

Migros sta sviluppando con successo il suo percorso di crescita

Zurigo, 29 marzo 2022 – Il Gruppo Migros continua ad essere leader di mercato nel commercio al dettaglio svizzero addirittura superando i valori dell'anno precedente, già estremamente positivi. Grazie alle riduzioni di prezzo e alle innovazioni riguardanti prodotti e servizi, ha reso ancora più interessante per la clientela fare acquisti. Il fatturato consolidato del Gruppo è aumentato su base rettificata del 2,3% portandosi a 28,932 miliardi di franchi. L'utile del Gruppo ha raggiunto 668 milioni di franchi. Questo nonostante il fatto che importanti settori come quelli dei viaggi, della gastronomia e delle attività per il tempo libero abbiano subito nuovamente delle battute d'arresto. Con il suo impegno sociale, Migros ha sostenuto numerosi progetti per la cultura, la formazione, il tempo libero, il vivere assieme, le iniziative pionieristiche e di sviluppo con un totale di 160 milioni di franchi.

Nel 2021, la pandemia di COVID-19 ha influito nuovamente sulla performance commerciale del Gruppo Migros. Se, da un lato, le attività legate ai viaggi, al tempo libero e al settore gastronomico hanno subito un crollo, il core business del commercio al dettaglio ha registrato uno sviluppo soddisfacente. Il Gruppo Migros è stato in grado di superare il già alto livello dell'anno precedente. In particolare, le piattaforme di e-commerce per prodotti alimentari e non, così come i segmenti Convenience, Discount e Salute, si sono rivelati più popolari che mai presso la clientela.

Di questo risultato, bisogna ringraziare i collaboratori e le collaboratrici del Gruppo Migros. «Sono davvero colpito di come i colleghi e le colleghe lavorino ogni giorno davanti e dietro le quinte per la nostra clientela, con tanta perseveranza e unendo le forze. Vi ringrazio molto per questo grande impegno», afferma Fabrice Zumbrennen, Presidente della Direzione generale della Federazione delle cooperative Migros.

Decisamente il numero 1 nel commercio al dettaglio svizzero

Nel 2021 il Gruppo Migros si è concentrato sui settori di attività strategicamente importanti confermando la sua posizione di leader di mercato nel core business del commercio al dettaglio svizzero, sia presso i punti vendita che online. Con le piattaforme online, come Migros Online e Digitec Galaxus, è il numero 1 indiscusso dell'e-commerce svizzero. Ha promosso la diversità regionale con nuovi prodotti e sedi aggiuntive. L'attenzione si è concentrata anche sulla sostenibilità e su offerte nuove e attraenti per la clientela. Nei supermercati, i clienti hanno beneficiato di riduzioni di prezzo pari a circa 190 milioni di franchi, ovvero a una media dell'1,7%. Denner ha conosciuto uno sviluppo positivo nel conteso settore dei discount, registrando un fatturato pari a 3,808 miliardi di franchi (+1,2%). L'offerente di prodotti convenience migrolino ha cavalcato l'onda del successo dell'anno precedente aumentando il fatturato a 747 milioni di franchi (+4,3%).

Performance finanziaria migliorata

Nell'anno precedente, il fatturato del Gruppo è aumentato, su base comparabile e al netto delle vendite di partecipazioni e di immobili, del 2,3% raggiungendo 28,932 miliardi di franchi. La rettifica comprende essenzialmente le quote di fatturato e i proventi generati dalle cessioni di Globus, del grossista nel settore gastronomico Saviva e del centro commerciale Glatt nel 2020. Il fatturato del commercio al dettaglio di tutte le aziende Migros ammontava, rettificato, a 24,744 miliardi di franchi netti. (+2,3%). I maggiori fattori di crescita sono stati, oltre alle attività online, i settori Convenience, Discount e Salute.

L'utile al lordo di interessi e imposte (EBIT) è cresciuto su base rettificata dell'11,4% portandosi a 800 milioni di franchi. La performance operativa è quindi migliorata per il quarto anno consecutivo. Nel complesso, l'utile del Gruppo nel 2021 ammontava a 668 milioni di franchi, con una crescita pari al 20,4% (anno precedente: 555 milioni di franchi prima della rettifica del portafoglio). Il capitale proprio è aumentato di 654 milioni di franchi, portandosi a 21,142 miliardi di franchi. «Il Gruppo Migros gode di una solida posizione finanziaria per affrontare le attuali sfide del mercato e per rendere gli acquisti

della sua clientela ancora più attraenti grazie alle innovazioni», dichiara la direttrice finanziaria Isabelle Zimmermann.

Decisamente il numero 1 anche nel commercio svizzero online

Nell'e-commerce, il Gruppo Migros ha superato ancora una volta il già solido risultato dell'esercizio precedente. Il fatturato delle vendite al dettaglio online ha varcato per la prima volta la soglia dei tre miliardi. In tutti i segmenti, nel 2021 si è registrato un aumento del 15,5% fino a raggiungere 3,242 miliardi di franchi. Il commercio online rappresenta ormai più di un decimo del fatturato totale del Gruppo Migros. Negli ultimi cinque anni, le vendite online sono cresciute complessivamente del 67%. Con le sue piattaforme come Migros Online e Digitec Galaxus, il Gruppo Migros è l'indiscusso numero 1 nel commercio svizzero online. Migros Online (fatturato +24,5%) ha aggiunto ulteriori prodotti Migros all'assortimento e consente alla clientela di fare acquisti comodamente da casa o in viaggio. Digitec Galaxus (+17,7%) ha oltrepassato la soglia dei due miliardi di fatturato e si è concentrata sulla trasparenza dei prezzi e sulla sostenibilità. La clientela compensa sempre più spesso le emissioni di CO₂ dei suoi acquisti.

10'000 prodotti «Aus der Region. Für die Region.», «De la région» e «I Nostrani del Ticino»

Le dieci cooperative Migros regionali, con le loro società affiliate in Svizzera e all'estero, hanno realizzato un fatturato netto di 16,364 miliardi di franchi. Il loro sviluppo è stato quindi leggermente inferiore rispetto a quello particolarmente positivo dell'anno precedente. In quest'ambito, le rinnovate restrizioni a seguito della pandemia di COVID-19 hanno avuto un impatto evidente, soprattutto nel settore della ristorazione e nelle strutture per il tempo libero e il fitness. Il fatturato nel settore gastronomico è sceso del 9,5% a 394 milioni di franchi. I supermercati e gli ipermercati, compresa l'attività Migros Online, hanno realizzato un fatturato di 12,674 miliardi di franchi (-0,4%), sviluppandosi quindi in modo stabile. I negozi specializzati Micasa, SportXX, melectronics, Do it + Garden e OBI sono riusciti a mantenere lo slancio dell'anno precedente. Il loro fatturato è aumentato dello 0,9% raggiungendo 1,730 miliardi di franchi, e questo nonostante riduzioni complessive di prezzo del 2,2%.

La varietà regionale di Migros con le offerte dei produttori locali ha avuto ancora una volta un peso maggiore. Le cooperative hanno lanciato circa 500 prodotti supplementari «Aus der Region. Für die Region.». La clientela può ormai scegliere tra una vasta gamma di prodotti di questo importante marchio. Anche la domanda di prodotti sostenibili, già nettamente aumentata l'anno precedente, è rimasta immutata. Il fatturato relativo ai generi alimentari biologici è aumentato del 3,0%, i prodotti con valore aggiunto ambientale o sociale hanno registrato una crescita dello 0,7%, raggiungendo 3,404 miliardi di franchi.

Miliardi investiti nel settore, in nuovi prodotti e servizi

Migros ha investito nuovamente in importanti innovazioni di prodotto. Nel 2021 gli investimenti complessivi del Gruppo Migros ammontavano a 1,481 miliardi di franchi. Negli ultimi cinque anni, ha investito un totale di 7,5 miliardi di franchi. Nel 2021, le dieci cooperative hanno utilizzato 726 milioni di franchi per avvicinarsi ancora di più alla loro clientela attraverso l'espansione e la modernizzazione delle filiali di quartiere. Una parte dei fondi del Gruppo Migros è confluita anche nel settore Migros, che ha investito soprattutto in moderni impianti di produzione, fornendo così un importante contributo al rafforzamento della piazza industriale svizzera.

Ampliamento dell'offerta Salute

La società affiliata Medbase, attiva nel settore medico, dentistico e farmaceutico, ha ampliato la sua rete locale contribuendo a fronteggiare la pandemia di COVID-19 con centri di vaccinazione e di test. Il format Misenso specializzato in ottica e apparecchi acustici, lanciato l'anno precedente, nel 2021 è stato ampliato nella Svizzera tedesca con altri sette negozi specializzati.

160 milioni di franchi per il bene comune

Da decenni Migros presta svariati contributi per rafforzare la coesione sociale in Svizzera. Nel 2021 i tre pilastri dell'impegno sociale del Gruppo Migros sono stati riuniti sotto la categoria unificatrice

«Impegno Migros». Tra questi, troviamo il Percento culturale Migros, che esiste dal 1957, il Fondo pionieristico Migros e il Fondo di sviluppo Migros. Nel 2021 sono stati sostenuti progetti nei settori vivere insieme, cultura, formazione, salute, tecnologia ed etica, nonché clima e risorse con un totale di 160 milioni di franchi (2020: 159 milioni).

Obiettivi climatici ambiziosi

Nel campo della sostenibilità, il Gruppo Migros ha conseguito importanti risultati. Ha optato per obiettivi climatici ambiziosi che sono compatibili con l'Accordo di Parigi sul clima e mirano a limitare il riscaldamento globale a 1,5 °C. Tutte le aziende del Gruppo Migros si sono imposte traguardi ambiziosi per raggiungere al più tardi entro il 2050 l'obiettivo zero netto, la cui linea di fondo è fare in modo di eliminare l'emissione di gas serra. La tappa intermedia consisterebbe nel ridurre le emissioni di gas serra dei singoli settori del Gruppo Migros entro il 2030 del 70% rispetto al 2019. Gli obiettivi sono stati approvati nell'ambito della riconosciuta Science Based Targets Initiative (SBTi). Nel 2021, il Gruppo Migros ha ridotto le emissioni di gas serra del 51,6% rispetto al 2019. Nello stesso periodo, il consumo energetico è sceso del 2,1%.

Semplificazione degli acquisti sostenibili

Allo stesso tempo, Migros ha lanciato nuovi servizi per semplificare gli acquisti sostenibili. Ne è un esempio M-Check, che distingue le marche proprie Migros. Una scala presente sulla confezione dei prodotti valuta il benessere degli animali e la compatibilità climatica con un punteggio da una a cinque stelle. Oltre 3000 prodotti sono già provvisti del marchio M-Check. Entro il 2025, tutti i marchi propri dovranno ottenere la nuova valutazione. Migros svolge in questo modo un ruolo pionieristico nel commercio al dettaglio svizzero.

Migros continua ad essere il più grande datore di lavoro privato in Svizzera.

Nel 2021, Migros ha impiegato 97'541 collaboratori (2020: 99'155). La diminuzione nel numero del personale è riconducibile alla vendita di Globus e Saviva SA nonché alla flessione nel comparto Viaggi. Allo stesso tempo, il Gruppo Migros ha creato più di 1000 nuovi posti di lavoro, in particolare nel commercio online e nel settore sanitario. Oltre 3600 giovani hanno completato la loro formazione di base in oltre 60 professioni diverse all'interno del Gruppo Migros. Migros si conferma come il maggior datore di lavoro privato della Svizzera.

Reporting Academy: la parola ai giovani impiegati Migros

Il rapporto annuale del Gruppo Migros si presenta in una nuova veste. Questo dovrebbe consentire di rendere le informazioni ancora più facilmente accessibili. Migros ha lanciato la Reporting Academy come elemento centrale. Per la prima volta, gli apprendisti e le apprendiste del Gruppo Migros hanno redatto una parte del rapporto annuale. Quest'anno sono stati girati dei video. I giovani collaboratori di Migros hanno intervistato la Presidente dell'Amministrazione, Ursula Nold, e il Presidente della Direzione generale, Fabrice Zumbrennen.



Link: www.report.migros.ch/2021/de/academy

Per ulteriori informazioni:

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