

08.02.2012 - 10:00 Uhr

M-Industrie 2011: M-Industrie poursuit son essor en dépit d'un contexte morose

Zürich (ots) -

En 2011, M-Industrie a réussi à s'affirmer dans un environnement économique très exigeant, tout en gagnant des parts de marché. En dépit d'un renchérissement négatif et de l'influence négative des fluctuations de change, son chiffre d'affaires a légèrement progressé (+ 0,3% par rapport à 2010) pour atteindre 5,333 milliards de francs. La croissance réelle s'est élevée à 2,8%. Les activités au sein du groupe Migros ont été impactées par une forte baisse des prix et affichent un léger recul par rapport à l'année précédente (-0,9%). Le secteur du commerce de gros poursuit en revanche son expansion: en hausse de 6,8%, ses activités ont permis de générer 627 millions de francs. Après correction des effets de change, le chiffre d'affaires des activités déployées à l'international a bondi de 15,0% (3,6% en CHF) pour s'établir à 492 millions de francs.

M-Industrie a réussi à s'affirmer dans un contexte économique difficile. En dépit de la forte baisse des prix en Suisse et des turbulences qui ont affecté les marchés monétaires internationaux, son chiffre d'affaires net a progressé de 0,3%, passant de 5,316 milliards à 5,333 milliards de francs. Après correction du renchérissement négatif et des effets des variations des taux de change, sa croissance s'élève à 2,8%. M-Industrie a ainsi poursuivi son essor en gagnant des parts de marché.

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 n'ont toutefois pas suffi à compenser le renchérissement négatif, et le chiffre d'affaires a fléchi de 0,9%. Les chiffres d'affaires réalisés avec Denner, Le Shop et Migrolino ont en revanche bondi de 10,2%.

Les opérations commerciales menées avec des clients suisses en dehors du groupe Migros, en hausse de 6,8%, ont permis de générer 627 millions de francs. De nouveaux jalons ont en outre été posés en 2011 afin de poursuivre le développement de concepts de valeur ajoutée et l'expansion de la distribution pour les activités déployées dans le segment de la restauration et celui des gros consommateurs industriels.

Les activités internationales, corrigées des effets de change, ont fait un bond de 15,0% (3,6% en CHF) et rapporté 492 millions de francs. Les activités d'exportation ont augmenté de 2,0% (12,4% après correction des effets de change) en dépit de la situation monétaire défavorable, tandis que les sociétés à l'étranger ont dégagé une croissance de 30% en monnaies locales.

Le secteur d'activité "Viande, poisson, volaille" (chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent: + 2,6%) a été une nouvelle fois le moteur de la croissance en 2011 et ce, malgré un renchérissement négatif de 2,8%. Les activités dans la restauration se sont également développées de façon très positive.

Dans le secteur d'activité "Produits laitiers & fromage" (chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent: -0,8%), des baisses de prix de 2,8% ont été opérées. Les activités menées avec des clients suisses en dehors du commerce de détail Migros et du commerce mondial du fromage ont été consolidées.

Le renchérissement négatif supérieur à 2% et les pertes de change à l'exportation ont eu des répercussions négatives dans le secteur d'activité "Pains, produits de boulangerie & pâtes, riz" (chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent: -0,2%). Les activités des convenience stores (magasins de proximité) se sont en revanche fortement développées en Suisse.

Le chiffre d'affaires du secteur d'activité "Chocolat & café" a augmenté de 0,9% dans l'ensemble. Les exportations ont progressé de 5,7% malgré la situation monétaire difficile. Les activités liées aux produits de marque Frey ainsi que celles liées au café et aux capsules (en particulier en Allemagne) ont été les moteurs de cette croissance.

Le secteur d'activité "Produits Convenience & boissons" a enregistré une légère croissance de 0,5% et ce, bien que les baisses de prix aient entraîné un renchérissement négatif de 3,6%. Le site en Autriche (Gastina) a pu être considérablement développé grâce à de nouveaux mandats, notamment pour Weight Watchers.

Le secteur near food (cosmétiques, lessives et détergents) a fait les frais de la situation monétaire défavorable, ce qui s'est traduit par un recul de son chiffre d'affaires de 5,6%. Après correction des effets de change, les activités internationales ont néanmoins atteint le niveau de l'année précédente, tandis que le site en Angleterre (Mibelle Ltd.) a réalisé une forte progression en monnaie locale. Le secteur novateur de la biochimie a connu une évolution positive, qui devrait offrir de bonnes perspectives de croissance à l'avenir aussi.

Dans le secteur d'activité "Commerce de gros", Scana a conforté sa position sur un marché exigeant et affiche une croissance réjouissante de 2,4%. Grâce à des assortiments attrayants, une croissance au-dessus de la moyenne a pu être obtenue dans le segment des clients institutionnels (homes et hôpitaux).

Activités internationales Les activités internationales sur nos marchés cibles ont été marquées par une situation monétaire difficile à l'export, la pression sur les prix et des perspectives conjoncturelles incertaines. Dans ce contexte difficile, M-Industrie a su tirer son épingle du jeu. Après correction des effets de change, elle est parvenue à dégager une croissance de 15% (3,6% en CHF) lui ayant permis de porter son chiffre d'affaires à 492 millions de francs et ce, grâce au développement ciblé de ses structures de vente et de production.

Se démarquer à travers l'innovation Grâce à sa capacité d'innovation, M-Industrie a continué à développer les activités menées avec des titulaires de marques (produits vendus sous une certaine marque dans différents pays). Une série de nouveaux produits a pu être lancée sous les marques Barilla et Weight Watchers. Dans le secteur des produits de boulangerie et des pâtes, des développements porteurs ont permis de constituer un assortiment sans gluten, dont le lancement est prévu en 2012. Les gammes de produits sans lactose et de ceux à base de soja ont également été élargies, ce qui a permis de poser les bases d'une croissance future.

Investissements dans la place industrielle suisse Durant l'année écoulée, M-Industrie a investi plus de 150 millions de francs dans la place industrielle suisse, contribuant ainsi à accroître la capacité concurrentielle. Une inauguration festive a célébré l'achèvement du grand projet ELSAvenir dans lequel quelque 100 millions de francs ont été investis au cours des cinq dernières années et qui a fait d'Elsa l'une des entreprises de transformation laitière les plus modernes d'Europe.

Développement durable concret Dans le cadre de la stratégie en matière de développement durable, les processus et modèles commerciaux ont été analysés, puis différentes initiatives ont été lancées en vue de leur optimisation. Il a ainsi été décidé de ne plus couvrir les besoins en huile de palme des entreprises industrielles Migros uniquement à travers l'achat de certificats, mais de convertir l'approvisionnement au système de "mass balance" à partir de 2012. Cette mesure signifie que l'huile de palme achetée par les entreprises industrielles Migros et les dérivés correspondants seront physiquement acquis par les importateurs et transformateurs suisses en tant qu'huile de palme certifiée durable.

Effectif des collaborateurs A la fin 2011, M-Industrie employait 10 689 collaborateurs (+ 131 par rapport à 2010). L'offre de formation a continué à se développer, et M-Industrie forme actuellement 390 apprentis (2010: 366) dans plus de 20 professions.

Perspectives Une année particulièrement difficile se profile tant sur le marché suisse que dans le secteur des activités à l'étranger. Aucune détente n'étant à attendre sur le plan de la situation monétaire, il s'agira de consolider les activités internationales tout en tirant profit d'opportunités de croissance sélectives. Sur tous nos marchés cibles, la clé du succès réside dans la proximité clients, des concepts de valeur ajoutée, des innovations, un bon rapport qualité/prix et une qualité qui tient toutes ses promesses. La stratégie mise en oeuvre jusqu'à présent sera poursuivie de manière conséquente.

Zurich, le 8 février 2012

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

M-Industrie: portrait à grands traits Constituée de dix-neuf unités d'exploitation hautement productives, dont seize en Suisse et trois à l'étranger, M-Industrie est l'un des fers de lance 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 marque propre. M-Industrie mise sur la place économique suisse. Elle développe en permanence ses activités en faisant siennes ces valeurs que sont l'efficacité, 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 donner le ton 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 de développement durable. Chaque fois que possible, elle transporte ses marchandises par le rail. Forte d'un effectif de quelque 10 000 collaborateurs, dont 390 apprentis formés dans 25 professions, M-Industrie est un employeur privé important de notre pays.

Chiffres d'affaires nets 2011 de M-Industrie (voir le tableau)

Contact:

Urs Peter Naef, porte-parole de la FCM, tél. 044 277 20 66,
urs-peter.naef@mgb.ch, www.migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100712659> abgerufen werden.