

14.02.2008 – 15:25 Uhr

Ventes en ligne : Migros renforce sa position de leader

Zürich (ots) -

Ventes en ligne : Migros renforce sa position de leader

En 2007, le groupe Migros a vendu en ligne des produits et services pour un montant de 296 millions de francs. Son assortiment entoilé comprend denrées alimentaires, produits multimédia, articles de bureau, voyages, cours de formation continue et mazout.

Tous les shops Internet de Migros ont connu une belle envolée en 2007. Les entreprises actives sur la toile, Ex Libris, Hotelplan, LeShop, Office World, Migrol ou l'Ecole-club, ont réalisé un chiffre d'affaires total de 296 millions de francs. Beau score comparé à 2006, alors que les ventes en ligne de Migros affichaient 164 millions, excluant toutefois les ventes Internet de Migrol et de l'Ecole-club.

Leader incontesté des ventes en ligne, Migros offre le plus vaste éventail de produits : pommes, yogourts, body lotions, couches-culottes, livres, DVD, classeurs, cours de danse, voyages dans les Caraïbes, appartements de vacances, mazout, entre autres. Le client fait ses achats en cliquant quand bon lui semble. Indépendants et gérant leur propre site Web, les shops en ligne de Migros ont tous renforcé leur position dans leur marché respectif en 2007.

Ex Libris (www.exlibris.ch) a enregistré une forte progression de son commerce en ligne l'année passée. Proposant plusieurs millions d'articles et de downloads, son site s'avère l'un des plus fréquentés de Suisse avec une moyenne de plus de 2,2 millions de visiteurs par mois.

Hotelplan (www.hotelplan.ch) relève une tendance marquée à l'individualisation des voyages. Le client assemble à son gré tous les éléments pour ses vacances, vol, hôtel et voiture de location par ex., et réserve ensuite. Restructuré et étendu, le segment Last-Minute fait figure de paradis pour les chasseurs de bonnes affaires. Interhome (www.interhome.ch) a rénové son site Web. Plus transparent et plus riche en informations complémentaires, il a attiré en 2007 plus d'un quart des clients suisses qui y ont directement passé leur réservation de vacances. Travelwindow (www.travel.ch), actif pour la première fois à l'étranger, a enregistré quelque 5000 réservations dans plus de 50 pays.

LeShop (www.leshop.ch) a largement profité de l'engouement pour l'achat de denrées alimentaires sur la toile. Le supermarché leader sur Internet a accueilli 47'500 nouveaux clients et vu son chiffre d'affaires 2007 augmenter de 43%. Ses centres logistiques de Bremgarten (AG) et d'Ecublens (VD) ont dû tourner à plein régime l'année dernière.

Office World (www.office-world.ch) a également surfé sur la vague Internet. Ses ventes en ligne ont bondi de plus de 22%. Ce développement réjouissant est dû aux améliorations techniques de la fonction de recherche et, surtout, à l'élargissement de toutes ses gammes de produits, segment des cartouches d'encre et de toners pour imprimantes, par exemple.

Migrol (www.migrol.ch) propose, depuis fin 2006, du mazout sur Internet à la grande satisfaction de ses clients privés : près 20 % achètent en ligne désormais.

L'Ecole-club (www.klubschule.ch) a, en 2007, dépassé de 11,4% son précédent record d'inscriptions en ligne avec 121'000 inscriptions.

Elle doit ce succès à l'intense marketing des offres véhiculées par la Newsletter et les teasers, entre autres.

Migros proposera en 2008 le meilleur assortiment en ligne de Suisse avec un éventail de produits encore plus élargi. Les clientes et clients peuvent trouver la liste des divers shops en ligne sous www.migros.ch et s'informer des offres actuellement en cours.

Contact:

Martina Bosshard, attachée de presse FCM, tél. 044 277 20 67,
E-Mail: martina.bosshard@mgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100554796> abgerufen werden.