



26.11.2024 10:00:12 SDA 0037bsf
Suisse / Zurich (awp, ats)
Economie et finances, Commerce de détail, Distribution

Le géant Migros entre rapetissé dans une nouvelle ère

À l'aube de son 100^e anniversaire, Migros a entamé cette année la plus grande transformation de son histoire, en vendant des morceaux de son empire aux quatre vents, sacrifiant au passage quelque 726 postes. Si plusieurs enseignes spécialisées ont déjà trouvé des repreneurs, ce n'est pas encore le cas d'Hotelplan, Micasa, Do it + Garden et Mibelle.

Migros a décidé en début d'année de se concentrer sur les domaines d'activité du commerce de détail (alimentaire et non-alimentaire), des services financiers (Banque Migros) ainsi que de la santé (Medbase) et de se séparer de plusieurs filiales. Au final, le géant orange se verra délester d'environ 1500 emplois. Une transformation nécessaire pour qu'il puisse conserver sa position de leader dans le commerce de détail en Suisse et offrir des avantages à sa clientèle, selon un porte-parole du détaillant contacté par l'agence AWP.

Les annonces de ventes, fermetures ou restructurations se sont succédées tout au long de l'année. Nouvellement créée pour gérer l'exploitation des supermarchés, la filiale Migros Supermarché a ouvert la marche au printemps en procédant à une centaine de licenciements. Les marchés spécialisés melectronics, Misenso, Sportx et Bike World ont ensuite été cédés à des acquéreurs et les centres Bestsmile ont été fermés, notamment (voir encadré).

Migros Industrie a été redimensionnée. Au total, environ 365 postes ont été biffés chez le producteur de denrées alimentaires Delica, le transformateur laitier Elsa Group et sur le site de la M-Industrie à Zurich.

Le secteur de la logistique a également été concerné par le processus de concentration. Migros a, entre autres, décidé de regrouper les centres logistiques de Lucerne et du Tessin.

Négociations en cours

Concernant la vente des marchés spécialisés Hotelplan, Micasa, Do it + Garden et Mibelle, Migros est actuellement en négociation avec plusieurs acheteurs potentiels. "Nous ne pouvons pas donner de détails en raison des accords de confidentialité. Migros veut délibérément prendre son temps et rechercher soigneusement le meilleur nouveau propriétaire possible pour chaque cas (...). Les processus de vente se déroulent comme prévu", assure le porte-parole du géant orange.

De leur côté, les dix coopératives régionales de Migros semblent pour l'heure épargnées par la réorientation stratégique du groupe. "Les coopératives restent des entreprises juridiquement indépendantes et sont responsables de la gestion et de la bonne marche de l'entreprise dans leur région. Mais elles examinent aussi en permanence quelles activités s'inscrivent dans la stratégie de Migros à long terme. Il ne devrait pourtant pas y avoir de nouvelles annonces substantielles de suppressions de postes dans les mois à venir", explique le porte-parole.

Investir dans les baisses de prix

Parallèlement à cette restructuration massive, Migros va investir dans les cinq prochaines années 2,5 milliards de francs dans des baisses de prix, l'ouverture de 140 nouveaux magasins et la modernisation de 350 supermarchés existants. "D'autres investissements importants seront consacrés à l'introduction d'un nouveau concept de magasin pour Denner, à l'efficacité de la logistique chez le discounter et Digitec Galaxus, au développement du commerce en ligne ainsi qu'à la rentabilité et à l'orientation clientèle des entreprises de production de Migros Industrie", ajoute le porte-parole.

Concernant le développement des activités en ligne, la direction de la FCM voit dans le marché européen un grand



potentiel de croissance. Elle a accordé cet automne à Galaxus, dont elle est propriétaire majoritaire, un budget - dont le montant n'a pas été dévoilé - pour son expansion à l'étranger jusqu'en 2029. Le détaillant en ligne a ainsi continué d'investir dans sa filiale en Allemagne en débutant la construction d'un nouveau centre logistique à Neuenburg am Rhein. Il emploiera à terme quelque 1000 collaborateurs.

En 2025, Migros fêtera un siècle d'existence et tournera définitivement la page d'une ère d'expansion. Reste à savoir si la stratégie du groupe se révélera viable sur le long terme. "Oui, si Migros reste fidèle à ses valeurs actuelles que sont la durabilité et la proximité", répond **Suren Gunawardena, spécialiste en marketing à la Haute école de gestion Arc (HEG) à Neuchâtel.**

"L'image que l'on a du géant orange n'est pas celle que l'on a des discounters: Aldi et Lidl offrent des prix bas, Migros, une qualité supérieure. Alors si le grand détaillant diminue ses prix tout en conservant la qualité, il aura clairement un avantage concurrentiel", estime-t-il.