

## **Globus, Globus Uomo, Schild: Migros punta su una strategia «one brand» e sulla trasformazione digitale**

**Schild e Globus Uomo diventano Globus: il consiglio di amministrazione della Federazione delle cooperative Migros (FCM) ha approvato in occasione della sua seduta dell'11 maggio 2017 il riorientamento strategico di Globus, Globus Uomo e Schild. A partire dalla primavera del 2018, i tre formati saranno raggruppati sotto il marchio ombrello premium Globus. Verrà inoltre promossa ulteriormente la trasformazione digitale. I clienti beneficeranno così sia nelle filiali, sia online di un assortimento coerentemente chiaramente correlato e di una consulenza competente in tutti i formati. Con il riorientamento, Migros intende rafforzare la posizione di Globus in un mercato dell'abbigliamento altamente competitivo. L'ottimizzazione dell'organizzazione presenta tuttavia anche un rovescio della medaglia: nel prossimo anno e mezzo, nella centrale di Spreitenbach andranno persi all'incirca 80 dei 400 posti di lavoro. Il taglio dei posti di lavoro verrà per quanto possibile assorbito per mezzo di fluttuazioni naturali, pensionamenti anticipati e offerte in seno al Gruppo Migros, tenendo conto degli aspetti sociali.**

Negli ultimi anni, in Svizzera il mercato tessile ha denotato una flessione di 2,5 miliardi, passando da 11 a 8,5 miliardi di franchi, un'evoluzione che si è ripercossa anche su Globus, Globus Uomo e Schild. Nonostante il difficile contesto del mercato, Globus e Globus Uomo sono riusciti, grazie al loro forte portafoglio di marche premium, a conquistare continuamente quote di mercato, mentre con la sua offerta nel segmento di prezzo medio Schild ha subito forti pressioni. I motivi principali di questo sviluppo sono la forza del franco e il conseguente turismo degli acquisti, ma anche i forti concorrenti internazionali stazionari nonché i nuovi offerenti online, che hanno modificato fundamentalmente il mercato e il comportamento dei clienti.

Al fine di rafforzare sul lungo periodo la competitività della Grandi Magazzini Globus SA, di cui fanno parte i grandi magazzini Globus, Globus Uomo e il Gruppo Schild, il consiglio di amministrazione della FCM ha approvato un riorientamento strategico. A partire dalla primavera del 2018, le tre marche verranno riunite sotto il marchio ombrello premium Globus e dirette centralmente. Ciò offre maggiore chiarezza e orientamento per le clienti e i clienti, che beneficiano così della più ampia offerta di un unico marchio forte, trovano tutti i prodotti in un unico shop online e usufruiscono di una consulenza competente e di un'unica carta cliente. Nel contempo Globus riorganizza i formati e gli assortimenti e promuove coerentemente la trasformazione digitale. «Desideriamo offrire ai clienti Globus un'esperienza di acquisto unica, indipendentemente da dove effettuano i propri acquisti, online o nelle filiali Globus, che saranno in futuro molto più numerose», spiega Thomas Herbert, CEO della Grandi Magazzini Globus SA.

L'ottimizzazione dell'organizzazione presenta purtroppo anche un rovescio della medaglia: Nei prossimi 18 mesi, il raggruppamento delle tre marche comporterà la perdita a Spreitenbach (AG) di circa 80 dei 400 posti di lavoro. Verranno poi valutate le esigenze della clientela e il potenziale delle 84 filiali e, nei prossimi cinque anni, si procederà al relativo adeguamento della rete di filiali. In base a una dettagliata analisi delle località verrà deciso quali filiali dovranno chiudere, dove ne verranno aperte delle nuove e realizzato il formato adeguato. Si tratterà di negozi con un assortimento completo da grandi magazzini o di negozi specializzati con assortimenti parziali, completo assortimento digitale o negozi specializzati soprattutto in abbigliamento da uomo, da donna o per entrambi. Per alcune filiali si prevede inoltre l'eventuale allestimento dell'offerta gastronomica.

Il taglio dei posti di lavoro verrà per quanto possibile assorbito per mezzo di fluttuazioni naturali, pensionamenti anticipati e offerte di posti di lavoro in seno al Gruppo Migros. Qualora alcuni licenziamenti fossero inevitabili, le persone in questione potranno beneficiare, nel quadro del contratto collettivo di un piano sociale che prevede tra l'altro l'estensione del termine di disdetta, indennità di licenziamento e aiuto nella ricerca di un nuovo posto di lavoro. A tal fine sono già in corso dei colloqui con i partner sociali.

Beat Zahnd, presidente del consiglio di amministrazione della Grandi Magazzini Globus SA e responsabile del Dipartimento Commercio nella FCM: «Con il rafforzamento della marca premium Globus, gli investimenti nella trasformazione digitale e il rinnovo della rete di negozi ci impegniamo a favore del futuro sia dei grandi magazzini, sia del mercato dell'abbigliamento di prim'ordine uomo/donna. Anticipiamo i cambiamenti di comportamento dei clienti e creiamo con Globus un nuovo universo di acquisti, in cui offline e online sono inseparabilmente collegati. Purtroppo, a causa dello spostamento del fatturato dal commercio stazionario a quello digitale, del record del turismo degli acquisti e dei concorrenti internazionali nel segmento di prezzo medio-basso, le scelte strategiche comportano anche la perdita di posti di lavoro. Ciò mi rincuora molto e spero che potremo offrire al maggior numero di persone una nuova occupazione all'interno del Gruppo Migros.»

CEO Globus Thomas Herbert: «Ovviamente non mi risulta facile integrare la tradizionale marca Schild in Globus. Gli sviluppi degli ultimi anni e le analisi di mercato hanno tuttavia mostrato che la strategia «one brand» è quella giusta per la Grandi Magazzini Globus SA. Il nuovo orientamento con il marchio Globus apre la strada per un futuro forte e sostenibile di Globus. In futuro avremo la possibilità di proporre l'intero assortimento per via digitale su tutto il territorio e di offrire ai nostri clienti una consulenza individuale su tutti i canali. Per noi trasformazione digitale non è uno slogan, ma uno stimolo per distinguerci come pionieri ed entusiasmare i nostri clienti con un'esperienza d'acquisto indimenticabile.»

## **Grandi Magazzini Globus SA**

### **Numero di dipendenti:**

3425

**Numero di filiali (outlet e negozi di marca compresi):**

Globus 15  
Globus Uomo 23  
Schild 45

**Cronistoria Grandi Magazzini Globus:**

1892 Josef Weber apre a Zurigo «J. Weber's Bazar», il primo grande magazzino della Svizzera.

1896 «Globus» viene utilizzato per la prima volta come nome della ditta.

1907 Heinrich Burkhardt trasforma l'impresa commerciale in «Grandi magazzini Globus».

1964 I negozi di abbigliamento vengono scorporati da Globus e gestiti come negozi specializzati Globus Uomo.

1996 Globus diventa un'azienda su scala nazionale con 11 grandi magazzini.

1997 Migros rileva il Gruppo Globus (composto all'epoca da Globus, Globus Uomo, ABM, Interio e Office World).

2013 Grandi magazzini Globus rileva la casa di moda Schild e diventa così un gruppo con le marche indipendenti Globus, Globus Uomo e Schild.

2017 Globus, Globus Uomo e Schild vengono diretti dal 2018 sotto il marchio ombrello premium Globus.

**Gruppo Globus**

Fatturato netto in mio. CHF	2016	2015	%	% a parità di superficie
Gruppo	879.0	928.7	-5.4%	-2.1%
- Grandi magazzini Globus	657.8	693.1	-5.1%	-1.5%
- Globus Uomo	68.2	70.6	-3.4%	-1.4%
- Casa di moda Schild	153.0	165.0	-7.3%	-4.1%

Immagini disponibili su <https://www.migros.ch/it/media.html>

Zurigo, 12 maggio 2017

**Ulteriori informazioni:**

Monica Glisenti, responsabile Direzione Corporate Communications FCM,  
Tel. 058 570 38 26, [monica.glisenti@mgb.ch](mailto:monica.glisenti@mgb.ch)

Marcela Palek: Head of Corporate Communications Globus Tel. 058 578 23 09,  
[marcela.palek@globus.ch](mailto:marcela.palek@globus.ch)