Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger
Band: 49 (2022)
Heft: 1

Artikel: Le géant orange brise un tabou
Autor: Peter, Theodora
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1052055

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.12.2025

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

Le géant orange brise un tabou

Depuis sa fondation, il y a près de 100 ans, Migros renonce à la vente de vin, de bière et d'eau-de-vie. Cela pourrait bientôt changer: au mois de juin, les 2,2 millions de membres de la coopérative se prononceront sur la fin de l'interdiction de l'alcool.

THEODORA PETER

«Complètement ringard» pour les uns, il fait pour les autres partie de l'ADN du plus grand détaillant suisse: le renoncement à la vente d'alcool et de tabac. Le fondateur de Migros, Gottfried Duttweiler (1888–1962), a inscrit cette interdiction en 1925 dans les statuts de la coopérative. Et même s'il aimait boire du vin et fumer le cigare, Gottfried Duttweiler a renoncé à la vente lucrative de stupéfiants légaux par souci pour la santé du peuple. En même temps, il a fait de boissons sans alcool, comme le jus de pomme, de véritables best-sellers grâce à sa production propre et à des baisses massives de prix. L'ancien patron de Migros bannirait-il aujourd'hui encore le vin et la bière de ses magasins? On ne peut que spéculer sur la question. D'après des documents sonores des années 1950, il doutait du moins de la pertinence du maintien de l'interdiction.

L'alcool déjà en vente en ligne

Le géant orange contourne aujourd'hui déjà son interdiction de vendre de l'alcool. La clientèle trouve de la bière, du vin et de l'eau de vie dans la boutique en ligne de l'enseigne, dans les shops Migrolino des gares et des stations-service ainsi que chez Denner, filiale de Migros. Le discounter, qui a été racheté par le groupe Migros en 2007, est le deuxième plus grand vendeur de vin en Suisse après Coop. Pour le commerce de détail, beaucoup d'argent est en jeu. En 2020, les consommateurs ont dépensé près de 2,6 milliards de francs en Suisse pour de l'alcool, ce qui représente environ 8,6 % du chiffre d'affaires total du commerce de produits alimentaires. Combien de recettes supplémentaires la vente d'alcool dans les supermarchés stationnaires apporterait-elle à Migros? La question reste ouverte. Les voix sceptiques font remarquer que ces gains pourraient se faire au détriment de ceux des filiales Denner.

La libéralisation envisagée déplaît fortement à la Croix-Bleue. L'organisation, qui promeut l'abstinence, considère cette interdiction comme une mesure de protection importante pour les alcooliques «repentis». Ceux-ci, dit-elle, risquent constamment de retomber dans leur ancienne dépendance s'ils sont confrontés, en faisant leurs courses, à des bouteilles d'alcool. La Croix-Bleue souligne que Migros risque ainsi de perdre sa réputation d'entreprise sociale et socialement responsable.

Un argument clé de vente

Le publicitaire Thomas Wildberger, qui a créé la campagne de promotion «Migros appartient à tout le monde» pour le géant du commerce de détail, émet lui aussi des doutes. Pour lui, le renoncement à la vente d'alcool et de tabac est un argument clé de vente qui a fait la popularité de Migros, dit-il dans une interview. «La population aime Migros précisément pour cette particularité.» D'après l'expert en marketing, il ne faudrait pas renoncer à cet avantage stratégique à la légère.

De toute façon, rien n'est encore décidé. En juin, Migros invitera l'ensemble des 2,2 millions de membres de sa coopérative à voter sur la levée de l'interdiction de l'alcool. Les comités des dix coopératives régionales ont préparé le terrain. Une majorité de deux tiers des votants dans chaque région est requise pour changer les statuts. Ce sont eux qui décideront finalement si Migros ajoutera de la bière, du vin et des spiritueux à son assortiment dès 2023.

L'homme qui a inscrit l'interdiction de l'alcool dans les statuts de Migros était lui-même un bon vivant: il s'agit de Gottlieb Duttweiler (1888–1962), ici devant son magasin à Oerlikon (ZH) en 1960.

On peut presque tout acheter chez le plus grand détaillant de Suisse, sauf de l'alcool et du tabac. Photo Keystone