

## Communiqué de presse

Zurich, le 13 janvier 2010

Migros a gagné 18 places et Coop 17 par rapport à l'année précédente

### **Distributeurs mondiaux : Migros et Coop dans le top 100**

**Selon le récent rapport *Global Powers of Retailing 2010* rédigé par Deloitte en collaboration avec STORES Media, Migros et Coop comptent parmi les 100 premiers distributeurs mondiaux, occupant respectivement la 40<sup>e</sup> et la 52<sup>e</sup> place. Migros a gagné 18 places et Coop 17 par rapport à l'année précédente. Richemont, classé en 243<sup>e</sup> position, a perdu deux places. Malgré l'une des plus fortes contractions économiques depuis des décennies, les principaux distributeurs mondiaux ont réussi à augmenter leur chiffre d'affaires de 5,5% durant l'exercice fiscal 2008 (incluant les exercices fiscaux clôturés en juin 2009). Leur chiffre d'affaires total a ainsi avoisiné les 3'800 milliards USD. Cependant, la récession mondiale s'est répercutée sur le résultat net des distributeurs. La rentabilité des 250 plus grands distributeurs mondiaux est passée de 3,7% durant l'exercice fiscal 2007 à 2,4% en 2008.**

La composition du top 10 des distributeurs mondiaux n'a pas évolué cette année. Ce groupe réalise désormais plus de 30% du chiffre d'affaires total du top 250. Wal-Mart Stores, Inc. (Wal-Mart), demeure en tête du classement, devant le groupe Carrefour. Bien que Tesco plc (Tesco) enregistre une meilleure croissance de son chiffre d'affaires que Metro AG (Metro), une monnaie forte par rapport au dollar américain a permis à ce dernier de devancer Tesco pour reprendre la troisième place.

Les deux tiers des 184 distributeurs qui ont communiqué leurs résultats nets ont vu leur marge bénéficiaire nette reculer en 2008 et 30 ont accusé des pertes. Cette tendance s'observe dans presque toutes les catégories et zones géographiques. Les distributeurs européens ont vu leur rentabilité décliner, passant de 4,1% en 2007 à 2,7% en 2008. La rentabilité des distributeurs d'Amérique du Nord a également reculé, passant de 3,6% à 2,4%. Seuls les distributeurs d'Afrique et du Moyen-Orient ont gagné en rentabilité.

Les distributeurs d'articles de loisirs et de produits entrant dans la catégorie des «Hardlines» (électronique, ameublement, appareils ménagers, articles de sport etc.) ont vu leur marge bénéficiaire chuter de plus de 50%, passant de 6,8% à 3,1%. Les distributeurs de l'habillement affichent une croissance négative de leurs chiffres d'affaires, avec une marge bénéficiaire réduite de moitié à 4,1%. Même le secteur très dynamique des biens de grande consommation, qui comprend les supermarchés et d'autres commerces alimentaires, enregistre une baisse de sa marge bénéficiaire de 3% à 2,2% bien que son chiffre d'affaires progresse mieux (8,6%) que celui des autres groupes.

Howard da Silva, Responsable du Secteur Consumer Business chez Deloitte Suisse, affirme: « L'année 2008 a été tumultueuse pour les distributeurs mondiaux. La croissance du chiffre d'affaires a ralenti et la rentabilité a reculé, fortement pour certains. Néanmoins, nous pouvons d'ores et déjà supposer qu'avec le redémarrage de l'économie mondiale, les distributeurs devraient être en mesure d'améliorer de nouveau leur rentabilité ».

### Les distributeurs suisses maintiennent leur rang dans le top 100 mondial

Migros et Coop continuent de dominer le marché suisse de la distribution. Bien qu'axés essentiellement sur le marché helvétique, ils ont gravi des échelons du top 250. Migros est passé de la 58<sup>e</sup> à la 40<sup>e</sup> place tandis que Coop a bondi de 17 places pour se positionner au 52<sup>e</sup> rang. Richemont parvient également à se classer et occupe la 243<sup>e</sup> place (241<sup>e</sup> l'année dernière). « L'économie suisse a mieux tiré son épingle du jeu que les autres, c'est pourquoi jusqu'ici, la crise a moins pesé sur la consommation » explique Howard da Silva.

Société	Pays d'origine	Rang	Chiffre d'affaires en 2008 (millions USD)	Bénéfice net du Groupe * en 2008 (millions USD)	CAGR** 2003-2008
Société coopérative Migros	Suisse	40	20'055	649	6,8%
Coop Suisse	Suisse	52	15'573 <sup>e</sup>	409	4,8%
Compagnie Financière Richemont S.A.	Suisse	243	3'282	1'533	10,6%

<sup>e</sup> valeur estimée

\* Le CA consolidé et les bénéfices et pertes peuvent contenir des opérations non liées à la distribution

\*\* Taux de croissance annuel composé

### Autres résultats importants :

#### La plupart des distributeurs doit promouvoir davantage la vente en ligne car les sites de networking social commencent à avoir un impact

La distribution multicanaux continue de progresser car de plus en plus d'entreprises se lancent dans le commerce électronique. Cependant, les ventes en ligne ne représentent encore qu'un faible pourcentage du chiffre d'affaires total : 6,6% en moyenne pour les 100 plus grands distributeurs mondiaux. Les distributeurs de biens de grande consommation semblent s'être lancés dans le e-commerce, mais n'enregistrent que 0,9% de ventes en ligne. « Durant la décennie à venir, Internet engendrera pour les distributeurs de plus en plus de défis et d'opportunités » estime Howard da Silva. « Les distributeurs doivent s'assurer que leur stratégie multicanaux est au point pour conquérir les acheteurs avisés du Net, qui utilisent toujours plus ce canal de vente ».

#### Les distributeurs des marchés émergents commencent à faire concurrence aux acteurs établis

De nombreux distributeurs des marchés émergents acquièrent rapidement le statut d'acteurs mondiaux à part entière. Ils sont non seulement bien équipés pour concurrencer les géants mondiaux sur les marchés domestiques, mais certains deviennent également compétitifs sur d'autres marchés. La prochaine étape, d'ores et déjà initiée, consistera pour eux à investir dans les marchés développés.

## La croissance mondiale reprend mais un rééquilibrage économique a lieu

« La consommation devrait augmenter plus lentement dans les pays ayant beaucoup emprunté pour financer des dépenses de consommation excessives, car les ménages s'efforcent de se désendetter, de rétablir des bilans déséquilibrés et d'accumuler des capitaux », explique Howard da Silva. La croissance économique de ces pays sera davantage portée par les exportations, les investissements des entreprises et les dépenses des gouvernements qu'auparavant. »

Les 10 plus grands distributeurs :

Société	Pays d'origine	Rang	Chiffre d'affaires en 2008 (millions USD)	CAGR 2003-2008 (%)
Wal-Mart	Etats-Unis	1	401'244	9,4
Carrefour	France	2	127'958	4,3
Metro	Allemagne	3	99'004	4,8
Tesco	Royaume-Uni	4	96'210	12
Schwarz Unternehmens Treuhand KG	Allemagne	5	79'924	12,3
The Kroger Co.	Etats-Unis	6	76'000	7,2
The Home Depot, Inc.	Etats-Unis	7	71'288	1,9
Costco Wholesale Corporation	Etats-Unis	8	70'977	11,2
Aldi GmbH & Co.	Allemagne	9	66'063	5,1
Target Corp.	Etats-Unis	10	62'884	6,1

**Vous pouvez télécharger une copie du rapport Global Powers of Retailing 2010 sur le site [www.deloitte.com/consumerbusiness](http://www.deloitte.com/consumerbusiness)**

### Contact:

Howard da Silva  
Responsable Consumer Business  
hdasilva@deloitte.ch  
+41 44 421 6205

Julius Hill  
Directeur Consumer Business  
jnhill@deloitte.ch  
+41 22 747 1799

Karen Seifert  
Marketing & Communications  
kaseifert@deloitte.ch  
+41 44 421 6506

### Note aux rédacteurs

Dans le présent communiqué de presse, la désignation Deloitte fait référence à la société britannique affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu («DTT»), une association de droit suisse dont les sociétés affiliées constituent des entités juridiques

indépendantes et séparées. Veuillez consulter la page [www.deloitte.ch/about](http://www.deloitte.ch/about) pour une description de la structure juridique de DTT et de ses sociétés membres.

Forte de plus de 12 000 collaborateurs en Suisse et au Royaume-Uni, Deloitte LLP et ses sociétés affiliées sont des conseillers d'entreprise de pointe qui fournissent des services professionnels dans les domaines de l'audit, de la fiscalité, du conseil en gestion et du financement d'entreprise. Connue pour être un employeur de choix pour ses programmes innovants en matière de ressources humaines, elle aide ses clients et ses employés à se dépasser.

Deloitte SA est reconnue par l'autorité fédérale de surveillance en matière de révision et l'autorité fédérale de surveillance des marchés financiers.

Les informations contenues dans ce communiqué de presse sont correctes au moment de leur impression.

Pour de plus amples informations, veuillez consulter notre site [www.deloitte.ch](http://www.deloitte.ch)