

30.03.2010 - 10:15 Uhr

Migros en 2009: un exercice favorable dans une conjoncture difficile

Zürich (ots) -

Malgré la crise économique et la morosité du climat de la consommation, Migros a bien travaillé en 2009, l'entreprise parvenant à renforcer son leadership sur le marché suisse. Le chiffre d'affaires du groupe a diminué de -3,1% pour se fixer à CHF 24,95 mia, un recul imputable à la fois aux baisses de prix consenties sur les produits Migros, à la chute importante des cours des produits pétroliers et à la récession qui sévit dans la branche des voyages. Les ventes de détail ont totalisé CHF 21,04 mia (-2,4%). Mais grâce à une coopération encore plus étroite à l'échelon du groupe et à une amélioration de l'efficacité des processus dans tous les secteurs d'activité, le résultat opérationnel (EBIT) du groupe Migros s'est inscrit en hausse de CHF 40 mio (+3,6%). Son bénéfice a fait un bond pour atteindre CHF 846 mio (+20,8%). Les investissements, qui totalisent CHF 1'480 mio, restent à un niveau très élevé. A la fin de l'année, Migros occupait 83'780 personnes, dont 3'264 apprenants formés dans plus de quarante professions.

A l'instar des années précédentes, dans un contexte économique pourtant défavorable, Migros a vu ses affaires évoluer de manière très satisfaisante en 2009 et a renforcé sa position en tant que leader du marché suisse. L'entreprise se réjouit tout particulièrement d'avoir réussi à conforter régulièrement au fil des années sa base financière pourtant déjà solide, à accroître considérablement son rendement et à conserver son rang incontesté de premier distributeur du pays. Elle y est parvenue non seulement en respectant ses devoirs en matière d'utilisation parcimonieuse des ressources naturelles, mais encore en étendant systématiquement ses engagements sur le plan social et écologique. Tous ces succès lui ont valu l'an dernier plusieurs reconnaissances à l'échelon national, soit celles d'être l'entreprise préférée de nos concitoyens, de jouir de la meilleure réputation auprès d'eux et d'occuper le rang de détaillant le plus innovant du pays. Au niveau international, elle a été désignée officiellement chaîne de distribution la plus soucieuse de développement durable au monde lors du World Retail Congress à Barcelone.

Evolution du chiffre d'affaires - santé financière florissante

Du fait des importantes baisses de prix consenties sur les assortiments Migros, de la chute brutale des cours des produits pétroliers et de la récession qui sévit dans la branche des voyages, le chiffre d'affaires du groupe Migros a diminué en 2009 de CHF 803 mio (-3,1%) pour se fixer à CHF 24,95 mia. Au niveau opérationnel, Migros a réussi à accroître son résultat d'exploitation (EBIT) de 3,6% par rapport à 2008, lequel a grimpé à CHF 1'153 mio. En raison d'un excellent résultat financier, le bénéfice du groupe a enregistré une augmentation de CHF 145 mio pour s'établir à CHF 846 mio (+20,8%). De même, les fonds propres s'inscrivent en hausse de CHF 1,109 mia pour totaliser CHF 13,363 mia (+9,1%). Quant à la part des fonds propres, elle atteint 26,3% si l'on inclut la Banque Migros et 59,5% sans ce facteur. En d'autres termes, l'entreprise jouit d'une santé financière florissante.

Effectif du personnel - plus de 3'000 apprenants

L'effectif du personnel des entreprises Migros faisant partie du périmètre de consolidation s'élevait 83'780 collaborateurs à la fin de l'exercice, soit -0,4% ou 316 personnes de moins qu'en 2008. Le nombre des apprenants a augmenté en 2009 de 86 personnes, pour se fixer à 3'264. L'an dernier, 1'303 apprenants ont commencé un apprentissage à Migros.

Chiffre d'affaires de détail - chute brutale des prix des produits pétroliers

Le chiffre d'affaires de détail (y c. celui réalisé à l'étranger) a diminué en 2009 de -2,4% pour s'établir à CHF 21'037 mio (2008: CHF 21'557 mio). Dans cette donnée sont incluses les ventes réalisées en Suisse et hors de nos frontières par les dix coopératives régionales, Denner, les Grands Magasins Globus, Interio, Office World, Ex Libris, LeShop.ch, Migrol ainsi que par d'autres entreprises. En Suisse, soit abstraction faite de Migros Allemagne et de Migros France, le chiffre d'affaires de détail a totalisé CHF 20'833 mio (-2,4%).

Coopératives - augmentation des ventes en volume mais chiffre d'affaires moindre en raison de baisses de prix

Dans un marché très disputé, le chiffre d'affaires des dix coopératives Migros, y compris les ventes des cinq magasins sis en France et en Allemagne, a diminué de CHF 166 mio ou de -1,1% pour s'établir à CHF 15'222 mio, cela quand bien même les quantités écoulées étaient supérieures à celles enregistrées au cours de l'exercice précédent. Les baisses de prix ont représenté un montant global évalué à de CHF 300 mio. La croissance des ventes des marchés spécialisés, lesquelles totalisent CHF 1'707 mio (+1,2%), est particulièrement réjouissante. Ont ainsi enregistré une croissance Obi (+6,6%), SportXX (+4,6%) et Melectronics (+1,6%, mais baisse moyenne des prix de l'assortiment de -5%). En revanche, Do it + Garden a accusé une baisse de -1,3% (réduction des surfaces de -2,4%) et Micasa de -4,6% (détérioration du climat de la consommation et réduction des surfaces de -6,5% ainsi que baisse moyenne des prix de l'assortiment de -4%).

L'exercice 2009 porte la marque des nombreuses baisses de prix consenties et de la chute des cours du pétrole. Dans le secteur des produits frais, les prix ont diminué globalement de -3% par rapport à l'année précédente. Pour la viande, cette diminution a atteint jusqu'à -5%, et, s'agissant des fruits et légumes, -5,5%. La ligne de produits M-Budget, pour laquelle on enregistre une baisse moyenne de -5%, a vu un tiers de ses articles devenir plus avantageux encore. Dans les marchés spécialisés, la baisse générale du niveau des prix a atteint -2,7%. Selon l'Office fédéral de la statistique, l'indice des prix à la consommation a présenté en 2009 une diminution de -0,5%.

La part de marché du groupe Migros, qui a atteint 20,4%, a pu être maintenue quasiment au même niveau que l'année précédente (20,5%) malgré des conditions économiques défavorables et un durcissement de la concurrence. Il en va de même pour le secteur du Food où la part de marché a atteint 28,1 points de pourcentage (-0,5%), avec un chiffre d'affaires de CHF 13,5 mia. Dans le secteur du Non Food, la part de marché est passée de 12,9 à 13,0%. Quant aux marchés spécialisés, l'évolution de leur chiffre d'affaires est particulièrement réjouissante avec une hausse de +1,6%, cela malgré une baisse moyenne des prix de -2,7%.

En 2009, Migros a écoulé pour CHF 2'089 mio (+4,5%) de produits recelant une valeur ajoutée sous les angles écologique et social. Toutes les ventes sous labels symboles de développement durable ont enregistré une croissance de fait: De la région, CHF 747,5 mio (+1,5%); TerraSuisse, CHF 654,2 mio (0%, mais avec une baisse moyenne des prix de -5%); Bio, CHF 364,2 mio (+7%); FSC, CHF 148,4 mio (+2,8%) et Max Havelaar, CHF 81,1 (+2,2%). Pour ce qui est du label MSC, l'essentiel de l'assortiment de poisson proposé a été revu en 2009 pour ne comporter plus que du poisson pêché dans le respect du développement durable, ce qui a entraîné un quasi doublement du chiffre d'affaires, lequel a atteint CHF 35,1 mio (+86%). Enfin, les ventes d'articles en coton Bio ont totalisé CHF 15 mio (+6,3%).

A fin 2009, 104 articles portaient le nouveau label CO2 décerné par l'organisation indépendante climatop pour attirer l'attention des acheteurs sur les produits propres à contribuer à freiner le réchauffement climatique. Le chiffre d'affaires réalisé avec ces articles s'est élevé à CHF 27 mio. En outre, 34 appareils arboraient le label Topten attestant une consommation énergétique

particulièrement faible. Le chiffre d'affaires a atteint également CHF 27 mio.

Le label de qualité aha! attribué par le Centre suisse pour l'allergie, la peau et l'asthme distingue plus de 60 produits particulièrement adaptés aux personnes souffrant d'allergies ou d'intolérance à certaines denrées alimentaires. Les ventes de cette gamme ont représenté CHF 23,4 mio (+18%).

En 2009, Migros a été à l'honneur lors du World Retail Congress à Barcelone où un jury lui a attribué le titre de distributeur le plus soucieux de développement durable au monde.

Au nombre des assortiments les plus prisés figurent les produits convenience de marque Anna's Best. Un assortiment enrichi en 2009 grâce à de nombreuses innovations et qui a dégagé une croissance de +16%.

Sont également appréciés les produits Heidi, fabriqués avec du lait des montagnes suisses. Le chiffre d'affaires réalisé avec cet assortiment a crû de +8%.

Dans le secteur du Near Food, les produits cosmétiques regroupés dorénavant sous la marque I am, ont battu des records: des ventes de CHF 39 mio (+5%) ont été réalisées avec cette gamme de produits.

A fin 2009, le réseau de distribution Migros en Suisse dénombrait 604 sites (2008: 601). Au total, Migros a ouvert durant le dernier exercice 13 nouveaux points de vente parmi lesquels figure le MMM Stücki à Bâle ainsi qu'un nouveau magasin Outdoor by SportXX à Saint-Gall. En outre, les travaux de transformation de quatre magasins de grande taille ont été achevés, à savoir ceux de Schönbühl, St. Margarethen, Brügg et Sântispark. Des travaux de réfection se poursuivent dans les grands centres suivants: Balaxert, Stans Läderpark, Langendorf et Thun Oberland. Enfin, neuf petits magasins, dont le Do it + Garden d'Interlaken, ont été fermés.

Au total, en 2009, les surfaces de vente ont crû en Suisse de 14'947 m² (+1,2%), passant à 1'266'062 m² (2008: 1'251'115 m²). L'augmentation concerne avant tout les supermarchés.

Le rendement au m² pondéré des super/hypermarchés s'est établi en 2009 à CHF 14'944.-/m². Par rapport à 2008, cela correspond à une baisse de 3,5% qui s'explique par l'extension des surfaces de +2,6%. En revanche, dans les marchés spécialisés, le rendement au m² s'est amélioré de 0,4% pour atteindre CHF 4'378.-/ m² grâce à la faible augmentation des surfaces (+1,0%).

Restauration Migros

A fin 2009, Migros comptait 190 restaurants (2008: 193). Le format Sessibon a été abandonné au profit de la formule traditionnelle de restauration Migros. Du fait des fermetures et des transformations, le chiffre d'affaires a diminué de -4,6% en 2009, se fixant à CHF 649 mio.

Commerce - 136 migrolino in einem Jahr

Le domaine d'activité Commerce a connu un brillant développement en 2009, son résultat affichant une hausse de 60%. Sur le plan stratégique, la position sur le marché des diverses entreprises s'est renforcée quasi partout.

Pour le chef de file des discounters suisses Denner, l'exercice 2009 s'est achevé sur un chiffre d'affaires de CHF 2'763 mio. La croissance affichée est de +2,5%, tandis que le chiffre d'affaires et le résultat ont atteint des niveaux record. Par ailleurs, comme prévu, Migros a repris en janvier 2010 les 30% d'actions restées aux mains de Denner SA. Désormais, le discounter est une filiale à 100% de Migros.

En 2009, Globus a réussi à s'imposer en tant que leader incontesté de la distribution de produits haut de gamme en Suisse, cela malgré la crise économique et une certaine retenue en matière d'achats. Le chiffre d'affaires du groupe Globus s'est contracté de -1,0% pour se fixer à CHF 795,5. Grâce à d'importants gains d'efficacité obtenus tout au long de la chaîne de valeur ajoutée, un résultat encore

supérieur à celui de 2008 a pu être atteint.

Interio est en plein remaniement de son concept commercial et vise son repositionnement sur le marché, cela dans un contexte général de récession au sein de la branche de l'ameublement et de la décoration intérieure. Comme on pouvait s'y attendre, son chiffre d'affaires a accusé une nouvelle baisse, à savoir -6,8%, pour se situer à CHF 259,9 mio. En revanche, un premier bilan positif peut être tiré de la collaboration initiée entre Interio et la société allemande Gries Deco Company dans le secteur des accessoires de l'habitat. L'ouverture des trois premiers magasins communs «Depot/Interio» en Suisse s'est révélée être un brillant succès.

LeShop.ch a poursuivi en 2009, avec un succès toujours aussi grand, sa stratégie de croissance, renforçant une fois de plus son leadership sur le marché. Le pionnier de la vente en ligne de denrées alimentaires a réalisé des ventes record de CHF 132 mio, soit un bond de CHF 20 mio par rapport à 2008, ou +18%. Dans ce chiffre d'affaires, l'écoulement de produits Migros vendus à prix Migros a représenté 47%. En 2009, LeShop a recruté 39'000 nouveaux clients.

Malgré des ventes constantes en volume, le chiffre d'affaires de Migrol a subi directement l'effet de l'effondrement des cours du pétrole en 2009. Affichant une diminution de CHF 411 mio (-20,8%), il s'est fixé à CHF 1'564 mio. Néanmoins, le résultat s'est inscrit en hausse. Pour ce qui est du développement des shops de stations-service dans le cadre d'une joint-venture avec Shell, le rythme auquel le projet a avancé a dépassé de beaucoup les attentes. Ainsi, au cours de l'exercice, l'enseigne «migrolino», spécialisée dans la distribution de produits convenience, a fait son apparition dans 112 nouvelles stations-service Migrol et Shell. Parallèlement, 24 points de vente migrolino ont été mis en service dans des gares et au coeur des villes, ce qui porte à 136 le nombre des boutiques ouvertes en 2009.

Industrie Migros et commerce de gros - la restauration dope les affaires

Dans un contexte économique pourtant difficile, le groupe industriel Migros a réussi à renforcer sa position tant en Suisse qu'à l'étranger. Elle a réalisé un chiffre d'affaires net de CHF 5'186 mio, en hausse de CHF 86,9 mio (+1,7%), cela malgré des prix de vente nettement à la baisse et un franc suisse fort pénalisant pour les exportations. S'agissant de l'évolution des chiffres d'affaires par canaux de distribution, on constate que les exportations, calculées en monnaies locales, se sont maintenues au niveau de l'année précédente (+0,5%) mais ont baissé de -6,0% en francs suisses pour tomber à CHF 325 mio. Les ventes aux clients tiers en Suisse ont augmenté de 2,5% et l'écoulement par le canal Migros s'est inscrit en hausse de +2,0%. La plus forte croissance a été enregistrée dans le domaine «Viande, poisson et volaille», soit +6,4%. Les facteurs de croissance les plus importants ont été le développement des affaires dans le secteur de la restauration, la reprise de tâches assumées jusqu'ici par les coopératives dans le domaine du conditionnement et le lancement de nouveaux produits. Le groupe industriel entend poursuivre à l'avenir sa stratégie dynamique tant en Suisse, dans le domaine de l'approvisionnement de la restauration, qu'à l'étranger, où il vise d'ici à 2012 un chiffre d'affaires de CHF 700 mio.

Voyages - la récession générale laisse des traces

Malgré un environnement difficile, le groupe Hotelplan a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1'618 mio (-16,1%) et un bénéfice d'exploitation opérationnel (EBITDA) de CHF 7,1 mio. Ces deux données jettent une lumière crue sur le climat de récession générale régnant dans le secteur des voyages. En Suisse, la baisse du nombre des réservations a pu être freinée au moyen de réductions de prix importantes. En revanche, la location de maisons et d'appartements par Interhome a connu un développement favorable.

Services financiers - croissance marquée des dépôts de la clientèle

La Banque Migros a réussi à accroître son résultat opérationnel de 4,4% pour atteindre CHF 216,7 mio. Le produit des services financiers s'est élevé à CHF 989,4 mio. Grâce au solide capital de confiance dont jouit l'établissement sur le marché suisse, le volume des placements de la clientèle, y compris les obligations de caisse, a augmenté de CHF 2,2 mia (+10,1%) pour atteindre CHF 23,7 mia. Le bénéfice, quant à lui, a augmenté de 11,8%, passant à CHF 138 mio, cela malgré le fait que le lancement d'une nouvelle plate-forme informatique ait engendré des charges exceptionnelles de CHF 28 mio.

Zurich, le 30 mars 2010

- Indication: Des graphiques peuvent être téléchargés 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

* www.migros.ch/bilanz

* E-mail: media@migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100600798> abgerufen werden.