

02.04.2008 – 10:30 Uhr

## Migros en 2007: chiffres d'affaires record

Zürich (ots) -

- Indication: Des informations complémentaires peuvent être téléchargées en format pdf sous:  
<http://presseportal.ch/fr/pm/100000968> -

En 2007, avec la reprise de Denner, le groupe Migros a pris une importante décision stratégique. Globus, Interio, Ex Libris et Le Shop se sont développés de manière très réjouissante. Le groupe a pu renforcer globalement sa position et se trouve désormais parfaitement armé pour relever les défis à venir. Malgré de nouvelles baisses de prix consenties dans les secteurs traditionnels, le chiffre d'affaires de détail est en hausse de 5,9%, culminant à 18,536 milliards de francs. Quant au chiffre d'affaires consolidé du groupe, il s'est accru de 6,2% pour atteindre 22,697 milliards de francs. La mise en oeuvre de programmes d'optimisation tout au long de la chaîne de création de valeur ainsi que des mesures de restructuration ont permis d'améliorer à nouveau le résultat opérationnel (EBIT) de 10,1%. Le bénéfice consolidé a diminué légèrement pour s'établir à 801 millions de francs, tandis que les investissements augmentaient de 42,8%, se montant à 1,421 milliard. A la fin de l'année, Migros occupait au total 82'712 personnes, dont 2986 apprenants dans 37 métiers différents.

Des jalons pour l'avenir

Le rapprochement avec Denner est un jalon important que Migros a posé l'an dernier afin de garantir la croissance durable du groupe.

Croissance à un niveau élevé

En 2007, malgré de nouvelles baisses de prix consenties dans ses activités traditionnelles, le groupe Migros est parvenu à croître de +6,2%, son chiffre d'affaires consolidé s'étant inscrit en hausse de 1,322 milliard de francs pour atteindre 22,697 milliards. Au niveau opérationnel, Migros est parvenue à améliorer son résultat d'exploitation (EBIT) de +10,1% par rapport à 2006, le faisant passer à 1,043 milliard de francs. Quant au bénéfice consolidé, il s'élève à 801 millions de francs (-4,5%). La part des fonds propres a crû de +7,2%, pour s'établir à 11,639 milliards de francs. Elle représente désormais 24,9% de la somme du bilan.

Les dix coopératives

Dans un marché très disputé, les dix coopératives, y compris les cinq magasins sis en France et en Allemagne, ont réalisé un chiffre d'affaires de 14,658 milliards de francs, soit une croissance des ventes de 178 millions de francs (+1,3%) par rapport à l'exercice précédent. Cette augmentation a été influencée par les facteurs suivants:

- \* Réduction des surfaces de vente de 2'346 m<sup>2</sup>
- \* Des baisses de prix ciblées d'un montant de 100 millions de francs ont induit une réduction moyenne des prix des assortiments de 1,2%
- \* Elargissement de l'assortiment M-Budget qui passe à plus de 600 articles
- \* Mise en oeuvre réussie des mesures initiées en 2006 dans le but de concentrer les achats et la logistique dans le secteur des produits frais. Cette réorganisation a entraîné un net accroissement du rendement de la communauté Migros. Cette dernière a pu ainsi à nouveau conforter son avance sur la concurrence en matière de rapport prix/prestation.

L'an dernier, une fois de plus, les prix des produits Migros ont baissé, cela en moyenne de 1,2%, tandis que le renchérissement en Suisse a atteint +0,7%. Dès lors, le panier de la ménagère à Migros est devenu encore plus avantageux au cours de l'exercice. L'achat

moyen s'est élevé en 2007 à Fr. 30.80 contre Fr. 30.36 l'année précédente. Les surfaces de vente dans les supermarchés, hypermarchés et marchés spécialisés ont diminué de 2'346 m<sup>2</sup> par rapport à 2006. Le chiffre des ventes au m<sup>2</sup> a augmenté dans tous les canaux de distribution.

La part de marché du groupe Migros a crû de 0,5%, passant de 17,9 à 18,4%. Dans le secteur alimentaire, la hausse s'élève à 1,2% (de 23,9% à 25,1%). Dans le non alimentaire, la part de marché de Migros reste inchangée avec 12,5%.

En 2007, Migros a vendu sous la marque ombrelle ENGAGEMENT des produits offrant une plus-value écologique, sociale et éthique pour un total de 1,713 milliard de francs (+2,6%). Au nombre des labels qui ont enregistré une croissance figuraient à nouveau le coton Bio (+20,2%), Max Havelaar (+13,9%), FSC (+10,3%), Bio (+3,8%) et Eco (+3,9%). En revanche, le succès n'était pas au rendez-vous pour les labels suivants: MSC (-1,7%), viande de production M7 (-2,2%) et IPS (-9,3%).

Au cours de l'année 2007, Migros a élargi son assortiment M-Budget à 615 articles. Le chiffre d'affaires réalisé avec cette gamme de produits a atteint 698 millions de francs (+7,4%).

La ligne premium Sélection a été étendue en 2007 à 210 produits. Elle a permis à Migros de s'assurer un chiffre d'affaires de 44 millions de francs (+40%).

La marque de programme «Actilife. Un supplément de santé» s'est révélée rapidement être un succès. Les 150 produits de cette gamme lancée en septembre 2007 ont permis de réaliser un chiffre d'affaires estimé à plus de 50 millions de francs sur une base annuelle.

Le nombre de l'ensemble des points de vente Migros (y compris les cinq magasins sis à l'étranger) s'élevait à 594 à fin 2007 (année précédente: 595). Le nombre des marchés spécialisés a diminué de 8 unités pour s'établir à un total de 198 (2006: 206). Les marchés spécialisés suivants ont vu leur nombre être réduit: Do it + Garden (-2), Micasa (-6), Melectronics (-1). A l'inverse, SportXX a augmenté d'une unité tandis que le nombre des points de vente Obi est demeuré le même (9).

En 2007, les shops avec. ont poursuivi leur expansion. Les boutiques exploitées par Cevanova sont passées de 31 à 34. En outre, 43 shops de stations-service Migrol ont été convertis au format avec. Les 99 magasins Migrol encore existants porteront progressivement l'enseigne avec.

Globalement, les surfaces de vente en Suisse ont été réduites de 2'346 m<sup>2</sup> (-0,2%) pour tomber à un total de 1'225'382 m<sup>2</sup>. En particulier, les marchés spécialisés ont été assainis (-16'142 m<sup>2</sup>) tandis que les supermarchés ont profité de surfaces accrues de 13'417 m<sup>2</sup> à la suite de travaux de transformation et de rénovation. S'agissant des supermarchés/hypermarchés, le chiffre d'affaires pondéré au m<sup>2</sup> a atteint 15'105 francs au m<sup>2</sup> (2006: 15'008 francs au m<sup>2</sup>). Dans les marchés spécialisés, il a augmenté, malgré la réduction des surfaces, de 2,1% pour atteindre 4'359 francs au m<sup>2</sup> (2006: 4'269 francs au m<sup>2</sup>).

En 2007, la restauration Migros a réalisé un chiffre d'affaires de 660 millions de francs (sans TVA), en hausse de 0,4% par rapport à l'exercice précédent (2006: 658 millions). La part de marché des restaurants Migros dans la restauration commerciale s'est élevée à 52,1%. Le nombre des établissements a été réduit de 5 unités pour se fixer à 198.

Le chiffre d'affaires de détail (y compris à l'étranger) a crû en 2007 de 5,9%, atteignant un total de 18,536 milliards de francs (2006: 17,510 milliards). Dans ce montant sont incluses les ventes à l'étranger qui s'élèvent à 225 millions de francs. Le chiffre d'affaires de détail comprend les ventes en Suisse et à l'étranger

des dix coopératives régionales, de Denner (dès octobre 2007), des entreprises Globus, d'Ex Libris, de Le Shop, le chiffre d'affaires des combustibles et carburants ainsi que d'autres entreprises (cf. le tableau annexé).

#### L'industrie Migros

Les 14 entreprises de l'industrie Migros ont poursuivi leur croissance en 2007. Malgré une forte pression sur le front des prix et la libéralisation partielle des marchés, le chiffre d'affaires net réalisé en Suisse et à l'étranger, après élimination d'effets particuliers, a crû de 2,9% à 4,633 milliards de franc. Dans tous les segments de clients, une croissance réjouissante a été enregistrée: canal Migros (+1,9%), acheteurs tiers en Suisse (+12%) et exportations (+2,9%). Le chiffre d'affaires hors canal Migros a atteint en tout près de 18%. En 2007, l'industrie Migros a consenti des investissements considérables, soit plus de 200 millions de francs, dans des sites de production en Suisse.

#### Globus

En 2007, Globus a célébré son 100<sup>e</sup> anniversaire. Sur des surfaces de vente quasi inchangées, ses douze grands magasins ont réussi à augmenter leur chiffre d'affaires de 6,3% pour le porter à 702,5 millions de francs. Les deux principaux points de vente de Zurich et Genève sont même parvenus à développer leurs ventes de 9%. Le bateau amiral de la Bahnhofstrasse à Zurich, avec son chiffre d'affaires au m<sup>2</sup> de 24'000 francs, figure au nombre des grands magasins réalisant les ventes les plus fortes au m<sup>2</sup> au monde. Avec 21 points de vente spécialisés, Herren Globus a affiché une croissance de ses ventes de 7,8%, lesquelles ont atteint 71,6 millions de francs.

#### Interio

En 2007, Interio SA a réalisé un chiffre d'affaires net record de 287 millions de francs sur des surfaces de vente inchangées. L'augmentation des ventes s'est élevée à 5,6% par rapport à l'exercice précédent.

#### Office World

Office World SA, qui propose du matériel de bureau au travers de plusieurs canaux de distribution, est parvenue à augmenter son chiffre d'affaires de 3,3%, le faisant passer à 106,1 millions de francs. Le développement du shop en ligne a contribué à cette croissance pour une part supérieure à la moyenne.

#### LeShop.ch

Le Shop a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires record de 92,3 millions de francs (+41%). Ses ventes ont dès lors quasi triplé depuis 2004. Près de 40'000 clients réguliers ont fait leurs achats l'an dernier auprès de Le Shop.

#### Denner SA

Denner est parvenue à augmenter son chiffre d'affaires net 2007 de 105 millions de francs, le faisant passer à 2,49 milliards de francs (+4,4%). Denner occupait en 2007 un effectif total de 3'262 collaborateurs dans ses 729 points de vente.

#### Banque Migros

Pour la Banque Migros et ses 45 agences, l'année du cinquantenaire de l'entreprise a été synonyme de conquête de nouvelles parts de marché. Les produits d'exploitation nets ont crû de 3,2%, passant à 540 millions de francs.

#### Hotelplan

En 2007, le groupe Hotelplan a réussi à mettre très largement en oeuvre sa stratégie axée sur le rendement. Au nombre des mesures prises figurent la vente d'hôtels en Espagne et en Italie ainsi que l'alliance stratégique avec Air Berlin. Le groupe Hotelplan est parvenu à augmenter de 13,2% son chiffre d'affaires, portant celui-ci à 1,978 milliard de francs. La croissance du chiffre d'affaires est imputable au groupe Travelhouse, intégré dans les comptes d'Hotelplan

depuis le début de l'année 2007.

#### Migrol

Le secteur d'activité traditionnel de Migrol, à savoir la vente de combustibles et de carburants, a été marqué également en 2007 par les fortes fluctuations du prix du pétrole brut. Par rapport à l'exercice précédent, le chiffre d'affaires s'est réduit de 2,9%, passant à 1,627 milliard de francs (2006: 1,675 milliard de francs). Ce recul est dû à la chute massive des livraisons en Suisse dans le secteur des huiles de chauffage, un phénomène dû aux conditions climatiques clémentes de l'hiver 2006/07.

#### Effectif du personnel

Du fait de la reprise de Denner SA et de l'intégration de la Banque Migros dans le périmètre de consolidation, l'effectif du groupe Migros a augmenté pour atteindre un total de 82'712 collaborateurs (61'463 à plein temps). Sans cette mesure, l'effectif du personnel aurait accusé une légère baisse à l'instar de l'année précédente. La proportion des cadres par rapport à l'ensemble du personnel s'élevait à 5,5% à fin 2007. Le pourcentage des femmes cadres a, quant à lui, crû légèrement en 2007 pour passer à 22,3%.

#### Perspectives 2008

Pour l'année en cours, Migros a prévu de nouvelles baisses de prix pour quelque 100 millions de francs. En 2008, une croissance de 2% est escomptée pour l'ensemble du groupe Migros sans Denner et de 10% avec Denner.

Zurich, le 2 avril 2008

- Sous <http://media.migros.ch> peuvent être téléchargés le présent communiqué de presse ainsi que l'ensemble de la documentation publiée à l'occasion de la conférence des médias à l'occasion de la publication du bilan. \* E-mail: [media@migros.ch](mailto:media@migros.ch)
- Indication: Des informations complémentaires peuvent être téléchargées en format pdf sous: <http://www.presseportal.ch/fr/story.htx?firmid=100000968> -

Contact:

\* Monica Glisenti, cheffe des Corporate Communications FCM, tél. 044

277 20 64

\* Urs Peter Naef, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 66

\* Monika Weibel, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 63

\* Martina Bosshard, porte-parole FCM, tél. 044 277 2067

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100558244> abgerufen werden.