

Pénalisés par le tourisme d'achat, les détaillants développent les caisses en libre-service

# Une dure année pour le commerce

« RACHEL RICHTERICH

**Bilan** » Ce sont peut-être les prémices, les tout premiers effets sur l'emploi des caisses et du scannage en libre-service: entre 2011, date de l'introduction de ces dispositifs dans la grande distribution, et 2013, la branche du commerce de détail enregistre une baisse de 2,1% de ses effectifs, selon l'étude annuelle de la branche publiée hier par Credit Suisse. Un repli particulièrement marqué dans l'alimentaire (-4,3%, contre -1,2% dans le non-alimentaire) et dans les centres-villes (-1,8% à Genève, -2,9% en 2014), ces lieux à fort passage où les détaillants ont développé ces systèmes. «Les éventuelles pertes d'emploi dans la branche sont davantage imputables au tourisme d'achat qu'aux caisses en libre-service», rétorque Tristan Cerf, porte-parole de Migros.

L'année qui s'achève a encore mis la branche à rude épreuve. La faute à une diminution de la demande, combinée à une baisse des prix, le tout en conséquence du franc fort, qui pousse à s'approvisionner de l'autre côté de la frontière. «Au moins 10 milliards de francs ont été dépensés à l'étranger, ce qui représente 10% du chiffre d'affaires total de la branche en Suisse», relève Emilie Gachet, économiste responsable des analyses sectorielles chez Credit Suisse. Soit un franc sur 10, qui est dépensé hors du pays. Et cette estimation, réalisée d'après les recettes de TVA encaissées aux douanes, ne tient pas compte des achats transfrontaliers réalisés en ligne, qui ont progressé de 17% entre 2010 et 2015. En conséquence, les ventes totales de la branche ont diminué de 1% sur un an, selon l'étude.

## Compenser sans remplacer

L'extension du système libre-service permet de compenser une partie des baisses du chiffre d'affaires liée notamment à ce tourisme d'achat. Chez Migros, environ 200 des 588 filiales en sont équipées. Chez Coop, ce sont 233 sur 856 filiales. «Et nous n'y employons pas moins de personnel qu'auparavant», indique Ramon Gander, porte-parole de Coop. «Quand ils ne sont pas derrière leur caisse, les employés sont dépêchés à des tâches de conseil.» Même son de cloche chez Manor, qui va déployer le dispositif, aujourd'hui disponible dans 15 magasins, aux 17 restants, et songe à l'étendre au non-alimentaire.



Les détaillants estiment que le système de caisse libre-service (ici chez Coop) compense une partie des baisses du chiffre d'affaires liée au tourisme d'achat. Keystone

«Les gains de productivité réalisés permettent de réaffecter les ressources libérées à d'autres départements», souligne Elle Steinbrecher, porte-parole de Manor.

## L'année qui s'achève a encore mis la branche à rude épreuve

Un dispositif qui tend à se développer donc, avec pour vocation, assurent les détaillants, non pas de diminuer la masse salariale, mais de simplifier l'acte d'achat: «S'il est plus facile et plus rapide de faire ses achats ici, c'est un atout», affirme Tristan Cerf. Même argument du côté de Coop, qui met en avant l'intérêt du

## LE E-COMMERCE PROGRESSE

En 2016, les Suisses ont été plus nombreux à faire leurs achats sur internet, même si la part de ce type de transaction reste faible, autour de 6% des ventes. Mais de 5,3% en 2015, elle devrait quasiment doubler d'ici à 2022, selon la nouvelle évaluation de Credit Suisse. Y compris dans l'alimentaire: après la filiale de Migros, LeShop, qui publiait un nouveau record de ventes pour 2016 en début de semaine, à 182,1 millions de francs (+3,5%), Coop annonçait une hausse de 7,2% sur un an de ses ventes en ligne, à 129 millions de francs.

ATS/RR

client. Pas question de généraliser complètement le système non plus. Migros a pour objectif de réaliser 25% du chiffre d'affaires de ses supermarchés avec ces caisses. Difficile d'aller bien au-delà, analyse Nicolas Inglard, directeur d'Imadeo, cabinet de conseils aux acteurs du commerce. «Diverses expériences montrent qu'en laissant le choix entre une caisse traditionnelle et une caisse libre-service, au maximum 40 à 50% de clients choisiront la dernière option.»

## Nouvelles baisses

«A 20% des ventes aujourd'hui en moyenne – jusqu'à 60% dans certaines filiales – nous approchons de notre objectif, qui est davantage un plafond qu'un plancher», explique Tristan Cerf. Se disant conscient que dans certains quartiers à forte den-

sité d'ainés ou plus défavorisés, le contact avec la caissière joue un rôle social, le géant orange soigne son image. «Ce n'est pas dans notre intérêt de casser le rapport social de Migros avec la population.»

Nicolas Inglard croit peu à cet argument. «Dans un contexte de guerre économique, où les détaillants doivent se battre contre les concurrents en ligne et à l'étranger, ils vont forcément devoir tailler dans la masse salariale, leur première dépense. Y compris dans ces postes, qui, au fond, apportent peu de valeur ajoutée au client.» Pour l'heure, l'automatisation opère dans des postes moins visibles, dans la logistique et les chaînes de production. Une certitude: «L'emploi va encore baisser cette année dans la branche», affirme Emilie Gachet. »

## Gros espoir pour les paysans

**Swissness** » Les agriculteurs suisses fondent de grands espoirs dans l'entrée en vigueur de Swissness au début de l'année. Cette législation devrait renforcer leur position par rapport aux transformateurs et aux distributeurs. A condition de gagner en transparence.

Le Swissness applique désormais aux denrées alimentaires le principe «pas de croix suisse sans matière première suisse». Or trois quarts de la population sont disposés à acheter des produits agricoles plus chers si ceux-ci proviennent de Suisse, a relevé hier l'Union suisse des paysans (USP), citant l'Office fédéral de la statistique lors de sa traditionnelle conférence de

presse annuelle dans une ferme d'Oberbottigen (BE).

**Les consommateurs** suisses considèrent en effet les produits helvétiques de meilleure qualité que ceux provenant de l'étranger, en particulier des produits de niche exclusifs. Une qualité due à différentes caractéristiques, telles qu'une plus grande attention au bien-être animal et des modes de détention plus respectueux de l'espèce que ceux de la production étrangère.

Les consommateurs tiennent aussi compte du fait que les trajets de transport courts réduisent les atteintes à l'environnement et que l'achat de produits régionaux permet de

soutenir les économies régionales. La législation est globalement plus sévère et pointilleuse qu'ailleurs et continuera de se renforcer, notamment les règles de déclaration de provenance des denrées alimentaires. Des spécificités qui ont un coût.

Et même si les consommateurs sont prêts à payer plus cher les produits de qualité suisse, on ne peut pas pour autant augmenter les prix à l'infini. Leur disposition à payer plus a ses limites, note Jacques Bourgeois, directeur de l'USP, dans la version écrite de son allocution. Cela d'autant plus qu'il existe un écart entre les déclarations des consommateurs et leur réel comportement d'achat. » ATS

## HÔTELLERIE

### MAUVAISE CUVÉE EN FRANCE

Les attentats, les grèves et le sentiment d'insécurité qui ont fait fuir les touristes étrangers se sont traduits par un manque à gagner de 900 millions d'euros pour les hôteliers français en 2016. Paris a représenté 90% de cette perte. ATS

## PORTUGAL

### CGD BIFFE 2200 EMPLOIS

Le plan de restructuration de la banque publique portugaise Caixa Geral de Depósitos (CGD) prévoit la suppression de 2200 postes de travail à l'horizon 2020. L'établissement ne devra toutefois pas recourir à des licenciements. ATS

## Commande de 21 Pilatus

**Avions** » Le constructeur aéronautique nidwaldien Pilatus a décroché trois commandes à la fin décembre 2016. Elles portent sur un total de 21 appareils d'entraînement à turbopropulseur PC-21, pour une valeur de 300 millions de francs.

Dix-sept machines devront être livrées dès la mi-2017 à l'armée de l'air française, deux à celle de Jordanie et une à un centre pour pilotes d'essai britannique, a communiqué hier Pilatus. Ces contrats assurent les places de travail sur le site de Stans (NW).

La France devient ainsi le second pays européen à opter pour les PC-21. Du matériel d'entraînement de système de défense au sol pour la formation

de futurs pilotes doit également être fourni.

«La France est déjà la huitième armée de l'air à choisir le PC-21 et il y aura à l'avenir au total 209 de ces appareils qui voleront avec succès dans le monde», s'est réjoui le président du conseil d'administration de Pilatus Oscar Schwenk.

**La commande** jordanaïenne est, elle, liée à un changement de contrat et à la levée d'une option d'achat. L'armée de l'air royale jordanaïenne avait au départ acheté neuf avions d'entraînement PC-9 M à Pilatus en août 2015, avant de choisir finalement huit PC-21, avec une option pour des modèles supplémentaires. » ATS