



Communiqué de presse Chicorée

9. janvier 2025

Chicorée en 2024 proche du record de chiffre d'affaires

Le groupe Chicorée a réalisé en 2024 un chiffre d'affaires total de 185 millions de CHF, soit une baisse de 2 % par rapport à l'année record précédente.

En 2024, 2 nouveaux magasins ont été ouverts. Le groupe Chicorée compte désormais 182 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire suisse et emploie plus de 950 collaborateurs.

« Nous sommes heureux d'avoir pu maintenir en 2024 un niveau de chiffre d'affaires proche de celui de l'année record 2023, malgré un environnement de marché difficile dans le commerce de détail. L'année passée a été marquée par un début d'été frais et pluvieux. La collection estivale s'est donc particulièrement mal vendue pendant le mois de juin, période cruciale pour ces ventes. En revanche, le début de l'automne a été idéal grâce à un changement rapide des températures et des conditions météorologiques. Les ventes de fin d'année ont été conformes à celles de l'année précédente. Pour l'année 2025, nous visons une nette augmentation du chiffre d'affaires total. De plus, la baisse des prix des matières premières, la normalisation des chaînes d'approvisionnement et la force du franc suisse auront un impact positif sur nos résultats », explique Thomas Ullmann, CEO du groupe Chicorée.

Les centres-villes sous pression, les zones périphériques et les centres commerciaux en croissance

En 2024, les emplacements en centre-ville ont continué de souffrir, tandis que les zones périphériques et les centres commerciaux ont connu une hausse. Les revenus par mètre carré les plus élevés sont toujours enregistrés dans les gares.

Une nouvelle génération en pleine expansion

En 2020, Jörg Weber, fondateur et propriétaire de l'enseigne de mode suisse Chicorée, a quitté ses fonctions opérationnelles après plus de 38 ans d'activité pour rejoindre le conseil d'administration. Il a confié la direction à Thomas Ullmann, le nouveau CEO, ainsi qu'à ses deux fils Pascal et Mathias Weber, qui ont intégré la direction en tant que co-CEO.

La quatrième année de gestion par cette nouvelle équipe s'avère également réussie. « Les innovations dans tous les départements et l'accent mis sur le produit et sur le client continueront à stimuler la croissance de Chicorée l'année prochaine », affirme Thomas Ullmann.

Accent sur le programme client et la boutique en ligne

En 2025, le programme de fidélité et la personnalisation de la communication client resteront des priorités. La boutique en ligne sera étendue à la majeure partie de l'assortiment, et de nouveaux services omnicanaux, comme le "Click & Collect" (réservation des produits en ligne et paiement/retrait en magasin), seront proposés. Les investissements dans la technologie et la stratégie omnicanale portent déjà leurs fruits avec une fidélisation accrue des clients et une meilleure efficacité des processus.

Poursuite de l'expansion en Romandie et au Tessin

Pour 2025, Chicorée vise un rythme soutenu et une croissance continue, avec l'ouverture prévue de 5 à 10 nouveaux points de vente. Le réseau de magasins Chicorée couvre déjà une grande partie de la Suisse. L'expansion se concentrera principalement sur les régions de la Romandie et du Tessin, comme l'année précédente.