

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 23 (1986)
Heft: 826

Artikel: Coop Suisse : la part au gâteau d'abord
Autor: Jaggi, Yvette
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1022949>

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: 23.01.2026

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

La part au gâteau d'abord

Sans susciter de grands commentaires, Coop Suisse a connu un début d'été important: à Zurich, l'Assemblée des délégués, organe suprême de la seconde grande fédération coopérative de notre pays, a décidé un nouveau plan de fusions, tandis qu'à Lausanne le Congrès du PSS discutait d'un assortiment compatible avec l'idéal coopératif et tiers-mondiste. Reprenons les choses dans l'ordre. Depuis 1967, année où le chiffre d'affaires de la Migros dépassait pour la première fois celui de l'Union suisse des coopératives (U.S.C.), cette dernière, promptement rebaptisée Coop Suisse deux ans plus tard, court après les structures idéales qui devraient lui redonner le leadership de la distribution en Suisse.

ÇA FUSIONNE

Cette course se confond avec l'application obsessionnelle de séries de fusions délicates à négocier. Le premier plan, mis en œuvre dès 1969, prévoyait la réduction à 33 sociétés de distribution d'ici 1975. L'objectif était ambitieux; certes l'USC avait rassemblé ses forces depuis le début des années 50 où elle comptait plus de 550 coopératives de consommation. Mais passer de 405 (fin 1968) à 33 sociétés en sept ans paraissait tenir du pari impossible. Qui ne fut donc pas tenu: en 1975, Coop Suisse en était encore à plus de 130 sociétés membres. Et à près de 2 milliards de retard sur le chiffre d'affaires de la Migros.

Dix ans plus tard, les choses se présentent mieux, du point de vue des structures tout au moins. L'énorme effort de réorganisation interne donne des résultats intéressants: Coop Suisse ne compte plus que 40 sociétés membres, dont les 12 plus

importantes réalisent 74,1% de toutes les ventes au détail. Par rapport à 1975, le nombre des magasins a diminué de 1595 à 1334, dont 372 supermarchés représentant 48,4% des surfaces de ventes et 54,6% du chiffre d'affaires.

Mais la Migros est encore loin avec ses 9 milliards de chiffre d'affaires (contre 6,4 à Coop), ses 12 sociétés fédérées et ses quelque 500 points de vente, dont 200 supermarchés. Du coup, Coop remet ça et formule un nouveau plan de fusions que l'Assemblée des délégués vient donc d'adopter; l'objectif se résume à 18 sociétés Coop régionales, liées à 18 centrales de distribution intégrées. Pour la Suisse romande, cela entraînerait la réunion des sociétés coopératives de la Broye, de Fribourg et du Moléson, desservies par l'entrepôt régional de Fribourg; l'intégration des trois sociétés valaisannes autour de l'entrepôt de Châteauneuf; la création d'une grande société Neuchâtel-Jura, comprenant aussi trois coopératives soleuroises, déjà regroupées autour de l'entrepôt régional de Bützberg (BE). Coop Genève, déjà constituée lors du plan de 1968, échappe au mouvement depuis lors, tandis que la Société Lausanne-Chablais a durablement trouvé ses frontières depuis plusieurs années.

LA MIGROS EN POINT DE MIRE

On peut imaginer les efforts de négociation et de réorganisation qu'une politique de restructuration du type de celle menée par Coop peut signifier. De haut en bas, de la centrale au front de vente, tout le groupe et la grande majorité des quelque 38 000 personnes occupées sont concernés.

Le tout évidemment avec la Migros en point de mire, mais surtout en vue de maintenir, et si possible d'accroître de quelques fractions de pour-cent, la part au commerce de détail suisse.

Depuis plusieurs années, Coop Suisse évalue sa propre tranche du gâteau commercial à 12%, tandis que la Migros s'attribue 15%. Point positif pour Coop: grâce à un assortiment diversifié de longue date, elle est relativement mieux implantée dans le non-alimentaire où ses magasins font, comme ceux de la Migros, un chiffre d'affaires de 2,6 milliards par an.

Evidemment, la course poursuite que se livrent les deux grands de la distribution suisse laisse loin derrière le groupe Uego, éternel troisième, et le peloton des millionnaires emmené par les Denner et autres Jelmoli. Les grandes manœuvres au sein de la distribution, qui sont une réponse combinée à la production en série longue et à la consommation de masse, entraînent un mouvement de concentration sans précédent dans tous les pays d'Europe. La Suisse a toujours été en tête du mouvement, grâce surtout à la rivalité des deux grandes fédérations coopératives.

Préoccupée par sa propre (in)efficacité, Coop paraît avoir abandonné l'héritage des Equitables Pionniers de Rochdale. A force d'appliquer les techniques nouvelles du management et du marketing, on finit par oublier les idées plus anciennes, ressenties comme des freins à la croissance. Comme si la survie, à plus forte raison la réussite commerciale, ne pouvaient s'obtenir qu'au prix de l'amnésie idéologique.

«COOP DU MONDE»?

C'est un peu ce que deux sections socialistes zurichoises ont voulu faire sentir — et corriger — avec leurs propositions, dûment acceptées par le récent Congrès du PSS et tendant à influencer sur l'assortiment même des magasins affiliés à Coop Suisse. Il s'agit rien moins que de faire une sorte de rayon «Magasins du monde» dans les succursales Coop, avec bananes Nica bien sûr, mais aussi avec toutes sortes de produits du tiers monde, sélectionnés selon les critères sociaux et écologiques appliqués par une centrale du type OS 3.

On peut évidemment rêver. Mais si le commerce parallèle, le «commerce plus juste», devient la règle, la différence qui en constitue l'essence disparaît, et lui avec. L'heure est venue de méditer le précédent de la démocratie coopérative: ou bien les «Coopé» respectent l'idéal qui leur a servi de base de départ, et disparaissent à terme, embourbées dans des structures inadaptées à la lutte concurrentielle, ou bien le groupe Coop se substitue à elles pour assurer leur survie commerciale et organiser leur renoncement idéologique. Décidément, la philosophie d'entreprise est un art difficile à pratiquer: si ses principes se situent trop haut, ils tirent l'affaire en bas, et s'ils s'avèrent moins exigeants, ils servent d'alibi à l'unique objectif de toute entreprise: augmenter sa part au marché.

Y. J.

ÉCHOS DES MÉDIAS

Un essai de télévision locale aura lieu le 6 juillet à Lucerne sous les auspices des *Luzerner Neuste Nachrichten*, quotidien du groupe Ringier. L'émission, diffusée par câble, durera deux heures et sera consacrée au 600^e anniversaire de la bataille de Sempach.

* * *

«Action socialiste», mensuel publié par le Groupe trotskiste de Suisse (GTS), section suisse d'une des tendances de la IV^e Internationale nommée «Centre international de reconstruction», a rappelé dans son numéro du 3 mai le cinquième anniversaire du journal dont le premier numéro a paru le 1^{er} mai 1981. Une campagne de financement, qui doit rapporter 4000 francs, a été lancée.

* * *

L'Appel est l'organe mensuel de la Fédération suisse des travailleurs du cuir et de l'équipement (FVCE). Il paraît sur quatre pages dont une en français, une en italien, presque deux en allemand avec un article en turc (numéro du 20.6). Un exemple des problèmes de communication dans le monde ouvrier suisse.

TRANSPORTS DE DEMAIN

Le plein de soleil

Les Romands ont été privés du spectacle insolite que représente le passage de septante «fous roulants sur leurs drôles de machines». Partie de Fribourg-en-Brisgau, la deuxième édition du «Tour de sol» s'est achevée le week-end dernier à Suhr. Consolons-nous, les Genevois auront l'occasion, les 5 et 6 juillet prochains, d'assister à Meyrin au premier Grand Prix de formule «S» (solaire) organisé dans notre pays. (*)

A l'heure où le grand monde de la course automobile se décide enfin à prendre des décisions visant à restreindre le nombre d'accidents tant en rallye qu'en Formule 1 (voir les récentes décisions de la FISA), le public découvre petit à petit un autre type de courses automobiles. Les compétitions de voitures solaires peuvent se réclamer d'un idéal que la Formule 1 n'ose même plus invoquer comme prétexte: elles servent véritablement à faire progresser la recherche, dans un domaine où les perspectives sont immenses. Ces courses silencieuses et extravagantes ont un côté bon enfant éminemment sympathique qui ne doit pourtant pas faire oublier les progrès réalisés en une année seulement, soit depuis la dernière édition du Tour de sol.

A tel point que la production en série de voitures solaires, présentée il y a quelques années comme une gageure, semble aujourd'hui à portée de main. Question d'argent bien sûr, comme le déclare Thomas Kurer, ingénieur qui a participé à la réalisation du prototype MEV-1 (patronnée par Migros): «Il faut maintenant que des investisseurs ayant une vision claire et non idéalisée des choses posent l'argent sur la table.» Cela risque bien de coûter des millions, mais les perspectives de gain

sont importantes: la voiture solaire, avec son autonomie de 100 kilomètres, son poids et son encombrement réduit, serait le véhicule idéal pour le transport des personnes à l'intérieur des villes. Gain commercial potentiel donc, si la «solarmobile» est vendue à un prix n'excédant pas celui d'une voiture classique de petite cylindrée. Gain de calme également pour les habitants des villes, sans parler du bilan pour la salubrité de l'air.

A condition toutefois que ces nouveaux véhicules soient capables de recharger leurs batteries au moyen de cellules solaires, car le risque existe de voir les usagers utiliser la prise de courant pour «refaire le plein», ce qui serait évidemment contraire à l'esprit de l'expérience. En aucun cas, la voiture électrique ne doit servir de prétexte à la construction de nouvelles centrales thermiques à combustible fossile ou nucléaire.

Le récent abandon de l'expérience «Thémis» en France ne doit pas faire crier victoire à ceux qui prétendent que l'énergie solaire ne sera jamais concurrentielle. Le chauffage individuel des maisons solaires, les voitures servant à des déplacements sur de faibles distances — qui représentent l'immense majorité du trafic — semblent être les directions dans lesquelles la recherche a le plus de chances d'arriver prochainement à des résultats.

Le recours au solaire n'est pas qu'une question technique: il impose également une autre conception, décentralisée à l'extrême, de la distribution de l'énergie. Il s'agit donc aussi d'un problème de mentalité et de volonté politique.

M.A.M.

(*) Grand prix solaire de Meyrin, organisé avec le concours du groupe genevois de la Société suisse pour l'énergie solaire.

Les courses auront lieu le samedi 5 juillet de 9 h. à 19 h. et le dimanche 6 de 9 h. à 16 h.

Le circuit se trouve compris entre la route du Mandement et la route de Meyrin.