

Sabot d'or 2023: Nomination de la Fédération des coopératives Migros

«Confidentiel: contient des secrets commerciaux de Migros»: le service juridique du plus grand détaillant suisse a tamponné cette phrase en rouge sur chaque lettre recommandée avec laquelle il a tenté d'empêcher la publication de ses marges sur les produits bio par le Surveillant des prix, relate le média Watson. La Migros, groupe à 30 milliards de francs de chiffre d'affaires annuels et dont tous les Suisses sont clients. Géante du secteur de la vente de détail, dans un duopole bien connu avec sa rivale la Coop, elle est scrutée par les médias en cette période d'inflation.

Personne, pas même le Surveillant des prix, ne sait comment l'entreprise fixe ses prix. Mystère absolu, sous couvert de «secret commercial». Lorsque nous y achetons de la nourriture, quelle part du prix final va-t-elle dans la poche des paysans? Au personnel des magasins? A la structure titanesque que représentent les coopératives Migros? L'information est verrouillée. Sur le plateau d'Infrarouge, à la RTS, le porte-parole de Migros, Tristan Cerf, a déclaré: «Vous pouvez continuer à débattre, aucun détaillant ne vous donnera ses marges.»

Tandis que progresse le débat sur la transparence pour les biens existentiels – denrées alimentaires, médicaments, énergie –, il est choquant de voir utilisé le secret des affaires pour entraver le travail non seulement des journalistes, mais aussi de l'autorité de surveillance qu'est Monsieur Prix.

En 2022, Le Temps et Heidi.news ont publié une enquête sur les marges élevées de Coop et Migros sur les produits laitiers, qui a débouché sur des interventions parlementaires à Berne. En avril, les journaux saldo et Bon à Savoir ont publié des chiffres sur les marges du bio: la différence de prix avec les produits conventionnels gonfle les marges du magasin, préteritant consommateurs et agriculteurs. Certaines denrées biologiques sont vendues 6 fois plus cher en magasin que leur coût auprès des producteurs. La situation de duopole avec la Coop donne un immense pouvoir à ces enseignes sur le monde paysan et ces marges si élevées en bout de chaîne découragent les producteurs à passer à l'agriculture biologique.

En mars 2023, K-Tipp et Bon à Savoir ont enquêté sur la fixation des prix d'un produit à base de lait. Jusqu'à 66% du prix reviendrait à la distribution. Une marge énorme. Les rédactions ont demandé des précisions à la Migros et n'ont obtenu aucune déclaration concrète sur la fixation des prix. L'enseigne s'est contentée de déclarer qu'il s'agissait de fake news et de montants «fantaisistes», sans apporter aucun élément concret. En l'absence de transparence, le doute sur les marges excessives ne pouvait donc être levé. Ce n'est qu'après la parution de l'article que l'entreprise a montré les muscles, indiquant un prix d'achat moyen différent de celui publié, qui donnait une marge moindre. Mais toujours extrêmement élevée.

La Migros choisit de ne pas donner aux consommateurs les clés pour comprendre où va leur argent. En début d'année, l'affaire est allée très loin: Les journalistes guettant la newsletter du Surveillant des prix, Stefan Meierhans, ont découvert un champ blanc, là où les marges des produits bio dans le commerce de détail devaient être analysées. «En raison de clarifications juridiques, la publication de l'article relatif à l'enquête préliminaire [...] est momentanément

repoussée.» Une forme de censure. La Migros a déployé de grands moyens pour empêcher la publication d'une première version, puis d'édulcorer le rapport de l'expert de la consommation. Se disant «clouée au pilori de manière illégale, sans données fondées», tandis que de plus petits détaillants seraient épargnés.

On peut comprendre que la Migros ne révèle pas l'entier de ses secrets commerciaux. Mais ces attitudes démontrent qu'elle pèse de tout son poids pour empêcher les tentatives d'éclairer la fixation des prix en Suisse. La transparence est pourtant essentielle, en période d'inflation et au moment où le pouvoir d'achat est en perte de vitesse.

La prise de position de la Migros:

Wir waren gegenüber dem Preisüberwacher sehr transparent und haben ihm umfangreiches Datenmaterial zur Verfügung gestellt. Auch haben wir keinerlei Druck auf ihn ausgeübt – dazu haben wir auch gar keine Handhabe. Trotz umfangreicher Untersuchung konnte der Preisüberwacher in seinem Bericht nicht belegen, dass die Migros höhere Margen berechnet. Die Gewinnmargen des Detailhandels und damit auch der Migros sind ausgesprochen dünn. 2022 lag jene der Migros-Gruppe gerade mal bei 1.5%. Ein grosser Teil der Teuerung hat die Migros selber getragen. Darüber hinaus hat die Migros kein Interesse, möglichst viel Gewinn zu erzielen: So bezahlen wir keine Boni und müssen keine Investoren zufriedenstellen.

Sincères salutations,

Tristan Cerf

Porte-parole Migros