

# Rapporto dei presidenti 2011

## **Claude Hauser, Presidente dell'Amministrazione** **Herbert Bolliger, Presidente della Direzione generale**

È stato un anno impegnativo per l'economia svizzera a causa della crisi finanziaria globale, della crisi del debito e dell'euro debole. Il Gruppo Migros si è comportato molto bene in questa difficile situazione. Il totale delle vendite e il numero di visite dei clienti sono aumentati. Il fatturato si è attestato sui CHF 24.9 miliardi, restando praticamente invariato rispetto allo scorso anno.

Nell'anno in esame l'**indice dei prezzi** al consumo svizzero ha registrato un calo. Condizionato da prezzi energetici più elevati, il rincaro in Svizzera è cresciuto dello 0.2% (2010: 0.7%).

La **situazione della concorrenza** nel commercio al dettaglio è rimasta tesa. Le sfide sono state grandi in tutte le fasi della catena del valore delle industrie, dai centri logistici fino ai negozi, e hanno richiesto un aumento dell'efficienza continuo.

Il **fatturato** del Gruppo Migros è sceso leggermente (-0.7%) rispetto all'anno precedente, attestandosi a CHF 24.9 miliardi (2010: CHF 25.0 miliardi). Il buon fatturato è stato conseguito nonostante le massicce riduzioni dei prezzi durante l'anno in esame e nonostante il calo del fatturato dovuto alle valute nel settore dei viaggi.

Il risultato esclusi proventi e oneri finanziari, imposte sul reddito ed effetto previdenziale (**EBIT**) del Gruppo Migros si attesta nell'anno in esame con CHF 979.0 milioni, -16.8% decisamente al di sotto dell'anno precedente (2010: CHF 1'176.2 milioni). Il peggioramento deriva dalle sostanziali riduzioni dei prezzi nella vendita al dettaglio della cooperativa e dell'industria propria.

Gli **investimenti**, per un importo di CHF 1'265.3 milioni (anno precedente: 1'490.2 milioni), sono rimasti a un livello molto alto. Per questo motivo nel 2011 Migros è stato un partner economico importante in Svizzera che ha garantito migliaia di posti di lavoro. Nelle cooperative e nelle imprese commerciali e industriali regionali sono stati fatti investimenti importanti. Soprattutto nei settori commercio e industria e commercio all'ingrosso sono stati investiti rispettivamente CHF 230 milioni e CHF 157 milioni in più rispetto all'anno precedente.

Il settore del **commercio al dettaglio** è stato dominato dalla debolezza dell'euro, che ha rafforzato massicciamente il turismo degli acquisti. Nel 2011 Migros ha effettuato tagli dei prezzi per un importo di CHF 600 milioni e la linea di prodotti ha visto una diminuzione dei prezzi di circa il 3.9%.

I tagli dei prezzi non sono stati tuttavia completamente compensati dalle vendite supplementari e dall'aumento del numero di frequenze dei clienti (+0.2%), cosicché i fatturati del commercio al dettaglio della cooperativa (anche esteri) sono diminuiti del 3.3% rispetto al 2010.

Nel 2011 la **rete di vendita** della Migros è cresciuta di 13 sedi per un totale di 623 sedi. La superficie di vendita nel mercato dei consumatori e nei supermercati, nei negozi specializzati e nella gastronomia è aumentata in totale di 39'193 m<sup>2</sup> (+3.0%), arrivando a 1'332'397 m<sup>2</sup> (anno precedente: 1'293'204 m<sup>2</sup>).

---

Nel 2011 Migros ha tagliato in modo permanente i prezzi di oltre 3000 articoli di uso quotidiano.

---



«Il successo di Migros si basa su una strategia a lungo termine che difende gli interessi di tutti gli stakeholder.»

**Claude Hauser**  
Presidente dell'Amministrazione



«Migros è un'azienda sana, innovativa e redditizia che gode di una grande fiducia da parte della popolazione svizzera.»

**Herbert Bolliger**  
Presidente della Direzione generale

### **Sviluppo dei prezzi: miglior rapporto prezzo-prestazioni**

Nel 2011 Migros ha tagliato in modo permanente i prezzi di oltre 6250 articoli di uso quotidiano. Le riduzioni maggiori si registrano nel reparto frutta e verdura (-9.8%), nei negozi specializzati, invece, i prezzi sono calati in media del -4.4% e da Melectronics del -6.4%. Inoltre, l'azienda ha trasformato costantemente i guadagni in valuta in prezzi più bassi su oltre 1000 prodotti di marca.

### **Punti di forza e innovazioni: industria e commercio on-line**

Il **commercio on-line** è stato costantemente ampliato nel 2011. Con Leshop.ch, Exlibris.ch, Travel.ch, Micasa.ch, Melectronics.ch e Migrol.ch il Gruppo Migros è il fornitore di maggior successo in Svizzera.

**LeShop**, il più grande supermercato on-line della Svizzera, è arrivato nell'anno in esame a un fatturato di oltre CHF 149.5 milioni di utili. Il numero di ordini tramite smartphone e tablet è in rapida crescita. Oltre il 10% degli ordini ricevuti da LeShop, infatti, vengono già effettuati da dispositivi mobili.

Il grande progetto **ELSAvenir** è stato completato nel novembre 2011 con l'inaugurazione ufficiale. Negli ultimi cinque anni sono stati investiti CHF 100 milioni in ELSA, una delle aziende più moderne di lavorazione del latte in Europa.

**Depot**, il fornitore di prodotti del settore Homestyle/Accessori d'arredo, si espande a ritmo sostenuto. Nel 2011 sono state aperte 95 nuove filiali in Germania, Austria e Svizzera. La Depot (Gries Deco Company GDC) è stata consolidata nel Gruppo Migros nell'anno in esame ed è una delle aziende di commercio al dettaglio europee che crescono più velocemente.

Da luglio 2011 il centro di competenza per l'elettromobilità è diventato un'azienda indipendente della FCM. Nel corso dell'anno in esame sono stati aperti due nuovi negozi a San Gallo e a Ginevra ed è stata ampliata la linea di prodotti in modo massiccio con biciclette elettriche, scooter elettrici, moto elettriche e auto elettriche.

### **Sostenibilità versatile e un «Oscar»**

Nel 2011 Migros è stata premiata per il suo impegno di lunga data nei settori energia e ambiente con l'**Energy Globe Award Schweiz**, considerato l'«Oscar dell'energia».

Nell'anno in esame l'offerta di **prodotti sostenibili** è stato ulteriormente ampliato. Migros sta rispondendo alla rapida crescita della domanda di prodotti che rispettano società e ambiente. Il fatturato dell'etichetta sostenibile è aumentato del 6.5% ovvero a circa CHF 2.3 miliardi.

Inoltre, l'industria Migros, nel quadro della sua strategia di sostenibilità, ha deciso di passare alla «segregated quality» nell'**approvvigionamento di olio di palma**.

Il **Percento culturale Migros** 2011 ha investito a sua volta oltre CHF 117 milioni in cultura, società, istruzione, tempo libero ed economia. Questa istituzione, che affonda le sue radici nelle idee del fondatore Migros Gottlieb Duttweiler, rappresenta un impegno unico al mondo.

### **Sponsoring: orgoglio svizzero e regionalismo**

Anche nel 2011 l'impegno di Migros nella sponsorizzazione è stato incentrato sui temi dell'orgoglio svizzero e del regionalismo. Perciò la Migros è stata lo sponsor principale dell'Unspunnen-Schwinget. Un altro momento importante è stato segnato dalla comparsa di SportXX in diversi eventi regionali di corsa che si svolgono in Svizzera, tra cui il Greifenseelauf, la Maratona di Losanna e la corsa di San Silvestro di Zurigo.

---

Il fatturato dell'etichetta sostenibile è aumentato del 6.5% ovvero a circa CHF 2.3 miliardi.

---

### Soddisfazione del cliente

Nei sondaggi del 2011, le clienti e i clienti hanno dichiarato di essere molto soddisfatti della gamma di prodotti, dell'offerta dei servizi e del rapporto prezzo-prestazioni di Migros. Lo scambio di informazioni su social network come Facebook e Twitter non è altro che lo specchio di una domanda in crescita. Il dialogo è l'espressione della grande fiducia che i clienti ripongono in Migros. Esso dimostra che l'azienda si trova sulla strada giusta dal punto di vista strategico.

### Collaboratori

Alla fine del 2011 Migros impiegava 86 393 collaboratori. Ancora oggi, l'azienda è il più grande datore di lavoro della Svizzera. L'aumento di 2777 dipendenti (+3,3%) deriva principalmente dalle acquisizioni (Depot). Nell'anno in esame sono stati formati 3386 apprendisti in oltre 40 professioni. In un mercato caratterizzato da grandi sfide di bilancio, i collaboratori hanno lavorato molto bene.

### Carattere distintivo

Il successo di Migros si basa su una strategia a lungo termine che difende gli interessi di tutti gli stakeholder. L'azienda si riconosce nella Global Compact ponendo al centro dei suoi interessi la responsabilità sociale, proprio come voleva il suo fondatore Gottlieb Duttweiler.

I fondamenti che permettono un sano sviluppo del Gruppo Migros sono il commercio cooperativo, le radici regionali e i valori della ragione, della solidarietà e del decoro.

Nel mondo bancario e finanziario internazionale, caratterizzato dalla mancanza di misura, la forma cooperativa ha dimostrato di essere solida e stabile. Migros rimarrà fedele al suo modello di successo anche in futuro. Ancor più perché l'ONU ha proclamato il 2012 Anno Internazionale delle Cooperative.

### Prospettive

Migros è un'azienda sana, innovativa e redditizia che gode di una grande fiducia da parte della popolazione svizzera. I compiti sono stati svolti in tempi buoni e questo le permette di operare responsabilmente e sicura di sé in un ambiente esigente. Anche nel 2012 l'impresa trasferirà gli utili e i costi di approvvigionamento più bassi sotto forma di prezzi più vantaggiosi, sorprenderà con nuovi servizi e allo stesso tempo incrementerà l'impegno sociale ed ecologico. Anche in futuro, quindi, Migros sarà in grado di offrire ai propri clienti il miglior rapporto prezzo-prestazioni.

---

Migros will  
continue to offer  
its customers  
the best price-  
performance  
ratio in the  
future.

---



Claude Hauser Chairman of the Board of Directors



Herbert Bolliger Chief Executive Officer