

11.02.2011 – 10:00 Uhr

M-Industrie 2010: Position consolidée sur le marché, spécialement à l'étranger

Zürich (ots) -

M-Industrie a réussi en 2010 à franchir un nouveau pas vers la constitution d'un groupe industriel suisse hautement productif à vocation internationale. Une croissance organique et des acquisitions à l'étranger ont contribué à la hausse réjouissante de 2,5% du chiffre d'affaires, lequel s'est fixé à 5,316 milliards de francs. Les activités déployées dans le cadre du groupe Migros ont vu leur chiffre d'affaires progresser de 0,7% malgré de substantielles baisses de prix. Les opérations commerciales avec des clients tiers suisses ont pu croître de plus de 7% pour atteindre 587 millions de francs grâce à la poussée de la restauration. Quant aux activités internationales, elles ont bondi de 13,5% pour atteindre 475 millions de francs, un résultat des plus réjouissants.

En 2010, M-Industrie a fait un nouveau pas important vers la constitution d'un groupe industriel suisse hautement productif à vocation internationale. Des prix en nette baisse en Suisse et une situation monétaire difficile à l'étranger n'ont pas empêché la hausse de 2,5% du chiffre d'affaires net qui passe de 5,186 à 5,316 milliards de francs. Signe encourageant, plus de la moitié de cette croissance est organique.

Dans le segment du groupe Migros, M-Industrie a répercuté sous forme de prix plus avantageux les gains de productivité et les prix d'achat plus favorables induits par l'évolution des taux de change. Des volumes en hausse ont néanmoins permis une légère croissance de 0,7%. Dans ce contexte, Denner, Le Shop et les shops des stations-service Migrolino ont particulièrement bien tiré leur épingle du jeu. Les activités menées avec des clients tiers suisses ont progressé de plus de 7%. Ce sont surtout les activités du segment de la restauration qui ont poursuivi leur percée, à l'appui de concepts de valeur ajoutée tels le Swiss Gourmet Beef et l'expansion de la distribution. Malgré des pertes de change considérables, les activités internationales ont bondi de 13,5% pour atteindre 475 millions de francs grâce à la densification des structures de distribution et à deux acquisitions de moindre ampleur.

Le secteur d'activité «Viande, poisson, volaille» (chiffre d'affaires comparativement à l'exercice précédent: + 5,7%) a été le moteur de la croissance en 2010, une réalité qui s'explique par l'extension de la restauration, l'intégration de la production de poisson des coopératives et la reprise de Favorit AG en octobre 2010.

Dans le secteur d'activité «Produits laitiers & fromage» (chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent: -1,4%), des baisses de prix de 3% ont été opérées. Les activités avec des tiers en Suisse et à l'étranger, et avec Denner, se sont nettement affermies.

Le renchérissement négatif de 2% environ et les pertes de change à l'exportation ont laissé des traces dans le secteur d'activité «Pains, produits de boulangerie & pâtes, riz» (chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent: -2,1%). Les produits de Jowa passent pour les meilleurs de leur catégorie dans le commerce de détail et la ligne de pain frais de prestige «PainCréation» lancée en octobre 2010 jouit déjà d'un degré d'estime élevé.

Le chiffre d'affaires du secteur d'activité «Chocolat & café» s'est amélioré de 0,8% dans l'ensemble. Ce secteur d'activité a particulièrement souffert de l'incidence monétaire négative. Malgré tout, les activités à l'étranger ont évolué positivement grâce au développement des structures de distribution et la marque Frey s'est renforcée au plan national et international. Les activités du café en

capsules ont poursuivi leur marche en avant en Suisse et à l'étranger. Un partenariat stratégique a pu être conclu avec United Coffee pour la distribution du système à capsules en Europe. Il se répercutera de façon positive sur le développement futur.

Le segment «Produits Convenience & boissons» bénéficie d'une croissance de 9,9 %. Celle-ci repose sur une nouvelle opération de négoce dans le segment du Convenience et sur la reprise de Gastina, une société du Vorarlberg. Cette acquisition et la coopération avec Weight Watchers ont permis de raffermir la position sur le marché du Convenience fraîcheur et ont lancé les bases d'une croissance future.

Le chiffre d'affaires du secteur near food (cosmétiques, produits de lessive et détergents) a bondi de 12,2%, ce qui s'explique en majeure part par l'acquisition de Hallam Beauty en Angleterre. Mais la capacité d'innovation dans ce domaine a débouché sur une croissance supérieure à la moyenne même si l'on ne tient pas compte de cet événement particulier et des influences monétaires négatives, et le gain de parts de marché est bien réel en Suisse et à l'étranger. Le formidable succès du concept de soins cutanés Zoé Effect PhytoCellTec™ a eu des effets multiplicateurs au plan international également. L'arrivée sur le marché des cosmétiques naturels certifiés ouvre également la voie d'une nouvelle croissance.

Dans le secteur d'activité «Commerce de gros», Scana Produits alimentaires SA a continué à gagner du terrain sur un marché en recul. La clé de ce succès réside dans les prestations Internet globales, la commercialisation compétente et les assortiments attrayants.

Activités internationales

L'acquisition de Hallam Beauty en Angleterre et l'intégration de Gastina en Autriche ont permis de consolider de façon ciblée les activités à l'étranger dans les secteurs pleins d'avenir des cosmétiques et des produits dits du Convenience fraîcheur. De plus, de nouvelles sociétés de marketing sont devenues opérationnelles aux Etats-Unis et au Canada. Dans l'ensemble, les activités internationales ont fait un bond de 13,5% à 475 millions de francs en dépit de pertes de change substantielles. La contribution des exportations est de 6% dans ce contexte. D'un point de vue géographique, les grands marchés européens allemand, anglais, français et nord-américain sont les piliers des activités à l'étranger.

L'innovation comme moteur des activités

Grâce à sa compétence en matière d'innovation, M-Industrie a pu intensifier la collaboration avec des titulaires de marques. Mentionnons notamment le lancement sur le marché du milchshake «Shakeria». Le complexe actif primé «PhytoCellTec» Malus Domestica à base de cellules souches issues de la variété de pomme Uttwiler Spätlauber a fait fureur en Suisse et à l'étranger, contribuant au succès de la ligne de cosmétiques Zoé-Effect et donnant une nouvelle impulsion à l'ensemble de l'assortiment Zoé.

Investissements dans la place industrielle suisse

L'année écoulée, M-Industrie a investi 140 millions de francs dans la place industrielle suisse, améliorant encore de cette manière la capacité concurrentielle internationale. A Courtepin, Micarna a étendu la production de volailles et optimisé ses procédés. A Ursy, Mifroma a nettement agrandi sa cave creusée dans la molasse pour l'affinage du Gruyère. Jowa a investi dans une nouvelle ligne de pain surgelé et chez Elsa, à Estavayer, un nouveau jalon a été posé sur la voie menant à la création d'une des centrales laitières les plus modernes d'Europe.

Développement durable concret

M-Industrie a investi des sommes considérables dans des projets de développement durable. Hormis les intenses efforts déployés en matière d'économie d'énergie et de réduction des émissions de CO₂, un accent majeur a été placé sur l'approvisionnement. Dans ce contexte,

M-Industrie privilégie des partenaires soucieux d'un développement durable dans une perspective globale. M-Industrie s'approvisionne par exemple de plus en plus en fèves de cacao et de café certifiées UTZ. Les programmes sous label Bio et Terra Suisse sont également épaulés et encouragés de façon appropriée.

Effectif des collaborateurs

A la fin 2010, M-Industrie employait 10'558 collaboratrices et collaborateurs (2009: 9'932). M-Industrie forme à l'heure actuelle 366 apprentis dans plus de 20 professions.

Perspectives

Sur le marché suisse, la forte pression sur les prix et les marges se maintiendra. Quant aux exportations, nous attendons une année commerciale tendue vu la situation des taux de change. Grâce à des concepts de valeur ajoutée bien pensés, à une qualité convaincante, à la fiabilité suisse, à la promesse d'un excellent rapport qualité-prix et au renforcement ciblé de la capacité de commercialisation, M-Industrie va consolider encore sa position sur le marché en Suisse et à l'étranger. Une stratégie de croissance et d'efficacité sera poursuivie pour atteindre les buts fixés.

Avec ses dix-neuf unités d'exploitation hautement productives, dont seize en Suisse et trois à l'étranger, M-Industrie fait partie du groupe Migros. Elle élabore plus de 20 000 articles food et near-food d'une remarquable qualité et d'un excellent rapport qualité-prix. Ainsi figure-t-elle parmi les plus grands fabricants au monde de produits écoulés sous marques propres.

M-Industrie mise sur la place économique suisse. Elle développe en permanence ses activités en faisant siennes ces deux valeurs que sont la qualité et la fiabilité. En tant que groupe industriel de Migros, elle a pour vocation de coller aux besoins du marché, mais aussi de créer des tendances et de surprendre le consommateur avec des articles et des services innovants. Elle est également un exportateur de produits suisses de qualité présent dans plus de cinquante pays et dont la clientèle compte de grands groupes internationaux renommés. M-Industrie est un producteur responsable et soucieux du développement durable. Avec ses plus de 10 000 collaborateurs, dont quatre-cents apprentis formés dans quinze professions, elle est un employeur privé important de notre pays.

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

Zurich, le 11 février 2011

Contact:

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100618915> abgerufen werden.