Migros s'offre Denner, cadeau volontaire

Autor(en): **Jaggi, Yvette**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **- (2007)**

Heft 1717

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1024203

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Migros s'offre Denner, cadeau volontaire

Yvette Jaggi

Même de détail, le commerce n'échappe pas à la mondialisation. Leader de la distribution suisse depuis près de 40 ans, la Migros, alerte octogénaire, fait une double démonstration de la perméabilité des frontières.

D'une part, elle s'employe à convaincre ses homologues américaines et européennes de partager son «Engagement social» et de renoncer elles aussi à traiter avec des fournisseurs employant des enfants ou n'offrant pas un minimum de congés payés. Mission méritoire, surtout quand elle vise en premier le géant mondial Wal-Mart, bien connu pour fermer aussi bien les yeux sur les conditions de travail dans les fabriques chinoises (cf. Libération du 28 août 2006) que la porte aux syndicats tentant d'organiser son propre personnel.

D'autre part, en Suisse même, la Migros réagit aux pressions extérieures, momentanément exercées par les «hard discounters» allemands, Aldi et bientôt Lidl. Elle s'offre la plus grande chaîne de discount alimentaire helvétique, soit 435 magasins et 293 satellites exploités à l'enseigne Denner et vendant pour 2,6 milliards de francs par an d'articles de marque, tabac et alcool compris. Joli coup à un milliard, dont 700 millions payables de suite pour une participation de 70% au capital de Denner, dont le CEO actuel, Philippe Gaydoul, a moins de trois ans pour démontrer que le solde vaut bien une rallonge de 300 millions.

A qui profite la prime que constitue le rachat de Denner, numéro trois de la distribution helvétique? A la Migros d'abord, qui fait d'une affaire trois coups: elle verrouille patriotiquement le secteur discount; elle acquiert une chaîne offrant un assortiment aux trois quarts complémentaire du sien; elle maintient hors-jeu sa perpétuelle rivale, Coop, qui paye chèrement l'outrecuidance de lui avoir régulièrement tenu tête et même grignoté des parts de marché ces dernières années. Une bonne affaire aussi pour Denner, dont le fondateur Karl Schweri se référait volontiers à Gottlieb Duttweiler tout en dénonçant l'amollissement de ses successeurs.

Parmi les autres bénéficiaires, temporaires tout au moins, figurent les fournisseurs suisses, agriculteurs et fabricants qui travaillent aux prix de notre onéreux «îlot de cherté», comme disent Doris Leuthard et les consommateurs purs et durs. Les salariés de Denner et les syndicats accueillent avec un certain soulagement la solution suisse, la Société des Employés de commerce (SEC) misant sur l'extension à Denner de la convention collective relativement favorable signée avec la Migros.

Quant aux consommateurs, ils escomptent des baisses de prix au détail. Le miracle ne se produira que si Migros et Denner acceptent de partager avec leurs clients l'amélioration de leurs marges que leur collaboration et l'accroissement de leur puissance d'achat devraient leur permettre de réaliser. Le tout avec la bénédiction attendue de la Commission de la concurrence.