



Migros, Coop: enquête sur les marges de la grande distribution Les réponses de Coop

Rectificatifs :

1. Marges brutes

Nous ne comprenons votre calcul des marges brutes. De plus, les marges brutes ne sont pas pertinentes, car elles ne tiennent pas compte des coûts associés. En font notamment partie le transport, le stockage, les frais de personnel, les loyers, l'énergie, l'assurance qualité et bien plus encore.

À ce sujet, veuillez consulter en annexe l'article paru dans Coopération. De même, il convient de tenir compte des nombreuses actions organisées par Coop.

2. Prix d'achat

Le prix producteur ne correspond pas à notre prix d'achat. Entre le prix producteur et le prix de vente proposé à notre clientèle, une longue chaîne logistique intervient.

3. Une vingtaine de mains

Permettez-nous de vous expliquer les différentes étapes intervenant entre l'achat d'une aubergine auprès d'une exploitation agricole et sa vente à notre clientèle, ainsi que les coûts qu'elles occasionnent :

Différents exploitants agricoles livrent leurs aubergines à notre centrale de distribution d'Aclens. Ces marchandises y sont entreposées et préparées en vue de leur livraison le jour suivant. Ensuite, les aubergines sont réparties en fonction des commandes des différents points de vente. Le lendemain matin, les marchandises conditionnées pour les différents magasins sont chargées dans le train en direction de Genève. À Genève, le conteneur est déchargé du train de Railcare et chargé sur un camion. Ce dernier livre les différentes commandes d'aubergines aux points de vente pendant sa tournée. En magasin, les marchandises sont déchargées et stockées en chambre froide. Avant l'ouverture du magasin, nos collaborateurs sortent les aubergines de la chambre froide et les disposent sur les étals à disposition de notre clientèle. Pendant la journée, les aubergines sont surveillées afin de réapprovisionner les étals en continu. Les marchandises invendues mais encore intactes sont remises gratuitement aux organisations d'aide alimentaire Table couvre-toi et Table suisse à destination des personnes dans le besoin. L'année dernière, Coop a ainsi offert 20 millions de repas.

Une seule aubergine passe donc entre une vingtaine de mains avant d'être mise en vente en magasin. Toutes ces étapes génèrent des coûts. De plus, entre le prix d'achat et le prix de vente, il faut ajouter les frais de personnel de nos points de vente, les loyers de nos espaces de vente, les coûts informatiques du système de commande et de caisse, ainsi que les frais d'exploitation correspondant à l'administration, à l'énergie et à l'entretien de nos points de vente, sans oublier les taxes, impôts et autres frais financiers. À ce sujet, nous vous renvoyons à l'inventaire en annexe.

4. **Prix équitables**

Nous nous engageons à offrir à notre clientèle des prix équitables et compétitifs. Rien que cette année, malgré un contexte économique tendu, nous avons baissé le prix de plus de 800 produits et investi à cette fin quelque 40 millions de francs. Nous estimons que nous serons en mesure de proposer de nouvelles baisses de prix en 2023. En 2022, nous avons même pris à notre charge quelque 250 millions de francs de hausses de prix afin de ne pas les répercuter sur nos clientes et clients.

Comparés aux 15 années précédentes, les prix des denrées alimentaires en Suisse ont dans l'ensemble baissé de 2% (cf. le graphique sur le renchérissement). A contrario, d'autres postes de dépenses importants de la vie quotidienne, tels que les primes d'assurance-maladie (+48%), l'électricité (+24%) ou les loyers d'habitation (+15%) ont subi des hausses conséquentes. Au sein de l'UE, les prix des denrées alimentaires ont enregistré une hausse considérable de +38% sur la même période. Le commerce de détail suisse a fortement contribué à faire baisser les prix à l'échelle nationale et à contenir l'inflation.

5. **Marges excessives**

En Suisse, le commerce de détail n'a jamais été aussi compétitif qu'actuellement, ce qui ne laisse aucune place à des marges excessives. Dans l'ensemble, le groupe Coop Société Coopérative a réalisé un gain de 1,7 centime par franc de chiffre d'affaires, ce qui est peu par rapport aux entreprises à but lucratif. Par ailleurs, en tant que société coopérative, le groupe Coop ne cherche pas à maximiser ses profits, mais réinvestit chaque franc gagné dans sa propre entreprise. La clientèle de Coop en profite à travers des baisses de prix, des investissements dans les points de vente et d'importants projets de développement durable.

6. **Négociations**

Coop n'achète pas directement auprès des différents exploitants agricoles. En ce qui concerne les légumes, nous négocions avec les alliances auxquelles les producteurs appartiennent, ainsi qu'avec d'autres partenaires tels que Fenaco, Tobi, Knupp, etc. Pour obtenir des renseignements plus précis, vous pouvez par exemple vous adresser à Manfred Wolf, président du Conseil d'administration de Terraviva SA, l'organisation de producteurs bio regroupant plus de 80 producteurs actifs de fruits et de légumes bio répartis dans toute la Suisse: 079 698 29 38.

Dans les autres secteurs également, nous effectuons nos achats auprès de groupements agricoles : IP Suisse pour le porc, Vache mère Suisse pour le bœuf NaturaBeef et Emmi/Crema pour la majeure partie de nos produits laitiers. Les tarifs du lait sont fixés par l'Interprofession Suisse de la filière lait (IP Lait). Nous entretenons avec toutes ces organisations une relation de collaboration et nous échangeons régulièrement avec elles.

Ci-dessous, à titre de complément, nous vous adressons les réponses demandées aux différentes questions posées, dans la mesure où nous n'y avons pas déjà répondu dans le rectificatif ci-dessus.

Légumes

1. Pourquoi vos marges fluctuent-elles autant ? Par exemple, la marge brute sur les aubergines en semaine 21 était de 52%, alors qu'elle n'est plus que de 20% en semaine 30 ?
Ces chiffres sont inexacts. Veuillez vous référer en outre à notre rectificatif ci-dessus concernant les marges brutes.
2. Même question pour les courgettes. Vous achetez les courgettes en vrac à 1.90 en semaine 30 auprès de vos fournisseurs et réalisez une marge brute de 78.9%. Pourquoi une marge si importante, alors qu'en semaine 26 elle est de 53,6%, de 46,3% en semaine 34 ?
Ces chiffres sont inexacts. Veuillez vous référer en outre à notre rectificatif ci-dessus concernant les marges brutes.
3. Nous avons constaté que le prix des tomates grappes n'a pas varié durant tout l'été. Hors actions, votre marge fluctue entre 40 et 60% sur ce produit, comment expliquez-vous cela ?
Ces chiffres sont inexacts. Veuillez vous référer en outre à notre rectificatif ci-dessus concernant les marges brutes, ainsi qu'à la réponse 4 ci-après.
4. Pourquoi les prix des tomates sont stables alors que ceux des aubergines et des courgettes fluctuent ?
La production de tomates-grappes sous serre est largement implantée en Suisse et se traduit par une offre très stable capable de couvrir la demande. Celle-ci ne peut pas être comparée à la production plus modeste d'aubergines sous serre ou à celle des courgettes de plein champ sujettes aux intempéries. La situation du marché (offre/demande/risques) est totalement différente pour ces trois variétés de légumes. De plus, les prix sont influencés par la protection douanière appliquée à l'agriculture suisse. De fait, ils diffèrent des prix que vous avez constatés, car ils ont été relevés aussi bien lors des phases libres au cours desquelles l'importation n'est pas régulée que lors des phases encadrées au cours lesquelles l'importation est uniquement autorisée moyennant des frais de douane.

Poissons

1. Nous avons relevé le prix des filets de perche suisses et d'élevage dans deux Coop, le même jour (1er septembre). A la Coop Châtelaine et de Monthey le prix au kilo était de 88.90. Nous avons obtenus des documents nous permettant de calculer la marge brute de ce produit (prix de vente par rapport prix payé au producteur). Elle est de 78% pour un produit qui sera proposé en vrac, déjà apprêté. Comment expliquez-vous cette marge ? Quelles sont vos charges dans ce domaine précis de l'aquaculture ?
La marge indiquée est incorrecte et bien trop élevée. Veuillez vous référer en outre à notre rectificatif ci-dessus concernant les marges brutes et la vingtaine de mains impliquées.

Porc

1. Il y a plus de 700.- de marge entre le prix de vente d'un porc en magasin et celui payé à l'éleveur. Comment expliquez-vous cela ? Quelle est la marge de Coop et celle de Bell ? Quelles charges respectivement pour Bell et pour Coop ?
La marge indiquée est incorrecte et bien trop élevée. Veuillez vous référer en outre à notre rectificatif ci-dessus concernant les marges brutes et la vingtaine de mains impliquées. Ici aussi, les coûts supplémentaires pour les étapes de production chez Bell, en particulier pour la viande de porc transformée, ne sont pas pris en compte.
2. Quel rôle joue la Coop dans la fixation des prix du porc versé aux éleveurs ?
En qualité de membre de Proviande, Bell est responsable de la fixation des prix pour la viande de porc.
3. Nos relevés montrent une fluctuation des prix payés aux producteurs et des prix en magasin mais pas dans les mêmes proportions. Lors de la semaine 26, le prix payé aux éleveurs a augmenté (3,80/kg contre 3,20/kg en semaine 13). Les prix en magasins ont également été augmentés. La différence s'accroît et passe à 727.-.
Nous ne pouvons le confirmer.

Produits de marque

1. En 2022 quel est le pourcentage de produits « distributeurs » proposez-vous dans votre assortiment ? Combien de marques cela représente-il ? Est-ce un nombre en augmentation ?
Notre assortiment compte autant de produits de marque propre et de produits de marques. Ce nombre est stable.
2. Comment ont évolué les prix de vos produits de marque et ceux distributeurs en 2023 ?
Nous estimons que nous serons en mesure de réduire les prix d'autres produits de marques cette année.
3. Coop a rejoint l'alliance AgeCore il y a quelques années. Quel impact a ce regroupement de distributeurs sur les prix de vente des produits de marques depuis ? Et sur vos prix d'achats ?
Coop s'engage à offrir à sa clientèle des prix équitables et compétitifs dans le cadre d'un groupement d'achat.

Coop s'abstient d'accorder une interview télévisée sur ce sujet.