

Formats spécialisés non alimentaires

Coop mise sur Jumbo

Coop a racheté à Maus Frères SA l'entreprise suisse Jumbo après avoir obtenu l'approbation (sans réserves) de la Commission fédérale de la concurrence. Les marques Jumbo et Coop Brico+Loisirs vont ensuite fusionner pour poursuivre leurs activités sous le nom de Jumbo en tant que format spécialisé du groupe Coop. Coop entend ainsi allier la compétence de Jumbo sur le marché du bricolage à l'offre de produits durables et d'articles pour le jardin et les loisirs créatifs de Brico+Loisirs. Combinant ainsi le meilleur de deux mondes, Jumbo devient le numéro un incontesté du marché suisse du bricolage. Avec ses 40 points de vente, le réseau Jumbo complète idéalement les 84 magasins Coop Brico+Loisirs. Ce rachat confirme la position de leader du groupe Coop dans le secteur du bricolage. Jumbo devient le numéro un en termes de développement durable, de compétence et de prix.

Nouveau magasin en ligne Coop-city.ch

Chez Coop City, grâce au nouveau magasin en ligne Coop-city.ch, les clientes et clients ont la possibilité d'effectuer leurs achats rapidement et facilement en ligne depuis début novembre. Plus de 13 000 articles de nombreux segments d'assortiment tels que jouets, appareils ménagers ou encore cosmétiques et soins peuvent y être commandés. Parmi eux, des articles des deux marques propres Naturaline et Naturaline Swiss Cosmetics, labels de la mode équitable en coton biologique et des cosmétiques durables, ainsi que de nombreuses autres marques et marques propres populaires. Les commandes sont livrées au domicile des clientes et clients ou peuvent être retirées dans l'un des 450 points Pick-up de Coop.

Coop Vitality se mobilise pour lutter contre la pandémie

Pendant cette deuxième année de pandémie, Coop Vitality a une nouvelle fois apporté une contribution essentielle aux soins médicaux de base. Avec ses 88 pharmacies en Suisse, l'enseigne constitue un partenaire important pour les autorités et les acteurs du système de santé. Elle a su faire face aux défis qui se sont posés et soutenu ses clientes et clients en leur proposant des prestations complémentaires en plus de la vente de médicaments. Ses collaborateurs ont ainsi mis sur pied un service de livraison à domicile pour les patientes et patients à risque et la vente d'autotests de dépistage. Coop Vitality a également introduit très rapidement de nouveaux services: dans nombre de ses officines, il est désormais possible de se faire vacciner contre le Covid-19. Plusieurs d'entre elles pratiquent, par ailleurs, des tests rapides antigéniques et/ou des tests PCR.

Nouvelle implantation de magasin pour Import Parfumerie

Import Parfumerie a investi dans ses parfumeries physiques en lançant un nouveau concept de magasin. Les parfumeries de Winterthour Bahnhof, Rapperswil, Lausanne St-François, St-Gall Coop City, Zurich Bahnhofstrasse, Zurich Centre commercial Sihlcity et Genève Rue de Rive ont ainsi été réaménagées. Ces espaces modernisés proposent tout un éventail de services. Certaines parfumeries ont ainsi été équipées d'une machine à graver qui permet aux clientes et clients de personnaliser leur nouveau flacon de parfum ou bien d'écrire un message sur le ruban cadeau. Autre nouveauté: un outil numérique pour tester différentes possibilités de maquillage sur le visage sans entrer en contact avec les produits. Au cours de l'année sous revue, l'offre proposée en ligne par Import Parfumerie s'est enrichie de nouveaux produits de soin pour le visage, les cheveux et le corps. Le magasin en ligne met en avant les produits qui satisfont aux directives Clean Beauty d'Import Parfumerie en leur attribuant les labels "Pro Ocean", "Pro Nature" et "Pro Animal".

Nouvelle implantation de magasin et station de recharge pour The Body Shop

Le magasin de Berne a dévoilé début juillet le nouveau concept The Body Shop, placé sous le thème du retour aux sources. La nouvelle présentation s'inspire des débuts de la marque en reflétant la vision révolutionnaire de la fondatrice Anita Roddick. Le magasin rénové de Berne est le premier à avoir été équipé d'une station de recharge – une initiative qui illustre la volonté de la marque de passer du plastique au réutilisable. Une telle station a ensuite été installée en novembre dans le magasin rénové de Lausanne. Les clients peuvent y recharger des bouteilles réutilisables en aluminium de gel douche, de savon pour les mains, de shampooing ou d'après-shampooing. Le passage au réutilisable permet d'économiser chaque année plus de 25 tonnes de plastique dans le monde. L'agencement des lieux a lui aussi été pensé pour réduire l'empreinte écologique: le nouveau magasin est équipé de meubles durables fabriqués en bois revalorisable et en plastique recyclé. Autre projet en cours: le remaniement progressif des emballages dans le but de les rendre recyclables à 100%.

Interdiscount investit dans le conseil mobile dans ses magasins

Depuis octobre, les collaborateurs des 174 magasins Interdiscount de Suisse sont tous équipés d'un appareil mobile, une nouveauté qui révolutionne l'approche du conseil au client tout en améliorant l'expérience client. Grâce à ces petites tablettes très maniables, les vendeurs peuvent conseiller leurs clientes et clients et enregistrer les ventes partout dans le magasin. Ils ont accès à l'assortiment complet disponible en ligne ainsi qu'aux accessoires proposés en complément d'un produit, et peuvent directement passer commande. Mais ce n'est pas tout: ces outils de travail modernes leur permettent aussi d'établir des contrats, de commander des articles, de réserver des prestations de services, de saisir et de suivre des demandes de réparation, de procéder au remplacement d'appareils défectueux et bien d'autres choses encore. Leurs fonctionnalités sont régulièrement développées.

Update Fitness continue de se développer

L'année s'achève sur un bilan positif pour update Fitness compte tenu des mesures sanitaires et des fermetures auxquelles elle a dû faire face. Pendant l'été, elle a même attiré davantage de nouveaux clients qu'en 2019, qui avait été une année record. Son réseau s'est développé et compte désormais 59 salles réparties dans 14 cantons. Pendant la pause imposée par la pandémie, l'enseigne a pu faire avancer ses projets informatiques, déployer sur d'autres sites l'assistance à distance avec horaires d'ouverture élargis et élaborer des structures pour poursuivre son expansion. Les effectifs de personnel ont été augmentés en vue de cette expansion.

Nouvel hôtel-boutique quatre étoiles dans la vieille ville de Bâle

Le 28 juillet 2021 à Bâle, l'hôtel-boutique quatre étoiles du Märthof a ouvert ses portes sur la Marktplatz, au cœur de la vieille ville. L'établissement compte 68 chambres de grande classe réparties sur cinq étages. Parmi elles, les huit "suites junior Marktplatz", dont les fenêtres donnent sur la place du marché de Bâle, contribuent à faire d'un séjour dans la cité rhénane une expérience inoubliable. Le Märthof dispose par ailleurs d'une salle de fitness, d'un espace wellness, d'une salle de banquet et d'un toit-terrasse offrant une vue imprenable sur la ville. Au rez-de-chaussée se trouve le restaurant Bohemia, qui comporte un vaste bar et une terrasse sur la Marktplatz. Dans une ambiance de style bohème chic, les clients pourront se délecter d'une cuisine gastronomique. Très apprécié par les Bâlois comme par la clientèle internationale, le Märthof apporte à la ville une réelle valeur ajoutée.

Fermeture des formats non alimentaires

La plupart des formats non alimentaires ont dû fermer leurs portes du 18 janvier au 1^{er} mars. Contrairement à 2020, les Coop Brico+Loisirs et Jumbo ont pu rester ouverts, mais étaient soumis à des restrictions de vente.

Faits marquants des formats non alimentaires

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les faits marquants de l'exercice écoulé. Pour en savoir plus sur les formats spécialisés du groupe Coop, rendez-vous sur www.coop.ch/enseignes.



La meilleure expérience d'achat dans le domaine de l'électronique domestique en Suisse

- Amélioration de la satisfaction des clients
 - Traitement d'un grand nombre de colis pendant le confinement
 - Fermeture des magasins pendant le confinement en raison de la pandémie
 - Introduction de tablettes qui permettent aux vendeurs de conseiller les clients de manière plus rapide et personnalisée
 - Introduction de l'envoi d'avis d'expédition pour certains services de livraison de colis
 - Développement des outils librement accessibles aux clients (consultation des bons de commande, des tickets de caisse et des bons de garantie/livraison)
 - Traitement plus rapide et plus efficace des demandes des clients grâce au lancement du Sales Force Service Cloud
 - Trois changements d'emplacement, deux transformations
-



La meilleure expérience d'achat en ligne

- Chiffre d'affaires en hausse de 7.3%
- Développement de la position sur le marché et de la notoriété
- Augmentation du nombre de clients acheteurs
- Amélioration de la satisfaction des clients
- Traitement d'un grand nombre de colis pendant le confinement
- Intégration d'autres outils librement accessibles dans le portail client en ligne (portail dédié aux réparations, consultation des bons de commande, des tickets de caisse et des bons de garantie/livraison)
- Mise à disposition du chatbot Spoty en français et en italien
- Intégration d'autres commerçants sur la place de marché (Ochsner Sport)
- Introduction de l'envoi d'avis d'expédition pour certains services de livraison de colis
- Réouverture de l'ancien Showroom de Moosseedorf sur un nouveau site à Jegenstorf



La deuxième chaîne de Grands Magasins de Suisse

- Gain de nouvelles parts de marché
- Forte amélioration de la satisfaction de la clientèle
- Caisses automatiques bien accueillies par les clients dans le département des produits cosmétiques et des produits de soin
- Lancement du magasin en ligne Coop City, qui propose quelque 13 000 références
- Installation de nouvelles caisses plus conviviales dans le département non alimentaire du Coop City Lausanne St-François
- Début de la mise en œuvre du nouveau concept de magasin "Bellacasa" dans le Coop City Lausanne St-François (achèvement prévu au printemps 2022)



Le numéro un des magasins de bricolage en Suisse

- Chiffre d'affaires global en hausse de 5.3%
- Hausse de 2.6% du chiffre d'affaires réalisé avec les produits durables Oecoplan
- Le numéro un des magasins de bricolage
- Gain de parts de marché
- Hausse soutenue de 9.6% dans le commerce en ligne
- Amélioration de la satisfaction de la clientèle
- Restriction des assortiments autorisés à la vente pendant le confinement lié à la pandémie
- Mise en place réussie de nouveaux assortiments et d'une nouvelle présentation pour l'outillage à main, l'outillage électroportatif, les appareils pour les grillades et leurs accessoires
- Déploiement de la location de machines
- Lancement du canal Instagram en français
- Obtention du Digital Commerce Award dans la catégorie "Home & Living"
- Rénovation du magasin de Gossau



Le numéro un des magasins de bricolage en Suisse

- Chiffre d'affaires global en hausse de 5%
- Croissance en ligne de 9.3%
- Amélioration de la satisfaction des clients
- Restriction des assortiments autorisés à la vente pendant le confinement lié à la pandémie
- Lancement de la marque de distributeur "Renovo" au rayon des peintures en collaboration avec Hagebau
- Relancement réussi et nouvelle présentation pour les accessoires vélo
- Partie intégrante du groupe Coop depuis août
- Mise en place de caisses avec self-scanning dans 19 magasins
- Agrandissement significatif du magasin de Bâle-Ville

LIVIQUE

L'enseigne d'ameublement centrée sur les solutions individualisées

- Forte progression du commerce sédentaire
- Chiffre d'affaires réalisé en ligne en hausse de 12.1%
- Gains importants de parts de marché
- Gain de notoriété pour la marque Livique
- Amélioration de la satisfaction des clients
- Repositionnement réussi sur le marché: établissement de Livique comme une enseigne d'ameublement compétente dans la gamme de prix intermédiaire
- Lancement de la marque-ombrelle "Swiss Collection", sous laquelle sont proposés des assortiments "swiss made" de 10 fabricants suisses
- Intégration des marques "Willisau", "Superba Ateliers Suisse" et "Intertime" dans l'assortiment de meubles
- Ouverture du magasin Livique Heimberg

lumimart

Le meilleur du luminaire

- Gains de parts de marché, qui permettent à Lumimart de conforter sa position de leader sur le marché
- Amélioration de la satisfaction des clients
- Intégration d'une exposition sur le thème de la maison connectée dans tous les magasins

IMPORT PARFUMERIE

Le numéro un des parfums haut de gamme en Suisse

- Leader en Suisse sur le marché des produits de beauté haut de gamme
- Gains importants de parts de marché dans le domaine du maquillage
- Amélioration du niveau global de satisfaction des clients
- Référencement de nouvelles marques haut de gamme, dont Kiehl's et Bobbi Brown
- Lancement de labels durables ("clean labels") dans le magasin en ligne
- Lancement de l'essayage virtuel de maquillage dans le magasin en ligne (modiface)
- "The Member Club" compte désormais 210 000 membres
- Mise en œuvre d'un nouveau concept de magasin dans les parfumeries Zurich Bahnhofstrasse, Zurich Centre commercial Sihlcity et Genève Rue de Rive

CHRIST

Montres & Bijoux

L'adresse numéro un de l'horlogerie-bijouterie

- Belle croissance dans le domaine des marques propres
 - Croissance en ligne toujours accélérée: + 13%
 - Nouvelle amélioration de la satisfaction clientèle en ce qui concerne la présentation générale et le service au client (compétence et amabilité)
 - Belle progression du chiffre d'affaires réalisé par les magasins physiques après le confinement par rapport à la même période l'année passée, surtout pour les catégories "bijoux by CHRIST", "bijoux fantaisie", "montres connectées" et "montres Swiss Made"
 - Lancement réussi de la marque propre Kids by CHRIST, qui comprend des bijoux, des montres analogiques Swiss Made et des montres connectées pour les enfants
 - Déploiement de la nouvelle présentation CHRIST dans d'autres magasins
 - Transformation réussie des magasins de Regensdorf, Winterthour Bankstrasse, Chavannes et Fribourg Sud.
-



Le numéro un de l'électroménager et de la rénovation des cuisines et salles de bains

- Gains de parts de marché sur tout l'assortiment
- Site Internet devenu le principal canal d'acquisition aussi bien dans le secteur du commerce de détail que dans celui de l'aménagement de cuisine et de salle de bains
- Livraison dès le lendemain des commandes passées en ligne avant 21 heures
- Fusion des domaines Cuisine/salle de bains et Gestion des travaux en un secteur commun "Travaux"
- Renforcement et concentration de l'offre de prestations de services proposée aux sociétés de gérance immobilière sous les marques Service7000 et SCHUBIGER Haushalt
- Achèvement du renouvellement du parc informatique avec le déploiement du nouveau système de caisse dans tous les magasins
- Lancement réussi d'une solution ERP moderne
- Nouveaux gains d'efficacité dans la logistique liés à l'exploitation du nouveau centre logistique
- Cinq magasins modernisés, cinq fermetures, deux ouvertures



Le numéro un de la vente en ligne d'électroménager avec une palette complète de services

- Croissance persistante des ventes en ligne
- Amélioration de la satisfaction de la clientèle, qui atteint désormais un niveau élevé
- Développement de l'assortiment dans les domaines Jardin, Arts de la table, Mobilité et Loisirs
- Déploiement des nouvelles prestations de services (livraison sur rendez-vous, extension de garantie) sur tout l'assortiment
- Développement et accélération des services de livraison: installation et élimination dans toute la Suisse



Tout pour la santé, des médicaments sur ordonnance aux produits de beauté

- Produit net en hausse de 12.2 %
- Chiffre d'affaires en hausse pour les génériques et les marques propres
- Gains de parts de marché
- Amélioration de la satisfaction de la clientèle
- Mise en place de prestations spéciales très demandées pour faire face à la pandémie: réalisation sur place de tests de dépistage (PCR et antigéniques), administration du vaccin contre le Covid-19 et vente d'autotests
- Forte croissance de "Primary Care" (premier entretien de conseil médical) et remise de médicaments normalement soumis à ordonnance
- Déploiement du nouveau concept d'aménagement dans trois sites: BS Europe, ZH Bahnhofstrasse, Delémont
- Extension du réseau de pharmacies avec deux ouvertures, l'une à Huttwil et l'autre à Berne Freudenberg



L'enseigne de cosmétiques naturels et durables

- Vente en ligne toujours aussi dynamique
- Niveau élevé de satisfaction des clients
- Relancement du beurre pour le corps
- Programme de commerce communautaire portant sur le plastique en Inde: la troisième année, The Body Shop a utilisé 782 tonnes de plastique ramassé dans la nature
- Opération de collecte en faveur des aidants familiaux en collaboration avec la Croix-Rouge suisse
- Concepts de magasin innovants à Berne Ryfflihof et Lausanne avec installation de stations de recharge

	Leader en Suisse, avec un réseau moderne de stations-service à l'enseigne de Coop	<ul style="list-style-type: none">• 67 stations-service proposant de l'AdBlue à la pompe• Hydrogène: ouverture de deux nouvelles installations à Crissier et Berne et planification de deux autres installations en 2022
	Chaleur et bien-être chez soi	<ul style="list-style-type: none">• Site Internet apprécié par les clients: la moitié des commandes sont passées en ligne• Progression du mazout écologique, choisi désormais par 76% des clients• Possibilité de compenser les émissions de CO₂ sur le site myclimate
<i>BâleHotels</i>	Le groupe hôtelier de Coop	<ul style="list-style-type: none">• Hausse de la satisfaction de la clientèle dans tous les hôtels• Restaurants restés ouverts pour les clients de l'hôtel pendant le confinement• Réouverture à partir du 19 avril des places assises en terrasse des restaurants, bars et établissements de vente à l'emporter• Réouverture des salles en intérieur le 31 mai• Obligation de présenter un certificat COVID pour pouvoir entrer dans les bars (des hôtels) et les restaurants à partir du 13 septembre• Ouverture réussie de l'hôtel-boutique Märthof le 28 juillet• Rachat de l'hôtel Holiday Inn Express d'Aarburg-Oftringen• Formation des collaborateurs de BâleHotels centrée sur l'hospitalité• Restaurant Les Quatre Saisons dédié au nouveau concept "pop up"• Renouvellement de la certification ISO 9001 pour BâleHotels jusqu'en 2022
	Le numéro un en Suisse de la vente directe de vacances balnéaires – Un partenariat signé Coop et Rewe	<ul style="list-style-type: none">• Chiffre d'affaires réalisé l'année précédente multiplié par deux• Augmentation de la part des ventes en ligne, qui atteignent désormais 41%• Bon volume de réservation pour les vacances d'été et d'automne• ITS Coop Travel toujours durement touché par la pandémie, comme l'ensemble du secteur du voyage• Horizon plus stable et plus fiable grâce à la mise en place de réglementations sur le long terme en matière de voyage
	Le centre de fitness numéro un en Suisse alémanique	<ul style="list-style-type: none">• Pendant la période hors confinement, acquisition de davantage de nouveaux clients qu'en 2019, qui avait été une année record• Poursuite du développement des offres numériques• Expansion à 59 salles de sport dans 14 cantons; enseigne désormais présente aussi dans le canton d'Uri
	Maison tropicale avec restaurant	<ul style="list-style-type: none">• Chiffre d'affaires en hausse de 6.2% malgré les mesures sanitaires• Fermeture du restaurant pendant cinq mois à cause de la pandémie• Hausse réjouissante de 20.6% des ventes de caviar par rapport à 2020• Demande en caviar et en poisson dans le magasin en hausse de 6.5%• Fermeture de l'exposition jusqu'au 18 mars à cause de la pandémie, mais malgré tout plus de 2 000 visiteurs de plus que l'année précédente• Ouverture d'escape rooms en avril• Possibilité d'hébergement sur place en lodge depuis octobre
