13.04.2016 – 10:15 Uhr

Migros 2015: une base solide dans un contexte difficile

Zurich (ots) -

En 2015, le groupe Migros a réussi à maintenir le cap et à gagner des parts de marché malgré la progression du tourisme d'achat, la fermeté du franc et les pertes de change qui en ont découlé. Le chiffre d'affaires a augmenté de 0,1% pour s'établir à CHF 27,4 mia, tandis que le bénéfice du groupe s'est inscrit à CHF 791,1 mio, soit CHF 34,5 mio ou 4,2% de moins que l'année précédente. Les investissements ont été maintenus à un très haut niveau (CHF 1,356 mia). A la fin de l'exercice, le groupe Migros employait pour la première fois plus de 100'000 personnes issues de 150 nations.

Herbert Bolliger, président de la direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM), s'exprime en ces termes à propos des excellents résultats de l'exercice: «En dépit du contexte de marché difficile, nous avons augmenté le taux de fréquentation de nos magasins et nettement accru nos parts de marché. Les nombreux retours de la clientèle sur Migipedia et Facebook ainsi que nos sondages (cf. le dernier GfK Business Reflector) montrent que les consommateurs apprécient les produits distribués sous nos marques propres ainsi que notre engagement social, écologique et culturel. Trois années de suite, 3500 personnes interrogées ont désigné Migros comme l'entreprise la plus sympathique, la plus durable et la plus performante sur le plan économique. Le boom de l'e-commerce se révèle aussi extrêmement réjouissant. Migros demeure une entreprise saine et rentable, innovatrice et jouissant d'un capital de confiance maximum.»

L'exercice 2015/2016 de Migros

Highlights:

* Au début de l'année, Migros offre à ses clientes et clients un million de paquets cadeaux «Elaboré chez nous».
* PickMup! Désormais, les clients Migros peuvent retirer les commandes passées dans les principales boutiques en ligne du groupe, dans des magasins d'autres entreprises Migros et même dans des centres de fitness.
* Depuis août 2015, les clients peuvent payer aux caisses de Migros avec leur smartphone, grâce à l'application Migros déjà téléchargée plus de 1,5 million de fois.
* D'après GfK Business Reflector, Migros jouit de la meilleure réputation, pour la troisième fois consécutive, devançant ainsi les 52 entreprises leaders suisses. Les avis positifs des 3500 personnes interrogées surpassent même ceux de l'année précédente.
* Twin by Delizio, la machine conçue par Migros pour le café et les boissons lactées est très bien accueillie par le marché.

Rachats de sociétés:

* 1.1.2015: Saviva, société de l'industrie Migros, a repris le groupe Lüchinger+Schmid dans le cadre du règlement d'une succession.
* 1.4.2015: la Fédération des coopératives Migros augmente sa participation dans Digitec Galaxus, de 39,1% à 70%, et devient ainsi actionnaire majoritaire.
* 15.10.2015: Medbase rachète à Swica 70% des centres de santé Santémed et accroît ainsi son engagement dans le secteur de la santé. Cette collaboration a donné le jour au plus grand réseau suisse dans la médecine ambulatoire de premier recours.

Distinctions:

* La prestigieuse agence de notation Oekom Research a évalué 140 entreprises commerciales dans le monde à l'aune de leur

engagement social et écologique. Le groupe Migros obtient de loin le meilleur résultat. Avec la note de B+, il est le détaillant le plus respectueux du développement durable au monde.
* Pour la troisième fois consécutive, le «Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög)» de l'Université de Zurich et GfK Switzerland placent Migros en tête du classement. Migros a même encore progressé par rapport à 2014. Les 3500 personnes interrogées lui ont attribué les meilleures notes dans les trois catégories: pour sa performance économique, son profil unique et la qualité exceptionnelle de son engagement social, écologique et culturel.
* Conformément à l'étude BrandPredictor de Havas Worldwide Switzerland, Migros est la marque préférée de Suisse, suivie par M-Budget.
* Migros et l'entreprise M-Industrie Mifa remportent le Swiss Packaging Award dans la catégorie «Développement durable».
* Début 2016, l'Office fédéral de l'énergie a décerné à Migros le prix spécial «Watt d'Or» pour son engagement de longue date en faveur de la protection du climat et de l'efficacité énergétique.

Groupe Migros

Evolution du chiffre d'affaires et du bénéfice En 2015, le chiffre d'affaires du groupe Migros a augmenté de CHF 31,9 mio pour totaliser CHF 27,406 mia (+0,1%). Un résultat fortement influencé par le renchérissement négatif, anormalement élevé, dans les différents secteurs d'activité (carburant, mazout, voyages, électronique, etc.) et par un effet de change de -1,0%. Ces effets ont grevé le chiffre d'affaires de plus de CHF 1 mia. Le résultat avant résultat financier et impôts (EBIT) s'établit à CHF 981,6 mio (-12,8%). Le rendement sur le chiffre d'affaires est de 3,6% (2014: 4,1%). Le bénéfice du groupe s'est inscrit en baisse de CHF 34,5 mio (-4,2%) à CHF 791,1 mio (2014: CHF 825,6 mio). Les fonds propres ont crû en 2015 de CHF 832,2 mio pour se fixer à CHF 16,802 mia (+5,2%). En incluant les comptes de la Banque Migros, on obtient un taux de 27,0% et, sans ces derniers, de 66,5%.

Investissements

Les investissements se sont montés à CHF 1,356 mia (2014: CHF 1,641 mia). En 2015, Migros montre à nouveau son importance en matière d'emploi en préservant des milliers de postes. Les investissements ont surtout été axés sur des mesures d'expansion des surfaces de vente et des travaux de rénovation destinés à renforcer l'attractivité des magasins.

Collaborateurs et apprentis

L'effectif du personnel a augmenté de 2'917 personnes pour atteindre 100'373 collaborateurs. Pour la première fois de son histoire, Migros compte ainsi plus de 100'000 collaborateurs. Cette hausse de 3,0% s'explique essentiellement par des changements intervenus dans le périmètre de consolidation (par exemple, par la reprise de centres de santé Santémed, du groupe Lüchinger+Schmid et de Digitec Galaxus). En 2015, Migros employait environ 86'000 collaborateurs en Suisse, dont 28,7% de ressortissants étrangers issus de 150 nations. De même que 39 entreprises du groupe Migros ont formé au total 3700 apprentis à plus de 50 métiers différents, soit 50 apprenants de plus que l'année précédente.

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

Le commerce de détail en Suisse et à l'étranger a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 22,996 mia (2014: CHF 23,052 mia), en léger recul de 0,2%. Le renchérissement négatif moyen a été de 2,7% et les effets de change ont eu un impact négatif sur le résultat. Après correction des effets de change et du renchérissement négatif, la croissance s'est inscrite à 3,4% (voir tableau en page 10).

Le chiffre d'affaires de détail à l'étranger englobe celui de Migros France, du groupe Tegut, du groupe Gries Deco Allemagne et Autriche, ainsi que celui de Probikeshop. Par rapport à l'année précédente, la croissance en euros est de 5,9%. En francs suisses, les ventes nominales accusent un recul de CHF 145,5 mio et se montent à CHF 1,672 mia (-8,0%) en raison du franc fort.

Selon une analyse du BAK Basel, le groupe Migros est parvenu, en 2015, à accroître nettement sa part de marché* de 0,8% pour atteindre 21,2%.

*sur la base des ventes de détail effectuées en Suisse, cela en chiffres absolus, mais sans les carburants.

Commerce en ligne

En matière d'e-commerce, Migros a assis plus solidement sa position incontestée de leader du marché. En valeurs nominales, son chiffre d'affaires online total, Digitec Galaxus compris, s'est établi à CHF 1,600 mia (+47,3%). Après correction des effets des acquisitions, du renchérissement et du change, le chiffre d'affaires dans l'e-commerce a atteint CHF 1,149 mia (+8,9%), dont CHF 938,1 mio (+10,2%) dans le secteur de la vente de détail en ligne.

Commerce de détail par le canal des coopératives

Le commerce de détail par le canal des coopératives a une fois encore été marqué par le tourisme d'achat dans les pays limitrophes qui a connu une nouvelle progression de 8%, par la forte concurrence au plan national ainsi que par un renchérissement de -6% en moyenne dans les marchés spécialisés et de -1,3% dans les supermarchés.

En Suisse et à l'étranger, les dix coopératives régionales ont réalisé un chiffre d'affaires de CHF 15,613 mia. (2014: CHF 15,910 mia), soit une variation de -1,9%. L'impact négatif des effets de change a été de CHF 159,5 mio (-1,0%). Après correction des effets de change et du renchérissement, la croissance réelle s'établit à 0,7%. Les clients ont bénéficié des baisses de prix à concurrence de plus de CHF 200 mio.

En Suisse, les supermarchés ont réalisé un chiffre d'affaires de CHF 11,670 mia. Au vu du renchérissement moyen de -1,3%, les dix coopératives ont maintenu leurs chiffres d'affaires en termes absolus.

Les cinq marchés spécialisés Migros Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden et OBI ont réalisé des ventes à hauteur de CHF 1,622 mia (-3,0%) au total. Eu égard à la baisse moyenne des prix de -6.0%, ce chiffre a augmenté de 3,0% en termes réels. Les boutiques en ligne des marchés spécialisés ont affiché une croissance de 15,2%. Micasa et SportXX ont réussi à gagner des parts de marché. Les chiffres d'affaires des marchés spécialisés considérés individuellement (y compris les ventes en ligne) ont évolué comme suit, comparativement à l'année précédente: Melectronics -6,8% (+2,8% en termes réels), SportXX +1,3% (+4,6% en termes réels), Micasa -1,0% (+2,7% en termes réels), Do it + Garden -0,4% (+2,7% en termes réels) et Obi -3,5%.

A l'étranger, les ventes de Migros France ont augmenté de 12,8% pour atteindre EUR 120,6 mio (-1,1% en francs suisses). Le groupe Tegut a vu son chiffre d'affaires progresser de 1,1% à EUR 980,9 mio (-11,2% en francs suisses). Après correction des effets de change et du renchérissement, on obtient une croissance de 0,7%.

Evolution favorable pour la Restauration Migros

Avec un chiffre d'affaires de CHF 683,9 mio (+1,2%), la restauration Migros réalise un résultat d'exploitation satisfaisant. La restauration collective (+19,1%) et l'Event-Catering (+26,9%) ont enregistré des progressions particulièrement fortes. Pour leur part, les restaurants Migros affichent des résultats stables (+0,0%) et les Take Away Migros cèdent un peu de terrain (-2,4%). En 2015, l'entreprise comptait 314 restaurants Migros, contre 310 l'année précédente.

Croissance du chiffre d'affaires des produits sous labels Les ventes d'articles produits durablement poursuivent leur progression marquée. Les achats de produits à valeur ajoutée écologique ou sociale ont représenté au total CHF 2,678 mia (+8,4%). L'assortiment bio, qui comprend quelque 1800 produits alimentaires, y compris Alnatura, se distingue tout particulièrement: ses ventes bondissent de 14,8% pour atteindre CHF 681,1 mio. Les produits MSC et ASC, issus de la pêche ou de la chasse durable, réalisent un chiffre d'affaires de CHF 135,6 mio (+46,3%). Les ventes des produits labellisés TerraSuisse, le label pour une agriculture durable réalisant les meilleurs ventes, s'établissent à CHF 714 mio (+6,5%). Quant aux articles du commerce équitable Max Havelaar, leur demande ne cesse d'augmenter pour un chiffre d'affaires de CHF 113,8 mio (+7,7%).

Il en va de même pour le label De la région: le chiffre d'affaires réalisé avec cet assortiment de plus de 9000 produits se monte à CHF 898,6 mio (+3,2%).

Le label de qualité aha! identifie plus de 120 articles relevant des domaines de l'alimentation et des cosmétiques, particulièrement destinés aux clients présentant des allergies et des intolérances. Sans cesse élargi, il a enregistré un chiffre d'affaires total de CHF 70,9 mio (+21,5%).

Au total, le chiffre d'affaires global réalisé avec des labels régionaux, durables ou de santé a atteint CHF 3,648 mia (+7,3%) en 2015.

Réseau des supermarchés Migros

Fin 2015, le réseau de distribution Migros comprenait 659 sites, soit onze de plus que l'année précédente. 17

nouveaux sites Migros ont été ouverts, trois ont fermé leurs portes, trois autres ont remplacé d'anciens emplacements et deux ont fait l'objet de travaux de transformation et d'agrandissement importants. La surface de vente des supermarchés, marchés spécialisés et restaurants compris a progressé de 15'551 m2 pour atteindre 1'377'633 m2 (+1,1%).

Ecole-club Migros

L'an dernier, plus de 376'000 personnes ont profité de 600 cours et offres de formation. Avec 8'816'686 heures-participants pour les 53'404 cours et formations organisés, l'Ecole-club Migros est la plus grande institution de formation de Suisse et emploie 7500 enseignants sur 50 sites en Suisse. En 2015, l'engagement volontaire de Migros dans les domaines de la culture, de la société, de la formation et des loisirs, à travers le Pour-cent culturel Migros, s'est élevé à CHF 120 mio.

Génération M

Bien-être des animaux: Depuis 2015, les charcuteries de l'entreprise de tradition Beretta (Nord de l'Italie) et la viande fraîche de poulet originaire d'Allemagne et de Hongrie sont produites selon les normes suisses en matière de bien-être animal. D'ici 2020, ces normes très strictes s'appliqueront à tous les produits provenant de l'étranger.

Huile de palme: Migros a tenu fin 2015 sa promesse concernant l'huile de palme. L'Industrie Migros achète environ 98% de son huile de palme destinée à la production de denrées alimentaires à des plantations certifiées RSPO. La traçabilité du produit est ainsi garantie jusqu'à la plantation. Les 2% restants sont des quantités minimes contenues dans les produits semi-finis achetés.

Migros Bio Cotton: Fin 2015, la part du label dans l'assortiment textile des marques propres s'élevait à 18,1%. Migros a ainsi atteint l'objectif qu'elle s'était fixé de doubler la part des textiles durables par rapport à 2011.

Gestion de la santé en entreprise Les dix coopératives Migros et la Fédération des coopératives Migros (FCM) ont mis en place un système de gestion de la santé (GSE) et elles se sont vu décerner le label «Friendly Work Space» fin 2015.

Environnement: Migros est en passe de réaliser ses objectifs de réduction de la consommation d'électricité et d'émissions de gaz à effet de serre. Elle continue également à favoriser les sources d'énergie durables. D'ores et déjà, 88 installations solaires sont montées sur les toits des bâtiments Migros, dont la centrale solaire la plus puissante de Suisse, qui se trouve sur le toit du centre de distribution de Neuendorf. En 2015, Migros a pu réduire ses émissions de gaz à effet de serre dans le commerce de détail par le canal des coopératives de 17% par rapport à 2010.

Commerce

Dans une conjoncture difficile depuis des années, le département Commerce a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de CHF 7,3 mia (+3,5%). Compte tenu de la chute du prix des combustibles et des carburants (Migrol), les ventes ont progressé de 9,3% (voir le tableau détaillé).

Denner

En dépit de l'évolution défavorable du marché, Denner a pu défendre sa position de premier discounter de Suisse, avec une légère baisse de son chiffre d'affaires de 0,4% à CHF 2,9 mia. L'enseigne a une nouvelle fois vu son taux de fréquentation augmenter, et ce, en particulier grâce à la transformation de 180 magasins supplémentaires. Fin 2015, Denner comptait au total 797 sites (satellites compris). (voir le communiqué de Denner sur le chiffre d'affaires du 14.1.2016)

Migrol

Comme tous les exploitants de stations-services et distributeurs de carburants, Migrol a été fortement touchée par l'effondrement du prix des produits pétroliers et a accusé un repli de son chiffre d'affaires, en termes nominaux, de CHF 262,8 mio à CHF 1.360 mia (-16,2%). Le CA a progressé de 2,7% en termes réels, ce qui a représenté un gain en parts de marché.

Grands Magasins Globus

Malgré l'intégration de Schild et des gains de parts de marché, les Grands Magasins Globus voient leurs ventes baisser de 3,3% à CHF 928.7 mio, et ce, en raison de l'environnement concurrentiel complexe. Dans ce contexte, une restructuration s'est avérée indispensable. Elle a été réalisée au second semestre 2015. Le chiffre d'affaires s'est inscrit à CHF 693,1 mio (-3,3%) pour les Grands Magasins Globus, CHF 70,6 mio (-5,1%) pour Globus Hommes et CHF 165,0 mio pour Schild (-2,7%). Au total, Globus (Schild compris) comptait 94 sites à la fin de

l'année. (voir le communiqué du 19.1.2016 sur le chiffre d'affaires du groupe Globus)

Digitec Galaxus

Digitec Galaxus a fait fi du contexte difficile dans le secteur Non Food et enregistré une progression à deux chiffres de ses ventes, affichant un chiffre d'affaires de CHF 696 mio (CHF 498,9 mio pour le groupe Migros, à partir de l'intégration totale). L'entreprise a ainsi conforté sa position de leader incontesté sur le marché en ligne. (voir le communiqué du 13.1.2016 sur le chiffre d'affaires du groupe Digitec Galaxus)

Depot

Depot a poursuivi sa croissance et réalisé un chiffre d'affaires de CHF 456,5 mio avec ses 450 sites et 19 nouveaux magasins. Dans la zone euro, Depot a vu son CA augmenter de 12,0% pour atteindre EUR 428,9 mio.

Migrolino

Migrolino a conservé en 2015 le dynamisme qui a caractérisé la croissance de ses affaires au cours des deux exercices précédents. Ses ventes ont atteint CHF 382,0 mio, en hausse de 10,0%. Le nombre de sites est aujourd'hui de 287, en raison de la forte expansion au Tessin.

Interio

Avec ses 11 sites, Interio a accusé, dans un marché baissier, un repli de son chiffre d'affaires de 2,7% à CHF 181,9 mio. Par contre, ses ventes en lignes ont enregistré une forte croissance de 32,9%.

Groupe Office World (OWiba)

Le chiffre d'affaires global d'OWiba, qui s'est élevé à CHF 179,6 mio, a dépassé de 0,3% celui de 2014.

LeShop.ch

Le supermarché en ligne LeShop.ch a affiché une croissance réjouissante (+6,6%) de son chiffre d'affaires qui s'est inscrit à CHF 175,9 mio. (voir le communiqué du 1.1.2016 sur le chiffre d'affaires de LeShop)

Ex Libris

Dans un marché toujours baissier et déflationniste, Ex Libris a fait face à de grands changements structurels. Alors qu'il a vu ses parts de marché nettement augmenter, le distributeur multimédia a connu une baisse nominale du CA de 5,4% (à CHF 121 mio). Il a néanmoins fait progresser plus encore ses ventes sur les canaux en ligne et cross channel. En 2015, les ventes en ligne représentaient déjà plus de 50% du chiffre d'affaires global. (voir le communiqué du 1.1.2016 sur le chiffre d'affaire d'ExLibris)

Probikeshop

Probikeshop distribue ses produits exclusivement en ligne et a vu son chiffre d'affaires augmenter de 46,1% pour s'établir à EUR 56,8 mio.

M-way

En 2015, M-way a conforté encore sa position de leader du marché et celle de centre de compétences dans le secteur de l'électromobilité, son CA a crû de 53,0%. Son expansion est clôturée avec l'ouverture du 29e magasin.

Sharoo

Première plateforme Peer-to-Peer-Sharing de Suisse pour véhicules automobiles, Sharoo a conforté son leadership en matière d'innovation et gagné, avec Amag, un nouveau partenaire stratégique et co-investisseur. Le Price/Performance Value Leadership Award que lui a décerné Frost & Sullivan pour le meilleur concept de car-sharing d'Europe confirme son rôle de pionnier et d'entreprise innovante. Industrie Migros

L'abandon du cours plancher de l'euro et la fermeté du franc suisse qui en a découlé ont nettement accru la pression exercée sur la place économique suisse. L'industrie Migros a clairement ressenti la hausse du tourisme d'achat et la frilosité des consommateurs sur le marché suisse. En 2015, son chiffre d'affaires s'est établi à 6,255 mia (contre CHF 6,016 mia en 2014), en hausse de 4% sur un marché concurrentiel difficile. En termes réels, cette hausse est de 0,8%. Les ventes réalisées au sein du groupe Migros ont augmenté de 2,1% (à CHF 4,488 mia). Les ventes dues à Denner, Migrolino et LeShop.ch ont connu une croissance surproportionnelle. La variété et l'attractivité des assortiments de l'industrie Migros y ont contribué et tous les clients Migros ont pu gagner des parts de marché.

Les affaires réalisées à l'échelon international, qui englobent les exportations et les ventes d'entreprises opérant à l'étranger, ont enregistré une augmentation de 8,8% et se sont inscrites au total à CHF 681 mio (2014: CHF 626 mio). Certains sites opérant à l'étranger ont connu une forte augmentation en devises locales. Malgré la fermeté du franc suisse, les exportations depuis la Suisse se sont montrées solides. En données corrigées des variations de change, la croissance des exportations s'est établie à un niveau réjouissant de 6,3%. Les principaux vecteurs de croissance ont été les capsules de café ainsi que le fromage. Le secteur des cosmétiques affiche lui aussi une progression.

Compte tenu des effets de change et de la baisse des prix, la plupart des secteurs d'activité ont progressé. Les gains de change réalisés grâce aux économies sur les achats ont été répercutés sur les clients sous forme de baisses des prix. (voir aussi le communiqué de presse de l'Industrie Migros du 24.2.2016)

Voyages

Le chiffre d'affaires du groupe Hotelplan a chuté de 7,1% à CHF 1,305 mia (2014: CHF 1,405 mia). Une évolution qui s'explique en grande partie par les turbulences sur les marchés des changes. Celles-ci se sont soldées par une baisse des prix pour les voyages à partir de la Suisse et par un recul des chiffres d'affaires en franc suisse des filiales dans la zone euro. En raison du choc monétaire de janvier, des attentats terroristes en Afrique du Nord, d'autres événements géopolitiques, de l'afflux de migrants et de l'été ensoleillé, 2015 a été une année difficile pour le groupe Hotelplan. (voir le rapport annuel d'Hotelplan «Compass», publié le 11.1.2016)

Banque Migros

Durant l'exercice 2015, la Banque Migros a poursuivi sur la voie de la stabilité. En dépit de la faiblesse des taux d'intérêt, l'afflux de fonds de clients s'est maintenu. Le volume des crédits hypothécaires a poursuivi son évolution réjouissante. Le total du bilan s'est monté à CHF 42,232 mia et le résultat d'exploitation à CHF 593,5 mio. (voir aussi le communiqué de presse de la Banque Migros du 19.1.2016)

Vous trouverez des informations détaillées à ce propos dans le rapport annuel 2015 en ligne.
https://report.migros.ch

Contact:

* Monica Glisenti, Directrice Corporate Communications FCM, tél. 044 277 20 64
* Tristan Cerf, porte-parole FCM, tél. 044 277 24 98, tristan.cerf@mgb.ch
* www.migros.ch/bilan
* E-mail: media@migros.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100786531 abgerufen werden.