

28.03.2017 – 10:15 Uhr

Le groupe Migros en 2016: une croissance robuste

Zurich (ots) -

Malgré des conditions cadres difficiles, le groupe Migros a connu en 2016 un développement solide. Son chiffre d'affaires a atteint CHF 27,7 mia, ce qui correspond à une croissance de 1,2%. Quant aux ventes de détail en Suisse et à l'étranger, elles ont augmenté également de 1,2% pour s'établir à CHF 23,269 mia. Dans une conjoncture toujours difficile, Migros est parvenue à nouveau à accroître sensiblement ses parts de marché, soit de 0,7%. Le bénéfice du groupe s'est élevé à CHF 663 mio (-16,2%). Les investissements, qui totalisent CHF 1,663 mia, ont dépassé nettement le niveau de l'exercice précédent (+22,6%). A fin 2016, le groupe Migros occupait 102'851 personnes, dont 3'775 apprentis.

Herbert Bolliger, président de la direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM), s'exprime en ces termes à propos de l'exercice écoulé: «La persistance du franc fort et un tourisme d'achat toujours aussi intense, de même que la croissance du commerce en ligne ont continué à influencer nos affaires au cours de l'année écoulée. Le fait que, dans un tel environnement, nous soyons parvenus à augmenter nos parts de marché et le taux de fréquentation de nos magasins, ainsi qu'à accroître notre chiffre d'affaires à un niveau élevé représente en soi un succès. Il est réjouissant également que nous ayons pu poursuivre notre Initiative Santé entreprise en collaboration avec le groupe Zur Rose (pharmacie) et mener à bien le développement de la nouvelle plateforme santé Impuls lancée il y a peu. Le génie inventif de Migros mais aussi sa solidité fondamentale de même que l'estime dans laquelle ses clients la tiennent ont trouvé leur confirmation lorsqu'elle a été désignée 'entreprise suisse jouissant de la meilleure réputation'.»

Exercice 2016/2017 de Migros

Temps forts

- Démarrage de la plateforme numérique Santé «iMpuls» proposant des offres de produits et services ainsi que des conseils pour une vie saine.
- Agrandissement sur les toits de l'entreprise de distribution Migros Neuendorf de la centrale solaire la plus puissante de Suisse. Celle-ci alimente désormais en courant quelque 1'900 ménages.
- Grâce à PickMup, le service de retrait des commandes passées en ligne, Migros apporte une preuve supplémentaire de ses compétences dans le domaine de la distribution via Internet et cross-channel. Aujourd'hui, les acheteurs en ligne peuvent réceptionner leurs commandes dans plus de 330 points de retrait.
- Migipedia a enregistré en août 2016 son 100'000e utilisateur. Ce forum demeure ainsi le n° 1 des plateformes communautaires d'entreprise en Suisse.
- En août 2016, Migros a inauguré dans le centre commercial Glattzentrum à Zurich son magasin ludique itinérant à l'enseigne de «Mini-Migros». Sur plus de 100 m2, les enfants y ont été invités à «jouer au vendeur». Le magasin mobile s'est déplacé d'un centre commercial à l'autre pour le bonheur des petits et des grands.

Rachats de sociétés

- Gabriel Fleury SA, deuxième plus grande entreprise valaisanne de production de viande séchée, a été intégrée le 1er février 2016 au groupe Micarna.
- Avec effet au 31 juillet 2016, le groupe Mibelle a racheté à Procter & Gamble (P&G) le site de production d'Ondal SARL à Sarreguemines (France).
- Le 27 septembre 2016, Elsa a acquis la majorité du capital des parts de l'entreprise Idhéal, basée à Hochfelden en Alsace. Idhéal assurera progressivement la production de sauces à salade et autres assaisonnements pour le compte d'Elsa.
- Bischofszell Produits alimentaires SA (Bina) a repris le 13 décembre 2016 la majorité du capital de Sushi Mania SA, sise à Vuadens dans le canton de Fribourg.
- Au 1er janvier 2016, Migros Zurich a porté à 100% sa participation jusque-là minoritaire de 30% au sein de la société allemande Inline GmbH, entreprise de conseils pour fitness et installations de wellness.

Distinctions

- Début 2016, Migros a reçu de l'Office fédéral de l'énergie le prix spécial «Watt d'Or» pour son engagement de longue date en faveur de la protection du climat et de l'efficacité énergétique.
- L'app Migros s'est vu décerner le prestigieux IF Design Award 2016 dans la catégorie «Service Design - Retail».
- Le «Reputation Institute», société de conseil numéro 1 à l'échelon mondial dans le domaine de l'évaluation de la renommée, a étudié en 2016 la réputation des principales entreprises suisses. Migros s'est retrouvée en tête de classement.
- Sur une surface correspondant à près de 400 terrains de football, Migros a créé sur les aires de ses entreprises des biotopes pour les espèces animales et végétales indigènes. Cet effort a été récompensé par l'attribution du prix de l'environnement décerné par la Schweizerische Umweltstiftung à Lucerne.
- Le fait que Migros achète exclusivement de la viande fraîche de poulet auprès de fournisseurs satisfaisant à de hautes exigences en matière de garde et de traitement des animaux lui a valu de recevoir le «Good Chicken Award 2016» de la part de l'organisation de protection des animaux «Compassion in World Farming».

Groupe Migros

Evolution du chiffre d'affaires et du bénéfice

En 2016, le chiffre d'affaires du groupe Migros a augmenté de CHF 331 mio pour se fixer à CHF 27,738 mia (+1,2%). Ce résultat porte la marque de la nouvelle forte chute du prix du brut (commerce d'essence et de mazout de Migrol) et des événements géopolitiques graves qui ont eu des répercussions au premier chef sur les affaires du voyageur Hotelplan. Le résultat d'exploitation avant résultat financier et impôts (EBIT) s'est établi à CHF 911 mio (-7,2%). Le taux d'EBIT s'élève à 3,3% (2015: 3,6%). Le bénéfice du groupe s'est inscrit en baisse de CHF 128 mio (-16,2%) pour passer à CHF 663 mio (2015: CHF 791 mio) en raison de corrections de valeur opérées au niveau des sociétés filiales de la FCM. Quant aux fonds propres, ils ont crû en 2016 de CHF 653 mio pour se fixer à CHF 17,455 mia (+3,9%). Leur taux atteint 27,5% en incluant les comptes de la Banque Migros et 67,5% si on élimine ces derniers.

Investissements

En 2016, les investissements ont totalisé CHF 1,663 mia (2015: CHF 1,356 mia), ce qui correspond à une augmentation de 22,6%. Ce chiffre prouve que Migros a constitué une fois encore un partenaire important pour l'économie suisse et contribué à garantir des milliers d'emplois. Les investissements ont été liés essentiellement à des initiatives arrêtées en matière d'expansion des surfaces de vente et de travaux de transformation visant à renforcer l'attrait des magasins. Dans le secteur Industrie, des investissements ont été également consentis pour satisfaire à des exigences fondamentales d'ordre social et écologique.

Chiffre d'affaires de détail en Suisse et à l'étranger

Dans le commerce de détail, le chiffre d'affaires réalisé en Suisse et à l'étranger s'est élevé à CHF 23,269 mia (2015: CHF 22,996 mia), soit une augmentation de 1,2%. La baisse moyenne des prix à Migros a atteint -0,9%. Son impact sur le chiffre d'affaires de détail est estimé à quelque CHF 200 mio. En faisant abstraction de ce dernier facteur, la croissance effective s'élève à +2,1%.

Le chiffre d'affaires de détail à l'étranger englobe les ventes de Migros France, du groupe Tegut, du groupe Gries Deco en Allemagne et en Autriche, ainsi que celles de Probikeshop. Comparativement à 2015, le chiffre d'affaires de détail réalisé à l'étranger a augmenté de CHF 103 mio pour atteindre CHF 1,8 mia (+6,2%).

Commerce en ligne

Dans le domaine de l'e-commerce, Migros est parvenue à conforter sa position incontestée de leader du marché. Le chiffre d'affaires global réalisé en ligne a atteint CHF 1,852 mia (+15,8%). On notera à cet égard que l'intégration complète de Digitec Galaxus a constitué le principal moteur de cette croissance.

Part globale de marché

Selon une estimation provisoire du BAK Basel, le groupe Migros a réussi à accroître sa part de marché* de 0,7% pour atteindre 21,9%. (*Calcul effectué sur la base des ventes de détail en Suisse en chiffres absolus, mais sans les carburants.)

Collaborateurs et apprentis

L'effectif du personnel a augmenté de 2'478 personnes (+2,5%) pour atteindre un total de 102'851. Sur ce nombre, 87'000 collaborateurs travaillaient en Suisse, soit une augmentation de 1,5%. Cette croissance de l'effectif du personnel est imputable notamment au développement du commerce en ligne et des activités dans le secteur des loisirs et du fitness. A l'étranger, l'augmentation enregistrée s'explique notamment par l'expansion de Tegut. En 2016, Migros a formé dans 40 entreprises un total de 3'775 apprentis (2015: 3'700), cela dans plus de 50 professions différentes.

Commerce de détail par le canal des coopératives

Le commerce de détail par le canal des coopératives a été marqué en 2016 par trois facteurs, à savoir par une concurrence intense et une baisse moyenne des prix de -3,6% dans les marchés spécialisés et de -0,3% dans les supermarchés, ainsi que par un tourisme d'achat dans les pays limitrophes au volume estimé à CHF 11 mia.

En Suisse et à l'étranger, les dix coopératives régionales ont réalisé un chiffre d'affaires net de CHF 15,634 mia (2015: CHF 15,613 mia), soit une croissance de 0,1% équivalant à CHF 21 mio. Le taux de fréquentation des magasins a crû de 0,3%.

Dans notre pays, le chiffre d'affaires réalisé par les supermarchés et hypermarchés a représenté CHF 11,689 mia (+0,2%). Compte tenu de la baisse moyenne des prix de -0,3% intervenue, la croissance réelle s'est élevée à 0,5%.

Les cinq marchés spécialisés Migros Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden et OBI ont effectué des ventes pour un total de CHF 1,602 mia (-1,2%). Mais si l'on prend en compte la baisse moyenne des prix de -3,6% intervenue, ils ont enregistré en termes réels une croissance de 2,4%. Les boutiques en ligne des marchés spécialisés ont affiché une progression de 12,8%. Comparativement à 2015, les chiffres d'affaires des marchés spécialisés considérés individuellement (y compris les ventes en ligne) ont évolué comme suit en %: Melectronics -2,8% (+2,5% en termes réels), SportXX +2,9% (+5,5% en termes réels), Micasa +1,4% (+5,1% en termes réels), Do it + Garden -2,5% (-1,5% en termes réels) et OBI -3,0%.

A l'étranger, les chiffres d'affaires respectifs de Migros France et du groupe Tegut en Allemagne ont enregistré une hausse de 1,5% à CHF 130 mio et de 4,0% à Fr. 1,085 mia.

Restauration Migros: résultats légèrement inférieurs à ceux de 2015

Atteignant CHF 682 mio, le chiffre d'affaires de la restauration Migros a diminué de 0,3% par rapport à 2015. Ce recul concerne les restaurants Migros (-1,7%) et les Take Away Migros (-5,6%). A l'inverse, la restauration collective a connu une évolution inverse (+16,8%). Il en va de même de nouveaux formats tels Chickeria (+123,5%).

Croissance marquée du chiffre d'affaires des produits sous labels

A Migros, le chiffre d'affaires des articles produits dans le respect du développement durable a crû de manière significative. La clientèle a acheté de tels articles recelant une plus-value écologique ou sociale pour un total de CHF 2,854 mia (+6,6%). On mentionnera plus particulièrement ici l'assortiment Bio sous marque Alnatura dont les ventes ont doublé. Globalement, Migros a écoulé en 2016 pour CHF 808 mio de produits Bio. Dans le secteur de la poissonnerie, la croissance des ventes de produits ASC et MSC issus de la pêche sauvage ou d'élevages respectueux du développement durable a atteint respectivement +28,4% et +16,1%. Par ailleurs, la demande des produits sous label De la région. s'est encore intensifiée. Les ventes de cet assortiment ont totalisé quelque CHF 940 mio (+4,7%).

Les articles proposés sous le label de qualité aha! à l'intention des personnes souffrant d'allergies et d'intolérances alimentaires ont représenté un chiffre d'affaires total de CHF 87 mio (+22,2%).

Globalement, les ventes réalisées avec les produits écoulés sous des labels attestant une provenance régionale, des vertus particulières pour la santé ou certifiant des processus de production respectueux du développement durable ont atteint CHF 3,881 mia (+6,4%) en 2016.

Réseau des supermarchés Migros

A fin 2016, le réseau de distribution Migros comprenait 685 points de vente, soit 26 de plus que l'année précédente. Les surfaces de vente des supermarchés, marchés spécialisés et restaurants ont progressé de 19'821 m² pour se fixer à 1'397'454 m² (+1,4%). De nouveaux supermarchés ont été mis en service dans 18 localités ou quartiers urbains. S'agissant de la restauration rapide, six Chickeria, deux Take Away ainsi que deux Kaimug (Take Away thaïlandais) ont vu le jour. Le Center Neumarkt à Zurich-Altstetten a rouvert ses portes après des travaux de transformation totale.

La santé, un nouveau point fort de Migros

Au-delà de 99 fitnessparcs, wellnessparcs et aquaparc répartis dans toute la Suisse, 36 centres de santé à l'enseigne de Medbase et de Santémed proposent une prise en charge globale dans le domaine médical, allant de la prévention à la convalescence en passant par les soins aigus. En 2016, Medbase a repris le Checkup Center Zürich AG et, ce faisant, a élargi sa palette de prestations en matière de prévention. La nouvelle plateforme santé «iMpuls» proposant des conseils pour un style de vie sain a été lancée au début 2017. Sur ce site Internet est rassemblée toute la palette des offres de produits et de services de Migros dans les quatre domaines de l'exercice physique, de la relaxation, de l'alimentation et de la médecine.

Promesses à l'enseigne de Génération M

Environnement: Par rapport à 2010, Migros a réussi à réduire sa consommation de courant de 6,7% et ses émissions de gaz à effet de serre de 20,6% dans ses activités de vente de détail par le canal des coopératives. Ces deux promesses relatives à la protection du climat sont en bonne voie de réalisation.

Poisson et fruits de mer: Migros est la première entreprise suisse de commerce de détail à ne vendre désormais que du poisson et des fruits de mer issus de sources respectueuses du développement durable. La marchandise proposée soit porte un label garant du respect du développement durable (Bio, ASC ou MSC) soit provient en tout état de cause de sources jugées recommandables ou acceptables par le WWF.

Assortiment destiné aux allergiques: Migros a élargi son assortiment aha! destiné aux personnes allergiques à 163 articles, ce qui correspond à une extension de 80% par rapport à 2013. La promesse de Migros d'étendre de 30% sa gamme de produits pour

personnes allergiques jusqu'à fin 2016 a été réalisée bien au-delà de la cible visée. Les articles certifiés aha! constituent la principale offre de la distribution suisse destinée à la clientèle souffrant d'intolérances alimentaires.

Amélioration des recettes: Migros a promis de fabriquer dès 2019 plus de 150 produits contenant moins de sucre, de sel et de matières grasses, et davantage de fibres alimentaires. Depuis l'introduction de directives sur les recettes, Migros est parvenue à améliorer d'ores et déjà le profil nutritionnel de 210 articles, réalisant ainsi avant terme l'objectif fixé.

Commerce

Dans une conjoncture difficile, le département Commerce a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de CHF 7,544 mia (+3,4%). En faisant abstraction de Migrol dont les prix de vente dépendent des fluctuations de cours des combustibles et des carburants, le chiffre d'affaires a crû de 5,3%. (Voir le tableau relatif aux chiffres d'affaires en pdf.)

Pour Denner, Migrolino, Migrol, Digitec Galaxus, Depot et M-way, la préoccupation première au niveau commercial a consisté, en 2016, à étendre et défendre leurs positions respectives sur le marché. Parallèlement à ces efforts, les modèles d'affaires d'Ex Libris AG, de LeShop.ch, de Probikeshop, d'OWiba (Office World et iba) et de Sharoo ont été développés systématiquement dans la perspective de s'assurer le leadership dans le commerce en ligne et en matière de know-how.

Denner

Le chiffre d'affaires de Denner a augmenté de 2,0% pour atteindre CHF 2,959 mia (2015: CHF 2,902 mia). Malgré une vive concurrence, Denner a réussi à conforter sa position de premier discounter de Suisse et à accroître le taux de fréquentation de ses points de vente (+3,9%). Une expansion ciblée de son réseau de distribution a débouché sur une augmentation de 12 magasins, dont le nombre est passé à 809.

Migrol

Migrol a été touchée de plein fouet par l'effondrement des cours du pétrole. Son chiffre d'affaires nominal a diminué de ce fait de CHF 70 mio (-5,1%) pour tomber à CHF 1,290 mia. Toutefois, le volume stable des produits écoulés lui a permis de gagner de nouvelles parts de marché dans un secteur caractérisé par une contraction de la demande. De la sorte, Migrol est parvenue à renforcer son leadership dans la branche.

Grand Magasins Globus

Globus continue de lutter dans un marché très difficile en raison du tourisme d'achat et de la croissance rapide du commerce en ligne. Ce contexte a conduit en 2016 à un recul du chiffre d'affaires de 5,4% pour passer à CHF 879 mio (2015: CHF 929 mio). L'accent a continué à être placé sur la mise en oeuvre des mesures visant le renforcement de l'efficacité, l'amélioration du positionnement de Globus en tant qu'univers fascinant et l'intensification du plaisir de faire ses achats dans un grand magasin.

Digitec Galaxus

Avec un chiffre d'affaires global de CHF 704 mio (+5,5% ou +41,1% dans les comptes consolidés du groupe au vu de l'intégration totale intervenue au 1er avril 2015), Digitec Galaxus a conforté sa position de leader du commerce en ligne en Suisse. L'entreprise a pris clairement une nouvelle longueur d'avance sur la concurrence en matière de vente d'articles électroniques B2C (Digitec). Depuis octobre 2016, la plateforme de Galaxus propose parallèlement des assortiments de distributeurs tiers.

Depot

Poursuivant sur sa brillante lancée, Depot a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de EUR 460 mio, ce qui représente une hausse de 7,2% par rapport à 2015. Hors effets de change, le chiffre d'affaires en francs suisses s'est élevé à CHF 501 mio (+9,8% par rapport à 2015). Depot compte actuellement 452 magasins propres (2015: 412).

Migrolino

Migrolino a poursuivi sa croissance, atteignant un chiffre d'affaires de CHF 431 mio (+13,0%). A fin 2016, Migrolino dénombrait 307 points de vente (2015: 287).

Interio

Interio a accusé, dans un marché baissier, un repli de son chiffre d'affaires de CHF 14 mio (-7,6%), lequel s'est fixé à CHF 168 mio. A l'inverse, ses ventes en ligne ont enregistré une croissance réjouissante de 8,3%.

Groupe Office World (OWiba)

Le chiffre d'affaires d'OWiba, qui totalise CHF 179 mio, est demeuré de 0,6% inférieur à 2015. Cette baisse est notamment imputable à la fermeture de deux magasins en 2016.

LeShop.ch

Le supermarché en ligne LeShop.ch, dont le chiffre d'affaires s'est élevé à CHF 182 mio, a enregistré une croissance de 3,5%. Cette dernière est due en particulier aux efforts redoublés de l'entreprise pour coller aux besoins de la clientèle.

Ex Libris

Si le chiffre d'affaires des magasins a particulièrement souffert de la fermeture de dix emplacements, les ventes en ligne ont en

revanche augmenté. Malgré de nouveaux gains de parts de marché significatifs, le chiffre d'affaires global a reculé de 7,3% pour se fixer à CHF 112 mio. Quant à la progression du retailing online et cross-channel, elle s'est encore confirmée.

Probikeshop

Probikeshop, dont les activités de vente se déroulent exclusivement en ligne, est parvenu à porter son chiffre d'affaires à CHF 75 mio (2015: CHF 60 mio), soit un bond de 23,9%.

M-way

En 2016, M-way a conforté son leadership en tant que centre de compétence dans le secteur de l'électromobilité. Son chiffre d'affaires a crû de 53,1%.

Sharoo

La plateforme d'autopartage peer-to-peer Sharoo a affirmé plus encore son leadership d'entreprise novatrice. Durant l'année sous revue, les réservations via ce site ont augmenté de 145,0%, ce qui est un constat réjouissant.

Industrie Migros

En 2016, le chiffre d'affaires de la M-Industrie a enregistré une hausse de CHF 134 mio (+2,1%) pour se fixer à CHF 6,389 mia (2015: CHF 6,255 mia). Sur le marché suisse, réputé pour ses exigences élevées, la M-Industrie est parvenue à accroître ses ventes de CHF 25 mio (+0,5%). Grâce à des rachats ciblés opérés tant en Suisse qu'à l'étranger, elle a renforcé sa position concurrentielle.

Globalement, les affaires avec le groupe Migros ont crû de 0,9% pour atteindre CHF 4,530 mia. Si les ventes à Migros (commerce de détail Migros) ont connu une stagnation - cela après la prise en compte du renchérissement - les chiffres d'affaires réalisés avec Denner et LeShop.ch ont en revanche progressé.

Quant aux ventes réalisées à l'international (exportations et sites de production à l'étranger), elles ont enregistré une hausse de 16,0% pour totaliser CHF 790 mio (2015: CHF 681 mio). Malgré la persistance du franc fort, les chiffres des exportations ont progressé de 9,4% grâce à des concepts commerciaux habiles.

Dans le secteur du commerce de gros, la conjoncture s'est révélée particulièrement difficile. Elle a souffert de la baisse du tourisme étranger dans notre pays (restauration et hôtellerie), de la persistance du tourisme d'achat et de la contraction du commerce de gros à l'emporter (Cash + Carry). Les ventes ont diminué de 1,5% pour s'établir à CHF 1,069 mia (2015: CHF 1,086 mia). (Voir aussi le communiqué de presse de la M-Industrie du 22 février 2017.)

Voyages

L'exercice 2016 a été difficile pour le groupe Hotelplan. Le chiffre d'affaires net a reculé de 1,6% pour passer à CHF 1,284 mia (2015: CHF 1,305 mia). Pour l'essentiel, le recul des recettes est imputable à l'insécurité croissante éprouvée par la clientèle. Cette perte de confiance a été engendrée par les attentats terroristes qui se sont produits dans des villes et destinations de vacances prisées ainsi que par l'instabilité de la situation géopolitique. Ces circonstances ont ébranlé l'envie de voyager, avec pour conséquence de faire hésiter à procéder à des réservations pour certaines destinations clés et de réduire globalement le nombre des passagers. (Voir le rapport annuel d'Hotelplan «Compass» 2016.)

Banque Migros

La Banque Migros a poursuivi en 2016 l'expansion de ses activités de base. Ainsi, dans le secteur des dépôts, elle est parvenue à augmenter de 10,9% le nombre de ses mandats de gestion de fortune malgré un contexte boursier difficile. De même, les fonds de la clientèle inscrits au bilan ont progressé de 1,3% pour atteindre CHF 33,5 mia. Dans ce domaine, les comptes de dépôt ont continué de gagner du terrain au détriment des obligations de caisse. Ces dernières se sont contractées de 12,0% tandis que les comptes privés et les comptes Premium notamment ont enregistré une hausse de 8,5%. (Voir aussi le communiqué de presse du 19 janvier 2017.)

Vous trouverez des informations détaillées dans le rapport annuel 2016 en ligne: <https://report.migros.ch>

Contact:

- Monica Glisenti, responsable des Corporate Communications FCM, tél. 058 570 38 27
- Tristan Cerf, porte-parole FCM, tél. 058 570 38 20, tristan.cerf@mgb.ch
- <http://www.migros.ch/bilan> / email : media@migros.ch