



Hansueli Loosli e Joos Sutter

Prefazione

Risultato solido per Coop

La pandemia di coronavirus ha avuto un impatto determinante sull'anno di esercizio 2020 di Coop e ha messo l'azienda a dura prova in tutti gli ambiti. In questo periodo difficile, le nostre priorità sono sempre state tutelare il personale e la clientela, garantire la sicurezza dell'approvvigionamento di generi alimentari e beni di prima necessità alla popolazione e salvaguardare al tempo stesso la stabilità dell'intero Gruppo Coop.

Nonostante le numerose sfide, come la chiusura di tutti i formati Non Food e di gastronomia nel commercio al dettaglio e il crollo della domanda nel rifornimento all'ingrosso del gruppo Transgourmet, Coop è riuscita a raggiungere un utile stabile pari a 539 milioni di franchi, con un fatturato di 30.2 miliardi di franchi. Ancora una volta, la nostra strategia di diversificazione, rappresentata dai due rami Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione, si è dimostrata efficace.

Nel commercio al dettaglio il ricavo netto è cresciuto di 1.1 miliardi a 19.1 miliardi di franchi, con un aumento del 6.3%.

Il ricavo netto dei supermercati Coop ha raggiunto i 12.0 miliardi di franchi, superando l'esercizio precedente del 14.3%. Una crescita notevole, che li ha visti conquistare quote di mercato significative. Dobbiamo questo successo in particolare alla nostra convincente gamma di prodotti sostenibili e alla nostra fitta rete di vendita, che comprende 944 punti di vendita in tutta la Svizzera. Questo ci permette di essere sempre vicini ai nostri clienti. Inoltre, gli investimenti per la realizzazione del nuovo, accattivante concept dei negozi si stanno dimostrando fruttuosi. Anche la nostra interessante e ampia gamma di prodotti a basso prezzo ha convinto la clientela. Nel 2020, abbiamo apportato riduzioni di prezzo ad altri 1 000 articoli. Tra i fattori che hanno influito su questo risultato positivo ci sono stati anche la sospensione temporanea degli acquisti all'estero e l'aumento della domanda di generi alimentari, legato alla chiusura dei ristoranti.

Per quanto riguarda i formati specializzati, il lockdown ha comportato la chiusura temporanea di oltre 1 000 punti di vendita Non Food, il che significa che improvvisamente più di 13 000 collaboratori si sono trovati a non poter svolgere il loro consueto lavoro. Va osservato che dopo il lockdown i formati specializzati hanno rapidamente recuperato e sono riusciti a compensare gran parte delle perdite di fatturato, registrando infine un ricavo netto di 7.2 miliardi di franchi. Il segmento dell'elettronica di consumo ha incrementato il proprio fatturato di 41 milioni a 2.1 miliardi di franchi affermando così la propria leadership nel settore. Particolarmente soddisfacente si è dimostrato l'andamento di Coop Edile+Hobby, Livique/Lumimart e Betty Bossi, che hanno tutti registrato una crescita di fatturato di oltre il 10%.

Il 2020 ha visto crescere anche il fatturato online del commercio al dettaglio, e non solamente nel periodo di lockdown. Un aspetto di cui andiamo particolarmente fieri è la nuova piattaforma omnichannel Coop.ch, che ha ottenuto un aumento di fatturato del 45.5% a 232 milioni di franchi e conquistato nuove quote di mercato. Il fatturato online dell'intero Gruppo Coop è stato di 2.6 miliardi di franchi.

Il settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione ha realizzato un ricavo netto di 12.6 miliardi di franchi, che corrisponde a un indice del 92.1% al netto degli effetti valutari.

A risentire particolarmente della pandemia è stato il commercio all'ingrosso, ossia il gruppo Transgourmet. Con la chiusura di alberghi, ristoranti e mense nonché l'annullamento di eventi, alcune società nazionali hanno dovuto far fronte a notevoli perdite di fatturato, in particolare nel rifornimento all'ingrosso. D'altro canto, il settore Cash&Carry si è dimostrato una base solida. La strategia di Transgourmet di combinare il Cash&Carry e il rifornimento all'ingrosso si è pertanto rivelata efficace anche durante la crisi provocata dal coronavirus. Il gruppo Transgourmet ha registrato un ricavo netto di 8.1 miliardi di franchi.

Anche le aziende di produzione hanno compiuto uno sforzo straordinario durante il lockdown: diversi esercizi hanno notevolmente ampliato le loro capacità produttive inserendo molti turni straordinari, contribuendo così a garantire in ogni momento la sicurezza dell'approvvigionamento in Svizzera. Il ricavo netto in valuta locale delle aziende di produzione è aumentato di 44 milioni a 4.9 miliardi di franchi.

Con i prodotti sostenibili, nel 2020 il Gruppo Coop ha realizzato complessivamente un fatturato record di 5.4 miliardi di franchi, con un aumento di circa 738 milioni di franchi. Coop si conferma pertanto leader incontrastata nel settore della sostenibilità in Svizzera. Il fatturato dei prodotti biologici ha registrato un'ulteriore crescita netta, pari a 210 milioni di franchi, superando così i 2 miliardi di franchi. Siamo particolarmente soddisfatti della fiducia che ci hanno accordato i nostri clienti e dell'enorme impegno profuso dal nostro personale. I nostri 90 825 collaboratori e collaboratrici, oltre 1 300 in più rispetto allo scorso anno, hanno dimostrato grande solidarietà in tutti i settori aziendali anche nei momenti più critici. Cogliamo quindi l'occasione per rinnovare il nostro sentito ringraziamento.

Guardando all'ultimo anno, possiamo affermare che Coop è riuscita ad affrontare bene il difficile periodo segnato dal coronavirus e, grazie a un forte flusso finanziario e a un solido patrimonio netto, poggia su buone fondamenta per continuare a crescere.



Hansueli Loosli
Presidente del Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter
Presidente della Direzione generale