

18.01.2007 – 14:35 Uhr

Migros: croissance malgré des prix encore plus bas

Zurich (ots) -

Le chiffre d'affaires de détail de Migros (y compris celui de Globus, d'Ex Libris et de Migrol) a augmenté de 1,8% en 2006, pour atteindre 17,67 milliards de francs. Des baisses concédées sur 800 articles ont conduit à une diminution moyenne des prix de l'assortiment Migros de 1%, cela sans prendre en considération l'élargissement de la gamme M-Budget. Quant au chiffre d'affaires de l'ensemble du groupe (y compris Hotelplan, Limmatdruck, les entreprises industrielles, etc.), il est en hausse de 1,2%, culminant à 20,64 milliards de francs. Quant à lui, le bénéfice escompté sera à nouveau bon, raison pour laquelle une prime extraordinaire de 500 francs sera versée aux plus de 80'000 collaborateurs du groupe Migros en signe de reconnaissance.

Chiffre d'affaires de détail

Le montant global des ventes de détail s'est monté l'an dernier à 17,67 milliards de francs (+1,8%). Il se décompose comme suit: coopératives régionales 14,66 milliards de francs (+0,3%); Groupe Globus 1,13 milliard de francs (+2,0%, respectivement +3,0% sur une base comparable avec 2005); Ex Libris 161 millions de francs (-1,8%) et Migrol (y compris les convenience shops) 1,68 milliard de francs (+14,5%).

Les ventes de détail du groupe Migros en Suisse ont atteint 17,45 milliards de francs en 2006 (en 2005: 17,13 milliards de francs), respectivement 17,40 milliards de francs sur une base comparable avec 2005. Cela correspond à une croissance de 323 millions de francs (+1,9%) ou, sur une base comparable avec 2005, de 280 millions de francs (+1,6% *). A l'étranger, le chiffre d'affaires de détail a diminué de 6 millions de francs, surtout en raison de la vente d'une chaîne de magasins du groupe Globus à l'étranger.

Au cours des années précédentes, Migros était parvenue à conquérir d'importantes parts de marché et à les stabiliser à un niveau élevé. En 2006, celles-ci ont baissé de manière minimale, à savoir de 0,1%, pour atteindre 17,8% (2005: 17,9%). Ce léger recul est dû principalement aux importantes baisses de prix, à l'élargissement de l'assortiment M-Budget et à une expansion inférieure à la moyenne.

Coopératives

Les dix coopératives Migros ont réalisé en 2006 un chiffre d'affaires net de 14,66 milliards de francs (2005: 14,62 milliards de francs). Cela représente 42 millions de francs ou 0,3% de plus qu'au cours de l'exercice précédent. A l'instar de la diminution des parts de marché, cette croissance très modeste s'explique essentiellement par trois facteurs: des baisses de prix sur 800 articles de l'assortiment représentant plus de 100 millions de francs, l'extension de l'assortiment M-Budget de 330 à plus de 500 articles et la quasi stagnation des surfaces de vente dans le secteur des supermarchés et hypermarchés. Les prix des produits Migros ont baissé l'an dernier en moyenne de 1%, tandis que le renchérissement atteignait +1,1% en Suisse. Ainsi, la croissance réelle a atteint près de 1,3%. La dernière comparaison de prix portant sur 50 produits frais publiée par la revue de consommation allemande «K-Tipp» confirme de son côté que les produits Migros sont en moyenne 10% meilleur marché que ceux de son principal concurrent.

Surfaces de vente/chiffre d'affaires au m²**

Les surfaces de vente des supermarchés et hypermarchés ainsi que des marchés spécialisés ont augmenté de 25715 m² (+2,1%). A fin 2006, elles totalisaient 1227728 m² (2005: 1'202'013 m²). Les deux

nouveaux marchés spécialisés Obi ouverts à Winterthour-Grüze et à Oftringen (AG) participent à raison de 17010 m² à cette expansion des surfaces de vente. Le réseau de distribution de Migros comprend en tout 590 points de vente, comme il en allait en 2005.

Les baisses de prix supérieures à 100 mios de francs et l'élargissement de l'assortiment M-Budget intervenus en 2005 ont entraîné un léger recul du chiffre d'affaires pondéré moyen au m²**, lequel se maintient néanmoins à un niveau très élevé. Dans le secteur des supermarchés et hypermarchés, ce chiffre d'affaires au m² a atteint 15'226 francs (2005: 15411 francs au m²). Dans les marchés spécialisés, il a également diminué, passant à 4'314 francs au m² (2005: 4613 francs au m²).

Produits M-Budget

Introduite voilà dix ans, la ligne M-Budget intéresse un cercle de clients qui ne cesse de grandir: avec un taux de croissance de 37%, les ventes de cet assortiment ont totalisé l'an dernier 662,4 mios de francs (2005: 482,8 mios de francs). En 2006, l'éventail de la ligne M-Budget comprenait quelque 500 articles (+24%), parmi lesquels on trouve aussi la carte de crédit M-Budget.

Sélection, Léger, Delizio

La nouvelle ligne d'articles haut de gamme Sélection a connu en 2006 un développement particulièrement heureux, les ventes s'établissant à 31,7 mios de francs (2005: 6,6 mios de francs). Pour les articles pauvres en graisse de la ligne Léger, une croissance supérieure à la moyenne a pu être atteinte: en 2006, le chiffre d'affaires s'est élevé à 54,3 mios de francs (2005: 47,5 mios de francs). Quant aux machines à café et aux capsules Delizio, le succès s'est confirmé en 2006, avec des ventes totalisant 21,3 mios de francs (2005: 14 mios de francs).

Produits à plus-value écologique et sociale

En matière de produits vendus sous label attestant une plus-value écologique et sociale reconnaissables à la marque ombrelle «Engagement» Migros se situe en tête du marché avec des ventes de plus de 1,67 mia de francs (2005: 1,70 mia). Ce recul de 2% est imputable avant tout à des réductions de prix de la viande (Garantie viande en 7 points) et des produits frais portant le label IP-Suisse.

Commerce en ligne, LeShop, etc.

Internet occupe une place de plus en plus importante dans le commerce de détail suisse. Le groupe Migros a réalisé via ses canaux de vente en ligne LeShop.ch, Exlibris.ch, Hotelplan.ch, Travel.ch, Interhome.ch et Office-World.ch un volume d'affaires de 164 mios de francs portant sur des denrées alimentaires, des articles multimédias, du matériel de bureau et des arrangements de voyage. En tout, 32 millions d'internautes ont visité les cinq sites des magasins en ligne de Migros et 900'000 commandes y ont été passées. Cela correspond à une croissance de +34% par rapport à 2005.

Industrie

Les entreprises industrielles Migros sont parvenues à renforcer à nouveau leur position sur le marché, tant en Suisse qu'à l'étranger. Avec un chiffre d'affaires de 4,68 mias de francs (2005: 4,62 mias de francs), elles enregistrent une hausse de leurs ventes de 1,4%.

Chiffre d'affaires du groupe

Le chiffre d'affaires du groupe a augmenté de 1,2%, atteignant ainsi 20,64 mias de francs (2005: 20,39 mias de francs). Si l'on tient compte des dernières mesures d'assainissement opérées au sein du groupe Globus et l'acquisition de 80% de LeShop, autrement dit en partant d'une base de calcul comparable avec 2005, la croissance totale du chiffre d'affaires du groupe s'est élevée en réalité à 1,5% ***. Cette dernière est due principalement à Migros du fait du renchérissement des produits pétroliers et de l'extension de ses convenience shops ainsi qu'aux ventes de l'industrie Migros à des

tiers.

Hotelplan

La branche du voyage continue à être un marché très disputé: le groupe Hotelplan a réalisé en 2006 un chiffre d'affaires de 1,76 mia de francs (2005: 1,73 mia de francs), ce qui correspond à une augmentation de 27 mios de francs (+1,5%). Sur une base comparable (vente d'Hotelplan Hollande) avec 2005 (1,60 mia de francs), le groupe Hotelplan a enregistré de fait une croissance de 105 mios de francs ou de 6,6%.

Groupe Globus

Le Groupe Globus (Grands magasins Globus, Herren-Globus, Interio et Office World) a réalisé un chiffre d'affaires net de 1,13 mia de francs (2005: 1,11 mia de francs), ce qui correspond à une hausse de 22 mios de francs ou de 2,0%. Si l'on retient une base de calcul comparable (fermeture d'Interio Allemagne) avec 2005 (1,10 mia de francs), le groupe Globus a enregistré en réalité une hausse réjouissante de son chiffre d'affaires de 32 mios de francs ou de 3,0%.

Banque Migros

Pour la Banque Migros, 2006 aura constitué un exercice favorable. Le total du bilan est passé de 27,99 mias de francs à 28,89 mias de francs (+3,2%).

La conférence des médias de la Fédération des coopératives Migros (FCM) se tiendra le 18 avril 2007 à Zurich. Les diverses sociétés du groupe Migros publieront leurs résultats au cours des prochaines semaines.

* Les écarts entre 2005 et 2006 sont imputables à des fermetures au sein du groupe Globus en 2005 et à l'acquisition du 80% du capital de LeShop en 2006.

** Les nouvelles directives en vigueur pour le calcul des surfaces ont entraîné une réduction de 0,8% de celles-ci (en 2005, selon les anciennes directives = 1'211'923 m²; selon les nouvelles directives = 1'202'013 m²).

*** Les écarts entre 2005 et 2006 sont imputables à des fermetures au sein du groupe Globus en 2005, ainsi qu'à l'acquisition du 80% du capital de LeShop et à la vente d'Hotelplan Hollande intervenues en 2006.

Zurich, le 18 janvier 2007

(Voire annexe : Pavé 1 et 2)

Pour d'autres informations: Monica Glisenti, cheffe des Corporate Communications FCM, tél. 01 277 20 64, monica.glisenti@mgb.ch. www.migros.ch/medien.

Fédération des coopératives Migros

Corporate Communications

Limmatstrasse 152

Case postale 1766

CH-8031 Zurich

Centrale +41 (0)44 277 21 11

Fax +41 (0)44 277 23 33

media@migros.ch

www.migros.ch