

В Migros грядет реструктуризация | Restructuration chez Migros

Author: Заррина Салимова, [Цюрих](#), 16.02.2024.



Фото: Claudio Schwarz, Unsplash

Сокращение рабочих мест, продажа дочерних предприятий, переориентация бизнеса – швейцарский лидер розничной торговли готовится к радикальным переменам.

|

Suppression d'emplois, vente de marques spécialisées, recentrage des activités: le leader suisse du commerce de détail se prépare à des changements radicaux.

Restructuration chez Migros

Швейцарский гигант розничной торговли Migros планирует сосредоточиться на сегментах торговли продуктами питания и непродовольственных товаров, финансовых услуг (Migros Bank) и здравоохранения (Medbase Group), в то время как некоторые специализированные марки будут проданы – туроператор Hotelplan Group, производитель косметики Mibelle, а также сети магазинов спортивных (SportX) и электронных (Melectronics) товаров. В ходе масштабного пересмотра стратегии руководство Migros тщательно проанализировало весь портфель компаний и пришло к выводу, что эти дочерние предприятия имеют лучшие перспективы на успех за пределами группы.

Примечательно, что Hotelplan представляет собой исторический бизнес для оранжевого гиганта (так в швейцарской прессе часто называют Migros). Компания была создана в 1935 году основателем Migros Готлибом Дутвайлером с целью «помочь швейцарской гостиничной индустрии, находящейся на грани краха, и дать возможность всем желающим отправиться в отпуск». Сейчас же центр тяжести в туристической отрасли сместился в сторону очень крупных туроператоров. Hotelplan хоть и считается крупнейшим в Швейцарии, но в глобальном масштабе размеры компании относительно скромны. Возможно, с новым владельцем фирма получит больше возможностей для роста. О решении Migros стало известно спустя два дня после того, как Hotelplan опубликовал данные о рекордных продажах. Туроператор завершил 2022-2023 финансовый год, который закончился в конце октября, с объемом продаж в 1,73 млрд франков, что на 20,6% больше, чем годом ранее, и на 45,7% больше, чем в 2019-м, последнем году перед пандемией. Находящуюся на пике компанию теоретически можно было бы продать по привлекательной цене. Возможно, покупателем станет зарубежная сеть.

Что касается Mibelle, то около 70% продаж компании осуществляется за рубежом, а в Швейцарии остается все меньше связей с основным бизнесом. В то же время специализированные магазины (спорт и электроника) все больше страдают от конкуренции в Интернете.

Реструктуризация приведет к потере около полутора тысяч рабочих мест – это крупнейшее сокращение за почти 100-летнюю историю Migros. Ожидается, что около 6 500 сотрудников, работающих в Hotelplan, Mibelle и затронутых специализированных магазинах, продолжат работать на новых владельцев. Migros обещает, что будут предприняты все усилия для трудоустройства сотрудников в других местах в группе.

Бренды Bike World, Do it + Garden, Micasa и Obi будут «детально изучены». Дальнейшие подробности не сообщаются, но некоторые аналитики предполагают, что и эти дочерние компании могут быть проданы, если найдутся покупатели.

Почему чисто экономическая новость о реструктуризации Migros вызвала такой резонанс среди швейцарцев? Как справедливо замечает Le Temps, Migros, подобно [Rolex](#) и [Credit Suisse](#), является частью экономического наследия Швейцарии: бренд известен нескольким поколениям швейцарских семей. Подтверждением значимости Migros стало и то, что компания заняла первое место в опубликованном в четверг рейтинге Brand Indicator Switzerland как самая популярная и сильная марка. В первую пятерку также вошли мессенджер WhatsApp, Google, coop.ch и платежное приложение Twint. Migros добился успехов среди молодежи, в частности, во франкоязычной Швейцарии. Однако стоит учитывать тот факт, что опрос был проведен до того, как руководство Migros приняло решение о реорганизации группы.

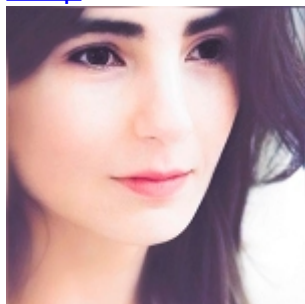
Бренд Соор занял седьмую строчку, а марка соор.ch продемонстрировала впечатляющий рост, поднявшись на 4-е место со 118-го в 2022 году. Бренд migros.ch, напротив, занимает лишь 100-е место.

Тем временем компания Соор, один из главных конкурентов Migros, отчиталась в четверг о показателях за 2023 год. Объем продаж ритейлера достиг 34,7 млрд франков (+2,2%). Драйверами роста стали супермаркеты и оптово-производственное подразделение. При этом собственный органический бренд Naturaplan вырос на 9,2%, а недорогой бренд Prix Garantie – на 15,9 %. Прибыль ритейлера увеличилась до 575 млн франков (+12 млн), а численность персонала выросла почти до 96 000 человек (в Швейцарии Соор наняла 948 дополнительных сотрудников). А вот продажи в специализированных магазинах, таких как электроника и мебель, снизились.

Что касается двух выставленных на продажу дочерних компаний Migros, SportX и M-Electronics, то глава Соор Филипп Висс объявил на пресс-конференции в четверг, что о поглощении этих брендов не может быть и речи. Однако у Соор есть заинтересованность в отдельных торговых площадях, например, для собственных магазинов Import Parfümerie или Interdiscount. Покупка других компаний Migros – Hotelplan и Mibelle – также не рассматривается руководством Соор.

В целом, с экономической точки зрения новая стратегия Migros оправдана. Неясно, правда, выиграют ли от этого швейцарские потребители. Компания планирует инвестировать более 8 млрд франков в течение следующих пяти лет в развитие супермаркетов Migros, новой концепции магазинов Denner, логистики и электронной коммерции. Маркетинг и все закупки, за исключением региональных продуктов, также будут централизованы.

[Migros](#)
[Соор](#)



[Зарина Салимова](#)

Zaryna Salimava

Статьи по теме

[MIGROS и COOP пицчат, но по-разному](#)

[Migros нашла покупателей для Globus](#)

[Migros учит беженцев делать покупки](#)

[В Migros завезут швейцарскую клубнику и балканские консервы](#)

[Migros и Соор – самые любимые швейцарцами сети супермаркетов](#)

[Migros отказывается от одноразовой пластиковой посуды](#)

Source URL:

<http://www.nashgazeta.ch/news/economie/v-migros-gryadet-restrukturizaciya>