

Nel 2020 il Gruppo Migros ha conquistato quote di mercato e consolidato la sua posizione di leadership online

Zurich, 30 marzo 2021 – Il Gruppo Migros chiude positivamente l'esercizio 2020 nonostante l'emergenza Covid. È riuscito ad acquisire quote di mercato grazie all'ampliamento di un'offerta più vicina alla clientela e a investimenti nella qualità dei prodotti e nella convenienza dei prezzi. Il fatturato è aumentato del 4,4% attestandosi a 29,947 miliardi di franchi. L'utile del Gruppo è pari a 1,757 miliardi di franchi, ed è da ricondurre principalmente a successi una tantum con la cessione di Globus e del centro commerciale Glatt. Al netto di questi ricavi eccezionali, Migros ha segnato un utile del Gruppo di 555 milioni di franchi. E questo nonostante alcuni importanti settori, come viaggi, gastronomia e tempo libero, abbiano registrato pesanti flessioni. Nell'e-commerce il Gruppo Migros è riuscito a consolidare ulteriormente la netta posizione di leader di mercato in Svizzera. Il fatturato del commercio al dettaglio online complessivo ha visto una crescita record del 45,5%. Il fatturato complessivo dell'attività online ha raggiunto quota 2,995 miliardi di franchi, contribuendo per la prima volta al 10% del fatturato globale del Gruppo. Con il suo impegno sociale Migros ha investito 159 milioni di franchi in cultura, formazione, tempo libero, progetti pionieristici e lavori di sviluppo.

La pandemia del coronavirus ha influito fortemente sull'andamento degli affari del Gruppo Migros per il 2020. Nel commercio stazionario e sulle piattaforme online c'è stato un forte aumento della domanda. Al contempo alcuni settori di attività, quali viaggi, gastronomia, offerte per il tempo libero e fitness, hanno subito massicce flessioni. Migros ha comunque saputo difendersi bene nonostante le sfide. Nel difficile periodo della pandemia era presente e ha assunto un ruolo fondamentale nell'approvvigionamento dei beni d'uso quotidiano. I collaboratori e le collaboratrici hanno profuso un impegno straordinario. «Per questo desidero ringraziare tutti i collaboratori e le collaboratrici del Gruppo Migros. Hanno conseguito risultati eccezionali in condizioni estremamente difficili, tanto in modo visibile per i clienti quanto dietro le quinte a livello logistico», dichiara Fabrice Zumbrennen, presidente della Direzione generale della Federazione delle cooperative Migros.

Malgrado il persistere della crisi, il Gruppo Migros è riuscito a realizzare con successo i suoi obiettivi strategici con la rettifica del portafoglio di aziende, gli investimenti in settori di crescita e nel rapporto qualità/prezzo per la clientela. Migros ha migliorato la qualità dei prodotti di marca propria e, da settembre 2020, ha abbassato in modo permanente i prezzi di 1000 prodotti popolari.

Base finanziaria in perfetta salute

La concentrazione sistematica sulle esigenze dei clienti e sul core business ha dato i suoi frutti. Il fatturato consolidato del Gruppo Migros è salito del 4,4%, attestandosi a 29,947 miliardi di franchi. Fattori trainanti sono stati, oltre all'attività dei supermercati, il commercio online in forte crescita e i settori convenienze e discount. Nel difficile contesto concorrenziale, il Gruppo Migros ha incrementato la sua quota di mercato per il fatturato del commercio al dettaglio di 1,2 punti percentuali, pari al 23,3%.

L'utile al lordo degli oneri finanziari e fiscali (EBIT) si è attestato a 1,866 miliardi di franchi. Prima degli adeguamenti del portafoglio e esclusi gli effetti della nuova Ordinanza FINMA sui conti per la Banca Migros, risultava un utile d'esercizio operativo a livello EBIT di 718 milioni di franchi, pari a un aumento del 4,7% rispetto all'anno precedente. Nel complesso l'utile del Gruppo è di 1,757 miliardi di franchi. Il risultato è influenzato in modo determinante dagli effetti una tantum risultanti dalla vendita di Globus, inclusi gli immobili delle grandi sedi di Globus, nonché la vendita del centro commerciale Glatt. Prima della rettifica di portafoglio l'utile di Gruppo ammontava a 555 milioni di franchi. L'utile consente al Gruppo Migros di investire ulteriormente nell'ampliamento dell'offerta vicina al cliente e nel rapporto qualità/prezzo dei suoi prodotti.

Il Gruppo Migros ha potuto aumentare la base di fondi propri di 1,707 miliardi per un totale di 20,489 miliardi franchi, ed evidenzia una quota di capitale proprio nelle sue attività commerciali e industriali del 71,7%. «Migros esce rafforzata da questo anno difficile. Ora più che mai dispone di solide basi su cui poggiare la sua crescita strategica», dichiara Jörg Zulauf, responsabile delle finanze.

Consolidamento della leadership nel commercio online

Nell'ambito dell'e-commerce, Migros è riuscita ad ampliare la sua indiscussa posizione di leader di mercato in Svizzera. Il fatturato del commercio al dettaglio online complessivo ha visto una crescita record del 45,5%. Il fatturato online complessivo ha raggiunto quota 2,995 miliardi di franchi contribuendo per la prima volta al 10% del fatturato globale del Gruppo. A questo risultato hanno contribuito in particolare Digitec Galaxus (+56,4% in Svizzera), Migros Online (+40,0%) e l'attività digitale dei negozi specializzati (rialzo online: +138,8%). Ad autunno del 2020 il supermercato digitale Migros Online è subentrato a LeShop. Con questa transizione l'offerta online si è avvicinata maggiormente a quella dei supermercati Migros, garantendo ai clienti un'esperienza d'acquisto fluida.

Grande successo dei prodotti sostenibili

Il fatturato del commercio al dettaglio, che comprende la vendita al dettaglio affidata alle cooperative e alle imprese del commercio, è cresciuto del 2,6%, portandosi a 24,379 miliardi di franchi. Escludendo le vendite di Globus e Depot, il fatturato del commercio al dettaglio è risultato pari a 24,195 miliardi di franchi (+7,3%). Le dieci cooperative e le loro filiali in Svizzera e all'estero hanno fatturato 16,559 miliardi di franchi (+ 3,1%). Solo sul mercato domestico la loro quota è aumentata di 0,7 punti percentuali, attestandosi al 15,9%. Mentre il settore della gastronomia ha accusato un calo del fatturato del 41,5%, scendendo a 434 milioni di franchi, i supermercati e gli ipermercati hanno messo a segno una crescita del 7,4%, pari a 12,455 miliardi di franchi.

La clientela ha particolarmente apprezzato i prodotti sostenibili e regionali. Il fatturato generato con gli alimenti biologici è cresciuto del 15,6% fino a 1,213 miliardi di franchi. I prodotti a valore aggiunto ecologico o sociale, come quelli del marchio ASC o MSC, hanno realizzato un fatturato pari a 3,382 miliardi di franchi (+7,4%).

Investimenti nei prodotti di marca propria Migros

Negli ultimi cinque anni il Gruppo Migros ha fatto investimenti per 7,7 miliardi di franchi, di cui 1,479 miliardi solo l'anno passato, e ha contribuito così in misura significativa al rafforzamento della piazza industriale svizzera. Le dieci cooperative hanno investito, da sole, oltre un miliardo di franchi per avvicinarsi ancor più ai clienti, potenziando la presenza regionale, e per modernizzare le filiali. Migros ha inoltre investito nell'industria propria, per esempio con l'ulteriore miglioramento del rapporto qualità/prezzo e il lancio di prodotti innovativi, come gli alimenti certificati vegani o vegetariani del nuovo marchio V-Love.

Ampliamento del settore sanitario con l'aggiunta di odontoiatria, ottica e apparecchi acustici

L'anno passato il Gruppo Medbase ha allargato la sua offerta di cure mediche di base, comprendenti ambulatori medici e farmacie. Con l'acquisizione di zahnartzentrum.ch ha esteso la sua offerta al settore dentistico. Ha inoltre avviato cooperazioni strategiche con fornitori di servizi medici, come gli ospedali. Il fatturato nel comparto della salute è cresciuto del 68,4%, toccando quota 380 milioni di franchi. Con il lancio di MiSENSO il Gruppo Migros completa il suo portafoglio salute con un'interessante offerta nei settori dell'ottica e degli apparecchi acustici. Attualmente gestisce quattro negozi MiSENSO all'interno dei supermercati di Berna, Schönbühl (BE), Baden e Buchs (AG).

Importante contributo al bene comune in un momento critico

L'impegno sociale è, e resta, un elemento centrale per Migros. «La partecipazione volontaria al bene comune e alla coesione sociale sono temi particolarmente cari a Migros, soprattutto durante momenti così difficili come quelli vissuti nel 2020», afferma Fabrice Zumbrunnen. Durante la pandemia Migros ha aiutato gli artisti con contributi di sostegno benché la maggior parte delle mostre fosse stata annullata. Con il suo impegno sociale volontario il Gruppo Migros ha investito all'incirca 159 milioni di franchi in cultura, società, formazione, tempo libero, economia e progetti pionieristici così come nel lavoro di sviluppo internazionale. Una parte è stata assegnata al comparto educativo della Scuola Club Migros, messa a dura prova dalla pandemia. Nel 2020, 228'719 persone hanno frequentato un corso di perfezionamento in sede o online, ben 100'000 in meno rispetto all'anno precedente. Ciò nonostante è stato possibile tenere numerosi corsi online e lanciare nuove offerte in formato digitale.

Datore di lavoro affidabile anche in periodi di crisi

Il Gruppo Migros alla fine dello scorso anno dava impiego a 99'155 collaboratori di 163 nazioni differenti. Ciò equivale a una diminuzione del 6,6% rispetto al 2019, dovuto innanzitutto alla vendita di Gries Deco Company GmbH (incl. Depot in Svizzera e in Germania) e Globus. Al contempo Migros ha creato nuovi posti lavoro, segnatamente nel commercio online e nel comparto della salute. Migros si conferma così come il maggior datore di lavoro privato della Svizzera.

Riduzione di un quarto delle emissioni di CO2

Il Gruppo Migros si assume un forte impegno supplementare nel settore della sostenibilità. Nel commercio al dettaglio delle cooperative Migros ha abbattuto le emissioni dei gas serra complessivamente del 25,5% rispetto all'anno prima, superando ampiamente l'obiettivo del 20% per il 2020. Inoltre negli ultimi otto anni è stato possibile risparmiare o rendere più ecologiche oltre 6900 tonnellate di materiale di imballaggio. Anche qui il risultato supera nettamente il traguardo di 6000 tonnellate entro la fine del 2020.

Per accelerare il suo impegno climatico, a primavera del 2020 il Gruppo Migros ha aderito alla Science Based Targets Initiative (SBTI), con la quale si adopera a contribuire al rispetto degli obiettivi dell'accordo sul clima di Parigi.

Provvedimenti per il benessere degli animali

Migros è il primo dettagliante a vendere, dal 2020, solo uova da allevamento all'aperto nel commercio al dettaglio delle cooperative. Le uova da allevamento all'aperto vengono usate anche per numerosi prodotti lavorati. Dal 2020 Migros offre in assortimento le uova «Respeggt», prodotte senza sopprimere i pulcini maschi.

Semplificare gli acquisti per la popolazione

Malgrado l'incertezza economica causata dall'emergenza sanitaria, per il 2021 Migros prevede un'evoluzione positiva delle sue attività strategiche. Anche in futuro si concentrerà sull'ottimizzazione del rapporto qualità/prezzo nell'interesse dei clienti per poter offrire il miglior assortimento a prezzi equi. Sta inoltre lavorando a semplificare ulteriormente gli acquisti su diversi canali. Il potenziamento dei prodotti bio, convenienze e a base vegetale resterà di centrale importanza, così come il tema della sostenibilità. «Continueremo a impegnarci con tutte le nostre forze a favore dell'ambiente per confermarci anche in futuro come il dettagliante più sostenibile al mondo», conclude Fabrice Zumbrunnen.

Nel rapporto d'esercizio 2020, fruibile online, sono disponibili informazioni dettagliate sull'andamento degli affari e sull'impegno di Migros: www.migros.ch/bilanz_e_report.migros.ch.

Per ulteriori informazioni:

Federazione delle Cooperative Migros, Servizio media, Tel. 058 570 38 38, media@migros.ch