

16.01.2012 - 13:30 Uhr

Migros en 2011: croissance du chiffre d'affaires de détail de 2,1% en termes réels

Zürich (ots) -

Malgré un environnement économique difficile et une baisse moyenne de ses prix de 2,8%, Migros a réalisé un chiffre d'affaires de détail de CHF 21,045 mia. Cela représente une diminution de 0,7% ou de CHF 155 mio en chiffres absolus par rapport à l'exercice précédent. Les dix coopératives régionales ont fait profiter à nouveau leurs clients de réductions de prix équivalant à quelque CHF 600 mio, ce qui correspond à une diminution moyenne de leurs prix de 3,9%. Les ventes des coopératives ont atteint CHF 14,7 mia (-3,3%). Quant au taux de fréquentation des magasins et au volume des marchandises écoulées, ils ont augmenté par rapport à l'exercice précédent. Par ailleurs, la demande de produits Bio s'est révélée être une fois encore supérieure à la moyenne (+7%). Pour ce qui est du chiffre d'affaires de Denner, il a pu être maintenu au niveau de celui de 2010, malgré une baisse moyenne des prix de 1,7%, tandis que les ventes des Grands Magasins Globus ont fléchi (-3,7%). A l'inverse, le commerce des combustibles et carburants a enregistré une croissance de 3,7% pour atteindre CHF 1,77 mia.

Chiffre d'affaires du groupe

Le chiffre d'affaires global du groupe Migros a diminué en 2011 de CHF 225 mio (-0,9%) pour s'établir à CHF 24,815 mia (2010: CHF 25,040 mia).

Chiffre d'affaires de détail

Le montant global des ventes de détail (sans TVA) a atteint l'an dernier CHF 21,045 mia, soit CHF 155 mio de moins qu'en 2010 (-0,7%). Si l'on tient compte d'une baisse moyenne des prix de 2,8% au cours de l'exercice, ces données chiffrées révèlent de fait une croissance de 2,1% en termes réels. Les recettes se décomposent comme suit: coopératives régionales en Suisse et à l'étranger, CHF 14'661 mio (-3,3%), Globus, CHF 788 mio (-3,7%), Interio, CHF 243 mio (-5,4%), le groupe Office World, CHF 156 mio (+20,0%), Migrol, CHF 1'767 mio (+3,7%), Denner, CHF 2'784 mio (+0,0%), Depot, CHF 261 mio (+21,4%), Ex Libris, CHF 168 mio (-12,0%) et LeShop.ch, CHF 149 mio (-1,3%).

En Suisse, les ventes de détail ont totalisé CHF 20,571 mia (2010: CHF 20,999 mia), soit une réduction de CHF 428 mio (-2,0%). A l'étranger, le chiffre d'affaires de détail a atteint en 2011 CHF 474 mio. Sur ce total, CHF 205 mio ont été réalisés par Migros Deutschland et Migros France, soit CHF 4 mio de plus qu'en 2010 (+2,0%). Quant au reste du chiffre d'affaires réalisé en dehors de nos frontières, il a été généré par Depot (groupe Gries Deco) et d'autres entreprises.

Commerce de détail par le canal des coopératives: les dix coopératives Migros ont réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de CHF 14,456 mia, soit CHF 507 mio ou 3,4% de moins que durant l'exercice précédent. Si l'on tient compte d'une baisse moyenne des prix de 3,9% sur l'ensemble de leur assortiment, les coopératives Migros ont vu leurs chiffres d'affaires augmenter de fait de 0,5% en termes réels, cela malgré un marché difficile et une situation concurrentielle tendue (tourisme d'achat lié à la faiblesse de l'euro). Aussi, en volume, Migros a écoulé plus de marchandises en 2011 qu'au cours de l'exercice précédent.

S'agissant des supermarchés et des hypermarchés, le taux de fréquentation de ces derniers a légèrement augmenté en 2011 (+0,2%). Cet indicateur de la cote de Migros a aussi été influencé favorablement par les baisses de prix consenties par l'entreprise dans l'ensemble de son assortiment: en 2011, les coopératives régionales ont réduit les prix de plus de 6'250 articles, ces baisses équivalant à près de CHF 600 mio.

Dans le domaine de la restauration, Migros est parvenue à maintenir son chiffre d'affaires au niveau de celui de l'exercice précédent. Les secteurs TakeAway/Gourmessa et Party-Service ont connu un développement plus particulièrement réjouissant.

Baisse moyenne des prix proche de 4%: la réduction des prix calculée sur l'ensemble de l'assortiment a atteint 3,9% en 2011. Dans les marchés spécialisés, elle s'est élevée à 4,4%, voire à 6,4% dans le cas de Melectronics. Néanmoins, les baisses les plus importantes ont concerné le secteur des fruits et légumes, avec -9,8%.

Surfaces de vente: le réseau de vente Migros comprenait à la fin de l'exercice 623 emplacements, soit 13 de plus qu'en 2010 (voir tableau annexé). Les surfaces de vente dans le secteur des supermarchés et hypermarchés ainsi que dans ceux des marchés spécialisés et de la restauration ont augmenté au total de 39'193 m² (+3,0%) pour s'établir à 1'332'397 m² (2010: 1'293'204 m²).

Parmi les nouvelles ouvertures à mentionner figurent le Panorama-Center Thun, avec un marché de la construction OBI, le Zürisee-Center à Wädenswil et le centre commercial Sierre Rossfeld. En outre, Micasa a inauguré un grand marché spécialisé dans le site idéal et très convoité que constitue le "boulevard du meuble" à Dübendorf. Parallèlement, d'importants travaux de transformation ont été achevés en 2011. Ainsi ont pu être ouverts à nouveau le centre d'achat Winterthur-Rosenberg, avec une surface de vente considérablement agrandie, le MMM Thun-Oberland et, enfin, Marin Centre, après plusieurs années de travaux.

Dans un contexte de baisse générale des prix de 3,9%, le chiffre d'affaires moyen pondéré au m² s'est établi à CHF 13'702.-/m² (-5,4%) s'agissant des supermarchés et hypermarchés, et à CHF 4'219.-/m² (-4,7%) pour les marchés spécialisés.

Evolution positive des produits offrant une plus-value sous l'angle du développement durable: la demande de produits Bio a connu une croissance supérieure à la moyenne en 2011 également. Toujours en hausse, le chiffre d'affaires réalisé a augmenté de 7% pour s'établir à CHF 435 mio. En volume, la progression s'élève même à 10% par rapport à 2010, ce qui correspond à un nouveau

gain de parts de marché. S'agissant des articles sous label Migros Bio Cotton, leurs ventes ont crû de plus de 28%. Quant au chiffre d'affaires des produits sous label MSC (identifiant le poisson pêché selon des méthodes respectueuses du maintien des espèces), il a augmenté de 6% en 2011. On notera enfin que l'assortiment de café Migros se compose désormais de plus de 80% de cafés certifiés "UTZ", c'est-à-dire cultivés dans le respect du développement durable des points de vue social et écologique.

Commerce

Globus: les Grands Magasins Globus SA (Globus et Globus Hommes) ont réalisé en 2011 un chiffre d'affaires net total de CHF 788 mio, ce qui représente un recul de 3,7% par rapport à 2010 (comparativement, -2,0% si l'on isole les activités traditionnelles des Shared Services). Les ventes de Globus ont atteint CHF 710 mio (-2,0%) et celles de Globus Hommes CHF 78 mio (-2,7%). Malgré la conjoncture difficile, les deux enseignes ont gagné des parts de marché, Globus ayant confirmé son leadership parmi les grands magasins haut de gamme de Suisse.

Denner: en 2011, la chaîne est parvenue à renouveler son bon résultat de l'exercice précédent ainsi qu'à conserver sa position dans le secteur du discount. Les ventes se sont maintenues au même niveau que celui atteint à l'issue du dernier exercice, soit à CHF 2'784 mio.

Commerce en ligne, LeShop.ch et autres distributeurs: en 2011, LeShop a vendu pour CHF 149 mio (-1,3%) de denrées alimentaires. Par ailleurs, le distributeur en ligne est parvenu à franchir pour la première fois le seuil de rentabilité. Alors que la croissance s'élevait encore à 7% au cours du 1er semestre, les affaires ont connu un fort ralentissement durant le 2e semestre en raison des difficultés ayant affecté le commerce de détail. Les commandes passées via les portables que sont les smartphones et les tablettes se sont multipliées de manière réjouissante, leur proportion atteignant déjà une commande sur neuf.

Globalement, au cours du dernier exercice, Migros a réussi à développer encore son leadership incontesté dans le e-commerce. Ses ventes se sont inscrites en hausse de 0,6% pour atteindre un total de CHF 664 mio. Sont incluses dans ce chiffre les affaires de LeShop.ch ainsi que les activités en ligne du groupe Hotelplan, d'Ex Libris, d'Office World et de Migrol.

Migrol: à l'instar de l'exercice précédent, les prix des matières premières fossiles se sont maintenus à un niveau élevé en 2011. Cette situation a eu, une fois encore, des répercussions positives sur le chiffre d'affaires qui s'est inscrit en hausse de CHF 63 mio pour s'établir à CHF 1'767 mio (+3,7%), cela malgré la fermeture de 21 stations-service.

Migrolino: à fin 2011, Migrolino dénombrait 174 emplacements (+14). Ceux-ci se répartissaient comme suit: 39 "standalone" (+4), 81 migrolinos-Migrol (+8), 54 migrolinos Shell (+2).

Depot: La chaîne commerciale "DEPOT" (Gries Deco Company) est parvenue à renforcer son leadership dans le domaine des accessoires de l'habitat. Avec ses près de 100 nouveaux magasins en Allemagne et en Autriche, l'entreprise a compté en 2011 au nombre des chaînes de distribution d'articles non-food à la croissance la plus marquée au sein de l'espace germanophone. Le chiffre d'affaires en euros a augmenté de plus de 35% pour s'établir à 212 mio d'euros (pour le groupe Migros, après prise en compte du taux de change: CHF 261 mio / +21,4 %), la hausse au mètre carré atteignant le score brillant de 6%. Avec plus de 800 nouvelles places de travail, Depot occupe actuellement quelque 3900 collaborateurs.

m-way: le centre de compétence pour l'électromobilité m-way est devenu une entreprise autonome rattachée à la Fédération des coopératives Migros en juillet 2011 (avec effet rétroactif au mois de janvier 2011). Depuis l'ouverture du premier shop m-way à Zurich en octobre 2010, deux autres points de vente ont vu le jour en 2011, l'un en mai à Saint-Gall et l'autre en décembre à Genève.

Industrie

En 2011 aussi, l'Industrie Migros est parvenue à renforcer sa position sur le marché tant suisse qu'étranger. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 5,338 mia, soit 0,4% de plus qu'au cours de l'exercice précédent (2010: CHF 5,316 mia). Un communiqué de presse séparé suivra le 8 février 2012.

Groupe Hotelplan

Le chiffre d'affaires du groupe Hotelplan a diminué en 2011 de CHF 98 mio ou -6,6% pour s'établir à CHF 1'391 mio (2010: CHF 1'489 mio). Au-delà d'une certaine baisse prévisible des ventes en Suisse, la branche du voyage a souffert à nouveau en 2011 de l'évolution défavorable du cours des changes ainsi que des répercussions du "printemps arabe". Le groupe Hotelplan publiera des chiffres détaillés lors d'une conférence de presse fixée au 6 mars 2012.

Banque Migros

Grâce à des recettes stables et à une politique stricte en matière de dépenses, la Banque Migros a atteint à nouveau un résultat brillant en 2011. Tant le volume des affaires hypothécaires que celui des dépôts de clients ont enregistré une nette hausse. Le nombre des agences a augmenté de cinq unités pour s'établir à 64. La Banque Migros présentera ses résultats annuels détaillés lors de sa conférence des médias sur le bilan du mardi 17 janvier à Zurich.

La conférence des médias sur le bilan de la Fédération des coopératives Migros (FCM) se tiendra le mercredi 28 mars 2012 à Zurich.

Zurich, le 16 janvier 2012

- 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

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

Martina Bosshard, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 67,
martina.bosshard@mgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100711332> abgerufen werden.