

Stratégie

Grâce au lancement d'assortiments innovants, à son orientation vers le développement durable, au déploiement de concepts de magasin modernes et à la création de nouveaux formats, Coop pose des jalons qui renforcent sa position dans le commerce de détail suisse. Avancée du numérique, automatisation des processus et transformation de la chaîne d'approvisionnement face aux nouveaux enjeux sont ses fers de lance dans tous les domaines. Avec Transgourmet, Coop entend élargir ses compétences dans le commerce de gros et s'étend à la fois sur les marchés existants et sur de nouveaux marchés. Dans la production, Coop fait le choix du développement durable et de l'intégration verticale pour ses approvisionnements stratégiques tout en récoltant les bénéfices d'une organisation efficace.

Profil d'entreprise

Actif dans le commerce de détail, le commerce de gros et la production

Le groupe Coop opère dans les domaines d'activité Commerce de détail et Commerce de gros/ Production. Dans le commerce de détail, il gère en Suisse, outre les supermarchés, différents formats spécialisés, dont beaucoup occupent une position de leader sur le marché. Dans le commerce de gros, il se déploie en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Espagne, en France, en Autriche et en Suisse, par l'intermédiaire du groupe Transgourmet, le numéro deux européen du libre-service en gros et du foodservice. Dans la production, la plus grande entreprise du groupe Coop est Bell Food Group, qui est active à l'échelle internationale. Outre Bell, le groupe Coop compte plusieurs autres entreprises de production en Suisse.

Coop est une société coopérative

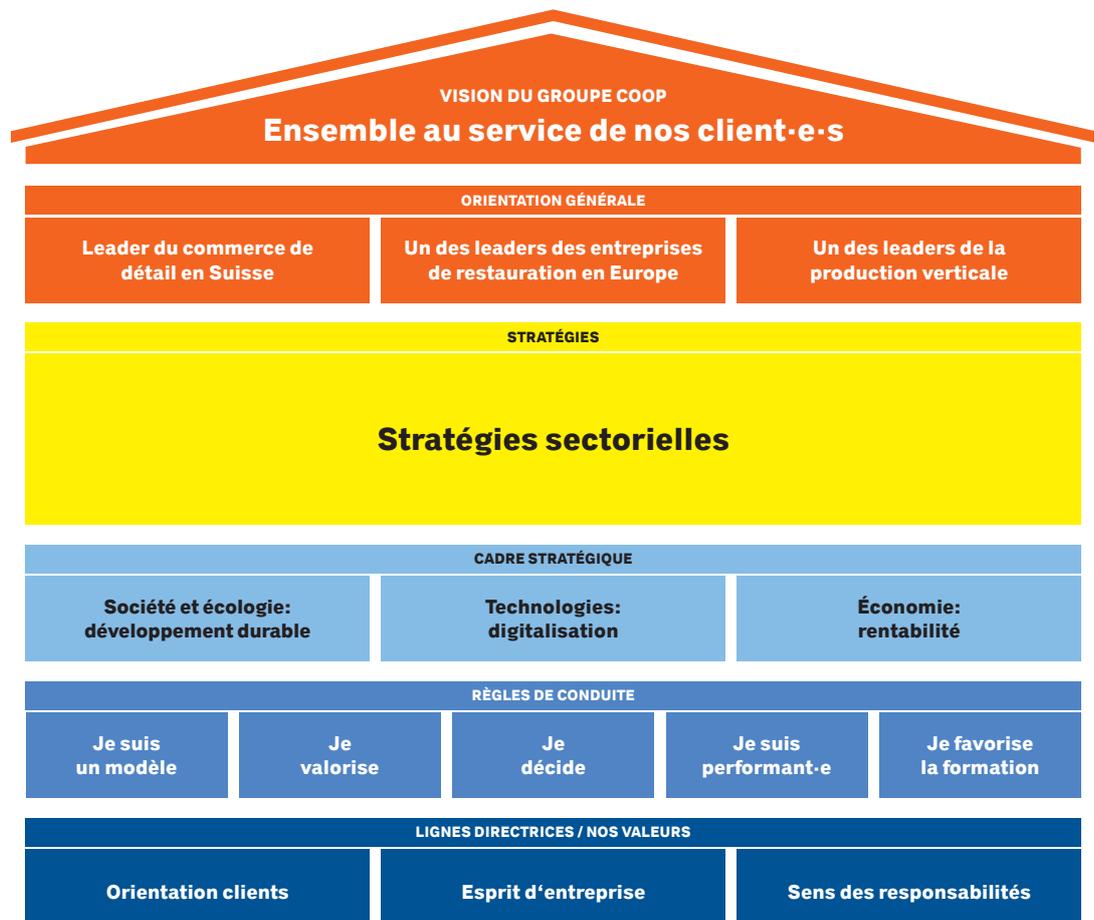
Riche d'une histoire de près de 160 ans, le groupe Coop est une société coopérative organisée en six Régions, qui compte environ 2.5 millions de sociétaires. Elle est entièrement centrée sur les attentes de sa clientèle, les sociétaires, et ne vise pas une maximisation des profits. C'est ce qui lui permet de planifier et d'investir sur le long terme.

Stratégie faitière

Nouvelle stratégie faitière du groupe Coop

Le groupe Coop s'est doté d'une nouvelle stratégie faitière et, partant, d'une nouvelle vision pour ses 95 826 collaboratrices et collaborateurs: "ensemble au service de nos client·e·s". Entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2024, cette stratégie faitière définit l'orientation générale du groupe, centrée sur les objectifs suivants: être "leader du commerce de détail en Suisse", "un des leaders de l'approvisionnement des entreprises de restauration en Europe" et "un des leaders de la production verticale". La stratégie faitière se fonde sur les nouvelles Lignes directrices, communes à tous les formats de magasin et entreprises du groupe: l'orientation clients, l'esprit d'entreprise et le sens des responsabilités. Elles expriment la manière dont nous concevons notre travail, les valeurs qui nous animent et l'attitude que nous adoptons. De ces Lignes directrices découlent les nouvelles règles de conduite. Le cadre stratégique couvre trois domaines: le développement durable, la digitalisation et la rentabilité. Le développement durable

est intégré dans l'ensemble des stratégies et des processus de Coop. Dans le domaine de la digitalisation, Coop vise principalement à répondre encore mieux aux souhaits de sa clientèle en simplifiant le processus d'achat. Elle souhaite également rendre les processus d'arrière-plan encore plus efficaces et moins coûteux et garantir la sécurité informatique 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. En tant qu'entreprise du commerce de détail, Coop est par ailleurs confrontée à une forte concurrence. Pour s'assurer un avenir durable dans ce contexte exigeant, il est également crucial pour Coop, en tant que coopérative, d'atteindre une rentabilité suffisante. Les stratégies des domaines d'activité constituent le moteur des différents secteurs d'activité de l'entreprise. Elles sont pensées pour être au plus près des réalités et des évolutions spécifiques des branches et des pays.



Processus de fixation des objectifs

Des objectifs sont fixés pour chaque secteur d'activité de l'entreprise sur la base des stratégies propres aux domaines d'activité. Pour les atteindre, le groupe Coop met en œuvre un processus de fixation des objectifs uniforme suivant une logique top-down ("du haut vers le bas"), qui permet de définir des mesures concrètes jusqu'aux niveaux opérationnels de l'entreprise.