

Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (2019)

Heft: 2246

Artikel: Duel de géants pour le duo orange : Coop et Migros rivalisent d'abord pour leur propre bien, et ensuite pour celui des consommateurs

Autor: Jaggi, Yvette

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1020032>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 21.12.2024

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

contribuables zurichois devraient passer à la caisse. Un risque minime, mais dont il ne convient pas de faire porter les conséquences à la collectivité.

Cette situation paraît certes fort éloignée alors que des bénéfices substantiels alimentent chaque année les caisses publiques. Ce qui

n'encourage pas les autorités à renoncer à la garantie. D'autant moins que la ZKB permet le recyclage de politiciens en fin de carrière: les trois membres de la présidence que se partagent l'UDC, le PLR et le PS touchent un salaire de 400'000 francs.

Toutes proportions gardées, les

autres banques cantonales bénéficiant de la garantie de l'Etat présentent les mêmes risques. Le rôle joué par ces établissements, fort éloigné des objectifs qui leur furent assignés à l'origine, ne justifie plus cette garantie. Les banques cantonales, proches de leur clientèle, mais trop proches des contribuables.

Duel de géants pour le duo orange

Coop et Migros rivalisent d'abord pour leur propre bien, et ensuite pour celui des consommateurs

Yvette Jaggi - 26 mai 2019 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/35007>

Bataille de chefs autour d'un trophée: les présidents des groupes Coop et Migros ont cherché tous deux à gagner une administratrice de choc en la personne de Doris Leuthard. Dès le début de mars dernier, on apprenait qui avait le mieux manœuvré: l'ancienne conseillère fédérale se réjouissait d'entrer dans les conseils d'administration des sociétés Coop et Bell, présidées par le très habile [Hansueli Loosli](#).

Ce joli coup couronne une série d'avancées prises ces dernières années par les séculaires Sociétés coopératives de Bâle sur celles dont Gottlieb Duttweiler a jeté les fondements en 1925. Pour la première fois l'an dernier, le chiffre d'affaires consolidé du [groupe Coop](#) a passé la barre des 30 milliards de francs, dont [Migros](#) s'approche régulièrement sans l'avoir

encore franchie (28,5 milliards en 2018).

Le duopole à l'œuvre

La rivalité des deux géants de la distribution en Suisse ([DP 2141](#)), qui forment ensemble un duopole unique dans le monde occidental, tourne depuis quelques années à [l'avantage de Coop](#). Certes, les deux groupes ont pris, avec succès le plus souvent, les virages voulus par l'évolution du commerce de détail: concentration des structures, intégration des chaînes d'approvisionnement en Suisse et à l'étranger, gestion automatisée des flux et des stocks, développement d'activités de production et de services à l'étranger, marketing de plus en plus raffiné grâce au *big data* commercial, sans oublier les ventes en ligne, bien sûr.

Ces dernières engendrent un produit net relativement minime par rapport au commerce stationnaire, mais non négligeable en valeur absolue, de l'ordre de 1,2 milliard à Migros et de plus de 2 milliards chez Coop qui pratique aussi la vente en ligne à partir de ses installations de production et de dépôts.

L'un et l'autre groupe comptent sur le marché du travail: 106'000 collaborateurs dont 90'000 en Suisse et 3'800 apprentis chez Migros, premier employeur de Suisse. De son côté, Coop recense 70'000 postes équivalent plein temps, dont environ 45'000 en Suisse et 3'750 apprentis.

Mais cette puissance affichée cache des risques et des faiblesses. A l'échelle suisse, les marges demeurent insuffisantes pour Migros; la [rentabilité globale](#) s'en ressent.

Dans ses sociétés [coopératives romandes](#), les ventes au détail ont baissé entre 2000 et 2018 et les marges s'effritent. Certaines acquisitions s'avèrent des poids lourds à porter, tels les [magasins Globus](#), qui ont provoqué de gros amortissements, et auxquels il ne reste que deux ans pour redresser la barre et mettre fin aux pertes d'exploitation.

De manière générale, Migros attire l'attention de la presse économique: la réduction des effectifs en Suisse alémanique - mais aussi à [Genève](#) - n'ayant pas suffi, le géant orange exerce de fortes [pressions](#) sur les fabricants et autres fournisseurs, y compris sur les producteurs du terroir pourtant mis en si rémunératrice évidence au rayon bio.

Le jeu des rabais non démontrés

De son côté, Coop aurait tort de se croire à l'abri des critiques. Car ses coopératives se livrent elles aussi au jeu équivoque des rabais

continuels, comme le font Migros et sa filiale Denner, ou les discounters Aldi et Lidl de plus en plus présents en Suisse romande.

Certes, il paraît que les consommateurs adorent chercher le bon *deal*, celui que l'on trouve en scrutant son smartphone ou en surfant sur son petit écran. Ou celui que promettent, sans donner de références, les rabais de 20 à 59% annoncés par les hebdomadaires largement diffusés des chaînes de détaillants, de A comme *Aldi* à M comme *Migros Magazine* en passant par *Coopération* et *HebdoDenner*.

Il serait grand temps que les associations de consommateurs soumettent à Monsieur Prix le résultat de leurs observations à ce sujet. Et que ce dernier se prononce au nom la loi contre la [concurrence déloyale](#).

L'économie libérale voit dans le libre jeu de la concurrence un mécanisme favorable aux consommateurs. Un beau principe dont la mise en œuvre laisse fort à désirer dans la

pratique des affaires en général et sur le front du commerce en particulier.

Certes, Coop et Migros peuvent à bon droit périodiquement rendre compte des actions que leur inspirent leurs préoccupations sociales affichées. Le duo cite aussi les initiatives exemplaires en matière de durabilité des produits, de qualité des services à la clientèle, de contribution à la protection de l'environnement. Pour ne rien dire de la santé, un marché prospère sur lequel Migros s'avance audacieusement - avec l'espoir secret d'améliorer ses marges.

Mais on devrait pouvoir aussi compter sur ces grands distributeurs pour appliquer en tous points une *«politique d'entreprise reposant sur l'idéal coopératif, l'ancrage national et régional, et la volonté de s'engager avec passion pour la clientèle, de façon crédible, responsable et toujours dans une optique de la performance»*, selon les termes proclamés par Migros dans son rapport annuel.

Liaisons TGV France-Suisse: deux concepts s'affrontent

Le marché européen du transport ferroviaire entre intérêts commerciaux et rapports entre Etats

Michel Béguelin - 22 mai 2019 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/34995>

En 1984 s'ouvre la première ligne TGV hors frontières françaises, exploitée avec des rames spécifiques franco-

suisse tri-courants. Elle relie Paris à Lausanne.

A l'époque, la collaboration

entre SNCF et CFF était totale, pour le plus grand bien des voyageurs. Or voici que la société [TGV Lyria](#), devenue le