alors se servir au supermarché. "

Copyright © Rencontres Sociales

Les Cos Pub forcent un nombre record de pubs à la faillite. Dans l'année qui vient, on estime que 2.700 pubs fermeront - à comparer aux 316 fermetures de pubs en 2006. Ce genre de pratiques anticoncurrentielles et à la consolidation du marché sont tristement familier dans notre système de "marché libre", bien sûr. Ce qui est nouveau est la rébellion des clients pub.

Maintenant, les buveurs de bière forment leurs propres coopératives pour sauver leurs pubs. Les actionnaires, c'est-à-dire, la clientèle locale - peut ainsi récolter les dividendes en espèces ou en bière. Les coûts peuvent être contenus car les pubs ne sont pas détenus par des sociétés qui décident de loin et arbitrairement les hausses des prix. Les habitants peuvent choisir les bières vendues dans leurs pubs, et souvent rejeter les grandes brasseries pour les micro-brasseries.

Oui, même dans les pubs, les adeptes des biens communs redécouvrent la valeur de l'aide mutuelle. Outre qu'ils défendent des lieux qu'ils aiment, la tradition et leur liberté de choix, les amateurs des pubs récoltent les dividendes d'une bière de meilleure qualité et moins chère.

Servez m'en une autre !

David Bollier
Publié le 16 Févier 2010
Traduit de "British Beer-Drinkers Learn to "Buy Local"" par Frédéric Sultan.

Copyright © Rencontres Sociales