

Rapport des présidents

Malgré des conditions-cadres économiques difficiles, le groupe Migros a réalisé un chiffre d'affaires de 27.4 mia. CHF, ce qui correspond à une croissance de 0.1 %, réussissant même à gagner quelques parts de marché.



Andrea Broggin, président de l'administration (à droite) et Herbert Bolliger, président de la direction générale (à gauche)

Pendant l'année sous revue, Migros a été confrontée à un environnement économique particulièrement instable. La décision surprenante de la Banque nationale de supprimer le **taux plancher de l'euro**, ainsi que les incertitudes qui dominaient les marchés financiers et économiques internationaux, ont eu une influence néfaste sur le comportement des consommateurs. Fin 2015, l'indice du climat de consommation du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) a atteint son niveau le plus bas depuis 2011. Les thématiques comme l'îlot de cherté qu'est la Suisse, l'augmentation des coûts de la santé et la peur de perdre son travail sont revenues sur le devant de la scène.

Le bouleversement survenu dans la politique de change a également mené à une nouvelle hausse de 8 %, soit 11 mia. CHF, des **achats transfrontaliers**. En outre, le ralentissement conjoncturel a été accompagné d'un renchérissement de -1.1% sur les prix à la consommation. Malgré ces conditions difficiles, Migros a enregistré une évolution saine dans tous ses domaines d'activité.

27.4 mia. CHF

est le chiffre d'affaires du groupe Migros en 2015, soit 0.1 % de plus que l'année précédente.

Dans l'ensemble, le **chiffre d'affaires 2015 du groupe Migros** a augmenté de 31.9 mio. CHF (+0.1 %), atteignant ainsi 27.4 mia. CHF. Ce résultat est principalement dû à la chute des prix, parfois considérable, dans certains domaines d'activité (essence, fuel, voyages, électronique, etc.) et à un effet de change négatif de 1 %. Avec pour conséquence une réduction du chiffre d'affaires de plus de 1 mia. CHF.

Une évolution durable

Cette évolution saine montre que Migros a réussi à renforcer la confiance de ses clients, et ceci malgré un environnement économique défavorable. Les offres en ligne variées, les nombreuses innovations en matière de produits, les nouveaux services, mais aussi l'engagement économique et social décrit dans le programme de développement durable Génération M, ont permis de fournir les bonnes réponses aux défis actuels, exigeants et complexes.

Avec le lancement réussi de PickMup, qui permet aux clients de retirer les commandes en ligne au point de retrait de leur choix, Migros prouve ses **compétences cross-canal en ligne**. En sa qualité d'actionnaire majoritaire de Digitec Galaxus AG, elle a pu consolider sa position de leader incontesté sur le marché du commerce électronique. Sa participation majoritaire aux centres de santé santéméd de Swica lui permet d'intensifier sa présence dans le domaine de la santé, qui est d'ailleurs ancré dans la **stratégie du groupe**.

Le résultat **du groupe Migros avant le résultat financier et les impôts sur le résultat (EBIT)** s'élève pour l'année sous revue à 981.6 mio. CHF, soit une baisse de 12.8 % par rapport à l'année précédente (2014: 1'125.6 mio. CHF).

Le niveau des **investissements** qui totalisent 1'356.3 mio. CHF (2014: 1'640.9 mio. CHF) est demeuré très élevé. En 2015, Migros s'est ainsi profilée une fois de plus comme un partenaire de poids de l'économie helvétique, assurant des milliers d'emplois.

Le chiffre d'affaires de détail du segment central, à savoir le chiffre d'affaires net de toutes les **entreprises du commerce de détail** de Migros, s'élevait à 22.996 mia. CHF en chiffres nominaux, ce qui correspond à une légère baisse de 0.2% (année précédente 23.052 mia. CHF). La baisse moyenne des prix de 2.7 % et les effets de change ont eu un effet négatif sur le résultat. Après déduction des effets de renchérissement et de change, la croissance s'élève à 3.4 %.

Grâce à une légère hausse de la fréquentation de la clientèle, les **dix coopératives** ont généré un chiffre d'affaires de 15.613 mia. CHF (-1.9 %). La baisse des prix dans les assortiments Migros en Suisse s'élevait à 1.7 %. La croissance est de 0.7 % après déduction des effets de renchérissement et de change.

M-Industrie a consolidé sa position sur le marché

Avec un chiffre d'affaires de plus de 3.5 mia. CHF, l'évolution des produits durables et régionaux est réjouissante. L'assortiment bio a même enregistré une progression de 14.8 %. Tout comme sur le marché en ligne, Migros conserve son statut de leader grâce à ses produits fabriqués de manière socialement responsable et écologique. Le chiffre d'affaires du commerce électronique a connu une hausse de 47.3 % en chiffres nominaux (8.9 % après correction des acquisitions, du renchérissement et des effets de change).



M-Industrie a renforcé sa position sur le marché en Suisse et à l'étranger, réalisant un chiffre d'affaires de 6.255 mia. CHF (année précédente: 6.016 mia. CHF), soit une augmentation de 4.0 %. Les entreprises Rudolf Schär AG, Lüchinger+Schmid AG et Quantum Beauty Company Ltd. ont désormais rejoint M-Industrie.

Le chiffre d'affaires du **groupe Hotelplan** a reculé de 7.1% pour s'établir à 1.305 mia. CHF (2014: 1.405 mia. CHF). Une baisse principalement due aux turbulences monétaires, avec pour conséquence des tarifs très bas pour les voyages depuis la Suisse, et des chiffres d'affaires en francs suisses en recul pour les filiales situées dans la zone euro.

La **Banque Migros** a poursuivi son évolution stable durant l'exercice 2015. Indépendamment de la phase de baisse des taux d'intérêts, l'apport de capitaux s'est maintenu et le volume des crédits hypothécaires a poursuivi lui aussi son développement réjouissant. Le total du bilan s'élevait à 42.232 mia. CHF et le produit d'exploitation à 593.5 mio. CHF.

Engagement social

A l'instar des années précédentes, le Pour-cent culturel Migros, calculé sur la base du chiffre des ventes de détail par le canal des coopératives, a alloué en 2015 120.2 mio. CHF à des buts culturels et des projets sociétaux, à la formation, aux loisirs et à la politique économique, comme la série de concerts Migros-Pour-cent-culturel-Classics ou le Musée Migros d'art contemporain. Inscrite dans la philosophie de Gottlieb Duttweiler et ancrée dans les statuts de Migros, cette institution représente un engagement volontaire unique au monde.

La Banque Migros a poursuivi en 2015 son évolution régulière, tandis que l'apport de capitaux s'est maintenu.

Dans le but de compléter l'offre du **Pour-cent culturel Migros**, le **fonds de soutien Engagement Migros** a été créé en 2012. Les entreprises des domaines d'activité stratégiques Commerce, Services financiers et Voyages s'engagent à verser 10 % de leurs dividendes à ce fonds pour financer des projets relatifs aux domaines de la culture, du développement durable, de la politique économique et du sport. En 2015, une somme totale de 10.3 mio. CHF a ainsi été mise à disposition (dépense effective: 8.6 mio. CHF).

En participant à la **campagne de Noël** pour les enfants démunis en Suisse, les clients ont envoyé un signal fort en faveur de la solidarité en collaboration avec Migros. Plus de 6 mio. CHF ont été reversés à quatre organisations caritatives suisses d'utilité publique.

Les sondages réalisés auprès des clients pendant l'exercice sous revue ont révélé que **leur niveau de satisfaction** est excellent. La clientèle est très satisfaite de la palette des produits, des services et du rapport prix-prestation de Migros.

La responsabilité sociale comme principe de base

Fin 2015, le groupe Migros employait pour la première fois plus de 100'000 collaborateurs, dont près de 86'000 en Suisse. L'augmentation de 3 % (2014: 97'456 collaborateurs) s'explique principalement par les acquisitions. Migros demeure l'employeur privé le plus important de Suisse. Avec des prestations sociales supérieures à la moyenne et un climat de travail caractérisé par la valorisation du personnel, le groupe assume une responsabilité exceptionnelle envers ses collaborateurs.

L'entreprise doit son succès à une **stratégie axée sur le long terme** dans laquelle les intérêts de tous les stakeholders sont pris en compte. Fidèle à l'esprit de son fondateur Gottlieb Duttweiler, elle place sa responsabilité sociale au cœur de son action. Elle fait également siens les dix principes du Pacte mondial de l'ONU.

Pour le groupe Migros, les fondements d'un développement sain consistent en une **politique d'entreprise reposant sur l'idéal coopératif**, l'ancrage national et régional et la volonté de s'engager avec passion pour les clients, de façon crédible et toujours dans une optique de performance.

Perspectives

Migros est une entreprise fondamentalement saine, innovante et rentable qui jouit d'un capital confiance considérable au sein de la population suisse.

L'entreprise continuera à convertir systématiquement en baisse des prix ses gains de productivité et les **conditions d'approvisionnement plus favorables** qu'elle obtient. A l'avenir aussi, Migros entend accélérer le développement du commerce en ligne et faire son possible pour offrir le meilleur rapport prix-prestation. Parallèlement, elle promet, au-delà du renforcement de sa capacité économique, de fixer encore plus haut ses

10.3 mio CHF

ont été mis à disposition par le fonds de soutien Engagement Migros.

86'086

collaborateurs sont employés par le groupe Migros en Suisse.

Avec enthousiasme pour la qualité de vie.

Lignes directrices de Migros

objectifs sociaux et écologiques et d'assurer sa responsabilité sociale.

Migros s'engage sur le long terme à préserver l'environnement, inciter à une consommation responsable, adopter un comportement exemplaire du point de vue social à l'égard de la société et des collaborateurs, ainsi qu'à promouvoir un mode de vie sain. Le **principe du développement durable** est ancré aussi bien dans les lignes directrices de Migros que dans sa stratégie de groupe. Elle se conforme ainsi strictement à ses lignes directrices en vertu desquelles Migros est, par excellence, l'entreprise qui s'engage avec enthousiasme pour la qualité de vie de ses coopérateurs et de ses clients.



Andrea Brogini, président de
l'administration



Herbert Bolliger, président de la
direction générale