



 **claro**
FAIR TRADE

Rapport annuel 2009/10

Version condensée



Table des matières

Sommaire	3
Rapport financier	
Compte de résultats	6
Bilan	7
Perspectives	8

La version française condense les principales informations du rapport annuel 2009/10 original en allemand et n'est disponible qu'en format PDF. La version en allemand existe sous forme de brochure imprimée. En cas de divergences, le rapport original fait foi.

Toutes les indications du rapport qui ne se réfèrent pas à des faits historiques sont des probabilités ne donnant aucune garantie quant à la marche future des affaires. Des événements imprévisibles pourraient en effet provoquer des retournements de situation à l'origine d'écarts.

Cheffe de projet: Yolanda Roggo, responsable Communication

Graphiques: Andreas Sturm (avec l'appui du prof. R. Hichert)

Mise en page, composition: AHA Marketing Kommunikation AG, Bâle, Suisse

Photos: Griet Hendrickx (Belgique), chez des producteurs de café de la Kagera Cooperative Union (Tansania)

Sommaire

Chez claro, le dernier exercice a été marqué par des défis majeurs. Notre pronostic – développement modéré de la consommation en Suisse, situation économique difficile dans nos pays d'exportation – s'est confirmé. Le fort endettement des Etats de l'Union Européenne et l'affaiblissement de l'Euro ont contribué à un renchérissement considérable de nos produits d'exportation. Heureusement, claro a pu maintenir tous ses clients à l'exportation. Malgré cela, le chiffre d'affaires à l'exportation s'est replié de 12% pour atteindre CHF 9,7 millions.

Sur le marché suisse qui est important pour claro, le chiffre d'affaires s'est replié de 4,3% pour s'établir à CHF 10,4 millions. En dehors d'un contexte économique difficile, d'une concurrence sans cesse croissante des grands distributeurs et de nouveaux fournisseurs en commerce équitable, le repli du chiffre d'affaires tient au fait que la disponibilité des produits n'est pas toujours optimale. Dans les trois groupes de produits, denrées alimentaires, produits bio et éco et articles d'artisanat, le chiffre d'affaires a reculé par rapport à l'exercice 2008/09. Tandis que les ventes par les magasins claro et les Magasins du Monde a reculé de près de 7%, claro a enregistré auprès le groupe de clients comptes clés & commerce de gros une progression de 24%. Dans le cadre d'un concept shop in shop, claro offre pour la première fois ses produits dans un centre commercial. claro remanie et élargit également plusieurs importantes gammes de produits de denrées alimentaires et a lancé 30 nouveaux produits optimisés issus du commerce équitable et de qualité bio.

Les pertes de chiffre d'affaires de 8,1% et donc les pertes en termes de marge contributive ont pu être compensées par une gestion rigoureuse des coûts. C'est ainsi que claro a réussi à clôturer l'exercice avec un bénéfice de l'entreprise de CHF 20 506 malgré le contexte économique difficile. Avec un cash-flow de CHF 1,7 million, l'entreprise dispose d'importantes liquidités. Avec un ratio de fonds propres de 57%, le financement de claro est solide.

Après le départ de Jost Rüegg, membre du conseil d'administration pendant de longues années, les actionnaires ont nommé comme successeur Urs Iselin lors de la dernière assemblée générale. Urs Iselin a travaillé pendant de nombreuses années dans le secteur alimentaire suisse comme responsable des achats et des ventes. Ses connaissances profondes dans le domaine du commerce et du développement des producteurs, ses grandes exigences sur le plan éthique et ses nombreux contacts avec des groupes de producteurs à l'étranger sont des atouts majeurs pour ses activités au sein du conseil d'administration de claro.

Pour le prochain exercice, claro est modérément optimiste. L'économie suisse montre des signes d'un léger redressement, ce qui pour le moment se fait encore peu sentir au niveau de la consommation de denrées alimentaires. La crise de l'endettement dans l'Union Européenne perdurera sans doute et aura un impact plutôt négatif en termes de cours de change sur les marchés d'exportation. Il est d'autant plus important pour claro de poursuivre avec rigueur sa gestion des coûts et de maintenir son niveau élevé de liquidité. Des produits nouveaux et actualisés permettront à claro de s'adresser à une nouvelle clientèle et de renouer avec la croissance.

Grâce à la fidélité de notre clientèle, à l'engagement de nos collaborateurs et collaboratrices dans les magasins claro et dans les Magasins du Monde, grâce au courage des employés de claro fair trade SA et aussi de nos partenaires dans l'hémisphère sud du monde, nous avons réussi malgré un environnement difficile à boucler l'exercice 2009/10 avec un résultat positif.

Le Conseil d'administration et la Direction vous remercient de votre confiance.

A. Sturm

Andreas Sturm
Président du Conseil d'administration

B. Schumacher

Beat Schumacher
Président de la Direction

Dans le sens authentique et honnête, tous les graphiques sont représentés à l'échelle: CHF 1 million correspond à 8 mm, 1 poste à plein temps représente CHF 115 957 (⊘ des coûts de personnel 2009/10), 100% sont figurés par 40 mm.

■ Exercice considéré ■ Impact négatif sur le résultat
 ■ Année précédente ■ Impact positif sur le résultat

Chiffre d'affaires

Millions de CHF,
en % Suisse et
exportations



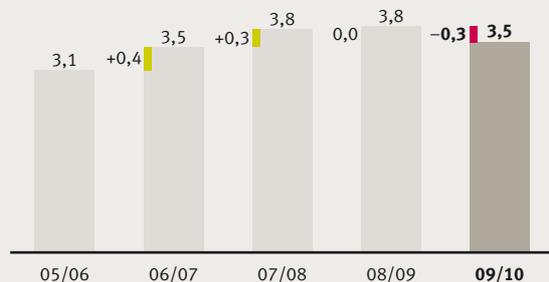
Bénéfice brut

en millions de CHF



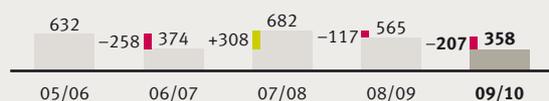
Création de valeur nette

en millions de CHF



Bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements

en 1000 CHF

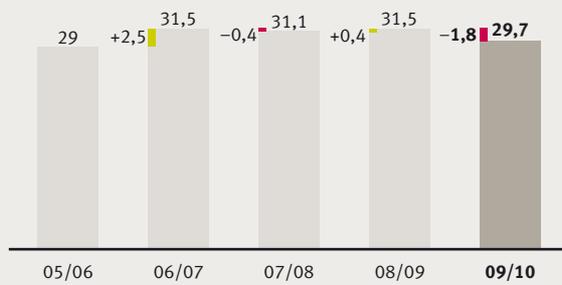


Bénéfice de l'entreprise

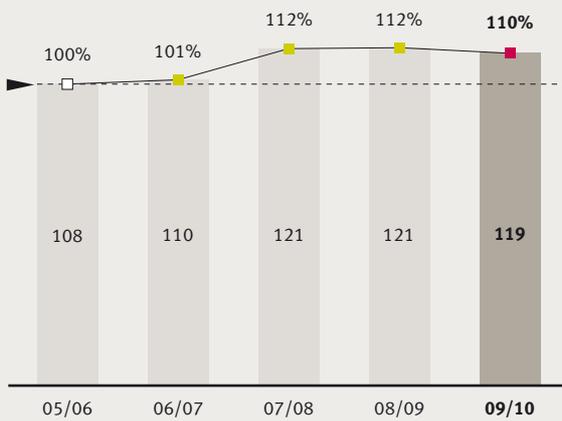
en 1000 CHF



Effectif du personnel
Postes à plein temps



Création de valeur nette
par poste à plein temps en % de 2005/06, en 1000 CHF



Rapport financier

Compte de résultats

au 30.06.2010 en CHF

	2008/09	2009/10		Changement ¹
			- +	
Produits				
Vente Food Suisse	7 768 132	7 630 216	■	-137 916
Vente Food Exportation	11 002 647	9 685 632	■	-1 317 015
Vente Food	18 770 779	17 315 848	■	-1 454 931
Vente Produits bio + éco (Near-Food)	1 133 775	1 088 925		-44 850
Vente Artisanat	2 008 092	1 724 921	■	-283 171
Vente Non-Food	3 141 867	2 813 846	■	-328 021
Vente brute de produits	21 912 646	20 129 694	■	-1 782 952
Baisse des recettes	-710 258	-558 397	■	+151 861
Résultat d'exploitation	21 202 388	19 571 297	■	-1 631 091
Charges				
Achat Matières premières	265 191	258 111		-7 080
Achat Produits	14 737 570	13 433 696	■	-1 303 874
Achat Matériel d'emballage	796 061	782 319		-13 742
Autres charges de marchandises	185 979	297 516	■	+111 537
Transports d'importation & taxes douanières	470 888	440 143		-30 745
Charges de marchandises	16 455 689	15 211 785	■	-1 243 904
Bénéfice brut	4 746 699	4 359 512	■	-387 187
Personnel	3 562 152	3 443 923	■	-118 229
Loyers et entretien	86 095	73 207		-12 888
Administration et informatique	367 272	342 793		-24 479
Publicité	166 085	141 412		-24 673
Charges d'exploitation	4 181 604	4 001 335	■	-180 269
Résultat				
Résultat d'exploitation avant produit financier et amortissements (EBITA)	565 095	358 177	■	-206 918
Charges financières	172 363	106 313		-66 050
Produit financier	-64 280	-42 133		+22 147
Amortissement Installations	321 741	280 637		-41 104
Produit financier et amortissements	429 824	344 817	■	-85 007
Résultat d'exploitation	135 271	13 360	■	-121 911
Recettes extraordinaires/hors exploitation	-30 389	-20 767		+9 622
Charges extraordinaires/hors exploitation	17 504	839		-16 665
Impôts	30 824	12 782		-18 042
Recettes extraordinaires et hors exploitation, impôts	17 939	-7 146		-25 085
Résultat de l'entreprise	117 332	20 506	■	-96 826

¹ CHF 1 million correspond à 10 mm.

Bilan

au 30.06.2010 en CHF

	30.06.2009	30.06.2010		Changement ¹
Actifs			- +	
Disponibilités	1 769 075	1 761 519		-7 556
Créances de livraisons et prestations de tiers	1 158 696	751 249	■	-407 447
Créances de livraisons et prestations d'actionnaires	329 052	279 298		-49 754
Ducroire	-118 000	-118 000		-
Autres créances de tiers	26 303	52 446		+26 143
Réserves de marchandises	1 908 212	2 008 077	■	+99 865
Acomptes sur livraisons et prestations	553 343	670 681	■	+117 338
Régularisations actives	54 098	77 481		+23 383
Actifs circulants	5 680 779	5 482 751	■	-198 028
Immobilisations corporelles	2 969 402	2 739 822	■	-229 580
Immobilisations financières	72 800	93 801		+21 001
Filiales	43 000	43 000		-
Actifs immobilisés	3 085 202	2 876 623	■	-208 579
Actifs	8 765 981	8 359 374	■	-406 607
Passifs				
Engagements de livraisons et prestations de tiers	233 959	277 162		+43 203
Engagements de livraisons et prestations d'actionnaires	26 953	6 664		-20 289
Autres engagements à court terme Tiers	698 026	415 613	■	-282 413
Autres engagements à court terme Groupe	1 836	759		-1 077
Régularisations passives	520 870	398 745	■	-122 125
Fonds étrangers à court terme	1 481 644	1 098 943	■	-382 701
Prêts Tiers	626 050	605 800		-20 250
Prêts Groupe	25 000	25 000		-
Prêts actionnaires	518 350	512 350		-6 000
Hypothèques/crédits de construction de tiers	1 110 000	1 070 000		-40 000
Hypothèques d'actionnaires	90 000	90 000		-
Affectations liées	102 047	163 885	■	+61 838
Provisions Tiers	59 410	59 410		-
Fonds étrangers à long terme	2 530 857	2 526 445		-4 412
Capital-actions	4 343 420	4 343 420		-
Réserves légales	88 435	109 435		+21 000
Réserves libres	79 499	79 499		-
Report de bénéfice	124 794	181 126		
Bénéfice de l'exercice	117 332	20 506		
Bénéfice du bilan	242 126	201 632		-40 494
Fonds propres	4 753 480	4 733 986		-19 494
Passifs	8 765 981	8 359 374	■	-406 607

¹ CHF 1 million correspond à 10 mm.

Perspectives

Il est à prévoir que le prochain exercice subira les effets de la récession. C'est pourquoi claro met l'accent sur la qualité des produits, sur des nouveaux partenariats et l'optimisation des processus.

Malgré un environnement difficile et un recul du chiffre d'affaires de 8,1%, claro boucle l'exercice avec un résultat positif. Après deux années de baisse du chiffre d'affaires, l'objectif prioritaire vise le retour à la croissance. A moyen et à long terme, claro envisage de réaliser un cashflow solide et des bénéfices lui permettant d'investir davantage dans les producteurs du Sud, dans l'entreprise, dans les marchés existants et dans des marchés nouveaux qui seront développés par l'entreprise. claro continue de se focaliser sur une gestion des coûts rigoureuse et le développement de la distribution, notamment sur le marché suisse.

Les responsables de claro estiment que l'exercice 2010/11 subira de nouveau les effets de la récession, notamment en ce qui concerne les produits à prix plus élevé. C'est pourquoi claro a l'intention de poursuivre le remaniement de ses gammes de produits ainsi que de développer et de commercialiser de nouveaux produits innovants. Par ailleurs, claro a l'intention de rechercher de nouvelles coopérations en Suisse et à l'étranger qui seront bénéfiques pour tous les intéressés. claro fait de gros efforts au niveau de la qualité des produits de ses partenaires dans le Sud. De même que l'entreprise s'attache à l'optimisation de ses processus commerciaux. Ses efforts tendent notamment à une meilleure disponibilité des produits, à la ponctualité des livraisons et au suivi des données. En même temps, il s'agit pour claro de développer de nouveaux producteurs et de leur permettre l'accès aux marchés du Nord.

En raison du renchérissement des produits claro imputable au taux de change, il est difficile de prévoir le développement à l'exportation. claro a l'intention de renforcer les relations avec ses clients existants grâce à

une bonne qualité de services et de prospecter de manière ciblée des clients nouveaux, sans pour autant oublier les risques éventuels de l'activité export.

Sur le marché suisse, il s'agit de stabiliser les chiffres d'affaires réalisés par les magasins claro & les Magasins du Monde. Pour y arriver, claro a l'intention de convaincre d'autres magasins du concept de magasin claro et de poursuivre le processus tendant à introduire le nouveau contrat magasin. De même que l'entreprise envisage de développer des canaux de distribution permettant de s'adresser à des nouveaux consommateurs et consommatrices, par exemple l'ouverture d'un magasin spécialisé en commerce équitable ou la présence sur des marchés hebdomadaires. Au total, claro s'attend à une croissance modérée sur le marché suisse.

Après deux années de recul du chiffre d'affaires, l'objectif prioritaire est le retour à la croissance.

claro poursuit son programme tendant à améliorer les processus internes et à réduire le taux d'erreurs. Le projet d'ouvrir des boutiques en ligne B2B ciblant d'autres groupes de clients permettrait d'améliorer l'efficacité interne et offrirait aux clients de connaître les dernières informations sur les produits.

Au cours de l'exercice 2010/11, nos efforts resteront axés sur la coopération avec nos partenaires dans le Sud. Avec l'appui des groupes de producteurs, l'intention est d'améliorer les produits existants, d'optimiser les gammes de produits, de rendre plus fiable l'approvisionnement et de développer de nouvelles spécialités.

