

# Migros abandonne la course à la grandeur

## Commerce de détail

Le géant orange veut se séparer de quatre filiales, dont Globus et Interio, trop peu rentables et trop éloignées de sa nouvelle stratégie. L'alimentaire, l'e-commerce et la santé deviennent ses principaux piliers



Un logo Migros à Zurich, le 17 février 2018. — © KEYSTONE/Melanie Duchene



[Servan Peca](#)

Publié jeudi 27 juin 2019 à 19:48

Modifié jeudi 27 juin 2019 à 21:34

- 
- 
- 
- 

Si tant est qu'elle existait réellement, Migros renonce à gagner la course au chiffre d'affaires avec Coop. Finie la lutte de taille entre les deux géants orange de la grande distribution suisse. Migros a annoncé jeudi le début d'un processus de vente d'une ampleur inédite.

Globus, Interio, Gries Deco (Depot) et M-way. Ces quatre filiales sont désormais sur le marché. Si Migros parvient à trouver preneur, ce qu'il espère pouvoir annoncer en 2020, ses

28 milliards de francs de chiffre d'affaires seront amputés d'environ 1,5 milliard, soit 5% du total.

A l'image d'un Nestlé, d'un ABB ou, de manière plus discrète, d'une SGS, le groupe veut se délester des activités qu'il ne juge plus assez stratégiques, plus assez rentables ou les deux à la fois. Jeudi en fin de journée, lors d'une conférence de presse à Zurich, Beat Zahnd, responsable du département Commerce de Migros, a d'ailleurs concédé que Globus perdait de l'argent. Au vu de la restructuration en cours, des investissements en ligne et des besoins d'ajustement de l'offre dans les magasins de mode, «cela ne peut pas en être autrement».

**Lire aussi:** [Migros et Coop, des frères ennemis presque jumeaux](#)

Abonnez-vous à cette newsletter



J'accepte de recevoir les offres promotionnelles et rabais spéciaux.



## Le point éco

**GRATUIT.** Chaque matin 6h, ce qui agite l'économie dans le monde et en Suisse.

[exemple](#)

### Quatre choix, quatre arguments

Dans un long communiqué publié jeudi matin, le groupe Migros détaille les raisons de ses choix. Pour Globus, entré dans le giron orange en 1997 et qui constitue le gros morceau de l'opération, c'est son positionnement haut de gamme qui ne répond plus à celui de son propriétaire. Interio, géré de manière quasi indépendante, n'offre pas assez de synergies et se trouve, en plus, dans un marché de la vente de meubles sous forte pression concurrentielle. Gries Deco, pour sa part, est plus actif à l'international que sur le marché suisse. Quant à M-way, Migros préfère miser, pour le vélo, sur le développement de Bike World.

**Lire également l'article lié:** [Malgré le succès du vélo électrique, M-Way suscite un intérêt mesuré](#)

Dix-huit mois après l'entrée en fonction du Chaux-de-Fonnier Fabrice Zumbrunnen à la tête de Migros, le distributeur entame un grand virage. Mais ce que le distributeur présente comme une réorientation, certains le perçoivent comme une opération logique de nettoyage d'un portefeuille trop éparé. «Il faut commencer par se demander pourquoi, à l'époque, Migros a acheté Globus ou Interio, réagit un professionnel du secteur qui souhaite rester anonyme. Ce sont des entités indépendantes, leur gestion est très différente de celle de cette grande coopérative.» Mais Migros ne fait pas seulement le ménage. L'opération annoncée jeudi va lui

permettre de se concentrer sur un spectre plus réduit d'activités, annonce-t-il. Les grands magasins alimentaires, les commerces de proximité, l'e-commerce, le secteur de la santé et quelques marchés spécialisés (Do it + Garden, OBI, Melectronics, Micasa, SportXX et Bike World).

Cette volonté se reflète aussi dans ses dernières acquisitions. Rien qu'en 2018, Migros a intégré PHZ Permanence (permanence à la gare de Zurich), racheté Groupe Médical Synergie (médecine du sport et orthopédie) et le centre chirurgical Operationszentrum Burgdorf. Gowoonsesang Cosmetics, basé à Séoul, est par ailleurs entré dans le giron de M-Industrie. Exemple plus ancien mais plus significatif, le géant orange a acquis en 2015 la majorité de l'une des entreprises les plus dynamiques du pays, Digitec Galaxus, dont le chiffre d'affaires devrait bientôt dépasser le milliard de francs.

**Lire également:** [Migros et Coop sont classés dans les 50 premiers détaillants mondiaux](#)

## **Maus Frères n'en sera pas**

La décision de Migros intervient par ailleurs dans un contexte général difficile pour le commerce de détail suisse. En cause, il y a bien sûr l'essor fulgurant de l'e-commerce auquel les acteurs traditionnels tentent de s'adapter à grande vitesse. Mais il y a aussi la concurrence étrangère (notamment le tourisme d'achat). Les commerçants suisses y sont particulièrement sensibles. «Il n'y a presque aucun autre pays d'Europe occidentale qui a vu les chiffres d'affaires du commerce de détail progresser aussi faiblement entre 2005 et 2017», affirment les auteurs de l'étude Retail Outlook de Credit Suisse. En 2018, les ventes du secteur ont encore stagné. En termes d'emplois, le constat est similaire: le nombre de collaborateurs a augmenté dans la plupart des pays voisins. En Suisse, il a reculé de 3%.

**Lire enfin:** [Globus Genève ferme son magasin à Balexert](#)

Qui pourrait bien, dans ce contexte, être intéressé par la reprise de l'une ou l'autre des futures ex-filiales de Migros? Selon la direction, plusieurs candidats, en Suisse et à l'étranger, se sont déjà spontanément montrés intéressés. Concernant Globus, les regards se tournent indubitablement vers Maus Frères, propriétaire de Manor et Jumbo. Contacté par *Le Temps*, ce dernier n'a pas souhaité s'exprimer sur son éventuel intérêt. Mais une source proche du groupe considère que les entités mises en vente ne correspondent pas à sa stratégie. (Collaboration: Emmanuel Garessus, Zurich)

---

## **Le poids et les emplois des filiales mises en vente**

Migros compte plus de 106 000 employés. Le groupe affirme, sans autre précision, que les collaborateurs concernés par l'annonce de jeudi ne doivent pas s'attendre à de grands changements. Depot emploie 3800 personnes, dont 229 en Suisse et a dégagé un chiffre d'affaires de 554 millions en 2018. Globus compte 2600 employés (808 millions), M-way 105 (40 millions) et Interio 324 (environ 150 millions).

---

## Markus Koch: «La Suisse n'est pas en retard sur l'Europe»



[Markus](#)

[Koch](#)

Pour Markus Koch, spécialiste du commerce de détail chez Deloitte, les ventes en ligne des acteurs helvétiques ne souffrent pas de la comparaison avec celles de leurs homologues européens.

### **Le Temps: Quelles sont les grandes tendances du marché européen du commerce de détail?**

**Markus Koch:** Sur le long terme, nous pensons que la population européenne va diminuer, ce qui signifie que le nombre de consommateurs va décroître et mener à une compétition accrue. Cette compétition porte aussi bien sur les prix que sur l'offre, par exemple sur l'individualisation des produits. Il y a également un changement du comportement des consommateurs: ils s'attendent à une livraison rapide et utilisent différents formats de vente pour faire leurs achats. Beaucoup de nouvelles demandes sont apparues, comme la nourriture végétarienne par exemple, ou encore des aliments produits de manière éthique. Du côté des fournisseurs, les nouvelles technologies permettent d'améliorer les programmes de fidélité. Les détaillants perfectionnent aussi la collecte et l'analyse de données afin de mieux comprendre les comportements d'achat.

### **Le marché suisse se distingue-t-il du reste de l'Europe?**

La Suisse est un marché spécifique. Deux fournisseurs, Coop et Migros, dominent un marché restreint où la population a un pouvoir d'achat élevé. Entre 2005 et 2017, les revenus du commerce de détail ont diminué, quand la plupart des autres marchés européens ont continué de croître. Il y a aussi le fait que 10% des achats se font dans les pays frontaliers.

## **La Suisse accuse-t-elle un retard dans l'e-commerce?**

En Europe il n'y a rien de comparable à Alibaba en Chine ou Amazon aux Etats-Unis. Ce qui n'empêche pas d'avoir des entreprises performantes. En Suisse, par exemple, Digitec Galaxus domine les ventes de produits électroniques. Cela rend l'accès au marché suisse plus difficile à Amazon. Dans le secteur de la mode, Zalando est un autre exemple de boutique en ligne qui fonctionne très bien dans notre pays. La Suisse est un pays très densément peuplé, il y a beaucoup de magasins de proximité rapidement accessibles pour subvenir aux besoins quotidiens. Mais sur le plan de l'e-commerce, la Suisse n'est pas en retard sur le reste de l'Europe. La prochaine évolution à ne pas manquer va être celle du commerce conversationnel, le fait de faire ses achats via un assistant vocal. (Propos recueillis par Etienne Meyer-Vacherand)