

04.02.2010 – 15:30 Uhr

L'industrie Migros croît dans un contexte difficile

Zürich (ots) -

L'industrie Migros en 2009

L'industrie Migros a consolidé sa forte position sur les marchés intérieur et export dans un contexte économique difficile. Malgré la baisse sensible des prix de vente, elle a enregistré un chiffre d'affaires de 5,1 milliards CHF (5,0 mia. CHF en 2008), soit une croissance de 1,5%. Celle-ci a été réalisée en Suisse par le groupe Migros et avec des acheteurs tiers suisses. L'écoulement des produits par le canal de distribution Migros a enregistré une hausse de 2,0%, Denner, LeShop et les boutiques de stations-service ayant brillé par un développement supérieur à la moyenne. Le chiffre d'affaires avec les acheteurs tiers suisses a augmenté de 2,5%, surtout grâce à l'expansion continue des activités dans la restauration. Les ventes à l'exportation ont été stables au niveau de l'exercice précédent en monnaies locales (-6,0% en CHF). En 2009, les 15 entreprises industrielles de Migros ont investi près de 150 millions CHF dans l'extension et la sécurisation de leur site de production en Suisse.

En 2009 aussi, l'industrie Migros a poursuivi avec succès le développement de ses ventes avec de nouveaux concepts et clients. Son chiffre d'affaires net total a crû de 1,5% à 5,1 milliards CHF malgré la baisse sensible des prix de vente des produits frais. Elle a pu ainsi renforcer sa position déjà solide sur le marché.

Les ventes du canal de distribution Migros ont augmenté de 2,0%, Denner, LeShop.ch et les boutiques de stations-service se distinguant par une croissance supérieure à la moyenne. Au plan des acheteurs tiers suisses, l'essentiel de la croissance de 2,5% est à mettre au compte de la restauration. Les ventes à l'exportation sont restées stables au niveau de l'exercice précédent en monnaies locales (+0,5%, mais en recul de 6,0% en CHF).

En 2009 également, la plus forte croissance (+6,4%) a été enregistrée par le secteur "Viande, poisson, volaille". Le développement des activités de la restauration, la reprise de certaines productions des coopératives et divers nouveaux produits sont les moteurs de ce dynamisme.

L'évolution dans le secteur "Produits laitiers et fromage" a été caractérisée par des baisses notables des prix. L'optimisation des assortiments et le développement des activités avec Denner et la restauration ont permis de maintenir le chiffre d'affaires au niveau de l'exercice précédent.

Le secteur "Pain, articles de boulangerie, pâtes, riz, biscuits" a encore légèrement progressé de 0,8% par rapport à 2008. Dans le canal de distribution Migros, outre le large éventail de l'assortiment, les consommateurs apprécient de trouver du pain frais du four jusqu'à la fermeture des magasins. Dans le segment des glaces, de nouveaux concepts et des innovations originales sous la marque Crème d'Or ont permis de conquérir la première place sur le marché. Les ventes aux clients et acheteurs suisses ou étrangers ont pu être considérablement développées.

Le chiffre d'affaires du secteur "Chocolat et café" s'est contracté globalement de 2,2%. Sur un marché en régression, Chocolat Frey a pourtant réussi à affermir sa position de premier chocolatier suisse avec ses assortiments de fête de haute qualité. Delica a surpris positivement les consommateurs avec ses nouveaux concepts dans le segment des épices et condiments. Elle poursuit sur sa lancée dynamique avec son système attrayant de café en capsules Delizio.

Le résultat du secteur "Boissons et produits convenience" s'inscrit en légère progression de 0,9% par rapport à 2008. L'effet positif est ici dû au regain d'activité des secteurs boissons et restauration.

En ce qui concerne le "Near-Food" (cosmétiques, produits de lessive et de nettoyage), le volume des ventes a été stable au niveau de l'exercice précédent. La nouvelle marque propre "I am" s'est solidement affirmée dans le canal de distribution Migros. A l'exportation, de nouveaux concepts et des innovations de produits ont permis de compenser largement le recul des prix de vente ainsi que les pertes de change. Avec Zoé Effect PhytoCellTec™, Mibelle a une nouvelle fois apporté la preuve de sa capacité à lancer des innovations brillantes qui ont été vivement remarquées en Suisse comme à l'étranger.

Dans le "Commerce de gros", Scana Alimentation SA a poursuivi le développement de sa position sur le marché. Ce succès durable repose sur ses prestations de service ingénieuses sur Internet et ses assortiments attractifs. En collaboration avec Cash & Carry Angehrn, elle a lancé de nouveaux concepts d'assortiment, offrant ainsi des plus-values pour les clients.

Exportations et commerce international

Les exportations en monnaies locales se sont stabilisées au niveau de 2008 (+0,5%), alors qu'en CHF, elles ont régressé de 6,0% à 325 millions CHF. Les pertes de change (£ et \$) et la morosité des acheteurs des produits premium ont largement pesé sur ce résultat. Du point de vue géographique, l'essentiel des exportations ont continué d'alimenter les grands marchés européens que sont l'Allemagne, l'Angleterre et la France. Afin d'assurer le bon développement des affaires en Amérique du Nord, des propres structures de marketing et de vente seront établies aux USA et au Canada.

Investissements dans les sites de production en Suisse

En 2009, le groupe Migros a encore investi près de 150 millions CHF spécifiquement dans des projets de croissance et de rationalisation des sites de production en Suisse de ses entreprises industrielles. A Bischofszell Produits alimentaires SA, la plateforme pour les produits convenience a été mise en service comme prévu. Chez Elsa, Estavayer-le-Lac, la première étape du grand projet ELSAvenir a été bouclée conformément au programme. L'entreprise est maintenant en bonne voie de devenir l'une des laiteries les plus performantes d'Europe. Jowa investit fortement dans le développement de ses boulangeries maison en vue d'offrir encore plus de pain frais du four jusqu'à la fermeture des magasins. Par ailleurs, toutes les entreprises investissent dans des projets environnementaux visant à atteindre les objectifs ambitieux de réduction des émissions de CO₂ du groupe Migros.

Personnel

A fin 2009, les 15 entreprises industrielles de Migros occupaient 9'837 collaborateurs en Suisse (2008: 9'933). L'industrie Migros assure actuellement la formation de 396 apprentis (380 en 2008) 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 intérieur, la croissance stratégique sera assurée par l'exploitation maximum des possibilités existant au sein de la communauté Migros, et par le développement des activités dans le secteur de la restauration. Les exportations continueront d'être développées activement, l'objectif étant d'atteindre un chiffre d'affaires de 700 millions CHF d'ici à 2012. L'accent sera mis sur le renforcement des structures de vente dans les principaux marchés et le développement ciblé des assortiments.

Zurich, le 4 février 2010

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

Contact:

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100597688> abgerufen werden.