Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (2007)
Heft: 1718

Artikel: La vie palpitante des épiceries à l'ombre de Migros et Coop
Autor: Danesi, Marco
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1024216

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: 11.05.2025

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

La vie palpitante des épiceries à l'ombre de Migros et Coop

Marco Danesi

Hans Liechti, directeur de Veledes, l'association qui défend les intérêts des «autres» détaillants, fait confiance à Philippe Gaydoul. Malgré l'arrivée de Migros, et tant qu'il sera à la tête de Denner (trois ans encore), le jeune PDG n'abandonnera pas les satellites «inventés» par son grand-père. Karl Schweri croyait à l'avenir des petits magasins, à côté des supermarchés urbanisés. Surtout dans les régions rurales ou montagnardes.

Trente ans plus tard, certes à l'ombre du duopole qui occupe désormais les trois quarts du marché de l'alimentation et otages d'une guerre des prix qui réduit leurs marges, 3500 épiceries, superettes à la française, ou shops anonymes, quadrillent la Suisse. Et se partagent 15 à 16% du panier de la ménagère. A la barbe d'une lente érosion, creusée également par des consommateurs versatiles, les indépendants tiennent bon, assure le rapport 2005 de ProMarca, Union suisse de l'article de marque. Ils font même preuve d'audace quand ils développent le commerce en ligne, via le web, défiant LeShop et Migros.

En revanche, Hans Liechti reconnaît que la branche est saturée. Il n'y a plus de terres vierges à conquérir. Il faut se contenter de grossir en s'emparant des concurrents. Acquisitions et alliances, restructurations et faillites secouent le monde des petites enseignes. Si bien que la concentration s'intensifie d'année en année. Les surfaces de vente s'agrandissent aux dépens des échoppes d'autrefois, minuscules et étriquées, tandis que les chiffres d'affaires stagnent ou augmentent à peine. Finalement seuls quelques groupes exercent leur emprise sur le secteur.

Le directeur de Veledes rappelle volontiers que les petites enseignes vivent de la proximité avec leurs clients. Chassées des villes et des agglomérations colonisées par super et hypermarchés, elles se réfugient dans les communes éloignées des circuits urbains. La nécessité se transforme d'ailleurs en stratégie de vente: le terroir devient une valeur ajoutée et la convivialité une denrée toute aussi importante que le pain frais chaque matin. Bref, proche et authentique à des prix abordables. Parfois meilleur marché que Coop ou Migros. Comme celui du beurre acheté directement aux paysans voisins, étranger aux frasques de Floralp et de ses concurrents. Ou celui des produits de nettoyage de marques inconnues, importées en marge des circuits officiels. Même si la force de frappe publicitaire des deux géants étouffe le marketing artisanal des indépendants. Et s'ils doivent toujours lutter contre le préjugé de cherté qui leur colle injustement à la peau.

Les réseaux des indépendants

PAM/Valrhône, contrôlée par La Valaisanne Holding SA fondée en 2004, domine la Suisse romande après une ascension fulgurante. En 2005, elle a repris Usego, Primo et Vis-à-vis à Bon appétit Group, appendice helvétique de Rewe, colosse allemand de la distribution. La société, propriétaire des magasins du même nom (218) et autres Pick & Pay et marchés Flag de ce côté-ci de la Sarine, fournit aujourd'hui un peu plus de 300 comptoirs indépendants forte de la ligne Leader Price du Français Casino.

En Suisse alémanique, outre les satellites Denner, Volg, Spar et Treffpunkt se disputent le territoire. Volg diffuse les produits de Fenaco qui regroupe 365 coopératives agricoles (les Landi). La chaîne comptabilise près de 800 points de vente dont 160 franchises, emploie 4500 personnes et dépasse le milliard de chiffre d'affaires. A son tour, en 2005, elle a intégré dans son giron les activités alémaniques d'Usego, soldé par Bon Appétit.

Spar, établi à Saint-Gall, détient la licence pour toute la Suisse de l'entreprise née au Pays-Bas qui administre des milliers de supermarchés aux quatre coins de la planète. Elle gère des adresses propres et fournit à son tour des indépendants. En tout, elle aligne 325 enseignes.

Treffpunkt, lancé par Pro Trade and Retail AG dans le canton de Zurich, contrôle une centaine de mini-discounts. Depuis six mois le label partage avec Valrhône logistique et marketing pour le bonheur de leurs réseaux respectifs (317 magasins en tout), surtout du système Proxi, imaginé à Sion, dont les conditions d'affiliation sont moins exigeantes que pour PAM.

Il reste encore Marktplatz qui regroupe depuis 2005 une septantaine de détaillants de la région de Lucerne, tous anciens clients d'Usego.

Au Tessin, c'est la société italienne CRAI qui règne. Elle exporte les trésors gastronomiques de la péninsule ainsi qu'une vaste gamme d'articles de nettoyage sur les rayons de cent «bottegai» du Sud des Alpes.

Les stations-service représentent un cinquième des 3500 commerces répertoriés. Et les véritables indépendants, c'est-à-dire les détaillants à leur propre compte et non pas gérants d'un magasin appartenant à une société - ne sont que la moitié, environ 1600, dont quelques-uns se débrouillent seuls à l'écart des licences octroyées par les fournisseurs.