

08.02.2012 - 10:00 Uhr

**M-Industria 2011: M-Industria crescita nonostante la congiuntura avversa**

Zürich (ots) -

Nel 2011, pur dovendo fare i conti con una situazione economica molto complessa, l'M-Industria ha saputo imporsi con successo e acquisire quote di mercato. Nonostante un rincaro negativo e gli effetti sfavorevoli delle valute estere, la cifra d'affari ha raggiunto il soddisfacente traguardo dei 5.333 miliardi di franchi, attestandosi su livelli leggermente superiori rispetto all'esercizio precedente (+0.3%). La crescita reale è stata del 2.8%. L'attività con il Gruppo Migros, caratterizzata da sostanziali riduzioni dei prezzi, ha comprensibilmente chiuso con un risultato inferiore all'anno precedente (-0.9%). Sempre positivo, invece, è l'andamento dell'attività legata ai grandi consumatori che è cresciuta del 6.8% per un totale di 627 milioni di franchi. La cifra d'affari nell'attività internazionale, tenendo conto delle valute, ha messo a segno un incremento netto nell'ordine del 15.0% (+3.6% in franchi), raggiungendo i 492 milioni di franchi.

L'M-Industria ha saputo imporsi con successo malgrado la congiuntura economica molto difficile. Nonostante il deciso calo dei prezzi sul mercato interno e le turbolenze valutarie all'estero, la cifra d'affari netta è infatti cresciuta dello 0.3%, passando da 5.316 a 5.333 miliardi di franchi. Tenendo conto del rincaro negativo e degli effetti sfavorevoli delle valute estere, la crescita ammonta al 2.8%. Ciò significa che l'M-Industria ha acquisito quote di mercato.

Per quanto riguarda l'attività Migros, l'M-Industria ha tradotto in prezzi più bassi gli aumenti della produttività e i prezzi d'acquisto più convenienti dovuti al cambio favorevole. L'incremento dei volumi non è tuttavia riuscito a compensare il rincaro negativo, ragion per cui la cifra d'affari accusa una flessione nell'ordine dello 0.9%. Le cifre d'affari realizzate con Denner, Le Shop e Migrolino hanno invece registrato una netta crescita pari al 10.2%.

L'attività con i clienti svizzeri al di fuori del Gruppo Migros ha messo a segno un risultato soddisfacente, ossia una crescita del 6.8% per un totale di 627 milioni di franchi. Nel 2011 si è lavorato ancora per preparare il terreno a un ulteriore sviluppo dell'attività legata alla gastronomia e ai grandi consumatori industriali mediante programmi volti a premiare il concetto di valore aggiunto e il potenziamento della distribuzione.

L'attività internazionale, tenendo conto delle valute, ha registrato un incremento netto nell'ordine del 15.0% (+3.6% in franchi), raggiungendo i 492 milioni di franchi. Anche l'attività legata all'export, nonostante la situazione valutaria sfavorevole, è cresciuta del 2.0% (del 12.4%, tenendo conto delle valute), mentre lo sviluppo delle società all'estero ha sfiorato il 30% nelle monete locali.

Nel 2011, seppur con un rincaro negativo del 2.8%, il settore di attività "Carne, pesce, pollame" (cifra d'affari rispetto all'anno precedente: +2.6%) ha trainato la crescita in Svizzera. Molto soddisfacente deve considerarsi in particolare l'andamento del business legato alla gastronomia.

Nel settore di attività "Latticini e formaggi" (cifra d'affari rispetto all'anno precedente: -0.8%) sono state operate riduzioni dei prezzi nell'ordine del 2.8%. Una crescita si registra per l'attività con i clienti svizzeri al di fuori del commercio al dettaglio Migros e il business internazionale legato ai formaggi.

Il rincaro negativo di oltre il 2% e le perdite valutarie nell'export hanno avuto una ricaduta negativa anche sul settore di attività "Pane, prodotti da forno e paste alimentari, riso" (cifra d'affari rispetto all'anno precedente: -0.2%). In controtendenza deve invece considerarsi l'andamento dell'attività Convenience store in Svizzera che si è resa protagonista di un considerevole sviluppo.

La cifra d'affari nel settore di attività "Cioccolato e caffè" è aumentata complessivamente dello 0.9% e, nonostante la difficile situazione sul fronte valutario, il business legato all'export ha saputo mettere a segno un incremento del 5.7%. A trainare la crescita sono state in particolare l'attività legata alla marca Frey, così come a caffè e cialde (soprattutto in Germania).

Il settore di attività "Prodotti Convenience e bevande" ha registrato una lieve crescita (+0.5%), sebbene i ribassi abbiano prodotto un rincaro negativo del 3.6%. Lo sviluppo della sede austriaca (Gastina) ha potuto realizzarsi sostanzialmente grazie a nuovi ordini soprattutto per Weight Watchers.

Il settore Near Food (cosmetici, detersivi e detergenti) è stato notevolmente penalizzato dalla situazione negativa sul fronte valutario, accusando una flessione della cifra d'affari nell'ordine del 5.6%. L'attività internazionale,

tenendo conto delle valute, ha però chiuso sui livelli dell'anno precedente e la sede britannica (Mibelle Ltd.) si è resa protagonista di una decisa crescita nella moneta locale. Da segnalare è l'andamento positivo dell'innovativo settore Biochemistry che promette bene anche per il futuro.

Nel settore di attività "Commercio all'ingrosso", Scana ha potenziato ulteriormente la propria posizione di mercato e, malgrado la complessità della congiuntura, ha saputo mettere a segno un aumento soddisfacente del 2.4%. Grazie ad assortimenti interessanti è stato possibile realizzare una crescita superiore alla media nel segmento dei clienti istituzionali (ricoveri e ospedali).

Attività internazionale L'attività internazionale è stata segnata dalle difficoltà valutarie nell'export, dalla pressione sui prezzi e da prospettive congiunturali incerte nei mercati target. L'M-Industria ha però giocato bene le proprie carte e in questa situazione avversa, tenendo conto delle valute, ha messo a segno una decisa crescita nell'ordine del 15% (+3.6% in franchi) per un totale di 492 milioni di franchi. Questo risultato è stato possibile grazie al potenziamento mirato delle strutture di vendita e di produzione.

Differenziazione grazie alle innovazioni L'M-Industria, grazie a una grande competenza nel campo delle innovazioni, ha potuto dare ulteriore impulso alla propria attività con i proprietari di marchi (prodotti che vengono venduti in vari paesi con un determinato brand). Sono stati così lanciati tutta una serie di nuovi prodotti a marchio Barilla e Weight Watchers. Nel settore Prodotti da forno e paste alimentari ha visto la luce un assortimento senza glutine, che verrà lanciato nel 2012 con grandi prospettive per il futuro. L'assortimento dei prodotti senza lattosio e dei prodotti a base di soia ha potuto essere ampliato, ponendo così le basi per un'ulteriore crescita.

Investimenti nella piazza industriale svizzera Durante l'anno in rassegna, l'M-Industria ha investito più di 150 milioni di franchi nella piazza industriale svizzera, accrescendone ulteriormente la competitività. Si è concluso con una solenne inaugurazione il grande progetto ELSAvenir di Elsa, che nel corso degli ultimi cinque anni ha assorbito investimenti intorno ai 100 milioni di franchi e ha trasformato Elsa in una delle più moderne aziende per la lavorazione casearia in Europa.

Sostenibilità in gesti concreti Nell'ambito della strategia sulla sostenibilità sono stati presi in esame i processi e i modelli aziendali, così come lanciate diverse iniziative per la loro ottimizzazione. A questo proposito è stata presa un'importante decisione per quanto concerne l'olio di palma: il fabbisogno delle M-Industrie non dovrà più essere coperto soltanto con certificati, ma dal 2012 si dovrà passare a "Mass Balance". Ciò significa che l'olio di palma acquistato dalle M-Industrie e i relativi derivati verranno acquisiti fisicamente dagli importatori e trasformati svizzeri sotto forma di olio di palma sostenibile certificato.

Personale Alla fine del 2011, l'M-Industria dava lavoro a 10'689 persone tra collaboratrici e collaboratori (+131 nel 2010). Il numero dei posti riservati alla formazione è stato ampliato ulteriormente e al momento sono 390 (nel 2010 erano 366) gli apprendisti che seguono corsi di formazione in più di 20 professioni diverse presso l'M-Industria.

Prospettive Sia sul mercato svizzero che nell'attività internazionale si prevede un esercizio molto complesso e impegnativo. La situazione sul fronte valutario non dovrebbe allentare la morsa, ragion per cui nell'attività internazionale si profila un consolidamento che andrà di pari passo con lo sfruttamento di opportunità di crescita selettive. In tutti i nostri mercati target, la chiave per il successo presenta connotati ben precisi: rapporto molto stretto con la clientela, programmi volti a premiare il concetto di valore aggiunto, innovazioni e qualità convincente dei prodotti con una buona promessa di qualità-prezzo. Verrà portata avanti sistematicamente la strategia intrapresa finora.

Zurigo, 8 febbraio 2012

- Indicazioni: Una grafica computerizzata può essere scaricata su <http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmid=100000968&lang=4> -

Breve ritratto dell'M-Industria L'M-Industria che annovera 19 aziende efficienti e molto produttive (16 in Svizzera e 3 all'estero) fa parte del Gruppo Migros. Offre più di 20'000 prodotti di alta qualità nei settori Food e Near Food con il miglior rapporto qualità-prezzo e può pertanto considerarsi una delle maggiori produttrici di private label al mondo. L'M-Industria fa riferimento principalmente alla Svizzera come sede industriale ed espande incessantemente la propria attività incentrata sui valori di efficienza, qualità e affidabilità.

Trattandosi del gruppo industriale di Migros, vanta un rapporto molto stretto con il mercato, lancia tendenze e sorprende con servizi e prodotti innovativi. Esporta prodotti svizzeri di qualità in oltre 50 paesi. Fra i clienti dell'M-Industria figurano grandi gruppi internazionali molto noti.

L'M-Industria produce in modo responsabile e sostenibile. Laddove possibile, per il trasporto delle merci, si avvale sempre della ferrovia. Con oltre 10'000 persone tra collaboratrici e collaboratori, di cui 390 sono apprendisti in

più di 25 professioni diverse, può considerarsi un'importante datrice di lavoro in Svizzera.

Cifre d'affari nette dell'M-Industria nel 2011 (vedi tabella)

Contatto:

Urs Peter Naef, Portavoce FCM, tel. 044 277 20 66,  
urs-peter.naef@mgb.ch, www.migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100712657> abgerufen werden.