

Globus, Globus Hommes, Schild: Migros mise sur une stratégie One Brand et sur la mutation numérique

Schild et Globus Hommes sont rassemblées sous la bannière Globus: l'administration de la Fédération des coopératives Migros (FCM) a approuvé la nouvelle orientation stratégique de Globus, Globus Hommes et Schild lors de sa séance du 11 mai 2017. Dès le printemps 2018, ces trois enseignes seront regroupées sous la marque faitière premium Globus, et la mutation numérique se poursuivra. Tant dans les magasins que dans les boutiques en ligne, les clients profiteront d'un assortiment systématiquement proposé en réseau ainsi que de conseils compétents, quel que soit le format de magasin. Au travers de cette réorganisation, Migros renforce la position concurrentielle de Globus sur un marché de l'habillement âprement disputé. Malheureusement, cette simplification de l'organisation aura aussi son revers: à la centrale de Spreitenbach, quelque 80 postes sur 400 disparaîtront au cours des 18 mois à venir. Dans toutes la mesure du possible, ces suppressions de places de travail seront absorbées de manière socialement acceptable via les fluctuations naturelles, les retraites anticipées et des emplois offerts au sein du groupe Migros.

Ces dernières années, le marché suisse du textile s'est contracté de 2,5 milliards de francs, à savoir qu'il est passé de 11 à 8,5 milliards de francs. Globus et Globus Hommes en ressentent eux aussi les effets. Malgré cette conjoncture difficile, Globus et Globus Hommes n'ont cessé de gagner des parts de marché grâce à leur solide portefeuille de marques premium. En revanche, Schild a été soumis à une pression toujours plus forte du fait que ses offres visent le segment des prix moyens. Un tel recul est certes imputable au tourisme d'achat lié à la force du franc, mais aussi à l'existence de chaînes internationales de magasins ainsi que de nouveaux prestataires en ligne qui ont fondamentalement fait évoluer le comportement des clients et le marché.

Afin de renforcer à long terme la compétitivité des Grands Magasins Globus SA, dont font partie Globus, Globus Hommes et le groupe Schild, l'administration FCM a approuvé une réorientation stratégique. A partir du printemps 2018, ces enseignes se présenteront toutes trois sous la marque faitière premium Globus et seront gérées de manière centralisée. Pour les clientes et clients, les avantages de ce changement résident dans une plus grande clarté de l'offre pour la clientèle. Ils profiteront ainsi d'un élargissement de cette dernière sous une seule marque forte. Ils trouveront l'ensemble des produits qu'ils recherchent dans une unique boutique en ligne et bénéficieront directement de conseils compétents et d'une seule et même carte client. Parallèlement, Globus remaniera les formats de magasins et les assortiments, et poursuivra systématiquement sa mutation numérique. «Nous voulons offrir aux clientes et clients de Globus une expérience d'achat inédite, quelle que soit la manière dont ils font leurs

courses chez nous, en ligne ou dans les magasins Globus qui seront plus nombreux à l'avenir», déclare Thomas Herbert, CEO des Grands Magasins Globus SA.

La simplification de l'organisation a toutefois son revers: en raison du regroupement des trois marques, quelque 80 postes sur 400 seront supprimés à la centrale de Spreitenbach (AG) au cours des 18 mois à venir. Dans un deuxième temps, les besoins des clients et les potentiels commerciaux des 84 emplacements exploités seront évalués, cela afin d'adapter en conséquence le réseau des magasins dans les cinq prochaines années. Sur la base d'analyses détaillées des sites, la fermeture de certains magasins et l'ouverture de nouveaux sera décidée: en outre, parmi tous les formats envisageables, celui qui se révélera le plus adapté sera sélectionné. Concrètement, il s'agit de points de vente qui proposent une offre complète de grand magasin, de commerces spécialisés dotés d'assortiments partiels de grand magasin, de boutiques numériques avec assortiment complet ou de commerces mettant spécifiquement l'accent sur un type d'habillement: hommes, femmes ou femmes / hommes. Et l'extension de l'offre de restauration est en phase de discussion dans quelques magasins.

Dans la mesure du possible, les suppressions de postes liées à ces mesures seront absorbées par le biais des fluctuations naturelles, de retraites anticipées et d'emplois offerts au sein du groupe Migros. Toutefois, si des licenciements s'avèrent inéluctables, les collaborateurs concernés seront soutenus par un plan social dans le cadre de la convention collective de travail. Celui-ci prévoit notamment des prolongations de délais de résiliation, des indemnités de départ ainsi qu'un soutien dans la recherche d'un nouvel emploi. Des négociations à ce sujet sont déjà en cours avec les partenaires sociaux.

Beat Zahnd, président du conseil d'administration de Grands Magasins Globus SA et chef du département Commerce à la FCM, ajoute: «Avec le renforcement de la marque premium Globus et les investissements dans la mutation et le renouvellement de notre réseau de magasins, nous nous engageons tant pour l'avenir de nos grands magasins que pour le marché de la mode haut de gamme hommes et femmes. Nous anticipons le changement de comportement des consommateurs et construisons avec Globus un nouvel univers d'achat où les aspects offline et online seront indissociables. Malheureusement, en raison du transfert des chiffres d'affaires du commerce stationnaire vers le commerce numérique, de la progression record du tourisme d'achat et de l'existence de concurrents internationaux présents dans le segment des prix bas et moyens, la réorganisation stratégique entraîne la perte de certains emplois. Je le regrette vivement et espère que nous pourrons, autant que faire se peut, proposer à toutes les personnes touchées un emploi au sein du groupe Migros.»

Thomas Herbert, CEO de Globus, poursuit: «Il va de soi que je ressens durement de fondre la marque Schild, si riche en tradition, au sein de Globus. Mais l'évolution de ces dernières années et des analyses de marché ont montré que la stratégie One Brand est celle qui convient aux Grands Magasins Globus SA. Ce choix de réorienter Schild vers la marque Globus sera propice à la pérennité de Globus sur des bases solides. A l'avenir, nous aurons la possibilité d'offrir en ligne l'intégralité de notre assortiment dans toutes les régions de Suisse et de conseiller nos clients via l'ensemble des canaux de distribution. Nous ne considérons pas la mutation numérique comme un simple slogan. Nous y voyons une incitation à nous profiler en tant que précurseur et à enthousiasmer nos clientes et clients par une expérience d'achat unique en son genre.»

Grands Magasins Globus SA

Nombre de collaboratrices et de collaborateurs :
3425

Nombre de magasins (y compris outlets et boutiques de marque):
Globus 15
Globus Hommes 23
Schild 45

Portrait de l'entreprise Grands Magasins Globus:

1892: Josef Weber inaugure à Zurich «J. Weber's Bazar», le premier grand magasin de Suisse.

1896: «Globus» apparaît pour la première fois en tant que raison sociale de l'entreprise.

1907: Heinrich Burkhardt transforme la raison sociale en «Grands Magasins Globus».

1964: les magasins de confection sont détachés de Globus et continuent à être gérés sous la raison sociale Globus Hommes Magasins Spécialisés.

1996: avec onze grands magasins, Globus devient une entreprise nationale.

1997: Migros acquiert le groupe Globus (composé à l'époque de Globus, Globus Hommes, ABM, Interio et Office World)

2013: les Grands Magasins Globus reprennent la chaîne de magasins de mode Schild et deviennent ainsi un groupe unique rassemblant les marques autonomes Globus, Globus Hommes et Schild.

2017: Globus, Globus Hommes et Schild sont exploités sous la marque faitière premium Globus à partir de 2018.

Group Globus

Chiffre d'affaires net en mio CHF	2016	2015	%	% corrigé des surfaces de vente
Groupe	879,0	928,7	-5,4%	-2,1%
- Grands Magasins Globus	657,8	693,1	-5,1%	-1,5%
- Globus Hommes	68,2	70,6	-3,4%	-1,4%
- Maisons de mode Schild	153,0	165,0	-7,3%	-4,1%

De la documentation iconographique est à disposition sous
<https://www.migros.ch/fr/medias.html>

Zurich, le 12 may 2017

Pour de plus amples informations:

Monica Glisenti, responsable Corporate Communications FCM
Tél. 058 570 38 26, monica.glisenti@mgb.ch

Tristan Cerf, porte-parole de la FCM, Tél 079 637 79 40, tristan.cerf@mgb.ch

Marcela Palek: responsable of Corporate Communications Globus Tél. 058 578 2309,
marcela.palek@globus.ch