

Gruppo Migros 2016: crescita sostenuta

Nel 2016 il Gruppo Migros ha registrato un andamento solido nonostante il difficile quadro generale. I ricavi sono aumentati dell'1,2%, toccando quota 27,7 miliardi di franchi. Anche il fatturato del commercio al dettaglio in Svizzera e all'estero è cresciuto dell'1,2% attestandosi a 23,269 miliardi di franchi. In un contesto economico caratterizzato dal perdurare di situazioni di difficoltà, Migros è riuscita ad ampliare ancora una volta le proprie quote di mercato di un significativo 0,7%. Nell'esercizio in rassegna, l'utile del Gruppo si è attestato a 663 milioni di franchi (-16,2%). Gli investimenti, per un totale di 1,663 miliardi di franchi, sono stati nettamente superiori all'anno precedente (+22,6%). A fine anno il Gruppo Migros occupava un organico di 102'851 persone, di cui 3775 apprendisti.

Herbert Bolliger, Presidente della Direzione generale della Federazione delle Cooperative Migros (FCM), commenta in questi termini l'esercizio scorso: "La duratura forza del franco e il conseguente turismo degli acquisti costantemente elevato, nonché il commercio online hanno, inciso sulle nostre attività anche l'anno scorso. Il fatto di essere riusciti di nuovo a incrementare la frequenza dei clienti, a conquistare ulteriori quote di mercato e ad accrescere notevolmente il fatturato in questo contesto di mercato è un successo. Un ulteriore dato positivo è stata l'introduzione dell'iniziativa nel settore sanitario in collaborazione con la farmacia Zur Rose e il lancio della nuova piattaforma della salute iMpuls. Il primato di società svizzera con la migliore reputazione dimostra che Migros non è solo innovativa, ma anche solida e viene apprezzata dai suoi clienti."

L'anno 2016(/2017) di Migros

Punti salienti

- Lancio della **piattaforma digitale "iMpuls"** con offerte attinenti alla salute e consigli per uno stile di vita sano.
- La **centrale di energia solare** più potente della Svizzera, ubicata sui tetti del centro di distribuzione Migros di Neuendorf, è stata potenziata. Ora produce energia elettrica per 1900 economie domestiche.
- Con **PickMup**, l'opzione che consente di ritirare in filiale le ordinazioni online, Migros dà prova delle proprie competenze nel settore digitale cross-channel. Oggi i clienti possono ritirare i prodotti ordinati online presso oltre 330 sedi.
- **Migipedia** ha raggiunto ad agosto i 100'000 utenti e si conferma quindi la numero uno indiscussa in Svizzera tra le piattaforme aziendali per attività di community.
- Ad agosto 2016 Migros ha inaugurato la filiale da gioco itinerante "**Mini Migros**" presso il Glattzentrum. Su una superficie di oltre 100 m² i bambini hanno potuto divertirsi a giocare al negozietto. La filiale itinerante si è spostata da un centro commerciale all'altro, facendo la gioia di grandi e piccini.

Acquisizioni

- Il 1° febbraio 2016 **Gabriel Fleury SA**, la seconda ditta produttrice di carne secca del Vallese, è stata integrata nel Gruppo Micarna.
- Il 31 luglio 2016 il Gruppo Mibelle ha rilevato da Procter & Gamble il sito di produzione **Ondal Sarl** con sede a Sarreguemines, in Francia.
- Elsa ha acquisito la maggioranza della società **“Idh a”** a Hochfelden, in Alsazia, con effetto dal 27 settembre 2016. Idh a sar  progressivamente incaricata della produzione di condimenti per insalate e altre salse per conto di Elsa.
- Il 13 dicembre 2016 Bischofszell Alimentari SA (Bina) ha acquisito la quota di maggioranza di **Sushi Mania SA** a Vuadens (FR).
- Il 1° gennaio 2016 Migros Zurigo ha incrementato la sua partecipazione di minoranza del 30% in **“Inline Unternehmensberatung für Fitness- und Wellnessanlagen GmbH”**, societ  tedesca specializzata nella consulenza aziendale per impianti fitness e wellness, arrivando a detenerne il 100%.

Riconoscimenti

- All’inizio del 2016, in riconoscimento del suo impegno pluriennale nella protezione ambientale e nell’efficienza energetica, Migros ha ricevuto il **premio speciale “Watt d’Or”** dall’Ufficio federale dell’energia.
- L’app Migros   stata insignita del prestigioso premio **IF Design Award 2016** nella categoria “Service Design – Retail”.
- Il **“Reputation Institute”**, l’impresa di consulenza leader al mondo nell’ambito della reputazione, nel 2016 ha analizzato il buon nome delle maggiori imprese svizzere. Migros si   piazzata al primo posto.
- Sui suoi terreni aziendali, che coprono una superficie corrispondente grossomodo a 400 campi da calcio, Migros ha creato habitat per la fauna e la flora indigene. Il suo impegno in questo campo le   valso il **premio della Fondazione svizzera per l’ambiente**.
- Poich  Migros acquista la sua carne fresca di pollo esclusivamente da fornitori che rispettano severi requisiti per la detenzione e il trattamento degli animali, l’organizzazione per la protezione degli animali **“Compassion in World Farming”** le ha conferito il **“Good Chicken Award 2016”**.

Gruppo Migros

Andamento dei ricavi e dell’utile

Nel 2016 il fatturato del Gruppo Migros   aumentato di 331 milioni di franchi, attestandosi a 27,738 miliardi di franchi (+1,2%). Questo risultato   stato condizionato dal forte ribasso dei prezzi del petrolio greggio (attivit  legate all’olio combustibile e alla benzina di Migrol) e dagli eventi negativi di natura geopolitica, che hanno influito soprattutto sul settore dei viaggi di Hotelplan. L’utile al lordo degli oneri finanziari e fiscali (EBIT) si   attestato a 911 milioni di franchi (-7,2%), con un risultato operativo del 3,3% (esercizio precedente: 3,6%). In seguito a rettifiche di valore delle societ  affiliate alla FCM, l’utile del Gruppo si   ridotto di 128 milioni di franchi (-16,2%) scendendo a 663 milioni di franchi (esercizio precedente: 791 milioni di franchi). Nello stesso periodo il capitale proprio ha registrato un incremento

Conferenza dei media della FCM per la presentazione del bilancio, 28 marzo 2017

di 653 milioni di franchi attestandosi a 17,455 miliardi di franchi (+ 3,9%). La quota di capitale proprio ammonta, Banca Migros compresa, al 27,5%, senza Banca Migros, al 67,5%.

Investimenti

Nel 2016 sono stati effettuati investimenti complessivi per 1,663 miliardi di franchi (esercizio precedente: 1,356 miliardi di franchi), ossia il 22,6% in più rispetto al 2015. Migros ha così dimostrato ancora una volta di essere un partner importante per l'economia svizzera, aiutando ad assicurare migliaia di posti di lavoro. Gli investimenti si sono focalizzati soprattutto su progetti di espansione delle superfici e su ristrutturazioni destinate ad aumentare l'attrattiva dei negozi. Nel settore industriale, Migros ha investito anche nei requisiti di base sociali ed ecologici.

Fatturato del commercio al dettaglio in Svizzera e all'estero

Nel commercio al dettaglio in **Svizzera e all'estero** il fatturato registrato è stato di 23,269 miliardi di franchi (esercizio precedente: 22,996 miliardi di franchi), a fronte di un aumento del 1,2%. Il rincaro Migros medio è pari allo -0,9%. L'effetto del rincaro negativo sul fatturato nel commercio al dettaglio ha inciso per 200 milioni di franchi circa. Al netto del rincaro la crescita è stata quindi del +2,1%.

Il fatturato nel commercio al dettaglio all'**estero**, che ingloba i fatturati di Migros Francia, del Gruppo Tegut, del Gruppo Gries Deco Germania e Austria e di Probikeshop, è cresciuto di 103 milioni di franchi sull'anno precedente, fino a raggiungere quota 1,8 miliardi di franchi (+6,2%).

Commercio online

Nel settore del commercio online Migros ha ulteriormente rafforzato il proprio ruolo incontrastato di leader del mercato. Il fatturato totale dell'e-commerce è aumentato del 15,8%, arrivando a 1,852 miliardi di franchi. Questa crescita è stata trainata dall'integrazione totale di Digitec Galaxus.

Quota di mercato

Secondo le stime provvisorie dell'istituto di ricerca BAKBASEL, nel 2016 il Gruppo Migros ha ampliato la propria quota di mercato* di 0,7 punti percentuali fino a conquistare il 21,9%. (*In base al fatturato nominale del commercio al dettaglio senza auto/carburanti in Svizzera)

Collaboratori e apprendisti

L'organico è aumentato di 2478 persone (+2,5%), passando a 102'851 collaboratori. Di questi, oltre 87'000 lavorano in Svizzera, il che equivale a un incremento dell'1,5%. La crescita del numero di collaboratori è riconducibile, tra le altre cose, allo sviluppo del comparto online nel segmento del fitness/tempo libero. All'estero l'organico è aumentato anche in seguito all'espansione di Tegut. Nel 2016 Migros ha formato in quaranta imprese un totale di 3775 apprendisti (esercizio precedente: 3700) in oltre cinquanta diverse professioni.

Commercio al dettaglio delle cooperative

Nel 2016 sul **commercio al dettaglio delle cooperative** hanno pesato la forte concorrenza, un rincaro negativo medio del -3,6% nei mercati specializzati e del -0,3% nei supermercati, nonché il turismo degli acquisti nei Paesi limitrofi, il cui volume stimato si aggira intorno agli 11 miliardi di franchi.

In Svizzera e all'estero le dieci cooperative regionali hanno realizzato un fatturato netto di 15,634 miliardi di franchi (esercizio precedente: 15,613 miliardi di franchi), registrando così una crescita dello 0,1% pari a 21 milioni di franchi. La frequenza dei clienti è aumentata dello 0,3%.

Il fatturato generato dai supermercati e ipermercati in Svizzera è stato di 11,689 miliardi di franchi (+0,2%). Al netto di un rincaro medio negativo del -0,3%, la crescita reale è stata pari allo 0,5%.

I cinque **mercati specializzati Migros** Micasa, SportXX, melectronics, Do it + Garden e Obi hanno chiuso il 2016 con un fatturato totale di 1,602 miliardi di franchi (-1,2%). In termini reali, ovvero tenendo conto del rincaro del -3,6%, hanno messo a segno un aumento del 2,4% su base annua. Gli shop online dei mercati specializzati sono cresciuti del 12,8%. Nell'andamento del fatturato dei singoli mercati specializzati (fatturati online inclusi) si sono registrate le seguenti variazioni percentuali rispetto all'esercizio precedente: melectronics -2,8% (reale +2,5%), SportXX +2,9% (reale +5,5%), Micasa +1,4% (reale +5,1%), Do it + Garden -2,5% (reale -1,5%) e Obi -3,0%.

All'estero, il fatturato di Migros Francia è salito dell'1,5% a 130 milioni di franchi e quello del Gruppo Tegut del 4,0%, attestandosi a 1,085 miliardi di franchi.

Gastronomia Migros in lieve calo

La **gastronomia Migros** ha realizzato un fatturato pari a 682 milioni di franchi, in calo dello 0,3% rispetto all'anno precedente. Risultano in flessione i fatturati dei ristoranti (-1,7%) e dei take away Migros (-5,6%). Per contro, la gastronomia collettiva ha evidenziato un andamento positivo (+16,8%) così come i nuovi formati quali Chickeria (+123,5%).

Vistosa crescita del fatturato generato dai prodotti certificati

Migros ha aumentato in modo significativo il fatturato degli **articoli prodotti in modo sostenibile**. La clientela ha acquistato prodotti a valore aggiunto ecologico e/o sociale per un valore complessivo di 2,854 miliardi di franchi (+6,6%). Una menzione particolare merita l'assortimento bio del marchio **Alnatura**, il cui fatturato è raddoppiato. Nel complesso, con i **prodotti bio** Migros ha realizzato nel 2016 un volume d'affari pari a 808 milioni di franchi. I **prodotti ASC e MSC** provenienti da pesca e allevamenti ittici sostenibili hanno segnato una crescita rispettivamente del +28,4% e del +16,1%. Non ha dato segni di rallentamento la forte domanda di prodotti del marchio certificato regionale **"Dalla regione. Per la regione"**. Il volume del fatturato di questo assortimento si è attestato a 940 milioni di franchi (+4,7%).

I prodotti con il marchio di qualità **aha!**, particolarmente indicati per i clienti che soffrono di allergie e intolleranze, hanno registrato un fatturato pari a 87 milioni di franchi (+22,2%).

Nel 2016, il volume d'affari complessivo realizzato con i prodotti con marchi di certificazione della sostenibilità, salute e provenienza regionale si è attestato a 3,881 miliardi di franchi (+6,4%).

Rete di vendita Migros

A fine 2016 Migros annoverava una rete di 685 punti vendita, ossia 26 in più rispetto all'esercizio precedente. La superficie di vendita dei supermercati / ipermercati, dei mercati specializzati e della gastronomia è aumentata complessivamente di 19'821 m² passando a 1'397'454 m² (+1,4%). Con l'apertura di nuovi supermercati è stata creata un'offerta per ulteriori 18 località e quartieri. Nel settore della ristorazione veloce sono stati aperti sei Chickeria, due attività take away e due Kaimug (take away thailandesi). Il centro Neumarkt di Zurigo-Altstetten è stato riaperto dopo un rifacimento totale.

La salute, una nuova attività chiave di Migros

Oltre ai 99 **centri fitness, wellness e acquatici** dislocati in tutta la Svizzera, ora 36 centri sanitari di **Medbase** e Santémed assicurano un'assistenza olistica in campo medico, dalla prevenzione alla medicina acuta fino alla riabilitazione. Nel 2016 Medbase ha rilevato Checkup Center Zürich AG, potenziando così ulteriormente il settore della prevenzione. All'inizio del 2017 è stata lanciata "i**mpuls**", la nuova piattaforma della salute con consigli per uno stile di vita sano. La piattaforma riunisce tutte le offerte e i servizi di Migros inerenti ai quattro ambiti movimento, rilassamento, alimentazione e medicina.

Le promesse di Generazione M

Ambiente: rispetto al 2010, nel commercio al dettaglio delle cooperative, Migros è riuscita a ridurre il consumo di energia elettrica del 6,7 % e le emissioni di gas serra del 20,6%. Entrambe le promesse relative alla protezione dell'ambiente sono in corso di realizzazione.

Pesce e frutti di mare: Migros è il primo commerciante al dettaglio svizzero a vendere esclusivamente pesce e frutti di mare provenienti da fonti sostenibili. Gli articoli sono contrassegnati da un marchio di sostenibilità (Bio, ASC o MSC) oppure, in considerazione della loro origine, sono classificati come "consigliati" o "consigliati con cautela" dal WWF.

Assortimento per allergici: Migros ha ampliato l'assortimento aha! fino a includere 163 prodotti. Rispetto al 2013 l'offerta per persone allergiche è cresciuta dell'80%. La promessa di Migros di ampliare questo comparto del 30% entro la fine del 2016 è stata ampiamente superata. Il label aha! è il marchio per persone allergiche più forte nel settore del commercio al dettaglio svizzero.

Modifica delle ricette: Migros ha promesso di produrre a partire dal 2019 oltre 150 articoli con meno zucchero, sale e grassi, ma con più fibre alimentari. Dall'introduzione delle direttive in materia di ricette, Migros ha migliorato 210 prodotti in termini di valori nutritivi, raggiungendo quindi l'obiettivo prima del previsto.

Commercio

Nel 2016, in un difficile contesto di mercato, il Dipartimento Commercio ha generato un fatturato di 7,544 miliardi di franchi (+3,4%). Escludendo Migrol, i cui prezzi di vendita dipendono dalle tariffe volatili dei carburanti e combustibili, il fatturato ha mostrato un incremento del 5,3%.

(Vedere la tabella dei fatturati a pagina 9).

Nell'esercizio in rassegna l'attività imprenditoriale di **Denner**, **Migrolino**, **Migrol**, **Digitec Galaxus**, **Depot** e **M-way** si è concentrata sul rafforzamento e sulla difesa della posizione di mercato.

Parallelamente, i modelli commerciali di **Ex Libris SA**, **LeShop.ch**, **Probikeshop**, **OWiba** (Office World e iba) e **Sharoo** sono stati ulteriormente sviluppati in modo coerente con l'obiettivo di conquistare la leadership nel mercato online e a livello di know-how.

Denner

Denner ha messo a segno un aumento del fatturato del 2,0%, raggiungendo i 2,959 miliardi di franchi (esercizio precedente: 2,902 miliardi di franchi). Nonostante la forte concorrenza, Denner ha consolidato ulteriormente la sua posizione di discount leader in Svizzera e ha registrato un incremento della frequenza dei clienti (+3,9%). Grazie a un'espansione mirata delle filiali, la rete di punti vendita Denner è cresciuta di 12 sedi fino a contarne 809.

Migrol

Migrol è stata colpita dal crollo dei prezzi del petrolio e di conseguenza ha subito un calo in termini nominali del fatturato di 70 milioni di franchi (-5,1%), che è sceso a 1,290 miliardi di franchi. Grazie a volumi di vendita stabili è riuscita tuttavia a conquistare ulteriori quote di mercato in un comparto in declino. In questo modo Migrol ha rafforzato ulteriormente il suo ruolo di capofila del mercato.

Grandi Magazzini Globus

Globus continua a operare in un contesto di mercato molto difficile, caratterizzato dal turismo degli acquisti e dalla forte espansione del commercio online. Questo scenario ha comportato nel 2016 una contrazione del fatturato del 5,4% a 879 milioni di franchi (esercizio precedente: 929 milioni di franchi). In questo contesto, gli aspetti prioritari sono l'ulteriore realizzazione sistematica delle misure già avviate e volte a incrementare l'efficienza, il migliore posizionamento di Globus quale universo affascinante e l'ottimizzazione della customer experience nei grandi magazzini.

Digitec Galaxus

Con un fatturato complessivo di 704 milioni di franchi (+5,5% risp. +41,1% nel bilancio del Gruppo, integrazione totale al 1° aprile 2015), Digitec Galaxus ha consolidato la sua posizione di leader di mercato nel commercio online in Svizzera. L'impresa ha rafforzato nettamente la sua leadership nel settore dell'elettronica B2C (Digitec). Da ottobre, anche rivenditori esterni offrono i loro prodotti sulla piattaforma di Galaxus.

Depot

Depot ha proseguito sulla strada della crescita, generando un fatturato consolidato di 460 milioni di euro, a fronte di un aumento del 7,2% su base annua. Al netto del cambio, il volume d'affari in franchi

svizzeri è pari a 501 milioni (+9,8% rispetto all'anno precedente). Depot conta attualmente 452 sedi proprie (esercizio precedente: 412).

Migrolino

Migrolino ha proseguito la tendenza alla crescita, realizzando un fatturato di 431 milioni di franchi (+13,0%). A fine anno Migrolino contava 307 sedi (esercizio precedente: 287).

Interio

Nello scenario di un mercato globale in fase di contrazione, Interio ha registrato un calo del fatturato di 14 milioni di franchi (-7,6%), scendendo a 168 milioni di franchi. Incoraggiante è stata la crescita online pari all'8,3%.

Gruppo Office World (OWiba)

Il fatturato complessivo di OWiba si è attestato a 179 milioni di franchi, con una flessione dello 0,6% rispetto all'esercizio precedente. Tale calo è ascrivibile, tra le altre cose, alla chiusura di due filiali nel corso del 2016.

LeShop.ch

Il supermercato online LeShop.ch ha generato un fatturato di 182 milioni di franchi, registrando una crescita del 3,5%. Questo risultato è riconducibile soprattutto alla maggiore focalizzazione sulle esigenze della clientela.

Ex Libris

Mentre il fatturato delle filiali è stato influenzato negativamente, in particolare dalla chiusura di dieci sedi, il volume d'affari del commercio online ha evidenziato un rialzo. Nonostante l'importante conquista di quote di mercato, il fatturato complessivo è calato del 7,3% a 112 milioni di franchi. Per contro, il vantaggio nel settore online retailing e cross-channel retailing è stato ulteriormente ampliato.

Probikeshop

Probikeshop, attività commerciale presente unicamente online, ha aumentato il suo fatturato del 23,9%, raggiungendo così i 75 milioni di franchi (esercizio precedente: 60 milioni di franchi).

M-way

Nel 2016 M-way ha consolidato la sua posizione di leader di mercato e centro di competenza per l'elettromobilità, conseguendo una crescita del fatturato del 53,1%.

Sharoo

Sharoo, la piattaforma per la condivisione di veicoli da privato a privato, ha sviluppato ulteriormente la sua leadership sul piano delle innovazioni. Nell'anno di riferimento, le prenotazioni effettuate tramite la piattaforma sono cresciute ben del 145,0%.

Industria Migros

Nel 2016 il fatturato dell'Industria Migros è aumentato di 134 milioni di franchi (+ 2,1%) attestandosi a 6,389 miliardi di franchi (anno precedente: 6,255 miliardi di franchi). Nel complesso mercato svizzero, l'Industria Migros è stata in grado di incrementare il fatturato di 25 milioni di franchi (+ 0,5%). Le posizioni di mercato sono state consolidate mediante acquisizioni mirate in Svizzera e all'estero.

Le attività con il **Gruppo Migros** hanno registrato un aumento dello 0,9%, raggiungendo i 4,530 miliardi di franchi.

Mentre l'attività commerciale Migros (commercio al dettaglio Migros) è rimasta invariata al netto del rincarato, con Denner e LeShop.ch è stato possibile conseguire un incremento.

Il fatturato derivante dalle **attività internazionali** (esportazioni e sedi estere) ha registrato un incremento del 16,0%, pari a 790 milioni di franchi (anno precedente: 681 milioni di franchi). Grazie a strategie efficaci, il **fatturato relativo alle esportazioni** è aumentato del 9,4%, nonostante la forza invariata del franco.

Il contesto di mercato nel **commercio all'ingrosso** si è rivelato estremamente complesso ed è stato caratterizzato da una contrazione del numero di turisti stranieri (gastronomia e settore alberghiero), dal turismo degli acquisti e dal calo delle attività in ambito cash & carry. Il fatturato ha subito una contrazione dell'1,5%, attestandosi a 1,069 miliardi di franchi (anno precedente: 1,086 miliardi di franchi).

(Vedere anche il comunicato stampa dell'Industria Migros del 22.2.2017)

Viaggi

Il 2016 è stato un anno impegnativo per il Gruppo Hotelplan. Il fatturato netto è calato dell'1,6% a 1,284 miliardi di franchi (2015: 1,305 miliardi di franchi). La ragione principale di questa flessione risiede nel clima di incertezza tra i clienti che è stato scatenato dagli attacchi terroristici in ambite mete turistiche e città nonché dall'instabilità geopolitica. Queste circostanze hanno attenuato la voglia di viaggiare e hanno provocato una certa esitazione nelle prenotazioni per alcune destinazioni chiave, causando nel complesso una diminuzione dei passeggeri.

(Vedere il rapporto annuale di Hotelplan «Kompass», 2016)

Banca Migros

Nel 2016 Banca Migros ha proseguito il rafforzamento del suo core business. Nel settore degli investimenti, il numero dei mandati di gestione patrimoniale è aumentato del 10,9% nonostante la situazione difficile dei mercati finanziari. Anche i fondi della clientela iscritti a bilancio sono cresciuti dell'1,3% a 33,5 miliardi di franchi. Il travaso dei depositi nei conti è proseguito a spese delle obbligazioni di cassa che si sono ridotte del 12,0%, mentre ad esempio i conti privati e Premium hanno registrato un progresso dell'8,5%.

(Vedere anche il comunicato stampa del 19.1.2017)

Per maggiori informazioni è possibile consultare il rapporto annuale 2016 online.

<https://report.migros.ch>

Zurigo, 28 marzo 2017

Ulteriori informazioni:

- Monica Glisenti, resp. Corporate Communications FCM, tel. 058 570 38 27
- Luzi Weber, portavoce FCM, tel. 058 570 38 21
- Monika Weibel, portavoce FCM, tel. 058 570 38 23
- Martina Bosshard, portavoce FCM, tel. 058 570 38 22
- www.migros.ch/bilancio / E-mail: media@migros.ch

Fatturato 2016 in dettaglio

Settore	2016	2015	Variazione	
	in mio. CHF	in mio. CHF	in mio. CHF	in %
Commercio al dettaglio delle cooperative				
Cooperative in Svizzera e all'estero	15'634	15'613	21	0,1%
Commercio				
Denner	2'959	2'902	57	2,0%
Migrol	1'290	1'359	-70	-5,1%
Grandi Magazzini Globus	879	929	-50	-5,4%
Digitec Galaxus	704	499	205	41,1%
Gruppo Gries Deco (Depot)	501	456	45	9,8%
Migrolino	431	382	49	13,0%
LeShop.ch	182	176	6	3,5%
Gruppo Office World (OWiba)	179	180	-1	-0,6%
Interio	168	182	-14	-7,6%
Ex Libris	112	121	-9	-7,3%
Dolphin France (Probikeshop)	75	60	15	23,9%
Altre imprese / effetti del consolidamento	155	137	n. a.	n. a.
Fatturato in dettaglio Svizzera ed estero	23'269	22'996	273	1,2%
Crescita al netto del rincaro				2,1%