

Supercard, supercoop

Autor(en): **Imhof, Pierre**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **37 (2000)**

Heft 1430

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1026044>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Supercard, supercoop

La course à la banque de données sur la clientèle.

ENFANT, NOUS REVENIONS du magasin avec des timbres à coller sur un carnet. En échange du carnet rempli, nous avions droit à cinq ou dix francs. Système primitif de fidélisation de la clientèle. Et il y avait les magasins qui doubleraient les timbres pour leurs meilleurs clients. Ou ceux qui en donnaient de deux sortes différentes. Et puis, modernisme suprême, la Coop où les timbres sortaient automatiquement d'un appareil en fonction du montant des achats.

Les timbres ont disparu avec les épieries. Quant aux Coop, voilà belle lurette qu'elles ont abandonné ce système trop écureuil pour une clientèle qui vit à crédit.

Jusqu'au jour où la Migros a réinventé le système. La carte M Cumulus permet une épargne électronique sans

timbres à coller. Et, au passage, une bonne connaissance des habitudes de consommation de la clientèle. Grâce à la carte et aux code-barres, la Migros sait qui consomme quoi à quel moment de l'année et du mois.

La Coop était restée en retrait: Coopprofit, c'était uniquement une possibilité de profiter d'«actions»: du fromage à raclette à moitié prix ou un set de casseroles avec 20 % de rabais... en échange tout de même d'une adresse. Un fichier contre des rabais.

Système trop simple: voici la Supercard, qui permet de gagner des superpoints, après consultation du superbox, et de gagner des supercadeaux à choisir dans le supercatalogue. Sur une page A4 recto-verso, vingt-quatre fois le mot super, avec un record de quatre citations dans un paragraphe de trois lignes.

Comme M Cumulus, Supercard permettra de constituer une véritable banque de données sur la clientèle et de cibler la publicité... Encore merci Coop.

Pas d'objection de principe à ce genre d'opération. Mais pourquoi ne pas les mener dans la transparence? On cite la Loi sur la protection des données, mais on ne nous dit pas à quoi la Coop utilisera sa mine de renseignements... Plutôt que de prendre ses superclients pour des superimbéciles, Coop et Migros devraient jouer franc-jeu: que ces entreprises disent à leurs clients pourquoi elles lancent de telles cartes, sans les noyer dans les superlatifs. Et qu'elles leur demandent s'ils souhaitent recevoir de la publicité à domicile avant de leur concocter des envois «personnalisés».

pi

COMMÉMORATION

Il y a cinquante ans, l'Europe

ON CONNAÎT LA fondation Jean Monnet pour l'Europe à Lausanne. Gérant les archives et la mémoire du grand homme, produisant colloques, mémoires et publications, son heure de gloire semblait passer.

Aujourd'hui la Fondation édite symboliquement, en date du 9 mai 2000, un ouvrage consacré à un événement qui se déroula cinquante ans auparavant le 9 mai 1950, la création de la Communauté européenne du charbon et de l'acier (CECA), précurseur du marché commun¹. L'idée de Jean Monnet, qu'il parvint à vendre à Robert Schumann, ministre français des affaires étrangères et à Konrad Adenauer, chancelier de la république fédérale depuis une année, était fort simple: le charbon et le fer de la Ruhr, de la Lorraine, du Nord et de la Belgique servent à fabriquer des armes et ils suscitent toutes les convoitises à l'origine des guerres. En créant une autorité commune internationale pour superviser la sidérurgie, une des causes majeures des guerres européennes est éliminée.

D'innombrables gloses ont été écrites depuis lors sur cet événement,

chef-d'œuvre diplomatique de l'influence des jésuites selon certains (les protagonistes, allemands, français, italiens ou belges étaient tous des catholiques, démocrates-chrétiens, anciens élèves des bons pères), moyen très sûr de contrebalancer l'influence des Anglo-Saxons selon d'autres.

Documents précieux

L'ouvrage édité par la fondation Jean Monnet comprend exclusivement des fac-similés et des commentaires de l'époque: aucune introduction, pas de mise en perspective, rien. Paradoxalement ce vide, cette présentation brute des textes en est d'autant plus impressionnante. Naturellement le côté très «grand style» de la prose est daté et fait un peu sourire, mais la pénétration de la pensée, la capacité de projection dans l'avenir de Jean Monnet sont, à la lecture, impressionnants. Un livre cadeau, donc, à ouvrir comme antidote à l'ASIN et à nos tribuns populistes. jg

¹Un changement d'espérance, Fondation Jean Monnet, Lausanne, 2000.

IMPRESSUM

Rédacteur responsable:
Jean-Daniel Delley (jd)

Rédaction:

Géraldine Savary (gs)

Ont collaboré à ce numéro:

François Brutsch (fb)

Gérard Escher (ge)

André Gavillet (ag)

Jacques Guyaz (jg)

Pierre Imhof (pi)

Charles-F. Pochon (cfp)

Albert Tille (at)

Forum: Georges Peters

Composition et maquette:

Françoise Gavillet,

Géraldine Savary

Responsable administrative:

Murielle Gay-Crosier

Impression:

Imprimerie des Arts et Métiers SA,

Avenue des Baumettes 19

Renens

Abonnement annuel: 90 francs

Étudiants, apprentis: 60 francs

@abonnement e-mail: 70 francs

Administration, rédaction:

Saint-Pierre 1,

case postale 2612

1002 Lausanne

Téléphone: 021/312 69 10

Télécopie: 021/312 80 40

E-mail: domaine.public@span.ch

CCP: 10-15527-9

Site: www.domainepublic.ch