Les très grandes affaires du marché de détail. Partie V, Consommation et distribution

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **- (2013)**

Heft 2016a: **Numéro spécial anniversaire : l'avenir depuis 50 ans avec DP**

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1014206

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

saxonnes. Cette évolution a été favorisée par la présence toujours plus marquée de sociétés multinationales dont l'une des caractéristiques est d'offrir des emplois généralement extrêmement bien rémunérés à leurs dirigeants et à leurs cadres, le plus souvent étrangers eux-mêmes.

Conclura-t-on que la Suisse a sacrifié son âme au capitalisme financier? Ou bien dira-t-on que ce pays s'insère dans un mouvement qu'il n'aspirait qu'à suivre? Les avantages fiscaux décidés par le canton de Zoug pour accueillir des *holdings* et autres sociétés de domicile remontent aux années 30! Tous les cantons, avec des fortunes diverses, en ont fait de même depuis lors en déroulant les tapis rouges et en consentant des facilités et des avantages fiscaux en veux-tu en voilà pour les accueillir. Au point d'ailleurs que la fiscalité des personnes morales s'en trouve maintenant chamboulée et que le moins-disant fiscal a pris le dessus. Ne recueille-t-on pas aujourd'hui les fruits empoisonnés des graines semées ces dernières décennies?

Les très grandes affaires du marché de détail

V. Consommation et distribution

Yvette Jaggi - 18 November 2013 - URL: http://www.domainepublic.ch/articles/24724

Dans les années 60, la Suisse a connu, comme les pays développés et avec un certain retard par rapport aux Etats-Unis, une profonde transformation: l'avènement d'une société de consommation de masse dans laquelle les ménages achètent toujours davantage de biens et de services toujours plus diversifiés.

Même encore mal consolidés, les comptes nationaux reflètent cette évolution. Entre 1961 et 1970, la consommation privée à prix constants augmente dans une proportion record de 48%, jamais retrouvée depuis lors, sans que ces dépenses ne dépassent les revenus salariaux encaissés par les ménages au cours de la décennie la plus prospère des Trente Glorieuses. Malgré un léger fléchissement depuis le tournant du siècle, la consommation des ménages représente toujours près de 60% du produit intérieur brut dont elle reste donc la principale composante. Comme telle, elle joue un rôle primordial dans toute politique conjoncturelle qui associe souvent croissance à dépenses autant qu'à revenus.

Abondance, gaspillage et discussion

Domaine Public a d'emblée perçu l'émergence d'une société d'abondance et promptement dénoncé les inéluctables gaspillages qu'elle entraîne – et dont elle se nourrit même. C'était le thème du n° 17, conclu par un éditorial consacré à cette forme de luxe contemporain: perdre délibérément du temps et de l'énergie sans souci d'efficacité ni de rationalité, en toute gratuité dans un but de don, d'épanouissement ou de pur plaisir. Mais voilà, *«la faible tenue de notre civilisation se mesure au fait que l'on gaspille beaucoup de biens sans joie; et surtout que l'on dilapide des forces, que l'on galvaude des énergies sans qu'elles soient créatrices. Nous nous offrons peu le luxe de libertés nouvelles»*.

Cette apologie de la gratuité a inspiré une longue lettre à l'écrivain Yves Velan. Sa réaction et le dialogue qui s'ensuit se présentent sous la forme d'un entretien, transcrit dans le n° 23, sur le thème *«de la fête à la consommation sans joie»*. En jeu: la part de la valeur économique attachée à toute activité apparemment inutile, du type éducation, culture, création, promenade.

Nouvelle approche indirecte de la société de consommation dans le n° 33, sous la forme cette fois de la recension d'un ouvrage du professeur Jean Meynaud, paru en 1964 à Lausanne, où l'auteur frappe plusieurs volées d'étudiants par l'originalité et la force critique de sa pensée politique et sociale. Sous le titre *Les Consommateurs et le Pouvoir*, il met en évidence l'immense potentiel à la fois contestataire et constructif d'un mouvement consumériste qui tarde à se manifester en Europe, sauf en Suisse où la Fédération romande des consommatrices se montre active depuis un lustre.

Jean Meynaud fait la distinction entre le simple acheteur de biens et d'articles divers et le *«consommateur total»*, sorte d'usager universel qui se fournit chez les prestataires de services en tous genres, publics ou privés, collectifs ou individuels, rémunérés ou non. Dans cette perspective, la protection des consommateurs élargit son champ et englobe, par exemple, la lutte contre la spéculation foncière, la préservation des paysages ou l'amélioration de la qualité des programmes télévisés. Pour ne rien dire de la couverture des coûts sociaux engendrés par des usages ou des comportements inadéquats envers l'environnement naturel et construit, les lieux de vie et de travail, les espaces publics et autres équipements collectifs.

Les manifestants de Mai 68 ont puisé, chez Jean Baudrillard en particulier, une volée de critiques à l'égard de la société de consommation, les traduisant en slogans mémorables du genre *«Consommation, piège à c…»* ou *«La marchandise est l'opium du peuple»*.

Dans son n° 94 daté du 30 mai, DP déroge à son autolimitation au champ helvétique pour se pencher sur *Ces jours qui ébranlent la France*. Et pour consacrer tout un chapitre aux rapports entre *«ouvriers et société de consommation»*.

Notant la réserve du parti communiste et de la CGT vis--vis de la contestation estudiantine, DP la trouve logique. *«De larges couches de la population sont restées en marge de la prospérité. Elles ne sauraient en tant que consommatrices être dégoûtées de notre civilisation, elles commencent à peine à en connaître certains bienfaits. La société de consommation, la classe ouvrière y est attachée, d'abord parce qu'elle y trouve son gagne-pain, ensuite parce qu'elle n'est pas blasée.»*

Explication d'évidence, facile à transposer dans la réalité actuelle, où la société d'abondance fait toujours envie, particulièrement chez les déshérités de la planète et de la société, techniques du *marketing* et globalisation des modes de vie aidant.

Et la moue critique faite par les *«élites»* n'engage qu'elles-mêmes.

Distribution concentrée et urbanisme commercial

A consommation de masse, distribution en masse. L'évolution de la demande des acheteurs, toujours plus motorisés et désormais connectés, aura provoqué de profondes restructurations du côté des vendeurs.

Les entreprises de la grande distribution ont intégré leur filière d'approvisionnement, rationalisé leur logistique, réorganisé leur réseau de vente, généralisé le libre-service, agrandi les surfaces de leurs succursales, développé leurs techniques de *marketing* et d'observation de la clientèle. Elles ont bataillé pour chaque site d'implantation, pour chaque fraction de pour-cent de marge nette, pour chaque innovation promotionnelle ou informatique.

Depuis les années 70, elles ont connu des regroupements spectaculaires, avec disparition de raisons sociales, voire d'enseignes, au point d'en arriver à la situation présente, caractérisée par une extrême concentration dans la distribution des biens de consommation et même de certains services. Le secteur de la vente au détail est à ce point dominé par les deux géants Coop et Migros que l'on peut parler, dans le secteur alimentaire tout au moins, d'un marché duopolistique. Avec toute la portée d'une telle réalité sur les plans économique, social et politique à l'ère de la consommation de

masse.

DP a observé les étapes marquantes du processus de concentration. Certes, les deux numéros spéciaux *Essai sur le capitalisme suisse* I et II se réfèrent exclusivement aux grands groupes de l'industrie, de la banque et des assurances. Mais DP n'a pas manqué les grandes opérations capitalistes qui ont mené, par exemple en 1967, à l'intégration du groupe Jelmoli dans la *holding* luxembourgeoise General Shopping (n° 72) ou, en 1984, à la disparition d'une chaîne historique comme Usego (n° 729). Ou plus tard à l'éclatement du groupe Globus/ABM et au rachat des magasins Waro par Coop ou Denner par Migros. A chaque fois, comme récemment lors de la reprise en 2009 de Sunstore par Galenica (DP 1822), la Commission de la concurrence finit par donner sa bénédiction au mariage de raison économique soumis à son approbation.

En matière d'urbanisme commercial, DP s'est montré très attentif aux développements attendus. C'est ainsi que le n° 29 annonçait dès mars 1965 le premier projet de *shopping center* à l'américaine, ce Glattzentrum qui allait effectivement, dix ans plus tard, ouvrir son parking géant et ses magasins à Wallisellen ZH et s'imposer jusqu'aujourd'hui comme le plus important centre commercial de Suisse, réalisant un chiffre d'affaires de 620 millions de francs. A noter qu'il est désormais rattrapé par la ville, la Glatttalstadt en plein développement, à l'instar des centres de Balexert GE et de Spreitenbach ZH, tous deux ouverts dans les années 1970-73.

En 1972, DP consacrait un important dossier à *L'hypermarché au bord de la route*, faisant l'inventaire des problèmes annoncés en matière d'aménagement du territoire par la politique d'implantation de ces gros générateurs de trafic que sont les grandes surfaces sises le long des grands axes de circulation.

Ces problèmes ont tout naturellement provoqué un mouvement de balancier de retour en ville signalé en 2003 (DP 1573), à l'exemple des nouveaux *malls*, fonctionnant comme des espaces fermés et aseptisés, dédiés à la consommation et à la socialisation sécurisées. Ces galeries d'un genre renouvelé existent depuis quelques années à Genève (La Praille), en plein Zurich (Sihlcity) et dans le quartier de Brunnen à Berne (Westside).

Consommateurs et distributeurs, acteurs politiques

Comment pouvait-il en être autrement, même au pays dont la Constitution oblige les collectivités à respecter le principe de la liberté économique? Des phénomènes comme l'essor de la consommation ou la concentration dans la distribution ne pouvaient se produire sans accompagnement politique ni effet sur la législation.

Regroupés dès les années 60 en organisations de base actives surtout en Suisse latine, les consommateurs ont conquis la reconnaissance de leur existence et de leurs droits le 14 juin 1991, jour de l'adoption par le peuple et les cantons de l'article constitutionnel présenté comme contre-projet à leur propre initiative populaire. Fruit d'un intense travail d'information et de lobbysme, cette reconnaissance a fait des consommateurs un interlocuteur obligé des autorités fédérales et cantonales ainsi que des organisations économiques rompues de longue date à la défense de leurs propres intérêts. A commencer bien sûr par les grands distributeurs.

A titre d'exemple, on choisira la surveillance des prix pour montrer le type de patiente intervention exigée des citoyens-consommateurs. Côté distributeurs, c'est aussi l'embarras du choix. Optons pour la politique active et l'information-presse, pour lesquelles certaines entreprises semblent avoir un goût prononcé.

DP a suivi avec une sympathie évidente les efforts des consommateurs pour devenir une force complémentaire aux syndicats. Et cela même si ces derniers ne se montrent pas toujours preneurs, comme on l'a vu au temps des arrêtés conjoncturels de 1973 qui

prévoyaient l'institution d'une surveillance des prix. Quoi qu'en pensent les organisations de travailleurs, rien ne sert de défendre les revenus salariaux si leur utilisation, sous forme de dépenses de consommation, ne peut pas se faire dans la transparence, qu'il s'agisse d'affichage des prix, d'information sur les produits, de conditions générales et contractuelles pour le logement, les comptes bancaires, les assurances et, bien sûr, les services publics.

Dans ses articles publiés à l'occasion du 200e numéro de *J'achète mieux* en 1992, à celle des 40 ans de la FRC en 1999 ou des 25 ans de l'article constitutionnel sur la protection des consommateurs en 2006, DP salue les avances obtenues, d'abord grâce à l'engagement des acheteurs et usagers qui pratiquent *«une nouvelle forme de civisme»*. Non sans marquer à chaque fois tout le chemin qui reste à parcourir.

La très laborieuse introduction d'une surveillance des prix en Suisse illustre bien les aléas de la défense des consommateurs. Instituée à la faveur des mesures anti-inflation au début de 1974, elle est abolie quatre ans plus tard. Tollé dans les milieux consommateurs qui lancent, en septembre 1978, une initiative populaire tendant à pérenniser cette surveillance. Dépôt en juillet de l'année suivante. Malgré le contre-projet recommandé par les Chambres, l'initiative est acceptée le 28 novembre 1982, par 56,1% des votants et par 16 cantons et 2 demi-cantons. S'ensuivent de longs travaux pour l'élaboration d'une loi d'application à laquelle s'opposent plus ou moins ouvertement les milieux économiques. Finalement, la loi fédérale du 20 décembre 1984 concernant la surveillance des prix (LSPr) entre en vigueur le 1er juillet 1985, mais ne donne de toute évidence pas satisfaction. D'où le lancement d'une nouvelle initiative populaire en avril 1986 *«sur la surveillance des prix et des intérêts des crédits»*déposée en novembre 1987 et finalement retirée en septembre 1991, au vu du contre-projet indirect sous forme d'une révision acceptable de la LSPr. Soit au total dix ans d'élans aussitôt freinés, de manœuvres de coulisse, de tentatives de blocage d'une revendication pourtant avérée.

Ceci dit, es limites de la surveillance des prix sont connues. La lutte contre l'îlot de cherté demeure sélective (DP 2008) et les opérations de blocage de la législation sur les cartels se poursuivent (DP 2013).

Les grands distributeurs ont traditionnellement le goût de la politique active et n'hésitent pas à en payer le prix. Seules les méthodes changent. Le fondateur de Migros, Gottlieb Duttweiler, qui a transformé sa société anonyme en coopérative en 1941, a siégé lui-même aux Chambres fédérales pendant 24 années, par intermittence entre 1935 et 1962, sur les bancs de la défunte Alliance des Indépendants. Une formation, absente de Berne depuis 1998, dont Migros a couvert la majeure partie du budget, tout comme de différents organes de presse plus ou moins durables. De son côté, Coop a longtemps entretenu une amicale parlementaire pour les questions de consommation. Les deux grands groupes mêlent désormais politique, promotion et information dans leur hebdomadaire respectif, tirant l'un et l'autre à près de 2 millions d'exemplaires en trois langues. Du temps de son indépendance, Denner utilisait à fond la démocratie directe, son fondateur Karl Schweri jouant à monter des actions politico-commerciales à grand spectacle.

A noter que dans les cas graves les grands distributeurs suisses savent très bien faire politique commune. En 2006, sachant que le lobbysme commun fait la force, ils présentaient à Berne l'image touchante d'un front uni contre les affreux *discounters* allemands décidés à passer le Rhin pour venir capter leur part du pouvoir d'achat si abondant en Suisse (DP 1689).

Un thème faussement mineur

Dans son premier demi-siècle d'existence et sans craindre de se pencher sur le *«panier de la ménagère»* ni sur les chariots des grandes surfaces, DP aura régulièrement couvert les thèmes de la consommation et de la distribution que d'aucuns ont longtemps jugé mineurs, faute d'en comprendre toute la

signification économique et surtout sociale. Or les budgets des ménages, la diversification des services commercialisés, les langages de la publicité, la mondialisation des marques, les nouveaux moyens de paiement électroniques et d'achat en ligne n'ont rien de futile, mais renvoient à la société qui se fait spontanément inégalitaire et axée sur les valeurs matérielles.

S'impose une réaction politique, publique et civique, collective et individuelle. La loi fixe les règles et corrige les abus qu'elle ne sait pas prévenir. Le «*consommateur total*» se préoccupe du sens et des effets de ses choix et comportements. Et le distributeur responsable utilise sa force pour améliorer la qualité de ses rapports à ses fournisseurs et clients et, bien entendu, celle de ses produits et services.

Un paysage éducatif transformé et de nouveaux problèmes

VI. Ecole et formation

Françoise Gavillet - 09 November 2013 - URL: http://www.domainepublic.ch/articles/24660

L'école et la formation sont rarement absentes de la scène publique et médiatique. Cette visibilité était encore plus évidente dans les années d'immédiate après-guerre – rien de surprenant donc à ce que ces thèmes soient fortement présents dès l'origine dans les colonnes de *Domaine Public*.

La naissance de DP coïncide en effet avec le développement exponentiel des besoins de formation en Suisse. Au lendemain de la guerre, il a fallu répondre, dans un laps de temps court, aux exigences d'une croissance économique en forte expansion.

Urgences de formation

Le *baby-boom* des années 50 s'est rapidement traduit par une explosion des effectifs d'élèves dans la scolarité obligatoire, et en particulier dans la scolarité secondaire – dont l'arrivée générale des filles à ce niveau de formation. Un seul chiffre à titre d'illustration: ces effectifs ont augmenté de 50% dans le canton de Vaud entre 1950 et 1978. Dès lors, comme le pays manque de cadres et de personnels bien formés dans tous les domaines, les attentes sont très grandes face à l'enseignement secondaire et à l'Université.

Plus précisément, dans les années 60 et au début des années 70, aux premiers temps de la publication (alors bimensuelle) de DP, les articles consacrés aux questions de formation sont fréquents dans les colonnes du journal. L'approche est tantôt sociologique, tantôt pédagogique, ou plus directement politique. Il s'agit toujours de promouvoir les nécessaires investissements financiers et humains en matière de formation, mais aussi de mettre le doigt sur les incohérences, les freins, les inégalités dans ce domaine.

Des thématiques prioritaires

La ségrégation scolaire, à dimension sociale, est clairement dénoncée. A travers une sélection précoce, rigide et mal pensée, elle se traduit par un gaspillage inaccceptable de talents. Mise en accusation, entre autres, la courbe de Gauss et son dogme des trois tiers d'élèves bons, moyens et faibles qui seraient présents dans chaque groupe scolaire, aussi réduit soit-il. Dans le deuxième numéro déjà, un article au titre explicite, *Echec aux échecs. Sélection scolaire et gaspillage des ressources intellectuelles du pays*.

Parallèlement, sont présentés des systèmes scolaires refusant la sélection jusqu'au terme de la scolarité obligatoire, ceux du