



Communiqué de presse Chicorée

07 janvier 2026

183 millions CHF de chiffre d'affaires en 2025 : Chicorée maintient le cap et poursuit ses investissements

Le groupe Chicorée est parvenu en 2025, malgré un environnement de marché extrêmement exigeant, à se rapprocher du résultat de l'année précédente. La nouvelle collection Mini & Me a été particulièrement couronnée de succès et s'adresse à la nouvelle génération de clientes.

Chicorée est le leader du marché des entreprises de mode suisses dans le segment des vêtements féminins à prix abordables et a réalisé en 2025 un chiffre d'affaires total de 183 millions CHF, ce qui correspond à une baisse de 1 % par rapport à l'année précédente.

« Compte tenu des conditions de marché difficiles dans le commerce de détail stationnaire, des perspectives économiques assombries et de la fermeture temporaire de deux magasins à fort chiffre d'affaires au Gäupark d'Egerkingen et à la gare de Berne, nous sommes très satisfaits de ce résultat », déclare Thomas Ullmann, CEO du groupe Chicorée. « Un grand merci à nos près de 1 000 collaboratrices et collaborateurs engagés. » Pour 2026, Ullmann se montre optimiste : « Nous sommes confiants de pouvoir à nouveau augmenter notre chiffre d'affaires global au cours de l'exercice en cours. Les nouvelles collections rencontrent un vif succès auprès de notre public cible et séduisent de plus en plus de jeunes clientes. Cela nous rend très positifs pour l'année à venir. »

En 2025, 3 nouveaux magasins ont été ouverts. Le groupe Chicorée compte désormais 185 sites dans toutes les régions de la Suisse et emploie plus de 970 collaboratrices et collaborateurs.

5 nouvelles ouvertures déjà planifiées

Pour l'année 2026, Chicorée vise une nouvelle croissance. Dès le début de l'année, 5 nouvelles ouvertures sont prévues : un nouveau magasin dans le canton d'Argovie, ainsi que 2 nouveaux sites chacun dans les cantons du Tessin et de Bâle-Campagne. « En tant que générateur de fréquentation performant, nous disposons d'une très bonne position de départ dans les négociations de location », explique Thomas Ullmann. Le réseau de magasins Chicorée couvre déjà aujourd'hui la plus grande partie de la Suisse et sera optimisé et développé de manière ciblée.

Lancement réussi de la collection Mini & Me

En 2025, la nouvelle collection Mini & Me a également été lancée avec succès. La collection s'adresse spécifiquement aux mères et aux filles et vise délibérément à séduire la prochaine génération de clientes Chicorée. « L'écho positif confirme l'orientation stratégique et renforce la fidélisation à long terme à la marque », déclare Mathias Weber, co-CEO du groupe Chicorée et membre de la famille propriétaire.

Promotion de la relève et investissements dans la formation

Un autre axe prioritaire réside dans la mise en place systématique de jeunes talents pour des postes de direction ainsi que dans le renforcement de la formation des apprenties et apprentis.

« Au cours des dernières années, nous avons développé de nombreux talents issus de nos propres rangs et pourvu avec succès une grande partie de la direction de l'entreprise avec des forces de la relève. Parallèlement, nous investissons continuellement dans la formation de nos apprenties et apprentis », déclare Pascal Weber, co-CEO du groupe Chicorée et membre de la famille propriétaire.

Investissements dans la technologie, les start-up et l'omnicanal

Cette année également, Chicorée prévoit d'importants investissements dans la technologie et le développement de la stratégie omnicanale. L'accent est mis sur les innovations dans le domaine du programme clients ainsi que sur la communication client personnalisée, qui doivent renforcer davantage la fidélisation à la marque. « Nous faisons progresser l'innovation technologique de manière conséquente – notamment par le développement et l'acquisition de nos propres start-up technologiques internes », explique Pascal Weber.

La boutique en ligne sera étendue à la majeure partie de l'assortiment ; de nouveaux services omnicanaux tels que le Click & Collect sont également prévus. À l'avenir, les clientes pourront réserver des produits en ligne et les payer ou les retirer facilement en magasin.