

## Il Gruppo Migros archivia l'esercizio 2020 con un aumento del fatturato

Zurich, 19 gennaio 2021 – Nel 2020, anno particolarmente difficile, il Gruppo Migros ha registrato nuovamente un incremento del fatturato nonostante massicce flessioni nei settori ad esempio dei viaggi e della gastronomia. A tal proposito, la concentrazione sul core business e l'ampliamento dell'offerta online hanno giocato un ruolo strategico cruciale. Il fatturato consolidato del Gruppo Migros è aumentato del 4%, attestandosi a 29,822 miliardi di franchi. Il fatturato del commercio al dettaglio è cresciuto al netto dei disinvestimenti del 7,2%, raggiungendo i 24,191 miliardi di franchi. Lo sviluppo accelerato degli shop online ha permesso a Migros di soddisfare prontamente nuove esigenze della clientela. Nel complesso il fatturato online del Gruppo Migros è salito del 31,0% fino quasi a quota 3 miliardi di franchi, contribuendo per la prima volta al fatturato globale per oltre il 10%.

L'esercizio 2020 del Gruppo Migros è stato caratterizzato da diversi fattori straordinari. A causa della pandemia di coronavirus, Migros ha dovuto far fronte a un aumento della domanda nel commercio stazionario e online. Al contempo settori di attività quali viaggi, gastronomia, offerte per il tempo libero e fitness hanno subito pesanti perdite. In questo contesto, la rettifica del portafoglio di imprese iniziata l'anno precedente, la concentrazione sul core business e l'ampliamento forzato dell'offerta online hanno avuto un'importanza strategica cruciale. La rettifica del portafoglio di aziende è stata attuata in modo sistematico con la vendita della catena di grandi magazzini Globus (all'inizio dell'anno) e del fornitore all'ingrosso operante nel settore della ristorazione Saviva (alla fine dell'anno).

«Migros si è difesa bene nel 2020, un anno estremamente complesso. In questo periodo difficile per molte persone, ha esercitato un ruolo fondamentale nell'approvvigionamento della popolazione svizzera. Il merito va alle nostre collaboratrici e ai nostri collaboratori che hanno profuso un impegno straordinario a livello dell'intero Gruppo Migros, dimostrando un'instancabile dedizione alla clientela», dichiara Fabrice Zumbrennen, presidente della Direzione generale della Federazione delle cooperative Migros.

### La quota online supera per la prima volta il 10%

Nel 2020 il fatturato del Gruppo Migros è aumentato del 4,0%, attestandosi a 29,822 miliardi di franchi. Il fatturato del commercio al dettaglio di tutte le imprese Migros che riforniscono i consumatori finali è cresciuto del 2,6% fino a toccare i 24,376 miliardi di franchi. Escludendo le vendite di Globus e Depot, il fatturato del commercio al dettaglio è risultato pari a 24,191 miliardi di franchi, segnando un rialzo del 7,2% rispetto all'anno precedente.

Nell'e-commerce Migros è riuscita a consolidare ulteriormente la leadership di mercato. Il fatturato online complessivo di tutti i settori del Gruppo Migros ha registrato un aumento del 31,0% raggiungendo i 2,995 miliardi di franchi. A questo risultato hanno contribuito, in particolare, Digitec Galaxus che ha espresso una crescita del ben 56,4% in Svizzera fino a quota 1,699 miliardi di franchi, nonché il notevole sviluppo del supermercato «Migros Online» (+40,0% a 266 milioni di franchi).

## **Commercio al dettaglio delle cooperative con il vento in poppa**

### **Supermercati e ipermercati**

Le dieci cooperative hanno realizzato in Svizzera un fatturato di 14,850 miliardi di franchi (+3,0%). Grazie alla catena di supermercati Tegut, all'estero si è registrato un progresso del 9,6% fino a quota 1,499 miliardi di franchi. In Svizzera la gastronomia ha accusato un calo del fatturato del 41,7%, scendendo a 390 milioni di franchi. Per contro, i supermercati e gli ipermercati hanno messo a segno una crescita netta, generando un fatturato di 12,455 miliardi di franchi (+7,4%) in Svizzera. La pandemia di coronavirus ha modificato il comportamento di acquisto di molti consumatori. Le persone hanno trascorso più tempo a casa e hanno effettuato maggiormente gli acquisti nei piccoli negozi di quartiere, che hanno evidenziato una crescita a due cifre. La quantità di prodotti nei carrelli della spesa è salita, ma la frequenza di acquisto è diminuita. L'affluenza dei clienti è calata di conseguenza a 321 milioni di acquisti (-8,9%).

La clientela ha apprezzato in particolare i prodotti regionali e sostenibili. Il fatturato generato con gli alimenti biologici è cresciuto del 15,6%. Per quanto concerne i prodotti a valore aggiunto ecologico o sociale, il fatturato è aumentato del 7,4%, attestandosi a 3,382 miliardi di franchi. Migros ha diminuito i prezzi anche nel 2020. Da settembre 2020, i prezzi di 700 articoli di supermercato sono stati abbassati in modo permanente.

### **Negozi specializzati**

Nonostante il lockdown in primavera, i negozi specializzati Micasa, SportXX, melectronics, Do it + Garden e OBI hanno aumentato il fatturato del 5,6% a 1,717 miliardi di franchi. L'espansione nel canale online del 138,8% ha permesso di compensare la chiusura temporanea dei negozi. Il numero delle ordinazioni online è più che raddoppiata nel corso dell'anno, in alcuni periodi durante il lockdown è persino decuplicata.

### **Migros Online (ex LeShop)**

Un passo importante è stato compiuto all'inizio di novembre 2020 con il trasferimento del supermercato online LeShop.ch in «Migros Online». Migros Online ha registrato un rialzo del fatturato del 40,0%, raggiungendo i 266 milioni di franchi, e ha consegnato il 43,6% di ordinazioni in più rispetto all'anno precedente. Per gestire l'aumento dei volumi, Migros Online ha messo in esercizio ulteriori magazzini. Oltre al rebranding, Migros Online ha arricchito l'assortimento di 2000 articoli.

Con il potenziamento degli shop e delle piattaforme online e con l'apertura di otto nuove filiali M in località e quartieri urbani non ancora raggiunti, Migros si è avvicinata ulteriormente alla clientela anche nel 2020. La superficie di vendita di supermercati e ipermercati, negozi specializzati e gastronomia è tuttavia diminuita del 4,3%, scendendo a 1'415'437 m<sup>2</sup>, a fronte di un aumento della produttività delle superfici. Ciò è dovuto principalmente alla chiusura delle filiali del commerciante di mobili Interio (-11 filiali) e alla vendita del formato di ristorazione Chickeria (-12 ristoranti).

In seguito allo sviluppo positivo della vendita al dettaglio delle cooperative, Migros ha deciso di continuare a corrispondere ai dipendenti del settore in lavoro ridotto, la differenza rispetto all'indennità per lavoro ridotto dell'80 per cento prevista per legge. Grazie a questo contributo a titolo volontario di Migros, i dipendenti in lavoro ridotto continueranno a ricevere il 100 per cento del loro salario regolare anche durante il lockdown.

## **Dipartimento Commercio: aumento del fatturato al netto dei disinvestimenti del circa 14%**

Escludendo le vendite di Globus e Depot, il Dipartimento Commercio ha avuto un incremento del fatturato del 13,8%, fino a toccare i 7,550 miliardi di franchi (senza rettifica -1,3%). Oltre alla robusta crescita di Digitec Galaxus, si segnala l'andamento particolarmente positivo di Denner che, nel mercato altamente concorrenziale dei discounter, ha visto crescere il suo fatturato fino a 3,763 miliardi di franchi (+15,7%). Il fornitore del settore Convenience Migrolino ha espresso un'evoluzione positiva tanto negli shop quanto nel commercio all'ingrosso, realizzando un fatturato di 716 milioni di franchi (+20,8%). Per quanto riguarda Ex Libris, l'offensiva online attuata negli scorsi anni ha dato i suoi frutti: grazie alla crescita molto accelerata del comparto online, Ex Libris ha potuto contenere la perdita di fatturato dovuta alla chiusura delle filiali durante il lockdown. Il fatturato è salito del 22,4% a 122 milioni di franchi. A causa del calo dei prezzi dei carburanti e della riduzione del traffico individuale, Migrol ha subito una flessione del fatturato che si è assestato a 1,226 miliardi di franchi (-20,8%).

## **Industria Migros: i canali propri compensano le perdite nelle attività con terzi**

Grazie alle sue imprese industriali, Migros è uno dei maggiori produttori di marche proprie, inoltre fornisce i suoi prodotti anche a numerosi clienti terzi. Nel 2020 l'attività con terzi ha risentito degli effetti della pandemia. Tuttavia, la crescita sostenuta nella fornitura dei canali Migros ha consentito di compensare questo impatto. Alla fine si è registrato un aumento del fatturato dell'1,8% a 5,979 miliardi di franchi.

## **Potenziamento dell'assistenza sanitaria**

Il Gruppo Medbase ha sviluppato ulteriormente il comparto medico e quello farmaceutico. Inoltre, con l'acquisizione di zahnarztzentrum.ch a metà del 2020 ha fatto il suo ingresso nel settore dentistico. Il fatturato complessivo del Gruppo Medbase è salito grazie alle acquisizioni e alla crescita organica del 69,3% a 382 milioni di franchi.

## **Hotelplan Group: risultato peggiore della storia**

A causa delle notevoli limitazioni, il settore strategico dei viaggi ha registrato il risultato peggiore di tutti i tempi. Sono state decine di migliaia i viaggi di ritorno organizzati per i clienti, i viaggi stornati e i voli cancellati. L'operatore turistico ha realizzato un fatturato netto di 732 milioni di franchi (-38,4%). Su base comparabile, ovvero insieme all'impresa vtours acquisita nel 2019, il calo del fatturato è stato pari a -57%. Hotelplan Group comunicherà nel dettaglio le proprie cifre annuali il 2 febbraio 2021.

## **Banca Migros**

La Banca Migros pubblicherà il suo risultato d'esercizio dettagliato il 21 gennaio 2021.

La conferenza stampa sul bilancio della Federazione delle cooperative Migros (FCM) avrà luogo martedì 30 marzo 2021 a Zurigo. Il relativo invito verrà inoltrato più avanti.

## **Per ulteriori informazioni:**

Federazione delle Cooperative Migros, Servizio media, Tel. 058 570 38 38, [media@migros.ch](mailto:media@migros.ch)