

# Rapporto dei presidenti 2013

## **Andrea Brogini, presidente dell'Amministrazione Herbert Bolliger, presidente della Direzione generale**

Nel 2013, il prodotto interno lordo svizzero è cresciuto approssimativamente del 2%. La Svizzera si inserisce così nel gruppo di stati dell'OCSE che, dall'inizio della crisi finanziaria, hanno registrato la crescita maggiore. Il Gruppo Migros ha saputo cogliere questo trend positivo, ottenendo ottimi risultati. Il fatturato ha raggiunto la cifra di CHF 26.7 miliardi, ossia il 7% in più rispetto al precedente esercizio.

Nel 2013, il livello di fiducia dei consumatori è salito rispetto agli anni precedenti. Soprattutto nella seconda metà dell'anno, la situazione economica è sembrata più favorevole. Anche le prospettive per la situazione finanziaria dei privati e il tasso di disoccupazione leggermente in calo sono state recepite in modo positivo. Di conseguenza, l'umore dei consumatori è migliorato rispetto agli anni precedenti.

---

## 26.7 mia.

cifra d'affari del  
Gruppo Migros 2013

---

Il rincaro medio svizzero si è attestato sul valore negativo di -0.2% (2012: -0.7 %). A fronte dell'aumento dei prezzi dei beni indigeni dello 0.4% (2012: 0.0), quelli dei beni d'importazione sono calati dell'1.9% (2012: -2.7%). In un quadro così delineato, Migros ha registrato un'ulteriore crescita durante il 2013. Il **Gruppo Migros** ha aumentato la propria cifra d'affari del 7% e portato il fatturato a CHF 26.7 miliardi totali.

Il **risultato, esclusi proventi e oneri finanziari, imposte sul reddito ed effetto previdenziale (EBIT)** del Gruppo Migros, si attesta nell'anno in esame, sui CHF 1'043.9 milioni, il 5.9% al di sopra dell'anno precedente (2012: CHF 985.6 milioni). Il miglioramento è ascrivibile da un lato alla crescita del fatturato e ai margini lordi stabili nel settore del commercio al dettaglio affidato alle cooperative e, dall'altro, ai campi di attività commercio e viaggi.

Gli **investimenti** sono rimasti a un livello molto elevato, pari a CHF 1'324.2 milioni (2012: 1'224.8 milioni). Per questo motivo, anche nel 2013, Migros si conferma un partner economico importante in Svizzera capace di garantire migliaia di posti di lavoro. Gli investimenti più significativi sono stati effettuati soprattutto nei settori commercio al dettaglio affidato alle cooperative e industria e commercio all'ingrosso, nei quali sono stati investiti rispettivamente CHF 941.8 milioni e CHF 163.5 milioni in più rispetto all'anno precedente.

La **cifra d'affari del commercio al dettaglio**, cioè il fatturato netto di tutte le imprese del commercio al dettaglio Migros (non consolidato), ha registrato una crescita nominale del 7.2%, raggiungendo quota CHF 22.9 miliardi. Il valore comprende per la prima volta la cifra d'affari del Gruppo Tegut, che fa parte di Migros dal 1° gennaio 2013. Ma anche senza Tegut..., la crescita risulta comunque molto soddisfacente (1.6%). Questo andamento positivo è ancor più degno di nota, se si considera che il turismo degli acquisti ha raggiunto i CHF 500 milioni.

Nel settore della **vendita al dettaglio affidata alle cooperative**, Migros ha saputo incrementare le proprie cifre d'affari del 9.1%, raggiungendo quota CHF 15.844 miliardi. Senza i risultati del gruppo Tegut..., le cui cifre vengono per la prima volta dichiarate su base consolidata, il fatturato delle dieci cooperative regionali Migros è aumentato dello 0.8%, a fronte di una situazione di mercato alquanto complessa. La cifra d'affari dei prodotti sostenibili ha raggiunto per la prima volta più di CHF 2 miliardi.

A fine 2013, la **rete dei punti vendita** Migros contava in totale 639 sedi, otto in più rispetto all'esercizio precedente. Sono stati aperti 17 nuovi punti vendita, realizzati nove edifici nuovi in sostituzione di sedi esistenti ed effettuati quattro interventi di ampliamento e ristrutturazione di maggiore entità. La superficie di vendita dei supermercati/ipermercati, mercati specializzati e gastronomia è aumentata complessivamente di +3'926 m<sup>2</sup> (+0.3%).



«Migros ha aumentato il fatturato nel settore della vendita al dettaglio affidata alle cooperative del 9.1%. La cifra d'affari dei prodotti sostenibili ha raggiunto per la prima volta i CHF 2 miliardi.»

---

**Herbert Bolliger**  
Presidente della Direzione generale

«Il successo di Migros si basa su una strategia a lungo termine che difende gli interessi di tutti gli stakeholder. Nel rispetto della filosofia di Duttweiler, l'azienda pone al centro dei suoi interessi la responsabilità sociale.»

---

**Andrea Brogini**  
Presidente dell'Amministrazione

Dai sondaggi condotti durante l'esercizio in esame, risulta che il livello di **soddisfazione dei clienti** è molto alto. Le clienti e i clienti hanno dichiarato di essere molto soddisfatti della gamma di prodotti, dell'offerta dei servizi e del rapporto qualità-prezzo di Migros. La comunicazione sulle piattaforme M-Infoline, Migipedia e sui social network come Facebook o Twitter è lo specchio di una domanda in crescita. Il dialogo è espressione dello stretto legame con i clienti e dimostra che l'azienda si trova sulla strada giusta dal punto di vista strategico.

Nel **settore e-commerce**, Migros è riuscita nuovamente a estendere la propria leadership di mercato. La cifra d'affari realizzata online ammonta complessivamente a CHF 932 milioni. La classica attività dell'e-commerce si quantifica in CHF 740 milioni (+5.1%). Questo valore comprende LeShop.ch nonché le attività online del Gruppo Hotelplan, di Ex Libris, Gruppo Office World, Migrol, Probikeshop, Micasa, SportXX, Melectronics, Denner, Frey, Delica e Gries Deco. Le ordinazioni online nel commercio all'ingrosso hanno totalizzato una cifra d'affari pari a CHF 191 milioni. LeShop.ch ha venduto generi alimentari per CHF 158 milioni (2012: CHF 150 milioni) e può considerarsi di gran lunga il maggiore negozio online di generi alimentari in Svizzera.

---

# 6.3%

crescita dell'industria propria

---

Questo andamento positivo ha interessato anche l'**industria propria**. Nel 2013 il fatturato ha raggiunto CHF 5'763 miliardi, con una crescita del 6.3%. Le attività internazionali registrano un aumento del 7.3% e si attestano a CHF 513 milioni (2012: CHF 478 milioni). Questo ha permesso a M-Industria di rafforzare ulteriormente la propria posizione, tanto sul mercato interno quanto sui mercati esteri, e di aumentare la propria competitività tramite l'«operational excellence» e i «piani per il valore aggiunto».

Nell'esercizio 2013, la cifra d'affari del **Gruppo Hotelplan** ha subito una contrazione del -6.1%, attestandosi a CHF 1'130 milioni (2012: CHF 1'203 milioni). Questa flessione è riconducibile principalmente al riassetto delle attività in Italia e Russia. Interhome e Travelwindow hanno superato leggermente le cifre d'affari dell'esercizio precedente. Hotelplan Svizzera ha dovuto subire una battuta di arresto, con una diminuzione della cifra d'affari causata dal fallimento della compagnia aerea Hello e dalla crisi in Egitto.

Nel 2013, la **Banca Migros** ha nuovamente incrementato il volume d'affari e dei ricavi. In particolare, ha approfittato di un afflusso ancora consistente nei depositi di risparmio e di una situazione brillante nell'attività dei titoli. Anche per le ipoteche, la crescita si è indebolita solo leggermente rispetto all'esercizio precedente. Il numero delle filiali è aumentato di due unità per un totale di 65 sedi.

Come altro **highlight** del 2013, la Migros ha festeggiato il 125° anniversario dalla nascita di Gottlieb Duttweiler. La Posta Svizzera ha omaggiato il fondatore della Migros per i suoi meriti con l'emissione di un francobollo commemorativo. Migros è stata eletta da «Brand Asset Valuator» (BAV), il **marchio svizzero di maggior successo**. In base ai sondaggi, Migros trae vantaggio dal cambiamento di valori in atto nella società, che tende a un maggiore idealismo. Gli intervistati apprezzano in particolare la comunicazione trasparente e le innovazioni nell'area online.

Nel 2012, Migros ha lanciato il programma **Generazione M** dedicato alla sostenibilità, con cui si impegna a lungo termine a favore della protezione del pianeta, del consumo sostenibile e di uno stile di vita sano, assumendosi la responsabilità di una condotta esemplare nei confronti della società e dei collaboratori. Il principio della sostenibilità è fortemente radicato nelle linee guida aziendali e nella strategia del Gruppo Migros. Inoltre, Migros ha puntualizzato il significato attribuito alla sostenibilità all'interno della strategia del Gruppo e inserito il senso di responsabilità come ulteriore valore fondamentale. L'intero Gruppo Migros rispetta una serie di requisiti di base in ambito sociale ed ecologico.

Nel 2013, il **Percento culturale Migros** ha rinnovato l'investimento di CHF 120 milioni, provenienti dal fatturato della vendita al dettaglio affidata alle cooperative, nei settori della cultura, della società, della formazione, del tempo libero e dell'economia, per es. la serie di concerti Classics o il Museo Migros d'arte contemporanea. Questa istituzione, che affonda le sue radici nelle idee di Gottlieb Duttweiler ed è ancorata negli statuti, si basa su un concetto di impegno volontario unico nel suo genere.

A integrazione dell'attività del Percento culturale Migros, nel 2012 è stato creato il **fondo di sostegno Engagement Migros**. Le aziende dei settori strategici Commercio, Servizi finanziari e Viaggi, si impegnano a disporre per il fondo un contributo pari al 10% dei propri dividendi per sostenere progetti nell'ambito della cultura, della sostenibilità, dell'economia e dello sport. Nel 2013 sono stati messi a disposizione CHF 8.7 milioni in totale (donazioni per CHF 4.8 milioni).

A fine 2013, il Gruppo Migros dava lavoro a un totale di 94'276 collaboratori, di cui 81'456 in Svizzera. La crescita del 7.8% (2012: 87'461) è da ricondursi al consolidamento di Tegut... e all'ampliamento nelle singole imprese del Gruppo Migros. Migros si conferma il **datore di lavoro privato più importante della Svizzera**. Con servizi sociali sopra la media e un clima lavorativo improntato al riconoscimento del merito, Migros si assume e valorizza la propria responsabilità nei confronti dei collaboratori.

Il successo dell'azienda si basa su una **strategia** a lungo termine che difende gli interessi di tutti gli stakeholder. Questa riconosce i dieci principi del Global Compact e pone al centro degli interessi aziendali la responsabilità sociale, proprio come voleva il suo fondatore Gottlieb Duttweiler.

Le basi del **sano sviluppo** del Gruppo Migros risiedono negli ideali del cooperativismo, nel radicamento nazionale e regionale, ma anche nell'impegno ad agire dimostrando la passione per il proprio lavoro e in modo credibile, efficiente e responsabile nei confronti dei clienti.

#### 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.

L'impresa continuerà a riversare sistematicamente sia gli incrementi di efficienza sia i minori costi di approvvigionamento sotto forma di prezzi più convenienti. Anche in avvenire, Migros continuerà a promuovere il commercio online e farà tutto il possibile per offrire il **miglior rapporto qualità-prezzo**. Oltre a rafforzare la propria efficienza economica, promette parallelamente di rafforzare ulteriormente gli sforzi profusi in ambito sociale ed ecologico, pienamente in linea con il suo principio di base, che impone di impegnarsi con passione a favore della qualità della vita dei propri collaboratori e clienti.



Andrea Broggini Presidente dell'Amministrazione



Herbert Bolliger Presidente della Direzione generale

Migros è stata eletta da «Brand Asset Valuator» il marchio svizzero di maggior successo.