Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 32 (1995)
Heft: 1236

Artikel: Grands magasins, concentration sans fin
Autor: Jaggi, Yvette
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1015702

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Domaine Public
DP
JAA
1002 Lausanne
30 novembre 1995 – nº 1236
Hebdomadaire romand
Trente-deuxième année

Grands magasins, concentration sans fin

Jelmoli avalé par Globus. Un groupe fortement capitalisé partiellement racheté par une grande entreprise familiale. Des grands magasins qui changent de mains, sans doute bientôt de fournisseurs et de direction. L'opération passe par-dessus la tête des milliers de chères-collaboratrices-et-chers-collaborateurs.

En fait, le sort du personnel compte peu dans les manœuvres qui se déroulent depuis des décennies dans la grande distribution, c'est-à-dire dans les groupes exploitant des magasins à rayons et succursales multiples. L'origine de ces maisons remonte au milieu du siècle dernier, au temps des Boucicaut (alias Mouret dans le *Bonheur des Dames* de Zola), des Ciolina (ancêtres de Jelmoli) ou des Equitables pionniers de Rochdale.

Ce que l'urbanisation avait fait naître, la société de consommation l'a fait exploser: la grande distribution intégrée, avec ses centrales d'achat et ses chaînes de magasins, ne cesse de se développer, entraînant l'unification progressive des enseignes et des assortiments. Rationalisation et rentabilisation obligent, disent les managers, les yeux rivés sur les rendements au mètre carré de surface de vente, sur les marges brutes et nettes, sur les taux de rotation du stock.

Pour survivre dans ces conditions, les commerçants indépendants doivent surfer dans le sillage des grands; rien ne vaut la proximité d'une succursale Migros par exemple, qui attire le chaland. A défaut d'un tel pôle d'attraction, pas de salut pour les indépendants. Voyez les villages, et même les quartiers d'habitation, en voie de désertification commerciale.

C'est que l'évolution des structures dans le secteur de la distribution des biens – et aussi de certains services désormais – se poursuit à un rythme accéléré depuis une bonne trentaine d'années. En Suisse comme dans les pays scandinaves, Finlande en tête, le phénomène a pris une ampleur particulière, en raison de l'essor des coopératives de consommation. Près d'un franc alimentaire sur deux dépensés dans notre pays tombe dans la caisse des deux grandes fédérations coopératives Coop et Migros. Dans le non alimentaire aussi, elles pèsent lourd; à elles deux, elles détiennent une impressionnante part de marché, de l'ordre de 20%, plus de deux fois supérieure à celle que se partagent tous les grands magasins du pays (Manor/Placette, Globus/ABM, EPA/Unip, Jelmoli, Loeb).

Par définition, le phénomène de concentration affecte les structures du secteur de la distribution, au sein duquel se manifestent des puissances d'achat et des positions dominantes sur le marché qui ont fini par attirer l'attention de la Commission des cartels, – sans effet bien sûr. Mais, en aval, les consommateurs sont également concernés: par l'intégration verticale, qui permet la maîtrise de toute la chaîne de production-distribution ou au moins des achats en gros jusqu'à la revente au détail, et par l'intégration horizontale, qui tend à unifier les méthodes de gestion et d'exploitation; les assortiments se normalisent, les choix se restreignent (surtout par l'abandon de produits réputés obsolètes ou simplement démodés), la diversité n'est plus que celle des marques et des «lignes». Devant le plafonnement des ventes et l'érosion des marges, le grand distributeur finit par limer sur la qualité des marchandises tout en investissant sur leur présentation.

Exactement ce qu'ont fait récemment plusieurs grands magasins romands du groupe Jelmoli... avant de reprendre cette enseigne et juste avant d'offrir à Globus d'un seul coup quatre entrées haut de gamme à Genève (2), Lausanne et Neuchâtel, sur un marché romand que les nouveaux exploitants n'avaient abordé que par ABM, Interio et Office World interposés.

La bataille pour les sites d'implantation, les parts au marché et les marges se poursuit dans la distribution. La concurrence sur les prix devrait profiter aux consommateurs, qui en temps de crise y regardent effectivement de plus près, sauf au moment de calculer le coût réel des achats à l'étranger. YJ