

09.04.2013 - 10:15 Uhr

Migros 2012: un exercice favorable

Zürich (ots) -

Le groupe Migros s'est distingué en 2012, une année pourtant très difficile du point de vue économique, en réalisant un chiffre d'affaires de 25,0 mia CHF (+0,6%) par les ventes de détail qui ont crû de +1,3% (+2,2% en termes réels) à 21,3 mia CHF. L'EBIT du groupe a augmenté de 6,6 mio CHF à 985,6 mio CHF. Quant au bénéfice, il s'est inscrit également en hausse de 64,9 mio CHF pour atteindre désormais 724,2 mio CHF. Les investissements consentis, dont le niveau reste très élevé, ont totalisé 1,224 mia CHF en 2012. A la fin de l'exercice, Migros employait 87'461 personnes en tout, dont 3'358 apprentis formés dans plus de quarante métiers. «Nous avons obtenu un résultat réjouissant malgré des baisses de prix très importantes, un tourisme d'achat toujours aussi fort et un recul du chiffre d'affaires dans le domaine des voyages», souligne avec satisfaction Herbert Bolliger, président de la direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM).

Malgré un climat de la consommation tendu, 2012 aura été une bonne année pour Migros. Des sondages réalisés à une large échelle auprès de la clientèle ont révélé que celle-ci était très satisfaite de l'éventail des produits, des services ainsi que du rapport prix-prestation proposés par Migros. La confiance dont l'enseigne jouit auprès des consommateurs trouve également son expression dans la demande en hausse constante d'articles produits dans le respect de conditions sociales dignes et de l'écologie. La croissance des ventes de marchandises sous labels a atteint 14,3%.

De nombreuses initiatives novatrices de Migros ont été particulièrement appréciées, tel le démarrage en mars du club familles en ligne «famigros» dont le nombre des membres avait déjà franchi la barre des 230'000 à la fin de l'année. Le mois de juin a vu l'inauguration, à Rüschtikon (ZH), du «Jardin orange» et de son pavillon multimédias, de même que la mise sur le marché, sous le nom de «Café Royal», de capsules de café compatibles avec les machines Nespresso. En août, le premier supermarché bio «Alnatura» a ouvert ses portes à Zurich. Quant au Musée Migros d'art contemporain à Zurich, il peut accueillir à nouveau le public intéressé depuis novembre dernier. Et last but not least, Migros a lancé sous le nom de «Génération M» une campagne en faveur de la génération de demain. «Génération M» résume les efforts de l'entreprise dans cinq domaines, à savoir la santé, la consommation responsable, la politique du personnel, l'écologie et la société. Dans ce contexte, Migros a émis en 2012 à l'intention de la jeunesse plus de 40 promesses fermes avec des objectifs précis, y compris celle d'informer régulièrement sur le degré d'avancement de la réalisation de ses engagements.

En 2012, Migros a reçu plusieurs distinctions prestigieuses, dont le World Star Award et le Swiss Star Easyfairs Green Packaging Award, pour la mise au point par Mibelle d'un système d'emballage innovant sous l'angle du développement durable (recharges destinées aux pots de crème pour le visage de marque I am). Dans le domaine de la logistique, la création d'un software novateur permettant d'optimiser les itinéraires routiers a valu à Migros le Swiss Logistics Award. En matière de défense de l'environnement, une enquête réalisée à l'échelle européenne par le Reader's Digest confirme que Migros reste la marque la plus digne de confiance de notre pays. Enfin, selon le BusinessReflector de l'institut GfK, Migros est l'entreprise de Suisse jouissant de la meilleure réputation.

Groupe Migros

Evolution favorable du chiffre d'affaires et du bénéfice En 2012, les produits (chiffre d'affaires au niveau du groupe) ont augmenté de 140,0 mio CHF à 24,998 mia CHF (+0,6%). Le résultat avant le résultat financier et les impôts sur le résultat (EBIT) s'élève à 985,6 mio CHF* (+0,7%), ce qui correspond à un rendement de 3,9% (2011: 3,9%). Cet indicateur réjouissant est le signe d'une stabilité de la marge brute obtenue dans le commerce de détail par le canal des coopératives, mais aussi la conséquence de la mise en oeuvre de programmes d'augmentation de la productivité et d'un renforcement des activités de commerce de gros. Le bénéfice du groupe s'est inscrit en hausse de 64,9 mio CHF (+9,8%) à 724,2 mio CHF* (2011: 659,3 mio CHF). Les fonds propres ont crû de 1,043 mia CHF à 15,922 mia CHF (+7,0%). Quant au taux de ces derniers, il a atteint 27,4% avec les comptes de la Banque Migros et 63,8% sans ce facteur. *avant l'effet de prévoyance

Investissements

En 2012 également, le niveau des investissements, qui ont totalisé quelque 1,224 mia CHF (-3,2%), est demeuré très élevé. Si des dépenses importantes ont été consenties pour le commerce de détail par le canal des coopératives, en revanche, les montants investis pour le domaine Commerce, soit 193,9 mio CHF, et pour celui de l'Industrie et commerce de gros, soit 127,6 mio CHF, ont légèrement fléchi comparativement à 2011.

Collaborateurs

L'effectif du personnel des entreprises Migros incluses dans le périmètre de consolidation a augmenté en 2012 de 1'068 collaborateurs ou de 1,2% pour atteindre un total de 87'461 salariés. Cette variation s'explique par la consolidation, pour la première année, de Cash & Carry Angehrn AG ainsi que par l'expansion du groupe Gries Deco et celle d'autres entreprises du groupe Migros. En 2012, le nombre des apprentis a très légèrement diminué par rapport à l'année précédente, soit de 28 unités, pour se fixer à 3'358. 62% de ceux qui avaient achevé leur formation sont restés au service du groupe Migros.

Augmentation réelle des ventes de détail de 2,2%

En 2012, les ventes de détail (y compris celles réalisées à l'étranger) ont crû en chiffres absolus de 275,3 mio CHF (+1,3%) pour se fixer à 21,333 mia CHF. Conjuguée aux effets des baisses de prix consenties au niveau des ventes de détail (-0,9%) représentant -194 mio CHF, la hausse enregistrée correspond à une croissance réelle de 2,2%. Dans ce chiffre d'affaires sont incluses les ventes de détail en Suisse et à l'étranger des dix coopératives régionales ainsi que celles de Denner, de Globus, d'Interio, de Depot, du groupe Office World (OWiba), d'Ex Libris, de LeShop, de Migrol, de migrolino SA et de quelques autres entreprises (m-way AG, Probikeshop, Ryffel Running et Widmer AG). En 2012, Denner (+1,7%), Migrol (+6,5%), Depot (Gries Deco Company; +25,4%) et le groupe Office World (+2,6%) ont contribué plus particulièrement à la hausse des ventes de détail. En Suisse, celles-ci ont atteint 20,765 mia CHF. A l'étranger, Migros Deutschland, Migros France et le groupe Gries Deco ont enregistré une croissance de 82,1 mio CHF pour se fixer à 568,7 mio CHF (2011: 486,6 mio CHF). Quant à la part de marché du groupe Migros s'agissant des ventes de détail en Suisse - dont le total est estimé à 97 mia CHF par le BAK - elle s'est élevée à 19,8% en 2012 (2011: 19,9%).

Commerce de détail par le canal des coopératives

Croissance du chiffre d'affaires de 1,0% en termes réels Dans un marché très disputé et caractérisé par un tourisme d'achat frontalier persistant, le chiffre d'affaires des dix coopératives, y compris les ventes des sept magasins sis en France et en Allemagne, s'est contracté de 137,9 mio CHF (-0,9%) pour se fixer à 14,524 mia CHF. En Suisse, les coopératives ont réalisé un chiffre d'affaires de 14,322 mia CHF (-135,1 mio CHF ou -0,9%). Après déduction de l'effet extraordinaire lié à des ventes de gros (transfert de 78,4 mio CHF de Migros Zurich à migrolino), la diminution effective du chiffre d'affaires a atteint 0,4% par rapport à 2011. Et si l'on tient compte de la baisse moyenne des prix de 1,4% - des réductions consenties sur plus de 2000 articles et équivalant à un total de 204 mio CHF - les ventes de détail ont crû en réalité de 1,0% en termes réels. Les principales baisses de prix ont concerné les assortiments des marchés spécialisés Melectronics (-6,4%) et Micasa (-4,9%). Quant à l'indice suisse des prix à la consommation, il a enregistré un recul de 0,7%.

En 2012, le chiffre d'affaires par ticket de caisse a augmenté dans les supermarchés et hypermarchés Migros de 0,4% pour atteindre près de 33 CHF tandis qu'il s'est situé à quasiment 55 CHF (-0,3%) dans les marchés spécialisés.

Développement durable

Croissance de 14,3% des ventes de produits sous labels En 2012, le riche assortiment de Migros en produits sous labels garant d'une plus-value des points de vue écologique et social a été encore élargi. Le chiffre d'affaires global réalisé sur ces articles a augmenté en 2012 de 326 mio CHF (+14,3%) à 2,614 mia CHF (2011: 2,288 mia CHF).

La croissance des ventes de produits sous label Bio, qui ont atteint 474 mio CHF (+9,0%), a été particulièrement réjouissante. Des évolutions positives ont également été enregistrées pour les labels suivants: TerraSuisse, 659 mio CHF (+2,2%); FSC, 200 mio CHF (+18,9%); Max Havelaar, 84 mio CHF (+4,4%); MSC/ASC, 65 mio CHF (+12,9%); Bio Cotton, 33 mio CHF (+8,5%); Bio Garden, 2 mio CHF (+80,3%) et Topten, 67 mio CHF (+35,8%). Les denrées certifiées UTZ (essentiellement café et chocolat) ont généré un chiffre d'affaires de 202 mio CHF. Quant aux produits sous label «De la région», leurs ventes ont totalisé 791 mio CHF (+1,2%). Seuls les articles munis du label CO2 de Climatop ont vu leurs ventes reculer de 5,5% à 36 mio CHF.

Economies d'énergie et protection du climat En 2012, Migros a réduit de 0,6% sa consommation énergétique globale. S'agissant des émissions de gaz à effet de serre liées à ses activités, elles ont diminué de 3000 tonnes équivalent CO2 par rapport à 2011. A noter qu'entre 2000 et 2012, l'entreprise est parvenue à abaisser de 29,5% la production de CO2 engendrée par sa consommation de combustibles et de carburants.

Quatre nouvelles centrales solaires sises sur les toits d'immeubles appartenant à Migros ont été mises en service en 2012, dont la plus grande installation photovoltaïque du canton du Tessin. Aujourd'hui, un total de 24 installations photovoltaïques sont exploitées sur les bâtiments Migros. Elles produisent annuellement quelque 4'400 MWh de courant, soit la consommation d'électricité d'environ 1050 maisons familiales.

Réseau de vente des supermarchés et hypermarchés Migros Le nombre de points de vente Migros en Suisse est passé à 631 en 2012 (2011: 623). Les surfaces de vente des supermarchés et hypermarchés, des marchés spécialisés et des restaurants ont augmenté de 12'341 m2 au total pour s'établir à 1'344'738 m2 (+0,9%). Les mesures visant le développement du réseau des supermarchés et hypermarchés ont répondu en première ligne à un souci d'amélioration de la proximité des points de vente Migros pour la clientèle. Zurich-Höngg a accueilli le premier supermarché bio «Alnatura». Dans le domaine des marchés spécialisés, les centres de Nyon et Martigny ont été complètement reconstruits. Au Glattzentrum (Wallisellen/ZH), un premier point de vente Melectronics, mettant en oeuvre un concept de magasin novateur, a ouvert ses portes.

Restauration Migros

Dans le domaine de la restauration, le chiffre d'affaires n'a pas égalé totalement celui de 2011 en raison de travaux de transformation ayant contraint à des fermetures provisoires d'établissements. L'évolution du chiffre d'affaires s'est révélée particulièrement réjouissante pour les Take Away et la restauration collective (cantines d'entreprises et restaurants d'étudiants). Le nombre des sites est passé en 2012 de 189 à 191.

Commerce

Croissance de 6,0% Dans un marché très difficile caractérisé par une évolution des prix à la baisse et une concurrence internationale effrénée, le département Commerce et ses 13'483 collaborateurs sont parvenus à réaliser en 2012 un chiffre d'affaires de 6,769 mia CHF. Cela représente une croissance de 6,0% (2011: +5,8%).

Denner: pour la troisième année consécutive, le leader du discount suisse, a réussi à augmenter ses ventes. En hausse de 1,7% par

rapport à 2011, celles-ci ont totalisé 2,832 mia CHF. Après correction des effets d'une baisse moyenne des prix de l'assortiment de 1,5%, Denner affiche en réalité une croissance réjouissante de 3,3% de son chiffre d'affaires. Le réseau de distribution s'est accru de 24 unités pour se fixer à 788 points de vente. (Vous trouverez des informations détaillées concernant Denner en 2012 dans le communiqué de presse du 15 janvier 2013.)

Globus: l'enseigne est parvenue à confirmer sa position de leader de la branche suisse des grands magasins axés sur le haut de gamme. Les Grands Magasins Globus SA (Globus et Globus Hommes) ont réalisé en 2012 un chiffre d'affaires net de 778,9 mio CHF (2011: 788,1 mio CHF). (Vous trouverez des informations détaillées concernant le groupe Globus en 2012 dans le communiqué de presse du 16 janvier 2013.)

Interio: le recul du chiffre d'affaires de 46,6 mio CHF, pour se fixer à 196,1 mio CHF (-19,2%), est notamment la conséquence du transfert à Depot Schweiz AG des galeries de l'habitat et des boutiques Depot.

Depot: la chaîne Depot (Gries Deco Company) figurait en 2012 au nombre des concepts de distribution non-food ayant connu le plus fort taux de croissance à l'échelle européenne. Elle a réussi à renforcer son leadership dans le secteur des accessoires pour l'habitat. Corrigé des effets de change, le chiffre d'affaires global en Allemagne, Suisse et Autriche s'est élevé à 332,7 mio CHF (+25,4%). Parallèlement à l'ouverture de 90 nouvelles boutiques, un shop en ligne a été lancé. Les travaux de construction d'un important centre logistique de 150'000 m2 ont démarré à Niedernberg (Allemagne). La mise en service interviendra d'ici quelques mois.

LeShop: malgré un 1er premier semestre difficile, LeShop a réussi à maintenir ses ventes au niveau de 2011, soit à 149,5 mio CHF. L'année a été marquée par plusieurs innovations telles la création de centres de retrait de marchandises LeShop.ch DRIVE à Studen (BE) et RAIL dans la gare principale de Zurich et celle de Lausanne. Grâce à sa nouvelle application iPad lancée par LeShop, la part du chiffre d'affaires réalisée grâce aux applications mobiles a crû de 23%. Par rapport à 2011, le nombre des nouveaux clients a augmenté de 15% (+4'200). (Vous trouverez des informations détaillées concernant LeShop en 2012 dans le communiqué de presse du 4 janvier 2013.)

Migrol: les ventes de combustibles et carburants ont évolué conformément aux attentes. Les fluctuations des cours des matières premières ont débouché sur une nouvelle augmentation du chiffre d'affaires qui a atteint 1,881 mia CHF (+6,5% ou +114,9 mio CHF).

migrolino: en 2012, migrolino a réalisé un chiffre d'affaires de 224,3 mio CHF (après prise en considération d'un transfert de 78,4 mio CHF de la coopérative Migros Zurich). Le nombre des shops migrolino a crû de 20 unités pour s'établir à 194. Au cours de l'année 2012, un nouveau partenaire maître franchisé a été gagné en Socar, une société pétrolière d'Azerbaïdjan. Du fait de cet accord, l'ouverture de 55 nouveaux shops est prévue d'ici fin 2013.

Ex Libris: l'acteur numéro un de la distribution multimédia de Suisse est parvenu à renforcer sa position dans un marché globalement en fort recul. Tandis que ses ventes en ligne ont crû de manière réjouissante (+ 5,2%), les ventes en magasin sont restées très difficiles. En 2012 également, le résultat de ce secteur a pesé sur le chiffre d'affaires global de 153,8 mio CHF (-8,8%). Si l'on tient compte de la fermeture de six magasins durant le dernier exercice, le recul du volume des affaires atteint 6,7%. (Vous trouverez des informations détaillées concernant Ex Libris en 2012 dans le communiqué de presse du 7 février 2013.)

m-way: depuis 2011, m-way, le centre de compétence pour l'électromobilité de Migros, est une entreprise autonome rattachée à la Fédération des coopératives Migros. En 2012, le réseau des points de vente est passé à sept.

OWiba: le chiffre d'affaires global de 160,2 mio CHF (+2,6%) témoigne de l'évolution réussie de la vocation du groupe OWiba (Office World et iba), lequel s'est mué en un prestataire de services intégrés en ligne. Au cours de cette réorientation vers des activités de vente multichannel, un élargissement des activités dans le secteur des Managed Print Services a été rendu possible grâce au rachat de Tramondi Büro AG.

Commerce en ligne

Commerce en ligne du groupe Migros: +6,0% Globalement, au cours du dernier exercice, Migros a réussi à développer encore son leadership incontesté dans l'e-commerce, ses ventes s'inscrivant en hausse pour atteindre 704,5 mio CHF (+6,0%). Sont inclus dans ce chiffre LeShop.ch, les activités en ligne du groupe Hotelplan ainsi que celles d'Ex Libris, Office World, Migrol, Probikeshop, Micasa, SportXX et Melectronics. En août 2012, Migros a pris une participation minoritaire de 30% dans Galaxus SA et ses shops en ligne digitec.ch et galaxus.ch

L'Industrie Migros

Dans un environnement économique difficile, les entreprises industrielles Migros ont renforcé leur position sur le marché en Suisse comme à l'étranger, sa croissance atteignant 3,4% en termes réels. Malgré une baisse moyenne des prix de 1,8%, le chiffre d'affaires s'est inscrit en hausse de 1,6% à 5,420 mia CHF (2011: 5,333 mia CHF). Cette progression est due principalement à la première consolidation de Cash + Carry Angehrn intervenue à la suite du rachat de la majorité de son capital au 1er juillet 2012. Grâce à une prise de participation majoritaire au sein de CCA Angehrn et à des gains de parts de marché, les ventes de gros ont augmenté de manière significative à 776,5 mio CHF (2011: 626,6 mio CHF). A fin 2012, l'Industrie Migros occupait plus de 11'000 collaborateurs (+400 par rapport à 2011).

Le chiffre d'affaires réalisé avec le groupe Migros, influencé par des réductions de prix substantielles, a enregistré une baisse de 0,5% par rapport à l'exercice précédent. En revanche, les livraisons à Denner, LeShop et migrolino ont bondi de plus de 15%.

A l'international, des ajustements de portefeuille et des hausses de prix sont intervenus dans un environnement commercial

malaisé. Néanmoins, le chiffre d'affaires réalisé a rejoint quasiment le niveau de 2011, soit 478 mio CHF. (Vous trouverez des informations détaillées concernant l'Industrie Migros en 2012 dans le communiqué de presse du 19 février 2013.)

Voyages

Le groupe Hotelplan a atteint un chiffre d'affaires facturé de 1,517 mia CHF en 2012, soit une baisse de 9,7% par rapport à l'année précédente. Cette évolution négative des recettes en 2012 s'explique principalement par un recul marqué du volume des affaires en Italie et les adaptations structurelles massives auxquelles il a contraint. Cette chute n'a pas pu être compensée par les autres unités commerciales. En revanche, Hotelplan Suisse a réalisé un résultat opérationnel favorable de 17,3 mio CHF malgré le recul de ses ventes et la faillite de Hello Airlines. Le chiffre d'affaires facturé a diminué de 5,9% ou 53,4 mio CHF à 844,6 mio CHF. (Vous trouverez des informations détaillées concernant le groupe Hotelplan en 2012 dans le communiqué de presse du 1er mars 2013.)

Banque Migros

Dans un contexte difficile, la Banque Migros a réussi, en 2012, à accroître ses produits d'exploitation de 0,4% à 593 mio CHF, un chiffre encore jamais atteint au cours de son histoire. Elle a profité d'un important afflux de dépôts d'épargne grâce auquel le volume total des fonds des clients a augmenté de 2,0 mia CHF (+7,4%) pour atteindre 29,4 mia CHF. Cela correspond à la deuxième plus forte progression de tous les temps. Depuis le début de la crise financière, la Banque Migros a attiré de nouveaux fonds de la clientèle pour un montant de 7,6 mia CHF. De même, le volume des prêts hypothécaires a augmenté en 2012 de 8,3% à 29,9 mia CHF, preuve que la Banque Migros poursuit sur la voie de la croissance. (Vous trouverez des informations détaillées concernant la Banque Migros en 2012 dans le communiqué de presse du 17 janvier 2013.)

Entretien des liens avec la clientèle

Les 167'000 contacts clients enregistrés par la M-Infoline révèlent à quel point ce canal de communication est désormais bien établi. Quant à la plateforme clients Migipedia, son offre en ligne est des plus appréciées: elle permet à ses 30'000 membres de donner leur avis sur plus de 13'000 produits et de faire des suggestions. Sur la plateforme Internet créée en 2012 dans le cadre de la campagne de promotion du développement durable «Génération M» lancée par Migros, le public a la possibilité de participer activement aux efforts de l'entreprise et de faire eux-mêmes des promesses. En 2012, plus de 50'000 Internauts ont pris part à ce dialogue.

Zurich, le 9 avril 2013

Contact:

- * Monica Glisenti, responsable Corporate Communications FCM, tél. 044 277 20 64
- * Urs Peter Naef, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 66
- * Monika Weibel, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 63

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100735889> abgerufen werden.