

18.01.2010 – 13:00 Uhr

Migros: chiffre d'affaires de détail sans les carburants au niveau de l'année précédente

Zürich (ots) -

La baisse des prix sur les produits Migros, des prix du pétrole brut en fort recul ainsi que le fléchissement des affaires de voyage ont eu de très fortes répercussions sur le chiffre d'affaires du groupe Migros 2009. Abstraction faite du renchérissement négatif sur les carburants, le chiffre d'affaires de détail s'est inscrit à 21,44 milliards de francs (-0,5%). En raison de fortes remises sur les prix, les ventes des dix coopératives ont baissé de -1,1 %. Pour leur part, Denner (+2,4 %), LeShop.ch (+18 %), Obi (+7,1 %), Melectronics (+2 %) et SportXX (+4,8 %) ont connu une croissance réjouissante. L'Industrie Migros a également pu accroître son chiffre d'affaires de +1,6 % pour atteindre 5,18 milliards de francs. L'an dernier, le chiffre d'affaires de l'ensemble du groupe Migros s'est élevé à 24,95 milliards de francs (-3,1 %). «A la différence de 2008, l'exercice précédent a été fortement caractérisé par un recul des prix de vente, ce qui a eu une incidence décisive sur les chiffres d'affaires. Nos clients profitent ainsi d'un rapport prix-prestation encore meilleur», a déclaré Herbert Bolliger, président de la direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM).

Chiffre d'affaires de détail

Le montant global des ventes de détail (sans TVA) s'est monté l'an dernier à 21,04 milliards de francs (-2,4 %). Il se décompose comme suit: coopératives régionales en Suisse et à l'étranger 15,22 mia de francs (-1,1 %), Grands Magasins Globus 795 mio de francs (-1,1 %), Interio 260 mio de francs (-6,8 %), Office World 107 mio de francs (-2,7 %), Migrol 1,57 mia de francs (-20,6 %), Denner 2,76 mia de francs (+2,4 %), Ex Libris 193 mio de francs (0,0 %) et LeShop 132 mio de francs (+18 %).

En 2009, le chiffre d'affaires de détail réalisé en Suisse s'est élevé à 20,83 mia de francs (2008: 21,35 mia de francs), soit une baisse de 516 mio de francs (-2,4 %). Corrigé du renchérissement négatif sur les carburants (- 406 mio de francs), le chiffre d'affaires de détail en Suisse et à l'étranger s'est inscrit à 21,44 mia de francs (-0,5 %). A l'étranger, les ventes de détail (Migros Deutschland et Migros France) ont reculé de 3 mio de francs pour se fixer à 204 mio de francs (-1,4 %).

Coopératives

Les dix coopératives Migros ont réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 15,22 mia de francs (2008: 15,39 mia), soit une baisse de 168 mio. de francs (-1,1 %) par rapport à l'exercice précédent. Le volume des ventes a progressé par rapport à l'année dernière, mais des remises de prix supérieures à 300 mio de francs sur l'ensemble de l'assortiment se sont traduites par un recul du chiffre d'affaires. A lui seul, le secteur des Produits frais connaissait un renchérissement négatif de -3 %; le secteur Viande était en moyenne 5 %, et celui des Fruits et Légumes 5,5 % plus avantageux qu'en 2008. Sur la gamme M-Budget, la garantie de prix le plus bas du marché a entraîné des remises de prix de -5 %. En 2009, plus d'un tiers de tous les articles M-Budget ont été proposés à des prix meilleur marché.

Dans les marchés spécialisés, le renchérissement négatif s'inscrivait en moyenne à -3 %. Micasa a pu offrir ses produits à des prix plus avantageux de -4 % et Melectronics a pu proposer des articles meilleur marché de -5 %.

Augmentation du chiffre d'affaires au m2

Les surfaces de vente des supermarchés, hypermarchés et marchés

spécialisés ont augmenté l'an dernier de 14'947 m² (+1,2 %) pour atteindre 1'266'062 m² (2008: 1'251'115 m²). La progression des surfaces de vente résulte de l'ouverture de 13 nouveaux points de vente au nombre desquels figurent le MMM Stücki à Bâle et un magasin Outdoor supplémentaire (le sixième) de SportXX à St-Gall. A fin 2009, l'ensemble du réseau de vente de Migros totalisait 604 points de vente, soit trois de plus qu'en 2008 (voir tableau en annexe).

Productivité des surfaces de vente

Le chiffre d'affaires moyen pondéré au m² des supermarchés et hypermarchés se montait l'an dernier à 14'943.- francs/m². Dans les marchés spécialisés, il s'élevait à 4'379.- francs/m².

Investissements dans des prix plus bas

Dans l'ensemble, Migros a investi plus de 300 mio de francs en 2009 dans des prix plus bas. Le renchérissement négatif sur la totalité de l'assortiment s'établissait ainsi à - 2 % (sans le renchérissement négatif pour les carburants). Abstraction faite des produits frais, les prix de plus de 2000 articles ont été adaptés vers le bas. Dans le secteur Produits frais, le renchérissement négatif s'élevait à -3 %. Dans le secteur Near-Food également, le prix moyen des articles était légèrement plus avantageux (-0,2 %). De plus, les clientes et les clients de Migros ont pu profiter de nombreuses promotions en 2009. En Suisse, le renchérissement annuel s'est inscrit à -0,5 %.

Assortiments à succès

Les assortiments convenience, comme par exemple la marque «Anna's best», ont affiché une croissance réjouissante (+15 %). Le chiffre d'affaires des produits de marque «Heidi» a aussi augmenté de 8 %. Les clients ont très bien accepté la nouvelle désignation «M-classic» des produits Migros classiques ainsi que le regroupement des articles cosmétiques sous la marque «I am». Grâce à la clarté de la présentation, ils apprécient cette amélioration de l'orientation. Ces deux secteurs ont fait état d'une croissance supérieure à 5 %.

Produits à plus-value écologique et sociale

En 2009 également, les produits vendus sous label attestant une plus-value écologique et sociale ont été très demandés. Les denrées provenant de culture biologique ont enregistré une progression de 6,9 % pour atteindre 357 mio de francs. MSC, le label Migros pour le poisson issu d'une pêche durable, a été lui aussi particulièrement demandé et a connu une croissance de 19 %. Les produits distingués par le label CO₂ qui indique qu'ils ménagent le climat sont bien acceptés par la clientèle. Leur chiffre d'affaires s'est élevé à 27,4 mio de francs en 2009.

Globus

Au cours de l'exercice précédent, le chiffre d'affaires total des Grands Magasins Globus (y compris le service center) a accusé une baisse de 9 mio de francs (-1,1 %) pour se fixer à 795 mio de francs (2008: 804 mio.). Tant les Grands Magasins Globus (-1,4 %) que Herren Globus (-0,7) ont enregistré un recul faible de leur chiffre d'affaires

Denner

Sur le marché du discount âprement disputé, Denner est parvenu une nouvelle fois à clore l'exercice 2009 sur un très bon résultat. Les ventes ont connu une progression de 66 mio de francs (+2,4 %) pour atteindre 2,762 mia de francs.

Migrol

Même si les ventes de combustibles et carburants se sont inscrites en hausse de 4,3 % en 2009, la forte baisse des prix des matières premières fossiles a entraîné un recul des ventes de -20,6 %. Le chiffre d'affaires a diminué de 406 mio pour se fixer à 1,569 mia de francs.

Commerce en ligne, LeShop.ch, etc.

LeShop a enregistré une croissance réjouissante de 18 %. Le chiffre d'affaires s'est accru de 20 mio de francs pour s'établir à 132 mio

de francs. Migros est parvenue à étendre encore sa position de leader du marché dans le E-commerce. Le chiffre d'affaires pour 2009 (denrées alimentaires, produits médias, articles de bureau, voyages et combustible) est estimé à plus de 500 mio de francs.

Industrie

L'Industrie Migros est parvenue à renforcer à nouveau sa position sur le marché, tant en Suisse qu'à l'étranger. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 5,179 mia de francs (2008: 5,099 mia), ce qui représente un plus de 1,6 %.

Groupe Hotelplan

Les ventes du groupe Hotelplan ont diminué de -16,1 % en 2009, soit une baisse de 310 mio de francs pour se fixer à 1,618 mia de francs (2008: 1,928 mia). Les affaires de voyage ont particulièrement souffert des effets de la crise financière et économique en 2009. Les sociétés étrangères Hotelplan Italie et Inghams (Angleterre) ont été les plus touchées.

Banque Migros

La Banque Migros peut faire état d'une forte croissance de ses revenus pour l'exercice 2009. Le produit des affaires s'est accru de 11 % pour atteindre 572,4 mio de francs. Grâce à la solide base de confiance dont elle jouit auprès de ses clients, la Banque Migros reçoit des afflux de fonds importants de manière durable. Ces douze derniers mois, cinq nouvelles filiales ont été ouvertes, ce qui porte à 57 le nombre de ses points de vente. La Banque Migros publiera ses comptes annuels le 19 janvier 2010.

Chiffre d'affaires du groupe

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du groupe Migros a diminué de 800 mio de francs (-3,1 %) pour s'établir à 24,950 mia de francs (2008: 25,750 mia de francs).

La conférence des médias de la Fédération des coopératives Migros (FCM) se tiendra le 30 mars 2010 à Zurich.

Zurich, le 18 janvier 2010

- Indication: Des graphiques peuvent être téléchargés sous:
<http://www.presseportal.ch/fr/story.htx?firmid=100000968> -

Contact:

Monica Glisenti, responsable Corporate Communications FCM, tél. 044 277 20 64

Urs Peter Naef, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 66,
urs-peter.naef@mgb.ch

Monika Weibel, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 63,
monika.weibel@mgb.ch.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100596691> abgerufen werden.