

28.03.2012 - 10:15 Uhr

Migros 2011: performance remarquable dans un contexte difficile

Zürich (ots) -

En 2011, le groupe Migros a maintenu sa position sur le marché en s'imposant dans un contexte économique difficile. Malgré des baisses de prix conséquentes, une nette augmentation du tourisme d'achat et un recul du chiffre d'affaires dans le secteur des voyages imputable aux fluctuations monétaires, le groupe a réussi à maintenir son chiffre d'affaires pratiquement au même niveau que l'année précédente pour totaliser 24,9 mia CHF. Les ventes de détail, en léger recul (-0,7%), ont atteint 21'058 mio CHF, ce qui correspond, compte tenu du renchérissement négatif de -2,8%, à une croissance de +2,1% en termes réels. L'EBIT du groupe Migros a reculé de 197,2 mio CHF pour s'établir à 979,0 mio CHF. Le bénéfice du groupe s'élève à 659,3 mio CHF. Migros a, une fois encore, consenti d'importants investissements, qui se sont chiffrés à 1'265,3 mio CHF en 2011. À la fin de l'exercice, Migros occupait en tout 86'393 personnes, dont 3'386 apprentis formés dans plus de quarante métiers. "Migros est une entreprise saine et rentable", confirme Herbert Bolliger, président de la direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM). "En dépit de défis de taille à tous les niveaux de la chaîne de valeur, nous sommes parvenus à réaliser un excellent résultat opérationnel au travers de gains de productivité durables, d'innovations, de baisses de prix substantielles et d'une gestion rigoureuse des coûts."

En dépit d'un contexte économique difficile et d'une situation concurrentielle toujours tendue dans le secteur du commerce de détail suisse, Migros est parvenue en 2011 à conforter son leadership en matière de rapport prix-prestation sur un marché global en baisse. Plus de 6000 articles de consommation courante ont bénéficié de baisses de prix permanentes. Les achats des consommateurs ont enregistré une hausse en termes de volumes par rapport à l'année précédente, qui s'est aussi traduite par une fréquentation accrue des magasins. Fait réjouissant, les produits fabriqués dans le respect de normes sociales et environnementales font l'objet d'une demande toujours plus forte, qui atteste de la confiance que les clients accordent à l'enseigne. Le chiffre d'affaires réalisé avec les produits labellisés a augmenté au total de 6,5% pour s'établir à 2,3 mia CHF. La demande de produits bio affiche même une hausse de 7,1%. L'engagement social, environnemental et culturel de Migros lui a une nouvelle fois valu différentes distinctions en 2011, dont le Energy Globe Award, le prix international le plus prestigieux dans le domaine de l'énergie.

Evolution du chiffre d'affaires En 2011, le chiffre d'affaires s'est maintenu pratiquement au même niveau que l'année précédente pour atteindre 24,9 mia CHF. La baisse enregistrée est de 181,5 mio CHF (-0,7%). L'EBIT, c'est-à-dire le bénéfice avant le résultat financier, les impôts sur le bénéfice et l'effet de prévoyance s'élève à 979,0 mio CHF (-16,8%), ce qui donne une rentabilité de 3,9% (2010: 4,7%). Le fléchissement de l'EBIT (2010: 1'176,2 mio CHF) résulte des importantes baisses de prix consenties dans les ventes de détail par le canal des coopératives. Le bénéfice du groupe, également en recul (-22,6%), s'est établi à 659,3 mio CHF (contre 851,6 mio CHF en 2010). Les fonds propres s'inscrivent en hausse de 584,4 mio CHF pour totaliser 14'878,4 mio CHF (+4,1%). La part des fonds propres s'établit quant à elle à 27,0%, respectivement à 63,6% selon que la Banque Migros est prise en compte ou non.

Chiffre d'affaires du commerce de détail Le chiffre d'affaires du commerce de détail (y compris celui réalisé à l'étranger) a légèrement baissé de 141,2 mio CHF (-0,7%) en 2011 pour atteindre 21'058,6 mio CHF. Compte tenu d'une baisse générale des prix à Migros de 2,8%, la croissance s'est élevée en termes réels à 2,1%. Ce chiffre inclut pour l'essentiel les ventes de détail réalisées par les dix coopératives régionales en Suisse et à l'étranger, ainsi que par Denner, Globus, Interio, Depot, le groupe Office World, Ex Libris, LeShop et Migrol. Le groupe Office World (+19,3%) et Migrol (+3,7%) ont particulièrement contribué à l'augmentation du chiffre d'affaires en 2011. En Suisse, les ventes de détail ont atteint 20'572,0 mio CHF. A l'étranger, celles-ci ont totalisé 486,6 mio CHF, essentiellement générés par Migros France, Migros Deutschland et Depot.

En 2011, la part de marché du groupe Migros s'est élevée à 19,9% (2010: 20,1%). Dans le secteur du food, Migros détient une part de marché de 26,7% (contre 27,3% en 2010). Le recul de 0,6% est notamment imputable aux baisses de prix massives consenties par l'enseigne. La part de marché du non food, en légère progression (+0,1%), atteint 13,1% et ce, alors même que le marché suisse du non food a subi une baisse de 2,7% en 2011 (source BAK, DHU).

Investissements En 2011, les investissements se sont élevés à 1'265,3 mio CHF (-15,1%) au total. En particulier dans les secteurs d'activité Commerce et Industrie & Commerce de gros, les investissements consentis, à hauteur de 230 mio CHF, resp. 157 mio CHF, ont été nettement supérieurs par rapport à l'année précédente. La majeure partie des investissements - chiffrés à 759 mio CHF - concerne les coopératives. Migros demeure ainsi un acteur de poids de l'économie suisse, en garantissant notamment des milliers d'emplois.

Collaborateurs L'effectif du personnel des entreprises Migros faisant partie du périmètre de consolidation a augmenté en cours d'exercice de 3,3%, soit de 2777 personnes. A fin 2011, il recensait au total 86'393 collaborateurs. Cette augmentation résulte essentiellement des acquisitions (notamment Depot). Le nombre des apprentis a augmenté de 58 pour se fixer à 3'386.

Commerce de détail par le canal des coopératives Sur un marché marqué par une forte concurrence, le chiffre d'affaires des dix coopératives (y compris les ventes des sept magasins sis en France et en Allemagne) a accusé une baisse de 3,3%. Il s'agit d'une diminution de 502,3 mio CHF ramenant le total des produits à 14'661,9 mio CHF. En Suisse, les coopératives ont réalisé un chiffre d'affaires de 14,5 mia CHF (-3,4% par rapport à l'exercice précédent). Dans la mesure où les baisses de prix consenties en 2011 sur plus de 6'250 articles ont entraîné une perte de chiffre d'affaires estimée à quelque 600 mio CHF, Migros a, de fait et après

correction du renchérissement négatif (3,9%), enregistré une croissance réelle de ses ventes par le canal des coopératives de 0,5%. En Suisse, le renchérissement annuel moyen a atteint 0,2% en 2011.

A eux seuls, les prix des produits frais ont diminué en 2011 de 4,4% en moyenne, la baisse du prix des fruits et légumes ayant même atteint 9,8% par rapport à l'exercice précédent.

La baisse des prix cumulée par Migros sur les trois dernières années atteint 8,0%. L'enseigne a ainsi investi 1,3 mia CHF dans sa politique des prix à la baisse. Cette valeur est nettement supérieure à la moyenne du marché suisse.

De même, les marchés spécialisés se caractérisent par une baisse de prix moyenne de 4,4%. Le chiffre d'affaires global des marchés spécialisés s'est élevé en 2011 à 1'654 mio CHF (baisse de 66 mio CHF correspondant à un fléchissement de 3,8%). Alors que tous les marchés spécialisés ont enregistré un recul de leurs ventes, SportXX (-6,3%), melectronics (-4,0%) et Micasa (-0,6%) ont néanmoins été en mesure de réaliser un meilleur résultat que l'ensemble du marché. Do It + Garden a vu ses ventes reculer de 5,7%, tandis que celles des magasins OBI ont progressé de 0,8%.

Par ailleurs, Migros a écoulé en 2011 pour 2'288 mio CHF de produits recelant une plus-value sociale et écologique. Le chiffre d'affaires généré par ces produits a augmenté de 139 mio CHF (+ 6,5%). A deux exceptions près, toutes les ventes d'articles distribués sous des labels attestant de conditions de production respectueuses du développement durable se sont inscrites en hausse: De la région +4,8%, TerraSuisse +7,4%, Migros Bio +7,1%, Max Havelaar -1,7%, MSC +16,5%, Migros Bio Cotton +69,1%, FSC -2,4%, topten +27,0% et climatop +10,0%.

Migros aha! +27,6%. Ce label distingue les produits spécialement indiqués aux personnes souffrant d'allergies ou d'intolérances.

Economies d'énergie et défense du climat: Migros est parvenue à réduire sa consommation d'énergie globale de 1,9% en 2011, performance à laquelle un hiver particulièrement doux a également contribué. Elle a également réduit les émissions de gaz à effet de serre de 1,5% par rapport à l'année précédente. La production d'électricité solaire générée par les installations photovoltaïques aménagées sur les toits des bâtiments Migros a quant à elle augmenté de 26,8%.

Biodiversité: En 2011, plus de 300 collaborateurs Migros ont participé bénévolement à une action nature du WWF conduite en Basse-Engadine ou au Valais en vue de préserver la biodiversité de ces régions.

Distinctions: Migros a remporté l'Energy Globe Award, l'un des prix les plus prestigieux dans le domaine de l'énergie qui récompense son engagement de longue date en faveur de l'environnement. Elle s'est également vue remettre le Prix suisse de l'éthique 2011 décerné par la Haute Ecole d'ingénierie et de gestion du canton de Vaud. Enfin, lors de la dernière enquête d'opinion réalisée par GfK Switzerland, Migros a décroché les meilleures notes en matière de durabilité sociale, écologique et économique.

Le nombre des points de vente Migros en Suisse est passé à 623 en 2011 (2010: 610). Parmi les nouvelles ouvertures particulièrement dignes d'être citées figurent le Panorama-Center Thun qui abrite 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 le commerce de détail par le canal des coopératives, la surface de vente occupée par les supermarchés et hypermarchés, les marchés spécialisés et la restauration s'est accrue en 2011 de 39'193 m² (+3,0%) pour totaliser 1'332'397 m² (contre 1'293'204 m² en 2010). Dans un contexte de baisse générale des prix de 3,9%, le chiffre d'affaires moyen pondéré au m² s'est établi à 13'703 CHF/m² (-5,4%) s'agissant des supermarchés et hypermarchés, et à CHF 4'220/m² (-4,7%) pour les marchés spécialisés.

Restauration Migros A l'instar de l'année précédente, la restauration Migros comptait 189 restaurants. Le chiffre d'affaires a progressé pour atteindre 685 mio CHF (+0,3%). Les Take Aways (+10%) et le party service (+20%) ont vu leurs recettes augmenter dans une proportion supérieure à la moyenne.

Commerce Le domaine d'activité Commerce a connu un développement réjouissant l'an dernier et ce, en dépit de la déflation et d'un contexte difficile. Le chiffre d'affaires net a progressé de 5,8% par rapport à l'exercice antérieur pour totaliser 6'385,2 mio CHF. Cette année a été marquée par des investissements dans le développement des activités de e-business, de l'optimisation des processus et d'une expansion offensive (Depot).

Denner, qui s'appuie sur un réseau de 764 points de vente, a réussi à maintenir son chiffre d'affaires net au même niveau que l'année précédente. Celui-ci s'élève à 2'784,2 mio CHF. Apurée des effets du renchérissement, la croissance réelle atteint 1,7%. L'enseigne a ainsi conforté sa position de leader sur le marché suisse du hard-discount tout en poursuivant son développement.

Globus a continué à asseoir avec succès sa position de leader en Suisse dans le secteur de la distribution haut de gamme. Pour les Grands Magasins Globus (Globus et Globus Hommes), l'exercice écoulé s'est soldé par un chiffre d'affaires net de 788,1 mio CHF (contre 818,1 mio CHF en 2010). Abstraction faite des prestations de service internes non comparables, les ventes affichent ainsi un repli de 2%. Interio a poursuivi sa restructuration en 2011. Son chiffre d'affaires a enregistré un fléchissement de 5,7% pour s'établir à 242,7 mio CHF (contre 257,3 mio CHF en 2010). A l'avenir, Interio entend se concentrer à nouveau sur l'ameublement, son secteur clé. Les boutiques proposant des accessoires de l'habitat feront dorénavant l'objet d'une gestion séparée assumée par Depot.

Depot (Gries Deco Company) a été intégré dans le périmètre de consolidation du groupe Migros. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 265,3 mio CHF (+36%). Durant l'exercice 2011, 95 nouveaux magasins ont ouvert leurs portes en Allemagne, en Autriche et en Suisse, et l'enseigne a renforcé ses effectifs en engageant environ 1'100 collaborateurs supplémentaires (effectif total: plus de

4'000 collaborateurs). Depot compte au niveau européen parmi les entreprises de commerce de détail qui affichent la plus forte croissance.

LeShop: dans un contexte économique difficile, le distributeur en ligne a vendu pour 149,5 mio CHF (-1,1% ou -1,7 mio CHF) de marchandises, parvenant à franchir pour la première fois le seuil de rentabilité. Sa croissance a toutefois subi un fort ralentissement au second trimestre en raison des difficultés ayant affecté le commerce de détail. 49% des produits commercialisés en ligne sont des articles Migros proposés aux prix Migros. La clientèle s'est élargie en 2011 avec 30'800 nouveaux clients. Plus de 10% des commandes s'effectuent déjà via les smartphones et les tablettes.

Migrol: les ventes de combustibles et de carburants ont évolué conformément aux prévisions. L'évolution des prix sur les marchés des matières premières a eu des répercussions positives sur le chiffre d'affaires, qui s'est inscrit en hausse de 62,8 mio CHF pour s'établir à 1'766,7 mio CHF (+3,7%).

Migrolino a finalisé un programme exigeant en 2011: mise en service d'une nouvelle plateforme pour la logistique des petites quantités au centre de distribution de Suhr, ouverture de 14 nouveaux emplacements et transfert de l'ensemble de la centrale sur le site de Suhr. De plus, Migrolino a repris la direction de tous les shops de stations-service gérés jusqu'alors par Migrol. Durant l'exercice écoulé, Migrolino a posé des jalons importants pour devenir no 1 en Suisse dans le secteur des shops convenience.

Ex Libris: pénalisé par la forte baisse des prix, le chiffre d'affaires de la chaîne a diminué de 21,8 mio CHF (-11,4%) pour s'établir à 168,7 mio CHF. En 2011, Ex Libris a fait profiter intégralement la clientèle des effets de la dépréciation de l'euro sur les prix.

m-way, le centre de compétence pour l'électromobilité, est devenue depuis 2011 une entreprise autonome rattachée à la Fédération des coopératives Migros. Après celui de Zurich, un deuxième shop m-way a ouvert ses portes à Saint-Gall, puis un troisième à Genève. Un quatrième shop m-way s'est ouvert à Lausanne en mars 2012.

L'Industrie Migros

En 2011, l'Industrie Migros a très bien réussi à s'affirmer dans un contexte économique difficile. En dépit de prix nettement à la baisse 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 mia CHF à 5,333 mia CHF. 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.

Les ventes réalisées au sein du groupe Migros ont été impactées par des baisses de prix substantielles et affichent un recul de 0,9% par rapport à l'année précédente. Le secteur du commerce de gros poursuit en revanche son expansion: ses ventes se sont inscrites en hausse de 6,8% pour totaliser 627 mio CHF. Après correction des effets de change, le chiffre d'affaires à l'international a bondi de 15,0% (3,6% en CHF) pour s'établir à 492 mio CHF.

L'Industrie Migros a investi en 2011 plus de 150 mio CHF dans la place industrielle suisse. Une cérémonie festive a célébré l'achèvement du grand projet ELSAvenir, dans lequel quelque 100 mio CHF 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.

Voyages Lors de l'exercice 2010/2011, le groupe Hotelplan a réalisé un chiffre d'affaires de 1'390,7 mio CHF, qui marque un fléchissement de 6,6% par rapport à l'année antérieure. Les bouleversements politiques survenus en Afrique du Nord ont pratiquement anéanti les volumes d'affaires en Egypte et en Tunisie. S'y ajoutent aussi les fluctuations monétaires et les catastrophes naturelles en Asie. En dépit de l'accroissement du nombre de clients de 3,6% à environ 1,308 mio de voyageurs, les résultats des sociétés établies à l'étranger varient fortement d'un pays à l'autre. L'objectif visé au cours du nouvel exercice repose sur une offensive technologique et online de grande envergure lancée depuis peu et qui contribuera à une amélioration des résultats.

Banque Migros Le rendement a encore progressé grâce à des recettes stables et à une politique stricte en matière de dépenses. Le bénéfice brut, en hausse de 1,0%, s'élève à 318 mio CHF. Le résultat d'exploitation, qui englobe également les amortissements et les correctifs de valeurs, a baissé de 2,3% pour s'établir à 269 mio CHF. Dans un contexte difficile, la Banque Migros a enregistré une hausse sensible du volume des prêts hypothécaires et des fonds de la clientèle. Au cours de l'exercice 2011, les prêts hypothécaires de la Banque Migros ont augmenté de 5,9%, soit 1,5 mia CHF, passant ainsi à 27,6 mia CHF. Le volume des crédits privés a augmenté de 28% à 1030 mio CHF, grâce au leadership en matière de tarifs.

Migipedia Migipedia, la plateforme Internet lancée en 2010 par Migros, a poursuivi son essor durant l'année 2011. A nouveau, ses membres ont émis de nombreuses suggestions et permis l'aboutissement de produits souhaités par les internautes, tel le nouveau Blévita Gruyère. Plus de 25'000 personnes ont rejoint la plateforme de dialogue depuis son lancement, tandis que plus de 120'000 réactions au sujet de produits ont déjà été postées sur le site. Migipedia accueille en moyenne 40'000 visiteurs par mois.

Zurich, le 28 mars 2012

- Indication: Un tableau des chiffre d'affaires de détail peut 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

* Martina Bosshard, porte-parole FCM, tél 044 277 20 67

- * www.migros.ch/bilanz
- * e-mail: media@migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100715725> abgerufen werden.