

31.03.2015 – 10:15 Uhr

Migros en 2014 : le succès, la santé et l'innovation

Zürich (ots) -

Une fois de plus, le groupe Migros a connu une évolution très favorable en 2014, gagnant des parts de marché pour la deuxième année consécutive. Les produits ont augmenté de 2,1% pour atteindre CHF 27,3 mia. L'EBIT a crû de CHF 104,3 mio, passant ainsi à CHF 1,148 mia (+10,0%). De même, le bénéfice du groupe a enregistré une hausse de CHF 99,3 mio (+12,9%) pour se fixer à CHF 870,2 mio. Quant aux investissements, ils ont été maintenus à un très haut niveau en 2014. Ils atteignent au total CHF 1,641 mia (+23,9%). A la fin de l'exercice, Migros occupait 97'456 personnes en tout (+3,4%), dont 3'650 apprentis (+4,4%).

Herbert Bolliger, président de la direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM), s'exprime en ces termes à propos de l'année 2014: «Le fait de s'être concentré sur ce qui fait la force de Migros s'est révélé payant également l'an dernier. Car, malgré un tourisme d'achat toujours en hausse, nous sommes parvenus à augmenter le taux de fréquentation de nos magasins et à étendre nos parts de marché. Certes, les consommateurs apprécient tout particulièrement nos produits distribués sous marques propres et que nous fabriquons en Suisse. Mais ils considèrent aussi d'un oeil favorable le fait que nous mettions à exécution systématiquement nos engagements au niveau social, écologique et culturel, dont le public est informé via Génération M. Ce succès a été confirmé en 2014 par les résultats d'analyses et de sondages réalisés à large échelle et par diverses distinctions reçues. En outre, grâce au feedback de la clientèle via les médias sociaux tels Migipedia ou Facebook, nous avons pu à nouveau satisfaire d'innombrables aspirations de nos acheteurs. Il est réjouissant aussi qu'Hotelplan se soit révélée rentable et qu'Interio ait enregistré des gains sensibles de parts de marché. Migros demeure ainsi une entreprise éminemment saine, douée d'un génie inventif et jouissant d'un capital de confiance maximum.»

Highlights 2014

L'an dernier, Migros a réservé diverses surprises à ses clients: * En janvier, tirage au sort de quelque 28'000 entrées gratuites à Europa-Park à Rust. * Lors de la collecte de points proposée dans le cadre de la campagne «Elaboré chez nous.», Migros a distribué en mars près d'un demi-million de paquets surprise afin d'attirer l'attention sur les produits uniques en leur genre de la M-Industrie. * Afin de préparer une belle saison riche en surprises, Migros a édité un livre de conseils intitulé «100 choses à faire absolument cet été». Il s'est révélé un best-seller. * A la fin de l'année, Migros créa la surprise avec son chant de Noël «Ensemble» interprété par 19 personnalités suisses connues du public. Le chant a été acheté à 61'000 reprises en cinq semaines. Le produit de la vente de cet enregistrement et les dons versés par les clients ont été doublés par Migros. De la sorte, 2,4 millions de francs en tout ont pu être alloués au profit de personnes défavorisées en Suisse.

Rachats de sociétés

* Au 1er janvier 2014, les Grands Magasins Globus SA ont repris Schild AG avec l'ensemble de son personnel, soit quelque 700 collaborateurs. * Chocolat Frey SA a repris avec effet au 1er avril 2014 la majorité du capital-actions (51%) du producteur américain de chocolats et de chewing-gums SweetWorks. * La coopérative Migros Zurich a racheté le 1er juin 2014 à Athris Holding AG 100% du capital-actions de Molino AG et ses 18 restaurants. * En décembre 2014, le groupe Micarna a fait l'acquisition du producteur de spécialités carnées et de saucisses de Suisse orientale Rudolf Schär AG.

Plateforme de covoiturage privée

Sous le nom de Sharoo, une plateforme de covoiturage privée a été créée en 2014 en Suisse alémanique à l'initiative de Migros, de La Mobilière et de Mobility.

Nouvelles distinctions de haut niveau:

* Selon l'étude Brand Predictor de Havas Worldwide Switzerland, Migros et M-Budget occupent respectivement les premier et deuxième rangs parmi les marques les plus prisées de Suisse. * 3'500 interviews réalisées par GfK Business Reflector révèlent que Migros est l'entreprise jouissant de la meilleure réputation parmi les 52 sociétés phares de Suisse. * Migros s'est vu attribuer le Swiss Ethics Award pour les efforts qu'elle consent à l'étranger afin de promouvoir pour les animaux de rente des conditions de détention respectueuses de leurs besoins. * Migros a reçu le Swiss Recycling Award en tant que premier distributeur de Suisse à assurer la reprise et le recyclage des bouteilles en plastique ayant contenu des produits d'usage courant. * Lors d'un sondage mené auprès de consommateurs, Migros a été désignée Retailer of the Year 2014 dans la catégorie denrées alimentaires. * L'agence de rating oekom research, réputée dans l'évaluation de la performance écologique, a qualifié Migros de distributeur le plus respectueux du développement durable au monde pour les années 2015/2016. Elle lui a attribué de loin les meilleures notes.

Groupe Migros

Evolution du chiffre d'affaires et du bénéfice En 2014, les produits (chiffre d'affaires au niveau du groupe) ont augmenté de CHF 555,1 mio pour totaliser CHF 27,292 mia (+2,1%). Les résultats englobent pour la première fois les chiffres d'affaires respectifs de Schild AG, du groupe Ospena SA (restaurants Molino), de SweetWorks Inc. aux Etats-Unis et de l'agence de location de logements de vacances Inter Chalet. Le résultat établi avant le résultat financier et les impôts sur le résultat (EBIT) s'est élevé à CHF 1,148 mia* (+10,0%), ce qui correspond à un rendement sur le chiffre d'affaires de 4,2% (2013: 3,9%). Le bénéfice du groupe s'est inscrit en hausse de CHF 99,3 mio (+12,9%) pour atteindre CHF 870,2 mio* (2013: CHF 770,9 mio). Quant aux fonds

propres, ils ont crû en 2014 de CHF 123,1 mio pour se fixer à CHF 16,092 mia (+0,8%). En incluant les comptes de la Banque Migros, on obtient un taux de 26,2% et, sans ces derniers, de 63,8%. * avant effet de prévoyance

Investissements

Le niveau des investissements est demeuré très élevé, leur total atteignant CHF 1,641 mia, ce qui correspond à une hausse de +23,9% (2013: CHF 1,324 mia). Des dépenses d'envergure ont été consenties notamment dans les domaines d'activité stratégiques du commerce de détail par le canal des coopératives et du commerce, soit respectivement CHF 1,203 mia et CHF 189,8 mio (2013: respectivement CHF 941,8 mio et CHF 174,4 mio). L'accent a été mis surtout sur des mesures d'expansion des surfaces de vente et des travaux de rénovation pour renforcer l'attrait des magasins, notamment au sein de la chaîne Denner et à Globus (delicatessa Bahnhofstrasse à Zurich). Au-delà d'un développement de ses capacités de production, la M-Industrie a investi dans des installations et technologies visant l'amélioration de l'efficacité des ressources énergétiques (CO₂, énergie) et une réduction du matériel d'emballage.

Collaborateurs

L'effectif du personnel des entreprises Migros incluses dans le périmètre de consolidation a augmenté de 3'180 personnes pour atteindre le chiffre de 97'456 collaborateurs. Cette hausse de 3,4% (2013: 7,8%) s'explique essentiellement par des changements intervenus dans le périmètre de consolidation. A la fin de l'année, le groupe Migros comptait en Suisse environ 84'000 collaborateurs. Il demeure dès lors le principal employeur privé de Suisse. Le nombre d'apprentis a sensiblement augmenté. A fin 2014, il s'élevait à 3'650, soit 155 jeunes de plus que l'année précédente.

Chiffre d'affaires de détail

Les ventes de détail hors TVA (y c. à l'étranger) ont augmenté en 2014 de CHF 184,4 mio (+0,8%) pour se fixer à CHF 23,052 mia (2013: CHF 22,867 mia). Dans ce chiffre sont incluses les ventes effectuées en Suisse et à l'étranger par les dix coopératives régionales, mais aussi par Denner, Globus (y c. Schild), Interio, Depot, le groupe Office World (OWiba), Ex Libris, LeShop.ch, Migrolino, Migrol et d'autres entreprises encore. Ont contribué avant tout à l'augmentation du chiffre d'affaires en 2014 les Grands Magasins Globus - y c. Schild - (+20,5%), Denner (+1,4%), Interio (+9,7%), LeShop.ch (+4,4%), Depot (groupe Gries Deco) (+10%), Migrolino (+15,1%), Probikeshop (+44,8%) et le groupe Office World (+1,9%).

En Suisse, les ventes de détail ont représenté CHF 21,234 mia (2013: CHF 21,032 mia), ce qui correspond à une augmentation de 1,0%. Le chiffre d'affaires de détail à l'étranger réalisé par Migros France, le groupe Gries Deco, Probikeshop et le groupe Tegut s'est contracté de CHF 17,9 mio pour tomber à CHF 1,818 mia.

Selon une analyse du BAK Basel, le groupe Migros est parvenu, en 2014, à accroître globalement sa part de marché* de 0,4% pour atteindre 20,4%. *sur la base des ventes de détail effectuées en Suisse, cela en chiffres absolus, mais sans les carburants Commerce de détail par le canal des coopératives

Croissance du chiffre d'affaires en Suisse et à l'étranger: Le commerce de détail par le canal des coopératives porte la marque du tourisme d'achat qui continue à fleurir. Néanmoins, dans le secteur d'activité traditionnel de Migros, les dix coopératives régionales ont enregistré une croissance saine (en Suisse et à l'étranger). Les ventes ont augmenté en chiffres absolus de +0,4% pour atteindre un total de CHF 15,910 mia (2013: CHF 15,844 mia). En 2013, les coopératives régionales ont réussi à gagner de nouvelles parts de marché. Le taux de fréquentation de leurs supermarchés et hypermarchés sis en Suisse s'est inscrit en hausse de 1,3%, le nombre des tickets de caisse délivrés ayant atteint désormais 341,5 mio. Le montant moyen des achats par passage en caisse s'est élevé à CHF 34.-, à l'instar de l'année précédente.

Sur le marché indigène, les ventes de détail par le canal des coopératives ont totalisé CHF 14,605 mia (2013: CHF 14,463 mia), ce qui représente une croissance de +1,0%. Dans les supermarchés et hypermarchés, les coopératives ont réalisé un chiffre d'affaires de CHF 11,829 mia, autrement dit une augmentation de +1,6% par rapport à l'exercice précédent. La hausse moyenne des prix calculée sur tous les assortiments Migros s'est élevée à 0,3%.

Dans leurs cinq marchés spécialisés, les coopératives ont réalisé des ventes à hauteur de CHF 1,673 mia (2013: CHF 1,684 mia), soit une baisse de 0,6%. Eu égard à la baisse moyenne des prix de -2,9% dans les marchés spécialisés Migros, les ventes de ces derniers ont augmenté de fait de 2,3% en termes réels. Les chiffres d'affaires des marchés spécialisés considérés individuellement ont évolué comme suit comparativement à l'année précédente: Melectronics +0,2%, SportXX -0,9%, Micasa +0,3%, Do it + Garden -3,0% et OBI -0,8%. Le taux de fréquentation des marchés spécialisés, avec 39 mio de passages à la caisse, a légèrement diminué comparativement à 2013 (-2,5%). En moyenne, les tickets de caisse délivrés dans les marchés spécialisés ont porté sur un montant de CHF 40.- (+1,5%).

A l'étranger, les coopératives ont réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1,306 mia (-5,5%). Dans cette donnée sont comprises les ventes de Migros France de CHF 129,7 mio (-7,9%) et du groupe Tegut de CHF 1,176 mia (-2,1%). La diminution de CHF 75,9 mio du chiffre d'affaires obtenu à l'étranger par rapport à l'exercice précédent s'explique notamment par la fermeture de Migros Deutschland.

Les Ecoles-clubs et centre de loisirs des coopératives ont atteint en 2014 d'excellents résultats en termes de chiffres d'affaires: L'Ecole-club Migros et les centres de loisirs ont généré respectivement CHF 160 mio et CHF 220 mio. En tout, 53'300 cours ont été dispensés dans le cadre de l'Ecole-club Migros.

Restauration Migros: des affaires très légèrement inférieures à celles de 2013 La restauration Migros a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 675,8 mio (-0,4%). Alors que les restaurants Migros ont cédé un peu de terrain (-2,4%), les take aways ont vu leurs affaires augmenter de +3,0%. De son côté, le secteur de la restauration collective a enregistré une croissance réjouissante de ses

ventes (+11,4%). A fin 2014, l'entreprise comptait 191 restaurants Migros (2013: 192).

Croissance du chiffre d'affaires des produits sous labels En 2014, l'écoulement de produits sous labels garants d'une plus-value des points de vue écologique et social a connu une croissance réjouissante de 12,2%, pour atteindre un total de CHF 2,471 mia. Ce chiffre d'affaires correspond à 15,1% des ventes de détail globales réalisées par le canal des coopératives. Les bonds les plus importants enregistrés concernent les labels ci-après: Migros Bio, y c. Alnatura, CHF 593,1 mio (+14,8%); Utz certified, un label désignant des denrées cultivées dans le respect de l'environnement et de conditions sociales correctes, CHF 473,1 mio (+47,1%); FSC, un label distinguant des produits issus d'une gestion forestière responsable, CHF 216,2 mio (+10,0%); MSC et ASC, des labels attestant le recours à des méthodes de pêche garantant le maintien des espèces de poisson, 92,7 mio (+21,1%) et Bio Cotton, CHF 50,5 mio (+15,2%).

La demande de produits locaux sous le label «De la région.» a augmenté de 5,6%. Les ventes d'articles portant ce label régional, lancé voilà 15 ans, ont généré un chiffre d'affaires de CHF 873,5 mio.

Dans l'ensemble, les produits durables et régionaux ont permis de réaliser un chiffre d'affaires de CHF 3,344 mia (+10,4%), franchissant pour la première fois la barre des CHF 3 mia.

Le label aha! identifie aujourd'hui déjà plus de 90 articles relevant des domaines de l'alimentation et des cosmétiques. Une palette qui, soit dit en passant, ne cesse de s'élargir. Les produits aha! ont généré en tout un chiffre d'affaires de CHF 58,3 mio (+16,1%).

Nouvelles promesses à la génération de demain La notoriété du programme de développement durable Génération M a crû fortement en 2014. Il a suscité d'innombrables réactions positives. L'an dernier, Migros a émis sept nouvelles promesses. Au nombre de celles-ci figurent le renoncement systématique aux insecticides et produits phytosanitaires dans le souci de protéger la biodiversité, l'engagement de réduire la teneur en sel, en sucre et en graisse des denrées transformées, la promesse d'optimiser d'un point de vue écologique plus de 6'000 tonnes de matériel d'emballage utilisé et, enfin, la volonté d'élargir la gamme des produits pour personnes souffrant d'allergies de 30%. Depuis le lancement de ce programme en 2012, Migros a déjà émis 62 promesses fermes à l'intention de la jeune génération.

Réseau des supermarchés et hypermarchés Migros A fin 2014, le nombre des points de vente Migros exploités en Suisse s'élevait à 648 (2013: 639). Les surfaces de vente des supermarchés et hypermarchés, des marchés spécialisés et des restaurants ont crû globalement de 13'419 m² pour s'établir à 1'362'083 m² (+1,0%).

Quant aux mesures d'expansion touchant les supermarchés, elles ont continué à répondre au souci de la proximité avec la clientèle. Ainsi, diverses nouvelles localités et quartiers d'habitation ont pu être dotés d'un supermarché Migros. A Bülach et Winterthur-Grüze, deux nouveaux magasins bio «Alnatura» ont également ouvert leurs portes. Parmi les transformations et travaux d'agrandissement les plus importants a figuré le centre d'achat Migros City à Zurich.

Environnement: les caps franchis en 2014

Réduction des émissions de gaz à effet de serre: Globalement, les émissions de gaz à effet de serre liées aux activités du commerce de détail par le canal des coopératives ont diminué de 15% entre 2010 et 2014. Migros se trouve ainsi sur la bonne voie s'agissant de la réalisation de son objectif de réduction de ces émissions de 20% d'ici 2020.

Emballages: Aproz a redessiné ses bouteilles et étiquettes pour l'eau minérale éponyme. La nouvelle forme adoptée a permis de réduire en moyenne de 10% la quantité de PET utilisée par flacon. De la sorte, Aproz économisera 71 tonnes de matériel d'emballage par an.

Migros a reçu le Worldstar Packaging Award pour l'optimisation sur le plan écologique des emballages de charcuterie.

Eclairage «durable»: En 2013, le recours à l'éclairage LED est devenu la norme dans les supermarchés Migros. C'est également le cas dans les marchés spécialisés depuis 2014. De même, toutes les constructions nouvelles et bâtiments transformés se dotent désormais systématiquement de lampes LED. En 2014, 236 supermarchés (38%) et 66 marchés spécialisés (28%) ont été équipés en partie d'un éclairage LED. D'autres suivront en 2015.

Energies renouvelables: Depuis le 26 mai 2014, les toits de Marin Centre sont équipés de près de 4'000 panneaux photovoltaïques destinés à produire 1'000'000 kWh par an. Il s'agit de l'installation solaire la plus puissante du canton de Neuchâtel. La surface globale sur laquelle s'étendent ces panneaux équivaut à celle de 24 courts de tennis. Le courant produit correspondra à la consommation de 200 ménages.

Commerce

Dans une conjoncture difficile, le département Commerce a réalisé en 2014 un chiffre d'affaires de CHF 7,053 mia, soit une hausse de 1,0% (y compris Migrol). Sans Migrol et en faisant abstraction de la chute des prix dans le secteur des combustibles et carburants, le département a enregistré une croissance de 6,1%.

Denner

Denner, premier discounteur de Suisse, annonce pour la cinquième année consécutive une croissance de ses ventes. Comparativement à 2013, son chiffre d'affaires net a augmenté de CHF 39,7 mio pour atteindre CHF 2,913 mia, soit une hausse de 1,4%. En tenant compte d'une baisse moyenne des prix des assortiments de -0,2%, la croissance réelle s'est élevée à +1,6%. Globalement, les 797 points de vente de la chaîne ont enregistré une augmentation de leur fréquentation de 2,2%.

Globus

Les Grands Magasins Globus (Globus et Globus Hommes) - y compris Schild AG dont la consolidation est intervenue pour la première fois en 2014 - ont vu leurs ventes croître de 20,5% pour totaliser CHF 960,6 mio. Pour sa part, le groupe Schild, intégré à Globus depuis le 1er janvier 2014, a contribué à ce résultat à hauteur de CHF 169,6 mio. Quant au chiffre d'affaires de Globus et Globus Hommes, qui a atteint CHF 791,0 mio, il accuse un léger recul de -0,8% comparativement à 2013. Malgré des travaux de transformation d'envergure (p.ex. ***delicatessa à Zurich) et un volume d'affaires affecté par de mauvaises conditions météorologiques, Globus a réussi à étendre ses parts de marché et à renforcer son leadership dans le secteur des grands magasins haut de gamme suisses.

Interio

Interio est parvenue, dans un marché global en recul de près de 1,0%, à augmenter ses ventes de 10%, atteignant ainsi un résultat bien supérieur à celui de la branche. Son chiffre d'affaires de CHF 187,0 mio (+9,7%) est révélateur des progrès significatifs apportés par les mesures d'assainissement initiées.

Depot

Forte de 414 points de vente, la chaîne Depot (groupe Gries Deco à l'étranger et en Suisse) a atteint un chiffre d'affaires de CHF 464,3 mio (+10,0%). Ce résultat, elle le doit à la mise en oeuvre systématique du concept dont elle s'est dotée. Les magasins Depot exploités en Suisse ont réalisé des ventes pour un total de CHF 46,1 mio (+8,5%).

LeShop.ch

Le supermarché en ligne LeShop.ch est parvenu à augmenter son chiffre d'affaires de CHF 6,9 mio pour atteindre CHF 165,0 mio, soit un plus de 4,4%. Cette croissance est due notamment à l'introduction des livraisons dans la journée sur l'ensemble du territoire national, à l'exploitation de centres de retrait DRIVE à Staufien (AG) et à Studen (BE), ainsi qu'aux affaires réalisées via des appareils mobiles. Aujourd'hui déjà, 37% de toutes les commandes sont passées au moyen d'un smartphone ou d'une tablette.

Migrol

Du fait de la chute des prix du pétrole brut sur les marchés internationaux mais aussi des répercussions de la taxe sur le CO₂, Migrol a subi une baisse de chiffre d'affaires de -12,9%. Le produit des ventes a diminué de CHF 241,1 mio pour tomber à CHF 1,622 mia. A fin 2014, Migrol dénombrait 310 stations-service.

Migrolino

Migrolino a conservé en 2014 le dynamisme qui a caractérisé la croissance de ses affaires au cours des deux exercices précédents. Du fait de l'intégration des anciens shops Esso à la suite de la conclusion d'un contrat de maître franchise et l'ouverture de nouveaux points de vente, le nombre des shops Migrolino est passé à 254 emplacements. Migrolino a réalisé au cours de l'exercice écoulé un chiffre d'affaires de CHF 347,2 mio (+15,1%).

Ex Libris

Malgré une conjoncture difficile, Ex Libris a réalisé un chiffre d'affaires global de CHF 127,9 mio. En tenant compte de la diminution des surfaces de vente, on constate que cette somme révèle un recul minime de -0,5%. La procédure d'assainissement du réseau de magasins n'a été achevée qu'en 2014. Avec 82 emplacements au 1er janvier 2015, celui-ci demeure le plus dense de la branche. Toutefois, si l'on fait abstraction de la diminution des surfaces de vente imputable à la fermeture de sept magasins, la baisse effective atteint -9,9%.

M-way

En 2014, M-way s'est profilé encore plus nettement en tant que leader du marché et que centre de compétences dans le secteur de l'électromobilité. Aujourd'hui, la société compte 18 points de vente en Suisse.

Sharoo

En créant sous le nom de Sharoo la première plateforme Peer-to-Peer-Sharing de Suisse pour des véhicules automobiles, cela en coopération avec La Mobilière et Mobility en tant que partenaires stratégiques, Migros a donné une dimension supplémentaire à son rôle de pionnier et à sa volonté de promotion du développement durable. Aucune autre plateforme privée de covoiturage d'Europe ne compte autant de véhicules inscrits que Sharoo.

Groupe Office World (OWiba) Le chiffre d'affaires global d'OWiba, qui s'est élevé à CHF 179,1 mio, a dépassé de 1,9% celui de 2013.

Commerce en ligne

Globalement, Migros a réussi une nouvelle fois à renforcer son leadership dans l'e-commerce. Les ventes par ce canal ont atteint globalement CHF 1,086 mia* (+16,6%). Dans ce montant sont incluses les activités commerciales en ligne des entités suivantes: LeShop, Migrol, Ex Libris, OWiba, Probikeshop, Melectronics, Micasa, SportXX, Do it + Garden, M-Service Online, Denner, Frey et Delica, Interio, les Grands Magasins Globus (y c. Schild), le groupe Gries Deco (étranger et Suisse), le groupe Hotelplan et M-way. Dans ce total, le commerce de détail en ligne classique a représenté CHF 881,7 mio (+19,1%). Quant aux commandes passées par voie électronique dans le secteur du commerce de gros, elles ont porté sur CHF 204,0 mio. *Les chiffres d'affaires de digitec/Galaxus ne sont pas pris en compte ici.

Industrie Migros

La M-Industrie a mis à profit ses chances de croissance dans ses marchés cibles en Suisse et à l'étranger. Pour la première fois, en 2014, son chiffre d'affaires a franchi la barre des CHF 6 mia. Ce dernier a augmenté de 4,4% pour atteindre CHF 6,016 mia (2014: CHF 5,764 mia). La croissance organique a connu, quant à elle, une progression réjouissante de 3,1%. Au niveau international, les ventes ont fait un bond de 22,0% pour se situer à CHF 626,1 mio (2013: CHF 513,0 mio).

Les ventes au groupe Migros ont poursuivi leur croissance. Par leur diversité et leur attrait, les assortiments de la M-Industrie ont puissamment aidé Migros à accroître ses parts de marché dans le commerce de détail. La campagne Migros «Elaboré chez nous.», conçue sur plusieurs années, a eu des incidences positives sur le chiffre d'affaires réalisé avec Migros, lequel s'est inscrit en hausse de 1,7%. Quant aux ventes à Denner, Migrolino et LeShop.ch, elles ont poursuivi leur heureux développement avec une augmentation de plus de 10%.

Au niveau des affaires réalisées à l'échelon international, qui englobent les exportations et les ventes d'entreprises opérant à l'étranger, une augmentation de CHF 113,0 mio (+22,0%) a été enregistrée. Le total s'est fixé à CHF 626,1 mio (2013: CHF 513,0 mio). Les exportations depuis la Suisse ont connu un développement réjouissant de 15,4% auquel a contribué principalement la distribution de café en capsules. De même, les domaines des cosmétiques, des lessives et détergents ainsi que du fromage ont connu une évolution positive. Dans le cadre de la stratégie de croissance des affaires internationales, la présence de la M-Industrie sur le marché nord-américain a été renforcée à la suite du rachat de SweetWorks Inc.

Voyages

A l'échéance de l'exercice 2013/2014 du groupe Hotelplan, soit au 31 octobre 2014, son chiffre d'affaires affichait une augmentation réjouissante de 17,0%, pour atteindre CHF 1,322 mia. La croissance organique enregistrée a été principalement le fait du voyageur Hotelplan Suisse, du groupe Interhome ainsi que d'Hotelplan UK. L'essentiel de l'augmentation du chiffre d'affaires est liée à la consolidation pour la première fois de l'agence de location de logements de vacances Inter Chalet Ferienhaus-Gesellschaft mbH, dont l'apport s'est élevé à CHF 152,5 mio. Cette société a été rachetée intégralement avec effet au 1er novembre 2013.

Banque Migros

Durant l'exercice 2014, la Banque Migros a poursuivi sur la voie de la croissance. L'augmentation des dépôts d'épargne a atteint 4,8% et celle des prêts hypothécaires de 4,6%, tandis que les produits d'exploitation ont enregistré un nouveau record de CHF 600 mio. De même, le bénéfice brut a atteint également un sommet avec une augmentation de 6,1% par rapport à 2013. La Banque Migros a continué à bénéficier d'un afflux important de fonds d'épargne. En effet, en 2014, le total des fonds de la clientèle a progressé de CHF 1,5 mia (ou 4,8%) pour passer à CHF 32,3 mia. Les comptes privés et les comptes Premium ont connu l'augmentation la plus forte (+10,6%), suivis par les comptes de prévoyance des 2e et 3e piliers (respectivement +6,0% et +8,8%).

* www.migros.ch/bilan

* www.migros.ch/m14 * E-mail: media@migros.ch

Zurich, le 31 mars 2015

Contact:

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

* Tristan Cerf, porte-parole FCM, tel. 044 277 24 98

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100770686> abgerufen werden.