

29.03.2011 - 10:15 Uhr

Migros 2010: le groupe est bien en selle

Zürich (ots) -

En 2010, Migros a maintenu son leadership sur le marché suisse, cela malgré des baisses de prix considérables, une expansion modeste et un recul des recettes dans le secteur des voyages imputable aux fluctuations monétaires. Ainsi, le chiffre d'affaires du groupe a crû de 93,4 mio CHF (+0,4%) pour totaliser 25,04 mia CHF. Les ventes de détail, en hausse de 0,8%, ont atteint 21,2 mia CHF (+2,9% en termes réels). L'EBIT du groupe Migros s'élève à 1,176 mia CHF, ce qui représente une croissance de 23,1 mio CHF. Le bénéfice du groupe a augmenté de 5,3 mio CHF pour atteindre 851,6 mio CHF. Une fois encore, Migros a investi en 2010 près de 1,5 mia CHF (+0,7%). A la fin de l'exercice, Migros occupait en tout 83'616 personnes, dont 3'328 apprentis (+2,0%) formés dans plus de quarante métiers différents. «2010 aura été une très bonne année pour Migros», se réjouit Herbert Bolliger, président de la direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM). «Nous sommes même parvenus à dépasser le résultat opérationnel déjà excellent de l'exercice précédent, cela grâce au lancement de diverses nouveautés, à des assortiments encore plus attrayants, à des baisses de prix considérables, à une fréquentation plus soutenue des magasins, à des ventes de marchandises à prix de liquidation en quantité accrues et à un management rigoureux des coûts.»

Malgré une concurrence intense au sein de la distribution, Migros a poursuivi sa croissance et renforcé son leadership en matière de rapport prix-prestation. Des gains de productivité réalisés tout au long de la chaîne de création de valeur ont permis de consentir des baisses de prix massives au niveau de la vente au détail. En 2010, Migros a porté plus particulièrement l'effort sur l'e-commerce, le développement du dialogue avec la clientèle et la mobilité. On en voudra pour exemple l'expansion de LeShop, la mise en ligne de la plateforme de discussion Migipedia ou le lancement de m-way. Migros a également été très active dans le domaine du développement durable. D'importants projets ont été développés et mis en oeuvre pour promouvoir la défense du climat et la biodiversité. L'engagement social et écologique de l'entreprise lui a valu à nouveau en 2010 diverses distinctions. Pour la première fois, Migros a été désignée comme étant la marque la plus forte de Suisse.

Evolution du chiffre d'affaires En 2010, le chiffre d'affaires du groupe Migros a franchi une nouvelle fois la barre des 25 mia CHF. Il a augmenté de 93,4 mio CHF (+0,4%). L'EBIT, c'est-à-dire le bénéfice avant le résultat financier, les impôts sur le bénéfice et l'effet de prévoyance, a crû de 2,0% pour atteindre 1,176 mia CHF. Cette amélioration est due principalement aux sommes importantes dégagées par les services financiers ainsi que par l'industrie et le commerce de gros. Le bénéfice du groupe a enregistré une augmentation de 5,3 mio CHF pour s'élever à 851,6 mio CHF (+0,6%). De même, les fonds propres s'inscrivent en hausse de 930,6 mio CHF pour totaliser 14,294 mia CHF (+7,0%). Quant à la part des fonds propres, elle s'établit à 27,3%, respectivement à 62,1% selon que la Banque Migros est prise en compte ou non.

Chiffre d'affaires de détail Le chiffre d'affaires du commerce de détail (y compris celui réalisé à l'étranger) a augmenté de 0,8% en 2010, soit une hausse de 162,6 mio CHF pour atteindre 21,2 mia CHF. Compte tenu d'une baisse générale des prix à Migros de 2,1% (-436 mio CHF), la croissance s'est élevée en termes réels à 2,9%. Dans ce chiffre sont incluses les ventes de détail réalisées par les dix coopératives régionales en Suisse et à l'étranger ainsi que par Denner, les Grands Magasins Globus, Interio, Office World, Ex Libris, LeShop.ch et Migrol. Les records de progression du chiffre d'affaires ont été enregistrés par LeShop, Globus, Migrol et les marchés spécialisés SportXX et Micasa. Si l'on fait abstraction de Migros Deutschland et de Migros France, les ventes de détail du groupe réalisées en Suisse ont totalisé 20,999 mia CHF (+0,8%, soit +165,4 mio CHF).

En 2010, la part de marché du groupe Migros s'est maintenue au niveau élevé qui était déjà le sien, soit à 20,1% (2009: 20,4%). Dans le secteur du food, cette part a légèrement diminué (-0,8%) pour se situer à 27,3%, tandis qu'elle est demeurée stable dans le non-food, à 13%. Le développement des marchés spécialisés est très réjouissant, avec une augmentation de part de marché de 1,4%.

Investissements En 2010, les investissements se sont élevés à 1,49 mia CHF (+0,7%). D'importantes dépenses ont été consenties par les coopératives régionales. Il en va de même des deux secteurs d'activité Commerce et Industrie, avec des montants de 171,3 mio CHF, respectivement de 135,3 mio CHF. Migros demeure ainsi un acteur de poids de l'économie suisse, notamment en garantissant des milliers d'emplois.

Collaborateurs L'effectif du personnel des entreprises Migros faisant partie du périmètre de consolidation a diminué en cours d'exercice de 0,2%, soit de 164 unités. A fin 2010, il recensait au total 83'616 collaborateurs. Le nombre des apprentis a augmenté quant à lui de 64 pour se fixer à 3'328. L'an dernier, 1'242 personnes ont commencé un apprentissage à Migros.

Commerce de détail par le canal des coopératives Dans un marché où la lutte concurrentielle est restée vive, les innombrables baisses de prix décidées ont entraîné un recul de 0,4% du chiffre d'affaires des dix coopératives Migros (y compris les ventes des sept magasins sis en France et en Allemagne). Il s'agit d'une diminution de 57,6 mio CHF ramenant le total des produits à 15,164 mia CHF. Dans la mesure où les baisses de prix consenties en 2010 ont représenté une baisse de chiffre d'affaires estimée à 450 mio CHF, Migros a, de fait, enregistré une croissance réelle de ses ventes par le canal des coopératives de +2,6%. L'évolution des ventes des marchés spécialisés, lesquelles totalisent un chiffre d'affaires net de 1,696 mia CHF (+0,7%), est particulièrement réjouissante. C'est le cas en particulier de Micasa (+4,0%), de SportXX (+6,0%) et de Melectronics (+0,6%). En revanche, Do it + Garden a vu ses ventes diminuer de 4,4% et Obi de 0,9%.

Les réductions consenties en 2010 sur d'innombrables articles ont correspondu à une baisse moyenne des prix de 3% de

l'assortiment vendu au détail par le canal des coopératives Or, le renchérissement en Suisse (selon l'OFS) s'est établi à +0,7% au cours de la période (2009: -0,5%). A eux seuls, les prix des produits frais ont diminué en 2010 de 3,6% en moyenne. Pour la viande et la volaille, la baisse a atteint 6,5%, et pour les fruits et légumes 3,8% par rapport à 2009. De même, les marchés spécialisés se caractérisent par une diminution de prix moyenne de 3%.

Par ailleurs, Migros a écoulé en 2010 pour 2,149 mia CHF (+6,5%) de produits recelant une plus-value sociale et écologique. Toutes les ventes d'articles distribués sous des labels attestant des conditions de production respectueuses du développement durable se sont inscrites en hausse. Tel n'est pas le cas en revanche des denrées TerraSuisse dont les ventes se sont contractées de CHF 43 mio (-6%) pour se fixer à 600 mio CHF, cela en raison des baisses de prix significatives consenties. A l'inverse, les produits sous le label Bio ont enregistré une croissance très heureuse, le total des ventes atteignant 407 mio CHF (+14%). Quant aux chiffres d'affaires des autres produits labellisés, ils ont crû également: De la région 746 mio CHF (+7,3%); FSC 173 mio CHF (+22%); Max Havelaar 82 mio CHF (+4%); MSC 50 mio CHF (+31%) et coton Bio 18 mio CHF (+31%).

A fin 2010, 124 articles (2009: 119) portaient le label «CO2 approved by climatop» décerné par l'organisation indépendante éponyme. Les ventes se sont élevées à 35 mio CHF. En outre, 62 appareils (2009: 36) arboraient le label Topten attestant une consommation énergétique particulièrement faible. Le chiffre d'affaires a atteint 39 mio CHF (+109%).

Les économies d'énergie et la défense du climat relèvent de la tradition à Migros. Au cours de l'exercice, l'entreprise a réussi à diminuer encore ses émissions de CO2 au travers de diverses mesures. Par rapport à l'année 2000, la réduction a déjà atteint 27% - deux ans plus tôt que prévu ! Depuis 2010, Migros est la première entreprise du commerce de détail suisse à avoir opté pour la pose de portes de verre sur le mobilier frigorifique, une initiative permettant d'économiser jusqu'à 50% de la consommation d'énergie d'un magasin. La mise en service de la quinzième installation photovoltaïque - la deuxième plus puissante de Suisse - a valu à Migros Vaud le Prix solaire suisse 2010.

Durant l'Année de la biodiversité 2010 décrétée par l'ONU, Migros a consenti un effort particulier pour la sauvegarde de la diversité des espèces en aidant des centaines d'exploitations agricoles IP-Suisse à créer de nouveaux biotopes.

Sur ses propres lieux d'activité commercial ou industriel, Migros a également favorisé la biodiversité. Ainsi, quatre entreprises Migros ont reçu le certificat de la Fondation Nature et économie pour l'aménagement naturel modèle de leur site d'exploitation, venant ainsi rejoindre quatre autres entreprises déjà primées.

Dans le cadre d'une enquête de réputation réalisée par GfK Switzerland, Migros s'est vu décerner en 2010 les meilleures notes à la fois pour ses prestations et ses efforts en faveur du progrès social et de l'écologie, cela devant 50 entreprises suisses de premier plan. Une autre première place lui a été attribuée en tant que marque la plus forte de Suisse par l'étude de marché BrandAsset Valuator 2010. «Ces distinctions non seulement nous confirment que nous sommes sur la bonne voie, mais aussi nous encouragent à nous améliorer chaque jour», affirme Herbert Bolliger, président de la direction générale FCM.

Le nombre des points de vente Migros en Suisse est passé à 610 en 2010 (2009: 604). Parmi les nouvelles ouvertures méritant d'être mentionnées figurent le premier magasin stand-alone de Micasa à Etoy (VD), deux nouveaux marchés spécialisés (Micasa / SportXX) dans l'enceinte du Centro Sant'Antonino (TI) ainsi que deux nouveaux MM à Fribourg et à La Chaux-de-Fonds. Parallèlement, d'importants projets de transformation ont été achevés en 2010. On citera en particulier la réouverture du Länderpark à Stans (NW) qui se présente sous un jour totalement nouveau après deux ans de travaux. Quant aux rénovations d'entreprises dans les grands centres de Balexert et Thun Oberland, elles ont progressé en 2010. Par ailleurs, cinq petits magasins ont fermé leurs portes. Toutefois, l'un deux continuera à être exploité à l'enseigne migrolino tandis qu'un autre est destiné à rouvrir ses portes après d'importantes transformations.

Les surfaces de vente dans le commerce de détail par le canal des coopératives, à savoir des supermarchés et hypermarchés, des marchés spécialisés et de la restauration Migros, ont été étendues en 2010 de 27'142 m² (+2,2%) pour totaliser 1'293'204 m² (2009: 1'266'062 m²). Du fait de l'extension des surfaces de vente de 2,1%, le chiffre d'affaires pondéré au m² des supermarchés et hypermarchés a diminué de 3,0% pour s'établir à CHF 14'490.-/m².

Restauration Migros A l'instar de l'année précédente, la restauration Migros comptait 190 restaurants au total à fin 2010 (183 restaurants Migros, 6 entreprises de restauration dans les centres de loisirs et un hôtel). Le chiffre d'affaires a atteint 665 mio CHF (+2,2%) en 2010. Les take aways et le party service ont vu leurs recettes augmenter dans une proportion supérieure à la moyenne.

Commerce Le domaine d'activité Commerce a connu un brillant développement l'an dernier. Les produits, qui se sont inscrits en hausse de +3,8%, ont totalisé 6,093 mia CHF (+223,2 mio CHF). Stratégiquement parlant, la position sur le marché des diverses entreprises s'est renforcée quasi partout.

Denner, chef de file des discounters suisses, est parvenue à maintenir sa position sur un marché très disputé. L'entreprise a enregistré en 2010 un chiffre d'affaires net de 2,784 mia CHF, soit une croissance de 0,7% malgré une baisse moyenne des prix de 2,1%.

Globus a réussi à s'imposer en tant que leader incontesté de la distribution haut de gamme en Suisse. En 2010, les ventes des Grands Magasins Globus (y c. le Service Center) ont augmenté de 22,6 mio CHF (+2,8%) pour atteindre 818,1 mio CHF. Globus Hommes a même progressé de 8,3% par rapport à 2009.

Interio poursuit le remaniement de son concept commercial et son repositionnement sur le marché. En 2010 aussi, ses ventes se sont inscrites en baisse, soit une diminution de 4,5 mio CHF pour s'établir à 257,3 mio CHF (-1,7%). En revanche, Interio tire un bilan positif de sa collaboration initiée avec la société allemande Gries Deco Company dans le secteur des accessoires de l'habitat. En 2010, le nombre des boutiques DEPOT-Interio dans notre pays est passé à quinze, en plus des six boutiques DEPOT déjà

existantes. En Allemagne, Autriche et en Suisse, le nombre des points de vente a augmenté de 50 unités depuis la fin 2009 pour atteindre un total de plus de 200 magasins. Les magasins DEPOT en Allemagne et Autriche appartiennent à Gries Deco Holding, une société au sein de laquelle Migros détient une participation minoritaire de 49%.

LeShop a poursuivi en 2010, avec un succès toujours aussi grand, sa stratégie de croissance. Renforçant une fois de plus de manière significative son leadership sur le marché, le pionnier du commerce en ligne a réalisé des ventes record de denrées alimentaires s'élevant à 151,2 mio CHF, soit un bond de 20 mio CHF par rapport à 2009 ou +15%. Dans ce chiffre d'affaires, l'écoulement de produits Migros vendus à prix Migros a représenté 51%. En 2010, LeShop a recruté 38'100 nouveaux clients. La croissance enregistrée est imputable principalement à la possibilité offerte à la clientèle de passer ses commandes via un smartphone. Aujourd'hui déjà, un ordre sur vingt est donné au moyen d'un portable.

Migrol a accru son chiffre d'affaires de 139,9 mio CHF (+8,9%) en 2010, lequel a atteint 1,704 mia CHF. Dans ce total, la part des huiles de chauffage représente 835,2 mio CHF (+9,7%) et celle des carburants 866,9 mio CHF (+8%).

migrolino: l'expansion des shops convenience s'est poursuivie au pas de charge. A fin 2010, 160 boutiques (+24) étaient exploitées avec succès. Celles-ci se répartissaient comme suit: 35 migrolino shops et stand-alone migrolino, 73 migrolino by Migrol et 52 migrolino by Shell. Les shops de stations-service Migrol étaient encore au nombre de 69 à fin 2010.

Ex Libris, acteur numéro un de la distribution multimédia de Suisse, est parvenu à renforcer son leadership face à une concurrence impitoyable. Son chiffre d'affaires global a représenté 191 mio CHF (-1,4%). En 2010, la chaîne a fait profiter intégralement la clientèle des effets de la dépréciation de l'euro sur les prix. Ces derniers ont baissé en moyenne de 7%.

m-way: sous le nom de m-way, Migros a concrétisé l'an dernier son projet de lancement d'un centre de compétence pour l'électromobilité. Ainsi, en octobre 2010, le premier shop m-way a ouvert ses portes à Zurich où sont proposés un large choix de véhicules à 2 et 4 roues mus à l'électricité ainsi que des prestations de service en rapport avec l'électromobilité. L'ouverture de deux autres shops m-way est prévue en 2011. Avec m-way, ce n'est pas la réalisation d'un profit qui occupe la première place, mais la conviction que l'avenir appartiendra à une mobilité respectueuse de l'écologie.

Industrie Migros En 2010, l'Industrie Migros a franchi un nouveau pas en direction de l'objectif qu'elle s'est assignée, à savoir devenir un groupe industriel suisse hautement productif et à vocation internationale. L'augmentation de 130 mio CHF (+2,5%) de son chiffre d'affaires, lequel s'est établi à 5,316 mia CHF, est due à la fois à une croissance organique et à des rachats d'entreprises à l'étranger. Les ventes réalisées au sein du groupe Migros ont progressé de 0,8% pour atteindre 4,254 mia CHF, cela malgré des baisses de prix substantielles. Quant aux ventes à des acheteurs tiers en Suisse, elles se sont inscrites en hausse de +7,3% pour totaliser 587 mio CHF, cela grâce à la croissance des affaires dans le domaine de l'approvisionnement de la restauration. De même, les exportations ont évolué de manière très réjouissante, avec une augmentation de 13,5% pour atteindre CHF 475 mio. La part des exportations et autres ventes à l'étranger a représenté 8,9% du volume global des affaires.

La plus forte croissance a été enregistrée dans les secteurs des cosmétiques, des lessives et des produits de nettoyage, soit 12,2% en moyenne. Ce bond en avant est dû surtout au rachat de Hallam Beauty Ltd. en Angleterre. Le domaine des boissons et des articles convenience a connu lui aussi une hausse réjouissante de 9,9%, engendrée surtout par le développement du commerce des produits prêts à la consommation et le rachat de l'entreprise autrichienne Gastina. Le groupe industriel Migros entend poursuivre une stratégie axée sur la croissance. En Suisse, il concentrera ses efforts sur le secteur de l'approvisionnement de la restauration, tandis qu'au niveau international, il visera un développement systématique des activités menées sur les marchés clés.

Voyages Malgré une conjoncture difficile, le groupe Hotelplan a réalisé un chiffre d'affaires de 1,489 mia CHF (-8,0% ou -128,7 mio CHF) en 2010. Le résultat opérationnel (EBIT avant l'effet de prévoyance), qui est de -12,3 mio CHF, est en réalité en progression de +53,8% par rapport à 2009. Les produits et le résultat ont été fortement influencés par les répercussions négatives des fluctuations monétaires et des interdictions de vol décrétées en raison du nuage de cendres volcaniques au printemps 2010.

Banque Migros La Banque Migros a poursuivi en 2010 son heureuse croissance. Son bénéfice brut a fait un bond de 23,9%, passant à 315 mio CHF. Le total du produit d'exploitation a crû de 3,7% pour se fixer à 593 mio CHF (2009: 572 mio CHF), un record absolu dans l'histoire de l'établissement. Le volume des affaires hypothécaires a évolué également de manière très réjouissante. Les prêts se sont inscrits en hausse de 1,2 mia CHF pour atteindre 28,985 mia CHF. Malgré une lutte concurrentielle plus dure dans le secteur des hypothèques, la Banque Migros est parvenue à augmenter le résultat des opérations d'intérêt de 3,4%, lequel s'élève à 474 mio CHF (2009: 458 mio CHF). Les dépôts de clients et fonds d'épargne ont augmenté de 4,8% pour atteindre un total de 24,801 mia CHF.

Nouvelle plateforme de dialogue avec les clients La nouvelle plateforme Internet de Migros lancée en 2010 à l'enseigne de Migipedia a déjà permis de recueillir de nombreuses suggestions intéressantes. Sur ce site, les clients peuvent échanger entre eux et entrer en dialogue avec Migros. A ce jour, plus de 20'000 Internauts s'y sont enregistrés.

Zurich, le 29 mars 2011

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

Kontakt:

* Monica Glisenti, cheffe des Corporate Communications FCM, tél. 044 277 20 64

* Urs Peter Naef, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 66,

urs-peter.naef@mgb.ch

* Martina.Bosshard, Porte parole FCM, tel. 044 277 20 67

* www.migros.ch/bilanz

* E-mail: media@migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100621893> abgerufen werden.