

# Rapport annuel

2022



# Sommaire

---

*~Interview~*

**«Gouverner, c'est prévoir»  
Interview de la présidente Christa Markwalder**

**4**

*~Article invité~*

**Des droits de l'homme et du devoir de diligence**

**6**

*~Durabilité~*

**SWISS RETAIL FEDERATION en faveur d'un virage réfléchi**

**8**

*~Gaspillage alimentaire~*

**Front uni contre le gaspillage alimentaire: nous allons encore plus loin**

**10**

*~Interview~*

**Réduction du gaspillage alimentaire: interview de Claudio Beretta**

**13**

*~Article invité~*

**»Nous avons dû repenser la durabilité en tant qu'entreprise«**

**16**

*~Situation de la pénurie d'électricité~*

**Enfin, le climat des achats n'a pas été différent cet hiver**

**18**

*~Dossiers politiques~*

**Retour sur les principaux dossiers politiques en 2022**

**20**

*~L'association~*

**SWISS RETAIL FEDERATION en chiffres**

**23**

*~Association~*

**Affiliations, Comité, Direction,  
Réviseurs, Membres**

**24**

---



## Collaboration constructive, pragmatisme et mesures raisonnables

---

Après avoir dû se réinventer en partie lors de la pandémie et avoir prouvé son importance pour l'approvisionnement de la population, le commerce de détail a été confronté à de nouveaux défis de taille au cours de l'exercice sous revue. Grâce à son engagement persévérant et à son réseau, notre présidente Christa Markwalder a su nous ouvrir au bon moment de précieuses portes pour que nous puissions défendre avec profit les positions de nos membres.

Outre la crise énergétique, l'inflation et les bouleversements géopolitiques et leurs conséquences pour l'économie suisse, de nombreuses interventions parlementaires nous ont également occupés. En tant qu'association, notre mission consiste à analyser les fortes exigences posées au commerce de détail par le monde politique et la société, afin d'en tirer des recommandations à l'appui de mesures pragmatiques et judicieuses.

Comme exemple concret de notre engagement en faveur d'une consommation plus durable, je tiens à mentionner nos efforts contre le gaspillage alimentaire. SWISS RETAIL FEDERATION a signé la convention interbranches pour la réduction du gaspillage alimentaire et recommande à ses membres des mesures à ce titre dans cinq domaines. Dans l'interview qu'il donne pour le présent rapport annuel, Claudio Beretta, chercheur en durabilité et en prévention du gaspillage alimentaire à la haute école ZHAW de Zurich, constate que de nombreux détaillants militent déjà très activement pour la réduction

du gaspillage, mais que la mise en œuvre concrète et adéquate des mesures correspondantes est beaucoup plus complexe que ne le pense généralement la population.

Le contre-projet à l'initiative sur la responsabilité des multinationales constitue un grand défi pour beaucoup de nos membres et nous n'avons malheureusement pas reçu le soutien espéré de la part du DFJP. C'est pourquoi nous avons rapidement réagi et trouvé, avec le Kompetenzzentrum Menschenrechte de l'Université de Zurich, des experts reconnus dans le domaine des devoirs de diligence et de l'obligation de faire rapport. Je suis également très fière de l'intense collaboration de nos membres. Dans un effort conjoint, nous avons réussi à développer des instruments pratiques pour répondre aux nombreuses questions soulevées par la mise en œuvre des nouvelles dispositions.

Je vous souhaite bonne santé et sérénité en cette période de turbulences et, pour l'heure, une bonne lecture.

---

*Dagmar Jenni*  
Directrice



# «Gouverner, c'est prévoir»

Interview de Christa Markwalder, présidente de SWISS RETAIL FEDERATION

***Pourquoi vous retirez-vous de la vie parlementaire et ne vous représenterez-vous pas en 2023?***

Le travail politique continue de me passionner. Mais après vingt ans au Parlement, le moment est venu de donner à de nouvelles personnalités la chance de participer à la politique nationale. Du reste, je pense avoir obtenu tout ce que je pouvais espérer au Conseil national sur le plan institutionnel: j'ai présidé sa Commission de politique extérieure en 2010/2011 et préside actuellement sa Commission des affaires juridiques. Le point culminant de ma carrière parlementaire a été sans conteste la présidence du Conseil national en 2015/2016.

***Qu'est-ce qui vous a particulièrement occupée en 2022 en tant que présidente de SWISS RETAIL FEDERATION?***

Les crises successives surtout, qui nous ont donné beaucoup de fil à retordre, à nous-mêmes et à nos membres. La pandémie d'abord, puis la guerre russe contre l'Ukraine. La hausse des prix de l'énergie et la pénurie de matières premières qui en découlent, la menace d'une crise de l'approvisionnement énergétique et l'interruption des chaînes d'approvisionnement ont été et demeurent des défis majeurs pour le commerce de détail. À cela s'ajoute désormais l'inflation. Parallèle-

ment, nous sommes en butte à une pénurie de main-d'œuvre, à une charge bureaucratique croissante, par exemple sous la forme des nouvelles obligations de déclarer, ainsi qu'à une attitude de plus en plus exigeante envers le commerce de détail. Enfin l'avantage fiscal dont bénéficie le tourisme d'achat n'est toujours pas supprimé, ce pour quoi nous devons continuer de nous battre sur le plan politique.

***Personnellement, quel a été votre temps fort depuis que vous avez pris la présidence en 2020? De quoi êtes-vous particulièrement fière?***

«Gouverner, c'est prévoir.» Cette maxime ne vaut pas seulement en politique, mais aussi pour une association comme SWISS RETAIL FEDERATION. Lorsque j'en ai pris la présidence en mai 2020, nous étions en pleine crise du Covid, qui a mis notre branche à rude épreuve. Grâce à une collaboration étroite et constructive avec notre directrice Dagmar Jenni, nous avons réussi à organiser, à la faveur d'échanges étroits avec l'administration fédérale, une gestion de la pandémie qui soit raisonnable pour le commerce de détail. L'été dernier, lorsque des scénarios de pénurie d'électricité ont été dressés pour cet hiver, nous nous sommes immédiatement mis au tra-

vail avec nos membres, en nous appuyant sur les expériences faites lors de la crise du Covid. Nous avons évalué les potentiels d'économie d'énergie pour le commerce de détail et adressé des recommandations à nos membres; notre directrice a défendu les intérêts de notre branche au sein du groupe de réflexion (Sounding Board) de la Confédération en présentant des propositions concrètes pour l'ordonnance correspondante. Une grande partie de ce travail s'est déroulé en coulisses. Les résultats obtenus me rendent extrêmement fière, car ils prouvent l'efficacité de notre association.

***Où voyez-vous les principaux dossiers et défis pour un ou une présidente de SWISS RETAIL FEDERATION?***

Indépendamment des développements internationaux, sur lesquels nous n'avons qu'une influence très limitée, nous nous compliquons souvent nous-mêmes inutilement la vie en Suisse. Ainsi de nombreuses interventions sont déposées au Parlement, qui partent certes d'une bonne intention, mais ne sont pas toujours bien réfléchies quant à leurs conséquences ultimes. Beaucoup d'exigences adressées au commerce de détail engendrent des coûts élevés, qui ont également des conséquences financières pour les consommateurs – surtout ceux à faibles revenus. Cette dimension sociale est, à mon avis, souvent oubliée. S'ajoute à cela une certaine tendance au paternalisme ou à la mise sous tutelle, qui veut que le commerce de détail doive éduquer sa clientèle plutôt que de la conseiller. Je m'y oppose par conviction libérale, car je crois à la maturité et à la responsabilité individuelle des consommateurs.

***Comment voyez-vous l'avenir du commerce de détail?***

Il devra continuer à faire preuve d'une grande souplesse pour s'adapter à l'évolution des besoins de la clientèle. À cet égard, les maîtres-mots seront distribution omnicanal, résilience de la chaîne d'approvisionnement, présence dans le métavers. Pour le commerce stationnaire, le défi consistera encore et toujours à créer des expériences positives pour les clients afin de les amener à «aimer faire du shopping» plutôt que de simplement aller au magasin pour leurs courses.

***Quels sont les prochains défis qui vont personnellement vous occuper?***

À l'avenir, je serai de nouveau davantage sollicitée sur le plan professionnel et je me réjouis aussi de retrouver du temps pour jouer du violoncelle.

***«Le commerce de détail devra continuer à faire preuve d'une grande souplesse pour s'adapter à l'évolution des besoins de la clientèle.»***

# Des droits de l'homme et du devoir de diligence

**Le contre-projet à l'initiative Entreprises responsables, en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022, impose des obligations aux entreprises suisses. Son application présente toutefois des pièges et soulève de nombreuses questions pour les sociétés quant à l'examen du devoir de diligence. Le Kompetenzzentrum Menschenrechte de l'Université de Zurich s'est penché sur ces questions en collaboration avec SWISS RETAIL FEDERATION, en adoptant une approche axée sur la pratique.**

**Comptes rendus et devoirs de diligence:  
un article invité de Remo Messerli**

Dès l'entrée en vigueur des nouvelles réglementations, la directrice Dagmar Jenni a pris contact avec le Kompetenzzentrum Menschenrechte de l'Université de Zurich. En connexion étroite avec SWISS RETAIL FEDERATION, ce centre a développé au fil des mois suivants des guides et des arborescences de décision à propos de la nouvelle législation, la priorité absolue consistant à préparer au mieux les membres de SWISS RETAIL FEDERATION aux nouvelles obligations de compte rendu et de diligence.

Le champ d'application du devoir de diligence concernant le travail des enfants et les minerais de conflit, qui pose de grands défis aux entreprises, fait l'objet d'une attention toute particulière. Même si la nouvelle législation ne prévoit pas de responsabilité civile, les entreprises s'exposent à des conséquences pénales et des dégâts d'image en cas de non-respect. Les textes de la loi et de l'ordonnance ne sont toutefois pas faciles à comprendre et le rapport explicatif du Conseil fédéral n'apporte qu'une aide limitée pour leur mise en pratique. Il est donc nécessaire de clarifier la situation.

Les nouveaux guides et arborescences de décision contribuent à cette clarification. Les membres de SWISS RETAIL FEDERATION peuvent vérifier étape par étape s'ils tombent sous le coup de la nouvelle législation, en quoi consistent les exceptions et quand le contrôle de diligence raisonnable doit s'effectuer. Des exemples tirés de la pratique et des références aux normes interna-

tionales telles que le Guide de l'OCDE sur le devoir de diligence et les Principes directeurs de l'ONU relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme fournissent des aides à cet égard.

L'élaboration des guides, qui a nécessité beaucoup de temps et de ressources, a également bénéficié des précieuses suggestions des membres de SWISS RETAIL FEDERATION et des échanges approfondis avec son secrétariat. Il en est résulté des instruments tournés vers la pratique qui expliquent des dispositions juridiques complexes dans un langage compréhensible afin qu'elles puissent être appliquées plus facilement au quotidien par les membres de SWISS RETAIL FEDERATION, comme par des non-juristes.



**Remo Messerli est juriste au Kompetenzzentrum Menschenrechte (MRZ) de l'Université de Zurich. Il s'intéresse aux interactions entre l'économie et les droits de l'homme.**



## Des dispositions pour une meilleure protection de l'homme et de l'environnement

Les nouvelles dispositions pour une meilleure protection de l'homme et de l'environnement s'appliquent à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2022. Les nouveaux devoirs de diligence assignés aux entreprises s'inspirent des règles de l'UE et vont en partie au-delà. Ils prennent effet pour la première fois lors de l'exercice 2023. Les dispositions du Code des obligations (CO) prévoient deux nouveautés importantes: d'une part l'obligation légale pour les grandes entreprises suisses de rendre compte des risques de leurs activités commerciales aux chapitres de l'environnement, des questions sociales, des intérêts des travailleurs, des droits de l'homme et de la lutte contre la corruption, ainsi que des mesures prises pour y remédier, tout

cela dans un souci de transparence. D'autre part, les entreprises présentant des risques dans les domaines particulièrement sensibles du travail des enfants et des minerais de conflit doivent respecter des obligations spéciales et étendues en matière de diligence et de déclaration. Le Conseil fédéral a réglé les détails de ces obligations dans l'Ordonnance sur l'obligation de diligence et la transparence concernant les minerais et métaux issus de zones de conflit et le travail des enfants (OTrE). SWISS RETAIL FEDERATION a défini des arborescences de décision et un guide avec le soutien du Kompetenzzentrum Menschenrechte.



# SWISS RETAIL FEDERATION en faveur d'un virage réfléchi

---

**Agir dans le souci de la durabilité n'apparaît plus comme une singularité mais est devenu la nouvelle norme. Il s'agit toutefois d'un chemin de crête entre des actes réactifs inspirés par des idéalismes et un ferme attachement à des concepts qui ont fait leurs preuves pendant des décennies. Nous appelons de nos vœux des changements judicieux fondés sur des mesures efficaces et inspirés par des recommandations à nos membres.**

La durabilité a de nombreuses dimensions. Surtout dans une branche comme le commerce de détail, active dans différents domaines et volontiers considérée politiquement, médiatiquement et socialement comme porteuse de solutions à des problèmes de toutes sortes. L'an dernier, le commerce de détail a été confronté à d'innombrables exigences politiques. Il devrait, par exemple:

- ne plus utiliser d'emballages en plastique;
- collecter et recycler le plus possible de déchets (ménagers);
- être exemplaire en matière d'économies d'énergie;
- inciter les ménages à ne plus, ou moins, consommer de viande;
- encourager la clientèle à consommer avec modération.

La liste ne contient que les points les plus saillants et pourrait être étendue à volonté. Le moteur des interventions est le désir d'un mode de vie plus durable. Ce souhait est en soi légitime. Mais curieusement, c'est surtout au commerce de détail que l'on demande d'encourager la société à consommer de manière plus durable, à acheter moins, à réparer plus, à préférer les produits de seconde main, etc. Or, cela ne peut pas être sa mission. La fonction générique du commerce de détail est de servir d'intermédiaire entre producteurs et consommateurs.

Il assure la gestion et l'approvisionnement en produits, les stocke et les vend aux consommateurs, qu'il conseille dans leurs choix. Il est tout simplement absurde d'exiger du commerce de détail qu'il joue le rôle de lanceur d'alerte contre la consommation. Telle est, pourtant, l'essence même de la tendance actuelle à la réduction du consumérisme («consumerism curtailment», Shelley E. Kohan, The 5 Biggest Retail Trends For 2023, Forbes, décembre 2022).

Au contraire, ce sont plutôt les consommateurs qui modulent l'offre du commerce de détail par leur comportement. Un produit qui ne trouvera pas preneur n'est pas proposé. Et le plus souvent, la clientèle n'est pas disposée à payer un prix supérieur pour des produits fabriqués selon des critères de durabilité. Cela se vérifie encore davantage dans la situation actuelle, avec des coûts de production plus élevés découlant de la hausse des prix de l'énergie et face aux signes avant-coureurs d'un ralentissement économique.

En tant qu'association, nous nous employons à regrouper les revendications fortes adressées à notre branche, à les évaluer et à recommander des mesures adéquates – mais réalisables avec discernement. Nous nous voyons comme des bâtisseurs de ponts entre les exigences du monde politique et de la société et les intérêts du commerce de détail.





## Quelques exemples de nos activités au service de la durabilité

En tant qu'adhérents de «Go for Impact», nous soutenons activement nos membres dans la réalisation de l'objectif zéro net d'ici 2050 au plus tard. Nous avons par exemple organisé le webinaire sur l'initiative Science Based Targets (SBTi) et offrons notre soutien à la mise en œuvre de mesures ad hoc avec l'aide de Go for Impact.

«Go for Impact» est une initiative de coopération entre l'économie, la science, la société et les pouvoirs publics. Elle se propose d'aider l'économie suisse à réduire son impact négatif et renforcer son impact positif sur l'environnement, dans notre pays comme à l'étranger. Fondée en février 2018, l'association met l'accent sur les matières premières et les matériaux. «Go for Impact» veut relever les défis en collaboration avec tous les intéressés et créer des bases de connaissances, offrir un soutien et une orientation aux entreprises.

Nous reconnaissons le grand potentiel de l'économie circulaire et nous nous engageons activement dans le processus politique pour que le commerce de détail puisse déployer la plus grande efficacité possible à ce chapitre. SWISS RETAIL FEDERATION milite pour un système national de collecte des emballages plastiques et des boissons dans le cadre du projet «Collecte 2025». L'objectif est de mettre sur pied un système de recyclage des emballages plastiques et cartons à boissons convivial et coordonné à l'échelle nationale. Le développement ambitieux d'une solution pratique et largement acceptée exige la volonté de tous les acteurs. Tout au long de la chaîne de création de valeur, 70 organisations ont déjà signé le pacte.

Le thème du gaspillage alimentaire nous tient à cœur. Nous matérialisons des idées innovantes en collaboration avec des acteurs en amont et en aval. Voyez dans les pages suivantes nos recommandations d'action et l'interview de Claudio Beretta, de la ZHAW.

# Front uni contre le gaspillage alimentaire: nous allons encore plus loin

Le 12 mai 2022, 27 représentants de la branche de la restauration, de l'hôtellerie et du commerce de détail ont signé l'accord interbranches visant à réduire le gaspillage alimentaire. SWISS RETAIL FEDERATION recommande à ses membres cinq champs d'action.



Accord intersectoriel

La réduction des pertes de denrées alimentaires figure en bonne place dans l'agenda politique de la plupart des partis. À ce titre, l'engagement de monde économique et politique en faveur de solutions globales importe donc. Avec l'accord de branche, un plan d'action entre en vigueur dans lequel l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) propose 14 mesures et soutient les acteurs pour la mise en œuvre. Les objectifs sont ambitieux puisque le Gouvernement souhaite réduire de moitié le gaspillage alimentaire d'ici 2030, ce qui équivaldrait à une économie de 1,4 million de tonnes de denrées alimentaires.

#### Cinq champs d'action pour le commerce de détail

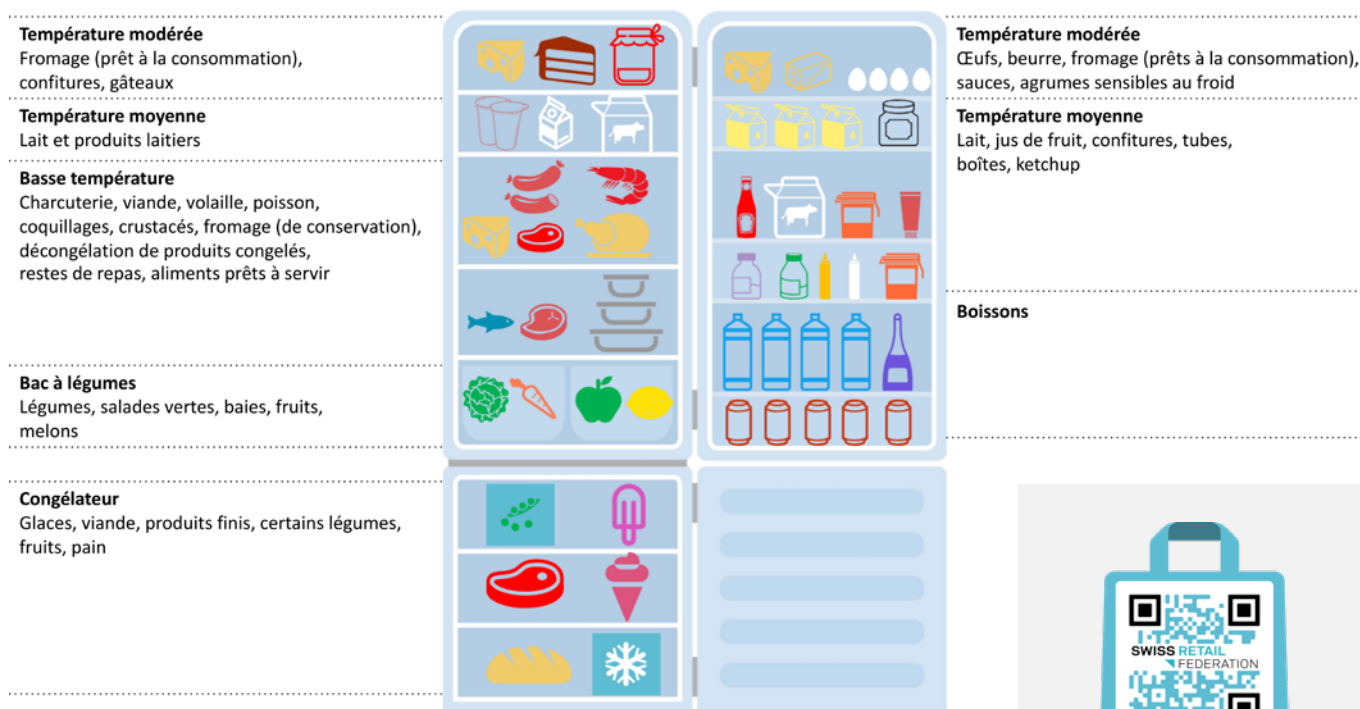
À 3,6%, la part du commerce de détail dans les déchets alimentaires est relativement faible par rapport aux autres branches. Cela s'explique par les mesures déjà mises en œuvre par les commerces alimentaires pour recycler les produits non comestibles ou périmés. SWISS RETAIL FEDERATION recommande à ses membres cinq autres champs d'action, dont certains vont encore plus loin que ceux de l'OFEV. Ces recommandations s'adressent avant tout aux petits commerces et se basent sur une étude succincte.

#### CHAMPS D'ACTION POUR RÉDUIRE LES PERTES ALIMENTAIRES ÉVITABLES

<b>Champ d'action 1:</b> DDM+	Beaucoup de denrées alimentaires peuvent être consommées au-delà de la date de durabilité minimale (DDM). Cette marge de manœuvre peut être mise à profit grâce à la formule DDM+
<b>Champ d'action 2:</b> Conserver les produits avec date limite de consommation pendant 90 jours supplémentaires	Congélation de produits pour prolonger la date de péremption
<b>Champ d'action 3:</b> Initiative de SWISS RETAIL FEDERATION «Contribuez à réduire le gaspillage alimentaire!»	Campagne visant à réduire le gaspillage alimentaire dans le secteur privé grâce à la disposition rationnelle des produits dans les réfrigérateurs
<b>Champ d'action 4:</b> Mesures d'aide aux petites et moyennes entreprises	Compilation de diverses mesures à l'intention des petites entreprises, basée sur une analyse de la réduction du gaspillage alimentaire dans le commerce de détail
<b>Champ d'action 5:</b> Dons de produits alimentaires aux institutions d'utilité publique et initiatives correspondantes	Normes allégées grâce à DDM+ pour la distribution de denrées alimentaires

## Rangement correct des produits dans les frigos – pour réduire simplement le gaspillage alimentaire

Le rôle important des consommateurs dans la prévention du gaspillage alimentaire est indéniable: ils devraient donc être impliqués dans le processus grâce à un effort de sensibilisation et au transfert de connaissances. Un exemple est la recommandation sur la meilleure façon de ranger les aliments dans le réfrigérateur privé pour que les aliments s’y conservent plus longtemps.



Graphique de l'initiative «Contribuez à réduire le gaspillage alimentaire!» de SWISS RETAIL FEDERATION



## La pression politique demeure forte

Malgré la volonté très affirmée de la branche de mettre en œuvre l'orientation tout à fait louable demandée par une partie du public vers moins de déchets alimentaires, les interventions politiques qui lui sont adressées dans ce sens ne cessent pas. Lors de la session d'hiver 2022, trois postulats ont de nouveau été adoptés qui réclament une réduction supplémentaire du gaspillage alimentaire. Le Conseil fédéral avait déjà fait savoir qu'il suivrait les progrès de l'accord interbranches et que les actions seraient renforcées si les résultats n'étaient pas satisfaisants. Mais le Parlement ne semble pas en tenir compte.



## Réduction du gaspillage alimentaire : interview de Claudio Beretta

---

**Claudio Beretta** préside l'association [foodwaste.ch](https://www.foodwaste.ch) et fait de la recherche dans le domaine de la technologie alimentaire à la Haute école zurichoise des sciences appliquées (ZHAW). Il est spécialisé dans les thèmes de l'alimentation durable et de la prévention du gaspillage alimentaire. Sur mandat de l'Office fédéral de l'environnement, il met actuellement en place un système de surveillance destiné à mesurer le gaspillage alimentaire.

### DAGMAR JENNI

*Claudio Beretta, vous vous occupez depuis un peu plus de dix ans de la question des déchets alimentaires et vous êtes considéré en Suisse comme un pionnier dans ce domaine. Quel regard portez-vous sur l'évolution de l'intérêt que suscite ce problème chez les différents acteurs depuis une dizaine d'années?*

### CLAUDIO BERETTA

Beaucoup de gens accordent de plus en plus d'importance au thème du gaspillage alimentaire. Il s'agit certainement d'un tournant par rapport à il y a dix ans. Naguère encore, dans les esprits, le caractère insatisfaisant de la situation était souvent vu comme la responsabilité d'autrui. Les consommateurs, en particulier, incriminaient surtout les transformateurs et le commerce de détail. Mais depuis que le gaspillage alimentaire est beaucoup plus médiatisé, les mentalités évoluent. Je pense que les consommateurs sont aujourd'hui bien plus conscients du fait qu'il existe un très grand potentiel de réduction du gaspillage alimentaire à l'échelon des simples ménages et qu'eux-mêmes font partie de la solution au même titre que d'autres.

Entre-temps, le sujet est devenu si sensible qu'il est pris très au sérieux par la plupart des acteurs concernés. Ils doivent s'en occuper parce que la pression publique est forte et qu'ils veulent se positionner avantageusement par rapport à lui. Actuellement, notre défi consiste à savoir comment utiliser au mieux cette disposition favorable pour mettre en œuvre efficacement des mesures judicieuses.

En 2022, le Conseil fédéral a adopté un plan d'action visant à réduire de moitié le gaspillage alimentaire en Suisse d'ici 2030 par rapport à 2017. À cette fin, la Confédération a conclu avec les entreprises et les organisations du secteur alimentaire un accord interbranches qui fixe des objectifs de réduction clairs. SWISS RETAIL FEDERATION et notamment ses membres ALDI Suisse SA, IKEA SA, Lidl Suisse SA, Manor SA, Pistor SA, Valora Management SA et Volg Konsumwaren SA ont cosigné cet accord et soutiennent les efforts visant à réduire le gaspillage.



Nous ne pouvons malheureusement pas encore avancer de conclusions vraiment qualifiées sur l'évolution de la réduction du gaspillage alimentaire en Suisse, car le programme de monitoring nécessaire n'en est qu'à ses débuts. Des exemples à l'étranger m'incitent toutefois à penser que des campagnes de sensibilisation et des programmes de coaching visant à réduire ce gaspillage peuvent déboucher sur des changements de comportement mesurables. En attendant, la Suisse doit encore faire mieux.

**DAGMAR JENNI**

*SWISS RETAIL FEDERATION constate que de nombreux détaillants se sont emparés du sujet. Outre la protection de l'environnement, des raisons économiques inspirent aussi cette démarche, puisque réduire le gaspillage alimentaire permet encore d'économiser de l'argent. Comment évaluez-vous les mesures mises en œuvre par le commerce de détail? Où voyez-vous un potentiel d'amélioration?*

**CLAUDIO BERETTA**

De nombreux détaillants ont reconnu les vertus de la réduction du gaspillage alimentaire et je rencontre de plus en plus de collaborateurs qui s'engagent avec ardeur et succès pour des mesures efficaces. La mise en œuvre est toutefois très complexe et pose un grand défi au commerce de détail dans les circonstances actuelles. D'un point de vue profane, les choses semblent souvent beaucoup plus simples qu'elles ne le sont en réalité. Par exemple, l'introduction de la DLC+ (date limite de consommation plus) est beaucoup plus complexe qu'on pourrait le penser. Elle nécessite des efforts organisationnels et logistiques, la formation du personnel ainsi que des mesures d'accompagnement en matière de communication avec les consommateurs. Parallèlement, la pression médiatique exercée sur le commerce de détail pour qu'il prenne des mesures du genre DLC+ est toujours aussi forte. Certains détaillants freinent encore des quatre fers par peur de gros titres négatifs. Leur devise est qu'il vaut mieux laisser les choses en l'état plutôt que de commettre une erreur. Ils craignent que les clients se plaignent de «produits dégradés» ou que le personnel commette des erreurs, par exemple en confondant la date limite de consommation avec la date limite d'utilisation optimale.

Dans un premier temps, il faut aussi un certain courage pour essayer de nouvelles idées. Nous voyons comment certains détaillants expérimentent la mesure judicieuse consistant à congeler les produits frais avant la date limite de consommation. Actuellement, les grands détaillants se limitent encore à distribuer les produits congelés sous forme de dons alimentaires, bien que du point de vue logistique, cela soit plus compliqué que de vendre les produits à prix réduits. La raison en est la crainte d'une atteinte à la réputation, puisque la fraîcheur reste la qualité la plus précieuse pour la plupart des clients. Voilà pourquoi j'aimerais que les médias livrent plus souvent des échos positifs sur les détaillants qui ont œuvré concrètement pour réduire le

gaspillage alimentaire. C'est non seulement une bonne méthode de relations publiques, mais cela incite surtout d'autres acteurs à suivre le mouvement et sensibilise en même temps les consommateurs.

gaspillage alimentaire. C'est non seulement une bonne méthode de relations publiques, mais cela incite surtout d'autres acteurs à suivre le mouvement et sensibilise en même temps les consommateurs.

**DAGMAR JENNI**

*Sur mandat de l'OFEV, vous travaillez sur un système de monitoring pour mesurer le gaspillage alimentaire. Où en sont vos travaux et pourquoi cet outil de mesure est-il nécessaire?*

**CLAUDIO BERETTA**

Le groupe de travail du plan d'action du Conseil fédéral a débuté ses travaux avec l'OFEV en été 2022. Je trouve cette collaboration très fructueuse. Des essais pilotes sont actuellement en cours sur la base des données de certains détaillants, notamment des membres de SWISS RETAIL FEDERATION. En outre, nous sommes en train de rassembler les données de tous les détaillants pour l'ensemble de l'année 2022, puis les données de la restauration suivront à la fin de 2023. Pour le commerce de détail, nous en sommes à la phase bêta de l'outil de monitoring et éliminons ses défauts de jeunesse. Grâce au monitoring, nous pourrions démontrer l'impact des mesures par des chiffres. En même temps, nous pourrions renoncer à une mesure si son effet n'est pas prouvé et consacrer notre énergie à de nouvelles approches. Si nous ne mesurons pas, nous avancerions à l'aveuglette. Tous les pays qui luttent sérieusement contre le gaspillage alimentaire observent et mesurent. Les expériences menées en Angleterre, en Scandinavie et aux Pays-Bas sont encourageantes.

*«J'ai parfois l'impression que tous les parlementaires ne sont pas conscients de la charge de travail qu'impose déjà la réalisation des objectifs ambitieux du plan d'action pour tous les acteurs impliqués.»*

DAGMAR JENNI

*Lors de la dernière session, de nouvelles interventions politiques ciblant la réduction du gaspillage alimentaire ont été déposées. Cela vous semble-t-il judicieux? Cela ne bloque-t-il pas le travail dans le cadre du plan d'action du Conseil fédéral?*

CLAUDIO BERETTA

J'ai parfois l'impression que tous les parlementaires ne sont pas conscients de la charge de travail qu'impose déjà la réalisation des objectifs ambitieux du plan d'action pour tous les acteurs impliqués. Voilà pourquoi je considère que les interventions politiques à l'appui de mesures que nous poursuivons de toute façon dans le cadre de la mise en œuvre du plan d'action ne sont guère utiles. Nous travaillons déjà dur, en effet, pour que le plan d'action soit un succès. Je souhaiterais plutôt des interventions politiques qui soutiennent les processus actuels de réalisation du plan. Sans mesures incitatives, en effet, il ne sera pas possible, dans certains secteurs, d'amener une majorité d'acteurs à prendre des mesures sérieuses. Dans le domaine de la restauration, par exemple, cela concerne environ 30 000 entreprises. L'agriculture et la transformation sont tout aussi difficiles. Les entreprises sont tellement accaparées par leurs activités quotidiennes qu'il est compréhensible qu'elles ne consentent à des efforts supplémentaires que si elles y voient une priorité absolue. J'ai bon espoir, compte tenu de l'énorme potentiel d'économies pour l'environnement et le porte-monnaie, que la plupart des acteurs parviendront à faire évoluer les mentalités avant que l'horizon des objectifs de l'Accord de Paris en matière de protection climatique ne recule. Des financements de départ et autres mécanismes d'incitation peuvent accélérer le processus.

*«Voilà pourquoi j'aimerais que les médias livrent plus souvent des échos positifs sur les détaillants qui ont œuvré concrètement pour réduire le gaspillage alimentaire.»*

En ce qui concerne les consommateurs, je suis favorable à une campagne d'information publique qui rappellerait que l'uniformité d'apparence des fruits et légumes n'est possible qu'en triant les produits et en utilisant des pesticides. Plus tôt nous réduirons le gaspillage alimentaire, plus vite nous économiserons les milliards de dollars investis dans la production de denrées alimentaires excédentaires, plus vite nous réduirons la dépendance aux importations et plus vite nous augmenterons la valeur ajoutée locale.



# «Nous avons dû repenser la durabilité en tant qu'entreprise»

---

Transa a saisi les deux dernières années exceptionnelles comme une opportunité. Avec la pandémie, tous les détaillants ont été confrontés au même défi, quand tout a été mis à l'arrêt. Il s'agit maintenant, pour l'entreprise comme pour l'économie suisse, de reprendre de l'élan.



Daniel Humbel, CEO de Transa

### Économie circulaire: un article invité de Transa

«Quand on fait du surf, il faut attendre la prochaine vague et la prendre. Mais attraper une vague signifie que tous les senseurs doivent se réajuster et s'accorder avec précision. C'est un processus vivant et créatif qui ne se déroule jamais exactement de la même manière, même si l'eau, le spot et l'homme sont identiques. C'est ainsi que le commerce de détail suisse a évolué pendant et après la pandémie. C'est pourquoi 2022 n'a pas été spectaculaire, car toutes les petites choses nécessaires au réajustement, bien que spectaculaires, sont invisibles.» Voilà pour l'analogie que Daniel Humbel, CEO de Transa, fait avec le surf. La pandémie a clairement montré que le monde change encore et toujours, du jour au lendemain. Tout s'est réajusté et de nouvelles réalités sont apparues. Être armé pour l'avenir, c'est emprunter durablement de nouvelles voies. En Suisse, les gens voulaient aussi sortir pendant la pandémie. Mais «en sécurité» ! Et pour cela, ils ont acheté dans l'entreprise Transa des produits sains à longue durée de vie. «Après 2022, nous pouvons dire que Transa a pagayé avec succès sur la vague naissante et qu'elle est parée pour un avenir durable», conclut Daniel Humbel.

Réparer, c'est ce que fait Transa depuis 40 ans déjà. La nouveauté, c'est l'ouverture d'un atelier à Zurich Altstetten en juin 2023. Sur ses 600m<sup>2</sup>, nous voulons faire davantage que réparer; nous verrons bien ce que cela donnera. Pour Transa, en tout cas, une chose est claire: d'un point de vue écologique et économique, le modèle de société actuel n'est pas viable. «Le commerce de

détail est le système qui s'autorégule le plus rapidement et nous pensons qu'en tant qu'entreprise durable, nous devons y assumer nos responsabilités. Les entreprises durables peuvent nourrir un système qui repense la création de valeur», explique Daniel Humbel. Sur le long terme, la réparation est un élément de l'économie circulaire qui contribue à modifier la chaîne de création de valeur. La réparation est notre première réponse à la demande de durabilité. Transa répare les produits des marques les plus diverses en tant que partenaire officiel de réparation. Qu'il ait été acheté chez Transa ou non, le produit est réparé à Altstetten. En contact permanent avec les client-e-s et les marques, Transa entend rendre la chaîne de création de valeur un peu plus durable.

En tant que détaillant, se réclamer de la durabilité doit être plus qu'une simple opération de marketing. Mais pour une entreprise, c'est aussi un défi permanent qui consiste à trouver le juste milieu entre durabilité et rentabilité. Or, la consommation n'est en principe ni écologique ni durable. Bien sûr, certains objecteront que notre offre de réparation est un simple coup de marketing ou que nous faisons de l'écoblanchiment. «Au contraire, nous voulons en réalité, en tant qu'organisation, montrer l'exemple, assumer notre responsabilité écologique et économique et apporter notre contribution à la société de demain», insiste Daniel Humbel.



# Finale­ment, le climat des achats n'a pas été différent cet hiver

**La menace de pénurie d'électricité et de gaz a été le thème dominant de l'automne dernier. Les milieux politiques et économiques ont présenté rapidement des solutions pour affronter les scénarios inquiétants. Ceux-ci ne se sont pas matérialisés. En revanche, le commerce de détail a reçu des félicitations.**

L'attaque russe contre l'Ukraine le 24 février 2022 a ébranlé le monde et déclenché une chaîne d'événements auxquels on n'était plus habitué en Occident. Les interruptions de livraison de gaz en provenance de Russie, en particulier, ont suscité en Europe la crainte d'un hiver passé au froid dans les chaumières. Des représentants engagés du monde politique et de l'économie n'ont pas perdu de temps pour avancer évaluer des solutions. Pour sa part, SWISS RETAIL FEDERATION a publié dès la mi-juillet un premier guide de mesures d'économie d'énergie possibles à l'intention de ses membres, a organisé des webinaires et s'est mise très vite en réseau avec des décideurs afin de se préparer aux économies d'électricité en hiver et d'aider ainsi la société en évitant le pire des scénarios, celui des coupures temporaires du réseau.

## **Réaction positive du commerce de détail et beaucoup de goodwill politique**

Les membres de SWISS RETAIL FEDERATION ont suivi le mouvement et pris de nombreuses mesures inspirées de notre ligne directrice, parfois au prix d'investissements considérables, comme l'achat de détecteurs de mouvement, le passage aux LED ou l'acquisition de générateurs de secours, par exemple. Le commerce de détail s'est également positionné positivement dans les médias, car les vitrines sombres et les températures plutôt fraîches des locaux des magasins ont suscité de

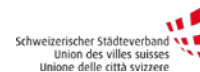
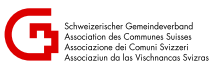
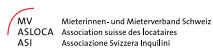
l'intérêt. La population a apprécié, même si certains non-membres n'ont pas suivi. Ces efforts ont également été récompensés sur le plan politique. SWISS RETAIL FEDERATION est un membre fondateur de l'Alliance pour l'économie d'énergie, un groupement du monde politique, de l'économie et des associations. Nos propositions ont été entendues par le groupe de réflexion (Sounding Board) de l'Office fédéral pour l'approvisionnement économique du pays (OFAE) et nous avons défini un très bon éventail de règles en cas de pénurie d'électricité. Le fait que la quasi-totalité de nos propositions aient été reprises dans les ordonnances en dit long sur la qualité de notre travail proactif, coopératif et précis. Le partenariat et la collaboration efficace avec l'OFAE ont porté leurs fruits.

## **Un concept efficace en cas de crise**

Jusqu'à présent, les ordonnances n'ont pas été mises en œuvre. Le Conseil fédéral a même fait marche arrière en novembre et dissipé la menace de crise, tout en laissant se poursuivre la campagne de sensibilisation de l'Office fédéral de l'énergie (OFEN). La clientèle a soutenu les mesures du commerce de détail et ne s'est pas laissée priver de ses achats de fin d'année. Ainsi donc, à l'exception des illuminations, l'ambiance des jours de Noël a de nouveau prévalu cette année – pour la première fois depuis la crise du Covid.



Les membres fondateurs de l'Alliance pour les économies d'énergie



# Retour sur les principaux dossiers politiques en 2022

---

En 2022 également, SWISS RETAIL FEDERATION a traité de nombreux objets politiques. Voici quelques-uns des principaux d'entre eux.

## **Obligation de déclarer les postes vacants. Rétablir un seuil réaliste (21.4665)**

SWISS RETAIL FEDERATION soutient l'objectif de la motion. La valeur seuil fixée actuellement à 5% est trop basse et a de rapides répercussions, notamment en cas de fluctuations économiques, comme cela s'est vérifié lors des dernières années de pandémie. C'est la raison pour laquelle le Conseil fédéral a suspendu temporairement l'obligation de déclarer les postes vacants en 2020, afin d'alléger la charge administrative des employeurs et des autorités. La motion est actuellement examinée par la commission.

## **Flexibiliser temporairement la loi sur le travail en cas de pénurie de gaz ou d'électricité (22.3921)**

SWISS RETAIL FEDERATION a joué un rôle proactif dans le projet d'ordonnance relatif à une éventuelle pénurie d'électricité et de gaz. Elle soutient les interventions parlementaires qui visent à préserver la rentabilité et la compétitivité du commerce de détail, même en cas de crise. L'assouplissement de la loi sur le travail joue un rôle décisif à cet égard. Il garantit que les entreprises actives à l'échelle supracantonale puissent continuer à fonctionner aux mêmes conditions et qu'une situation

de pénurie d'énergie soit définie comme un «besoin urgent de faire appel au travail de nuit ou du dimanche» (art. 27, al. 1, OLT 1). Conformément au droit en vigueur, les permis concernant la durée du travail sont délivrés au niveau cantonal.

## **Déclarer si le transport de denrées alimentaires a été effectué par avion (22.424)**

SWISS RETAIL FEDERATION soutient et encourage activement le développement durable du commerce de détail. En matière de réglementations, nous sommes toutefois opposés à tout Swiss finish, car il inflige des charges supplémentaires au commerce de détail suisse par rapport aux pays limitrophes et alourdit les coûts. Pour cette raison, les nouvelles prescriptions en matière de déclaration ne doivent voir le jour qu'au même rythme que les prescriptions correspondantes de l'UE. Sans compter que la valeur ajoutée de la déclaration en question reste discutable, puisque la durabilité d'un aliment dépend de divers facteurs et ne se réduit pas au seul mode de transport. La modification législative proposée va d'ailleurs bien au-delà de l'exposé des motifs et du titre de cette initiative parlementaire.





### Autres dossiers

Vous trouverez ci-dessous une liste d'autres dossiers qui ont occupé SWISS RETAIL FEDERATION en 2022.

- Réforme de la LPP (20.089)
- Travail à domicile. Créer les bases légales nécessaires (21.3686)
- Reconnaître le droit au télétravail et dire oui à une souplesse plébiscitée (21.4188)
- Obligation de déclarer les postes vacants. Rétablir un seuil réaliste (21.4665)
- Lutte contre le dumping salarial. Créer les conditions pour empêcher les licenciements de substitution (18.306)
- Compléter la loi sur les épidémies. Indemnisation en cas de mesures (22.3009)
- Pour une régulation de la publicité en fonction de l'analyse du cycle de vie du produit (21.458)
- Loi sur la TVA. Révision partielle (21.019)
- Pour une assurance épidémie – pandémie obligatoire (20.3840)
- Bas revenus. Relever l'indemnité pour réduction de l'horaire de travail (20.3192)
- Améliorer les conditions de production et d'écoulement des succédanés de viande (20.3299)
- Indemnité en cas de réduction de l'horaire de travail. Pour le versement de 100 pour cent du salaire des personnes dont le revenu ne dépasse pas 4000 francs environ (20.3364)
- Analyser le potentiel, pour les PME suisses, d'une inscription au guichet unique One Stop Shop de l'UE pour le décompte de la TVA (22.3384)
- Pour une extension de la protection contre le licenciement à la fin du congé de maternité (20.322)
- Arrêté fédéral sur une imposition particulière des grands groupes d'entreprises (Mise en œuvre du projet conjoint de l'OCDE et du G20 sur l'imposition de l'économie numérique) (22.036)
- Flexibiliser temporairement la loi sur le travail en cas de pénurie de gaz ou d'électricité (22.3921)
- Étiquetage des denrées alimentaires. Indiquer si le transport a été effectué par avion (22.424)
- Initiative du canton du Jura. Introduisons une taxe sur les géants GAFAM/BATX! (21.306)
- En faveur d'une mesure de prolongation du délai en cas de demeure du locataire pour défaut de paiement (21.316)

- Facilitation et sécurité douanières. Accord avec la Communauté européenne (21.059)
- Loi sur les travailleurs détachés. Modification (21.032)
- Mettre un terme aux fraudes alimentaires (21.3691)
- Renforcer la lutte contre la fraude alimentaire pour protéger la production alimentaire nationale et les consommateurs suisses (21.3903)
- Améliorer la lutte contre la fraude alimentaire (21.3936)
- Concurrence sur le marché de l'alimentation (22.4252)
- Lacunes dans la loi sur le CO<sub>2</sub>. Pour plus d'efficacité (21.3694)
- Initiative du canton de Genève. Pour une interdiction des sels d'aluminium et de ses dérivés dans les produits cosmétiques (21.321)
- Loi sur le génie génétique. Modification (21.049)
- Pour une Suisse sans OGM! (21.308)
- Non à l'élevage intensif en Suisse (initiative sur l'élevage intensif). Initiative populaire et contre-projet direct (21.044)
- Pour une action efficace en faveur de la santé publique. Limiter la teneur en sucre des boissons industrielles et des aliments transformés (20.311)
- Pour une présentation sans équivoque de la quantité de sucres rapides présents dans les denrées alimentaires (21.315)
- Pour un label obligatoire pour le pain suisse (19.4192)
- Garantir aux consommateurs la désignation claire du pays de provenance pour les denrées alimentaires confectionnées ou préconfectionnées à l'étranger (19.4083)
- La restauration à emporter sans déchets (20.3637)
- Stop à l'écoblanchiment publicitaire (21.457)
- Non à l'obsolescence programmée! Garantir une durée de vie d'au minimum cinq ans pour les objets électroniques (20.4025)
- Développer l'économie circulaire en Suisse (20.433)
- Limiter la publicité pour la viande aux produits ayant bénéficié de programmes pour le bien-être animal (20.4192)
- Produits phytosanitaires toxiques pour les êtres humains, les insectes ou les organismes aquatiques. Ne plus les autoriser pour un usage non professionnel (20.4579)
- Extension du champ d'application de l'article 35<sup>e</sup> de la loi sur la protection de l'environnement à la viande et aux produits à base de viande (20.4104)
- Introduire un indice de réparabilité pour certains appareils électriques et électroniques (20.4312)
- Une solution de financement durable pour la redistribution des denrées alimentaires par les associations caritatives (22.3880)
- Champ d'action Commerce de détail dans le plan d'action contre le gaspillage alimentaire (22.3881)
- Champ d'action Coordination dans le plan d'action contre le gaspillage alimentaire (22.3882)
- Une stratégie pour un système alimentaire équitable, sain et respectueux de l'environnement (20.4245)
- Faire des économies d'énergie en changeant les habitudes de consommation (22.3240)
- Économie circulaire. Étendre les délais de garantie applicables aux produits afin de prolonger la durée de vie de ceux-ci (19.4594)

### Procédures de consultation

Consultations sur les mesures prévues en cas de pénurie de gaz

- Ordonnance sur le contingentement du gaz
- Ordonnance sur les interdictions et les restrictions d'utilisation de gaz

Consultations liées à la situation de pénurie d'électricité

- Ordonnance modifiant une disposition de la loi sur l'approvisionnement du pays
- Ordonnance sur les restrictions et les interdictions d'utilisation de l'énergie électrique
- Ordonnance sur le contingentement de l'énergie électrique
- Ordonnance sur le délestage de parties du réseau électrique afin de garantir l'approvisionnement électrique
- Ordonnance sur le contingentement immédiat de l'énergie électrique

Consultation sur l'étiquetage des denrées alimentaires en cas de difficultés d'approvisionnement

Consultation sur la communication d'exécution relative à la mise en œuvre de l'ordonnance sur le commerce du bois (OCBo)

Consultation sur l'interdiction et les restrictions concernant les produits du tabac et les cigarettes électroniques



# SWISS RETAIL FEDERATION en chiffres

---

SWISS RETAIL FEDERATION est l'association des commerces de détail de taille moyenne (stationnaires et en ligne) en Suisse



Nos membres produisent un chiffre d'affaires annuel de plus de 23 milliards de francs.



Ils offrent au total quelque 58 000 emplois.



Nous représentons environ 1600 détaillants avec 6000 magasins (grands magasins, commerces et marchés spécialisés, grandes surfaces et marchés libre-service, détaillants indépendants, commerces d'alimentation et kiosques).



Nos membres forment en moyenne environ 2850 apprentis chaque année.

# Affiliations

Nous sommes liés en qualité de membre aux associations et organisations mentionnées ci-dessous; nous sommes également présents dans certains de leurs comités directeurs (état au 31.12.2022).

## Associations faitières

### Union patronale suisse (UPS)

Représentation au Comité:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

Représentation dans les groupes de travail:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

## Formation professionnelle

### Formation Commerce de détail Suisse (FCS)

Représentation au Comité directeur:

**Jan Heldstab, SWISS RETAIL FEDERATION**

## Économie circulaire

### Allianz Design for Recycling Plastics

Membre du Comité de pilotage

### Go for Impact (coopération entre les entreprises, la science, la société et les pouvoirs publics).

Membre, représentation au Comité de programme:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

## Recherche

### Société suisse de recherches conjoncturelles (EPF Zurich)

Membre

## Représentations d'intérêts

### Commerce Suisse

Représentation au Comité:

**Philipp Zraggen, Volg Konsumwaren AG**

### Association pour les paiements électroniques (VEZ)

Représentation au Comité:

**Martin Roth, Manor AG**

Représentation au groupe de travail élargi:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

### Communauté du commerce suisse en tabacs

Représentation au Comité:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

### AWMP (Alliance des milieux économiques pour une politique de prévention modérée)

Représentation:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

## Fondations

### Fondation suisse de l'économie cacaoyère et chocolatière

Représentation:

**Nicole Loeb, Loeb Holding AG**

## Comité / Direction / Réviseurs

### Comité (état au 31.12.2022)

**Christa Markwalder** présidente, Conseillère nationale  
**Jérôme Gilg** vice-président, Manor SA  
**Stefan Kopp** Lidl Suisse SA  
**Stefan Küppers** Dosenbach-Ochsner AG  
**Dominique Locher** Farmy AG  
**Nicole Loeb** Loeb Holding AG  
**Jérôme Meyer** ALDI SUISSE SA  
**Alexandre Nodale** Maus Frères SA  
**Norbert Scheele** C&A Mode AG  
**André Scherrer** Spar Handels AG  
**Pascal Schneebeli** Orell Füssli Thalia AG  
**Roger Vogt** Valora Holding AG  
**Simon Wirth** IKEA Suisse SA  
**Philipp Zraggen** Volg Konsumwaren AG

### Direction

**Dagmar T. Jenni** Directrice

### Organe de révision

**T+R AG**

## Membres

### État au 31.12.2022

#### (sélection et sans sociétés annexes)

**ALDI SUISSE AG** Schwarzenbach SG  
**ASMAS – Verband Sportfachhandel Schweiz** Berne  
**Beldona AG** Baden  
**C&A Mode AG** Baar  
**Calzedonia Switzerland AG** Schlieren  
**Changemaker AG** Zurich  
**Conforama Direction SA** Écublens  
**Decathlon Sports Switzerland SA** Genève  
**Dosenbach-Ochsner AG** Dietikon  
– Ochsner Shoes AG  
– Ochsner Sport AG  
– Snipes (Schweiz AG)  
**Dufry Basel-Mulhouse AG** Bâle  
**Farmy AG** Zurich  
**Franz Carl Weber AG** Zurich  
**Fressnapf Schweiz AG** Dietikon  
**GERRY WEBER Switzerland AG** Berne  
**Gonset Holding SA** Zoug  
**HORNBACH Baumarkt (Schweiz) AG** Sursee  
**IKEA AG** Spreitenbach  
**JACK WOLFSKIN Switzerland AG** Opfikon  
**Jeans Fritz Schweiz AG** Birsfelden  
**Jelmoli AG** Zurich  
**JYSK GmbH** Lucerne  
**Landi Schweiz AG** Dotzigen  
**Lidl Schweiz AG** Weinfelden  
**LIPO Einrichtungsmärkte AG** Pratteln  
**Loeb AG** Berne  
**LS Travel Retail International AG** Genève

**Manor AG** Bâle  
– eManor AG  
– Groupe Blatt  
– Manor SUD SA  
– NordRetail SA  
**Markant Syntrade Schweiz AG** Pfäffikon SZ  
**Maus Frères SA** Genève  
**Mode Bayard AG** Berne  
**Müller Handels AG Schweiz** Oberentfelden  
**Müller Reformhaus Vital Shop AG** Volketswil  
**Orell Füssli Thalia AG** Zurich  
**Pistor AG** Rothenburg  
**Populart AG** Dietikon  
**QoQa Services SA** Bussigny  
**Rio Getränkemarkt AG** Dietikon  
**Rituals Cosmetics Switzerland AG** Zurich  
**Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband SBVV** Zurich  
**SCS Storeconcept AG** Härkingen  
**Spar Management AG** Saint-Gall  
– Spar Handels AG  
– TopCC AG  
**Takko Fashion (Schweiz) AG** Wallisellen  
**Tchibo (Schweiz) AG** Wallisellen  
**The Nuance Group AG** Zurich  
**TOOche** Zollikon  
**Transa Backpacking AG** Zurich  
**Turm Handels AG** Saint-Gall  
**Valora Management AG** Muttenz  
**VELEDES** Dübendorf  
**Vernis Claessens SA** Bussigny  
**Volg Konsumwaren AG** Winterthour  
**WE Switzerland Fashion AG** Baden-Dättwil  
**4Spaces GmbH&ZigZag** Zurich Zurich

**SWISS RETAIL FEDERATION**

Bahnhofplatz 1

3011 Berne

Tél. 031 312 40 40

[sekretariat@swiss-retail.ch](mailto:sekretariat@swiss-retail.ch)

[www.swiss-retail.ch](http://www.swiss-retail.ch)

Concept / texte

**SWISS RETAIL FEDERATION**