

Zeitschrift: Le messenger suisse : revue des communautés suisses de langue française
Herausgeber: Le messenger suisse
Band: 37 (1991)
Heft: 33

Artikel: Pour s'appeler Migros en France...
Autor: Malillo, Giuseppe / Diesbach, Roger de
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-848197>

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: 04.05.2025

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

Pour s'appeler Migros en France ...

Migros doit passer à la caisse.

Si rien ne change, les deux supermarchés que la Migros compte ouvrir en 1993 en France voisine ne pourront pas porter le nom de "Migros". Le droit français sur la concurrence déloyale interdit à Migros Suisse de s'établir en France sous son nom.

Dans l'Hexagone, le nom de Migros appartient à une grande famille d'industriels, les Bouriez, à Nancy et à Lille. Qui ne sont pas prêts d'abandonner ce plat de lentilles pour des queues de cerises. Des négociations sont en cours.

La Migros devra-t-elle s'installer en France sous un autre nom ? A Zurich, Jules Kyburz, patron de la Fédération des coopératives Migros (FCM), confirme de mauvaise grâce que des discussions sont en cours afin de racheter le nom de Migros en France : "Nous y travaillons ; nous avons

une solution. Nous ne voulons pas informer le public avant que les négociations aboutissent". A Zurich, le porte-parole de Migros surenchérit : "C'est une épine dans notre pied depuis longtemps. Les propriétaires nous proposent de racheter la marque Migros pour une somme exagérée. Nous avons un idéal à respecter. On ne peut pas jeter l'argent des coopérateurs par les fenêtres".

"M. et Ch. Lévy-Migros"

Utilisé en France depuis 1923 par la Société Max et Charles Lévy, le nom de Migros a été déposé le 23 mai 1928 à l'Institut National de la Propriété Industrielle. Jules Kyburz : "Gottlieb Duttweiler en fut informé, mais n'y accorda aucune importance". Sans doute parce que le fondateur du "capital à but social" trouvait le nom de Migros trop "prosaïque, trop commercial" ; il voulait en changer pour Coopérative Grütli, ou Rütli. Il existait déjà une imprimerie Grütli et les autorités fédérales voulaient éviter tout abus d'un symbole national : Migros est restée Migros.

Entre-temps, en France, la société Lévy a prospéré. Elle est absorbée en 1959 par la Société d'alimentation Haeringer & Cie, qui devient Haeringer-Migros-Agam. Cette dernière est reprise en 1970 par la Société Européenne de Supermarchés (SES), elle-même rachetée par TLC, un géant de l'agro-alimentaire new-yorkais. En mai 1989, les Américains revendent la SES au groupe français Cora, propriété de la famille Bouriez, qui passe pour "l'une des plus secrètes de France".

Les propriétaires français de Migros ont toujours soigneusement maintenu des magasins portant cette enseigne. Il y en avait encore une soixantaine à la fin des années 80. Il en reste 2 en Alsace, à Wissembourg et Sierentz. A Zurich, on recon-

naît que la clientèle confond souvent ces deux Migros.

Le long combat de Migros

Dans les années 60, Migros-Suisse s'inquiète de l'existence de cet homonyme français. Est-ce pour tâter le terrain que, en 1968, elle ouvre une petite épicerie à Gaillard, en Savoie ? En même temps, elle crée deux Sociétés "Migros" en France. Ensuite, elle attaque en justice ses concurrents français "en contrefaçon de marque et usurpation de nom". Les Suisses rappellent en effet que Migros a été créé en 1925 en Suisse et que ce nom a été déposé le 29 décembre 1931, au registre international des marques. Bref, ils jurent qu'ils ont été les premiers à déposer le nom de Migros. Cette longue procédure dure jusqu'en mars 1980. La Cour de cassation de Paris donne alors tort aux Suisses et reconnaît que la Société Lévy a été la première à déposer le nom de Migros en France. Au cours des ventes successives, la marque Migros est cédée en même temps que le fonds de commerce. Ce sont donc les derniers propriétaires des magasins Lévy, aujourd'hui la famille Bouriez, qui détiennent le nom de Migros en France.

En mai 1989, Migros-Suisse était pourtant revenue à la charge en tentant de racheter ses homonymes français vendus par les Américains TLC. Mais elle a été coiffée au poteau par la famille Bouriez. Reste à savoir ce que les Suisses devront payer pour racheter le nom de Migros en France. Jean-Louis Kremer, un juriste du groupe Bouriez : "Si les Suisses utilisent l'enseigne Migros en France, nous ferons respecter nos droits". Le cas des wagons de Migros-Suisse qui passent par la France n'est pas non plus réglé.

Migros-Suisse est prise à la gorge. Pour s'installer en France sous son nom, elle devra passer à la caisse. Ou accepter un échange. Faire un peu de place aux Français dans la distribution helvétique, par exemple.

fin de la page 19

petits pôles tertiaires, offrant des services banals, sont aussi en pleine expansion : par exemple Stans, Sarnen, Schwyz, Oberriet, Möhlin ou Guin. Pourtant, la trop grande spécialisation industrielle de villes comme Le Locle, La Chaux-de-Fonds, Yverdon, Monthey ou Wohlen leur ont valu des déboires.

"En Suisse, tout passe par les métropoles. Ce sera aux politiciens de veiller à prendre des mesures d'accompagnement pour les laissés-pour-compte", commente Antonio Cunha, co-auteur de l'étude avec le professeur Jean-Bernard Racine. Il ajoute : "D'autant plus que l'Europe, la création de services de plus en plus spécialisés et le développement des réseaux de communication renforceront la tendance actuelle". ■