

A échelle microscopique, dans leur vie quotidienne, pendant que les docteurs de l'économie sont penchés sur ce grand malade qu'est le système financier, certains individus pratiquent déjà l'automédication. La première des thérapies, qui est aussi la plus radicale, s'appelle bien entendu serrage de ceinture. Dans les hypermarchés, la musique a beau continuer à claironner, l'ambiance n'est plus à la fête. «*Depuis la fin de l'année 2007, avec l'inflation des matières premières, les Français achètent moins, et à meilleur marché*», observe Claire Diemer, responsable marketing chez TNS Worldpanel. Au fond du chariot, seuls les produits de base comme les pâtes, le riz ou le lait se maintiennent. Oublié le superflu ! On abandonne sur les étalages les confiseries, les biscuits et le champagne. Plus surprenant, on mégote même sur le savon, le shampoing et les produits d'entretien. «*Il y a sans doute un phénomène de déstockage*», suggère l'experte. En clair, on retarde les achats en vidant les placards; ou bien **on fait partie de la grande famille des radins.com qui** comptabilise déjà pas moins de 1,3 million de membres ! Sur le site, les astuces pour se laver et nettoyer à moindres frais foisonnent : couper les détergents avec de l'eau, réduire la dose de dentifrice, retrouver les vertus désinfectantes du vinaigre blanc...

Autre signe des temps mauvais : le magasin hard discount, longtemps considéré comme la supérette du pauvre, voit depuis peu débouler toutes sortes de clientèle. Dans les grandes surfaces classiques, les acheteurs se ruent sur les marques de distributeur (U, Carrefour, Casino), de 30% à 40% moins chères que les marques vues à la télé. «*En 2008, ils ont pour la première fois franchi le seuil de 50% des volumes vendus dans la grande distribution*», confirme Olivier Desforges, président de l'Institut de Liaisons et d'Etudes des Industries de la Consommation. Depuis deux ans, les dé - stockeurs alimentaires - qui proposent des produits en fin de vie commerciale - sont eux aussi en plein essor. Noz, le leader du secteur avec 160 magasins, en ouvre deux par mois. Et des enseignes comme La Ferme du Spahi ou O'Merchato, à Argenteuil, n'ont jamais connu une telle affluence.

Il y a cependant encore moins cher. Non, il ne s'agit pas du vol à l'étalage, mais de l'huile de coude. Les pros des tendances l'ont rebaptisée le «*do it yourself*». On fabrique son pain (67% de hausse de vente pour la machine à pétrir en 2007), on mitonne à l'ancienne, on s'initie à la plomberie et à l'électricité aux ateliers du BHV, on élabore ses propres crèmes de jour, on tricote, on rafistole les objets trouvés au grenier ou dans la rue, chinés sur e-Bay ou chez Emmaüs... Bref, on redécouvre les joies de la débrouille. Et surtout on agit. «*L'action est toujours gratifiante*, souligne Philippe Moati, du Crédoc *Elle nous donne le sentiment de maîtriser notre destin.*»