

13.02.2009 - 11:00 Uhr

## L'industrie Migros en 2008: Croissance remarquable des entreprises industrielles du groupe Migros

Zürich (ots) -

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

S'inscrivant dans la ligne des exercices précédents, l'année 2008 s'est caractérisée pour l'industrie Migros par une croissance impressionnante qui lui a permis de renforcer sa position tant sur le marché indigène qu'à l'étranger. Son chiffre d'affaires, en hausse de 385 millions de francs, a franchi pour la première fois la barre des 5 milliards de francs, soit une augmentation de 8,3%. Cette croissance est due avant tout à l'évolution favorable des livraisons en Suisse, que ce soit au groupe Migros ou à des acheteurs tiers. L'écoulement de produits par le canal de distribution Migros a enregistré un bond de 8,7% en valeur, cette croissance exceptionnelle étant due notamment aux affaires brillantes réalisées par LeShop et les boutiques de stations-service. Quant aux ventes à des clients suisses hors du canal Migros, elles ont crû de 10,3%, cela surtout du fait du développement de la demande des gros consommateurs. Enfin, les exportations ont augmenté en monnaie locale de 9% (en francs suisses, de 1%). Les 16 entreprises industrielles de Migros ont consenti en 2008 des investissements à hauteur de plus de 190 millions de francs (2007: 203 millions).

Poursuivant sur sa lancée des années précédentes, l'industrie Migros a vu son chiffre d'affaires augmenter globalement de 8,3% en 2008. L'élargissement de la clientèle et l'élaboration de nouveaux concepts ont permis une croissance organique de 5% tandis que le reste de la progression est imputable aux hausses des coûts des matières premières qui n'ont pas pu être compensées par des gains de productivité. Le chiffre d'affaires total net a franchi en 2008, pour la première fois, la barre des 5 milliards de francs. Les domaines dans lesquels l'industrie Migros est bien implantée sur le marché ont été encore renforcés et développés.

Toutes les catégories de clients ont évolué de manière réjouissante. Les ventes via le canal de distribution Migros se sont inscrites en hausse de 8,7%, celles réalisées avec LeShop et les boutiques de stations-service ayant connu une croissance supérieure à la moyenne. Quant au volume des affaires avec des clients tiers en Suisse, il a crû de 10,3% grâce au développement du segment des gros consommateurs. Les exportations également enregistrent une hausse de 9% en monnaie locale et de 1% en francs suisses.

La croissance la plus spectaculaire a été enregistrée dans le secteur «Viande, poisson, volaille», avec 13,7% de hausse. L'extension des affaires avec la branche de la restauration, la concentration sur les produits de poissonnerie et la volaille ainsi que la mise au point de nouveautés ont favorisé ce brillant résultat.

S'agissant du secteur «Produits laitiers et fromage», l'industrie Migros est parvenue à gagner de nouvelles parts de marché. Ce succès est dû à un recentrage sur les assortiments de base, au développement des ventes hors du canal de distribution Migros et à la mise sur pied d'activités promotionnelles attrayantes. La reprise de la Laiterie d'Ambilly en juin, titulaire de la marque Baïko à Saint-Julien-en-Genevois (Haute-Savoie), de même que celle du commerce de fromage Dörig à Urnäsch (AR) en août sont deux mesures qui ont été prises afin de renforcer les assortiments de base et les marchés clés actuels.

Dans le secteur «Pain, articles de boulangerie, pâtes et riz», l'industrie Migros a enregistré une forte augmentation de ses affaires, soit + 7,2%. Dans le canal de distribution Migros, les consommateurs apprécient de pouvoir trouver du pain fraîchement sorti du four jusqu'à l'heure de fermeture des magasins. Par ailleurs, le cercle des clients tiers en Suisse et des acheteurs étrangers a pu être considérablement élargi, séduits qu'ils ont été par le professionnalisme avec lequel les articles sont produits.

Les ventes du secteur «Chocolat, café, biscuits» ont crû globalement de 3,4%. Chocolat Frey est parvenu à se profiler davantage encore en tant que leader suisse de la production chocolatière grâce au lancement d'articles saisonniers. Delica a achevé sa transformation en pure entreprise industrielle et peut nourrir une légitime fierté face au succès de son système de café en capsules Delizio. Quant à Midor, ses ventes aux gros consommateurs et ses exportations ont apporté une contribution supérieure à la moyenne à la croissance des affaires.

Le résultat du secteur «Boissons et produits convenience» peut être qualifié de bon. Les ventes en hausse de 6,6% sont nettement supérieures à celles de l'exercice 2007, ce d'autant que des baisses de prix ont été consenties sur divers produits Migros. Ce sont surtout une nouvelle croissance dans le domaine des boissons, le lancement de nombreuses nouveautés s'agissant des articles convenience et l'extension des affaires avec la branche de la restauration qui ont joué un rôle positif.

Dans le near-food (cosmétiques, produits de lessive et de nettoyage), le volume global des affaires s'est maintenu au niveau de l'exercice précédent, quand bien même les chiffres ont évolué très différemment selon que l'on considère le marché suisse ou les exportations. Les ventes par le canal de distribution Migros ont augmenté de 3,7%, avec des gains de parts de marché pour ce qui est des produits de lessive et de nettoyage. Dans les cosmétiques, le lancement de la marque propre «I am» est la première mesure devant permettre aux assortiments Migros de connaître un nouvel essor. Les exportations en francs suisses ont diminué (-6,8%) en raison des taux de change. Grâce à des concepts et des produits novateurs, de nouveaux gros clients ont pu être acquis. On en mesurera les effets bénéfiques en 2009.

Dans le «Commerce de gros», Scana Alimentation SA a gagné d'importantes parts de marché en élargissant ses services sur Internet et ses assortiments. La collaboration avec Cash & Carry Angehrn a été intensifiée afin de renforcer la présence de Migros sur le marché des gros consommateurs.

#### Exportations et commerce international

Les exportations ont augmenté en monnaie locale de 9% et en francs suisses de 1% pour atteindre 346 millions de francs suisses. La chute de la livre sterling et du dollar par rapport au franc a exercé une influence déterminante sur le résultat. Géographiquement parlant, l'essentiel des exportations étaient destinées aux importants marchés européens que sont l'Allemagne, l'Angleterre et la France. En outre, des relations d'affaires prometteuses ont été nouées en Amérique du Nord. Dans l'Hexagone, la position de Mifroma France a pu être renforcée du fait du rachat de la Laiterie d'Ambilly SA, titulaire de la marque Baïko, à Saint-Julien-en-Genevois.

#### Innovations

L'industrie Migros a poursuivi le développement de son management ciblé des innovations, stratégie lui permettant de soutenir activement les efforts de ses clients de taille pour se profiler sur le marché. En 2008, la part des nouveaux produits dans le chiffre d'affaires réalisé s'est élevée à plus de 10%.

Voici quelques exemples de nouveautés lancées avec succès au cours du dernier exercice.

\* Total Color Protect: produit de lessive avec agent protecteur des

couleurs en bouteille à deux compartiments

- \* Delizio Compact Energy Save: machine à café en capsules avec mode d'économie d'énergie
- \* Zoé Effect: ligne de soin anti-rides pour le visage
- \* I am young : la ligne de cosmétiques pour les peaux jeunes
- \* Anna's Best: produits convenience recommandés par Michel Montignac
- \* Frey: chocolat Suprême Hot Chilli Pepper
- \* Aproz: eau minérale Valais en flacon au design original

Investissements dans les sites de production en Suisse

En 2008 également, l'industrie Migros a investi plus de 190 millions de francs dans ses unités industrielles en Suisse (2007: 203 millions de francs). Mifroma à Ursy a inauguré ses nouveaux bâtiments abritant les surfaces de production et les installations de commissionnement automatiques des commandes grâce auxquelles une nouvelle phase d'expansion peut être envisagée. A Bina à Bischofszell, l'érection d'une plateforme pour les produits convenience a avancé conformément aux plans, sa mise en service étant prévue à l'automne 2009. A Estavayer-le-Lac, les travaux de construction en vue du grand projet ELSAvenir ont débuté. L'objectif d'Elsa est de devenir l'une des usines de transformation du lait les plus performantes d'Europe. A Courtepin, Micarna a entamé l'assainissement de l'ancien bâtiment et s'est dotée de nouvelles infrastructures pour les produits congelés. On relèvera que toutes les entreprises ont investi des fonds dans des projets environnementaux devant permettre d'atteindre les objectifs ambitieux du groupe Migros en matière de réduction des émissions de CO2.

Personnel

A fin 2008, les 16 entreprises industrielles de Migros occupaient 9'933 collaborateurs en Suisse (2007: 9'789). 317 apprenants (2007: 310) y suivent actuellement une formation dans plus de 15 professions.

Perspectives

L'industrie Migros poursuivra à l'avenir sa stratégie de croissance basée sur un pôle industriel fort en Suisse. Sur le marché indigène, la croissance stratégique sera assurée au travers de l'exploitation maximum des possibilités offertes au sein même de la communauté Migros et du développement des activités dans le secteur des gros consommateurs. Quant aux exportations, elles continueront à être promues activement, l'objectif étant de réaliser un chiffre d'affaires de 700 millions de francs d'ici 2012. L'effort sera mis sur le travail de prospection dans les principaux marchés et le développement ciblé des assortiments.

Zurich, le 13 février 2009

- Indication: Des informations complémentaires peuvent être téléchargées en format pdf sous:  
<http://www.presseportal.ch/fr/story.htx?firmid=100000968> -

Contact:

Monika Weibel, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 63,  
monika.weibel@mgb.ch, [www.migros.ch](http://www.migros.ch)  
Urs Peter Naef, porte-parol FCM, tél. 044 277 20 66,  
urs-peter.naef@mgb.ch