

Rapport des présidents

Claude Hauser, président de l'administration **Herbert Bolliger, président de la direction générale**

Dans un environnement difficile en raison de la crise financière, de l'endettement des pays européens et de la faiblesse de l'euro, le groupe Migros a réalisé un bon exercice, avec un taux de fréquentation des magasins et un volume des marchandises écoulées en hausse par rapport à l'année précédente. Ainsi, le chiffre d'affaires s'est inscrit à 24,9 mia. CHF, soit un montant très proche de l'année précédente.

L'**indice des prix à la consommation** a enregistré un recul, alors que le renchérissement en Suisse a augmenté de 0.2 % (2010 : 0.7 %) en raison de la hausse des prix de l'énergie.

La **situation concurrentielle** dans le commerce de détail est restée très tendue. Les défis furent de taille à tous les niveaux de la valeur ajoutée, à savoir production, logistique et front de vente, ce qui a exigé un effort accru en matière de productivité.

Malgré les réductions de prix massives accordées durant l'exercice et la contraction des ventes dans le secteur du voyage, affecté par les effets de change, le groupe Migros a réalisé un **chiffre d'affaires** de 24.9 mia. CHF, légèrement en recul par rapport à l'année précédente (2010 : 25.0 mia. CHF).

Les baisses de prix substantielles répercutées dans les propres usines et les coopératives régionales ont toutefois pesé sur le résultat financier du groupe, avant intérêts, impôts, amortissements et effet de prévoyance (**EBIT**). Atteignant 979.0 mio. CHF, ce dernier a enregistré une régression de 16.8 % (2010 : 1'176.2 mio. CHF).

Avec des **investissements** de l'ordre de 1'265.3 mio. CHF (1'490.2 mio. en 2010), Migros est restée en 2011 un partenaire important de l'économie helvétique, garantissant des milliers d'emplois en Suisse. Dans les activités industrielles et du commerce de gros, ces investissements ont progressé de manière sensible pour atteindre respectivement 230 mio. CHF et 157 mio. CHF.

Le **commerce de détail** a été dominé par la faiblesse de l'euro qui s'est déprécié par rapport au franc suisse d'une manière quasi dramatique, provoquant une explosion du tourisme d'achat. Les réductions de prix consenties sur l'ensemble de l'assortiment se sont chiffrées à plus de 600 mio. CHF, d'où une diminution moyenne des prix de quelque 3.9 %. Elles n'ont cependant pu être compensées en totalité par le taux de fréquentation des magasins et le volume des marchandises écoulées, de sorte que le chiffre d'affaires des coopératives régionales (y compris à l'étranger) s'inscrit à la baisse de 3.3 % par rapport à 2010.

Le **réseau de vente** Migros comptait, à fin 2011, 623 points de vente, soit 13 de plus qu'en 2010. La surface de vente dans les supermarchés/hypermarchés, les magasins spécialisés et la restauration a augmenté de 39'193 m² (+3.0 %) pour passer à 1'332'397 m² (2010 : 1'293'204 m²).

Evolution des prix : meilleur rapport prix-prestations

En 2011, Migros a réduit les prix de plus de 6250 articles. Ils ont diminué en moyenne de 4.4 % dans les marchés spécialisés et de 6.4 % dans l'assortiment Melectronic. Mais c'est dans le secteur des fruits et légumes que l'écart est le plus spectaculaire (-9.8 %). Les gains sur les changes ont été systématiquement répercutés sur plus de 1000 produits de marque.

En 2011,
Migros a réduit
les prix de
plus de 3000
articles.



«Le succès de Migros est basé sur une stratégie à long terme qui prend en compte l'intérêt de tous les partenaires.»

Claude Hauser
Président de l'Administration



«Migros, entreprise en pleine santé, innovante et rentable jouit de la plus grande confiance auprès de la population suisse.»

Herbert Bolliger
Président de la Direction générale

Temps forts et innovations : industrie, commerce en ligne

Le développement du **commerce en ligne** a poursuivi sa lancée en 2011. Migros est le distributeur rencontrant le plus grand succès en Suisse grâce à ses enseignes Leshop.ch, Exlibris.ch, Travel.ch, Micasa.ch, Melectronics.ch et Migrol.ch.

LeShop, leader des supermarchés en ligne de Suisse, est devenu rentable au cours de l'exercice, en réalisant un chiffre d'affaires de 149.5 mio. CHF. Le nombre de commandes via smartphones et tablettes numériques est en pleine croissance. Plus de 10 % des commandes ont été réalisées en mode mobile.

Le grand projet **ELSAvenir** s'est achevé avec l'inauguration officielle en novembre 2011. Au cours des cinq dernières années, quelque 100 mio. CHF ont été affectés à l'entreprise ELSA, l'une des laiteries les plus modernes d'Europe.

Depot/Gries Deco Holding (GDC) a été consolidé au sein du groupe Migros. **La chaîne commerciale « Depot »**, articles de décoration et accessoires de l'habitat, a connu une expansion fulgurante. Elle a enregistré la plus forte croissance en Europe en 2011 et ouvert 95 nouveaux magasins en Allemagne, en Autriche et en Suisse.

Depuis juillet 2011, **m-way**, le centre de compétence pour l'électromobilité, est devenu une entreprise autonome rattachée à la Fédération des coopératives Migros. Deux nouveaux points de vente ont vu le jour à Saint-Gall comme à Genève l'an passé et la gamme de vélos, scooters, motos et voitures électriques a été amplement élargie.

Durabilité polyvalente et un « Oscar »

Pour son engagement de longue date dans les domaines de l'énergie et de la protection de l'environnement, Migros a été récompensée en 2011 par l'**Energy Globe Award Suisse**, « l'Oscar de énergie ».

Au cours de l'exercice, l'offre de **produits durables** n'a cessé d'être développée. Migros répond ainsi à la demande toujours plus forte de produits socialement et écologiquement responsables. Le chiffre d'affaires des labels durables a augmenté de 6.5 % pour atteindre 2.3 mia. CHF.

Toujours dans le cadre de sa stratégie de développement durable, M-Industrie a décidé de privilégier un approvisionnement en **huile de palme** « certifiée ségréguée ».

En 2011, le **Pour-cent culturel Migros** a de nouveau investi plus de 117 mio. CHF dans la culture, la société, la formation, les loisirs et l'économie. Cette institution Migros, fondée par Gottlieb Duttweiler, constitue un engagement unique au monde.

Sponsoring : Swissness et régionalité

En 2011, Migros a orienté une fois de plus son sponsoring sur les thèmes de la « Swissness » et de la régionalité, en s'affirmant entre autres comme le sponsor principal de la fête de lutte d'Unspunnen. Autre événement phare : l'engagement de SportXX à différentes courses populaires régionales en Suisse, la Course du Greifensee, celle de la Saint Sylvestre à Zurich ou encore le Marathon de Lausanne.

Satisfaction des clients

Les enquêtes réalisées auprès des clientes et clients en 2011 ont confirmé une fois de plus qu'ils sont très satisfaits de la sélection de produits, de l'offre de services et du rapport qualité-prix de Migros. L'échange sur les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter est de plus en plus plébiscité. Ce dialogue reflète la grande confiance des clients envers Migros et montre que sa stratégie est judicieuse.

Le chiffre d'affaires des labels durables a augmenté de 6.5 % pour atteindre 2.3 mia. CHF.

Collaborateurs

Fin 2011, Migros employait 86'393 collaborateurs confirmant ainsi sa position de plus important employeur privé de Suisse. La présence de 2'777 employés supplémentaires (+3.3 %) provient principalement de l'acquisition de nouvelles entreprises (Depot). Et ce sont 3'386 apprentis qui ont été formés dans plus de 40 professions. Au cours de cet exercice difficile, les collaborateurs Migros ont accompli une performance très appréciée.

Unicité

Le succès de Migros est basé sur une stratégie à long terme qui prend en compte l'intérêt de tous les partenaires. Elle s'engage à respecter les principes du « Global Compact » et place la responsabilité sociale au centre de ses préoccupations, fidèle en cela à l'esprit de son fondateur Gottlieb Duttweiler.

L'esprit coopératif, l'enracinement régional et les valeurs telles que solidarité, action raisonnable et bien-être sont les bases d'un développement durable du groupe Migros.

Dans ce monde globalisé où la politique, l'économie ou la finance ont perdu leurs garde-fous, la forme coopérative s'affirme comme un modèle de réussite solide et stable, Migros lui demeurera fidèle en 2012 également, année internationale des coopératives.

Perspectives

Migros, entreprise en pleine santé, innovante et rentable jouit de la plus grande confiance auprès de la population suisse. Elle a rempli ses engagements lors des périodes florissantes et agi de manière responsable dans une conjoncture difficile. En 2012, elle continuera de répercuter sur les prix de vente les gains de productivité et la diminution des coûts d'approvisionnement. Elle surprendra aussi avec de nouveaux services tout en poursuivant son engagement social et écologique. Ainsi, elle sera en mesure de contribuer concrètement à la qualité de vie de ses clientes et de ses clients.

En 2012, Migros continuera de répercuter sur les prix de vente les gains de productivité et la diminution des coûts d'approvisionnement.



Claude Hauser Président de l'Administration



Herbert Bolliger Président de la Direction générale