Strategia

Con i suoi assortimenti innovativi, l'orientamento alla sostenibilità, l'espansione di concept moderni per i negozi e i nuovi formati, Coop lascia il segno e consolida la propria posizione nel commercio al dettaglio svizzero. In tutti i suoi settori di attività, Coop promuove la digitalizzazione, automatizza processi e adegua la catena di fornitura alle nuove esigenze. Nel commercio all'ingrosso, Coop punta con Transgourmet ad accrescere le sue competenze e a espandersi su nuovi mercati e su quelli esistenti. Nella produzione, per le merci d'importanza strategica, Coop punta sulla sostenibilità e sulla verticalizzazione, traendo beneficio da un'organizzazione efficiente.

Profilo aziendale

Attività nel commercio al dettaglio, nel commercio all'ingrosso e nella produzione
I settori aziendali del Gruppo Coop sono il Commercio al dettaglio, il Commercio all'ingrosso e la Produzione. Nel commercio al dettaglio, Coop gestisce in Svizzera, oltre ai supermercati, vari formati specializzati. Con molti di questi formati, il Gruppo Coop si conferma leader di mercato. Nel commercio all'ingrosso, il Gruppo Coop opera con Transgourmet in Germania, Polonia, Romania, Spagna, Francia, Austria e Svizzera. Il gruppo Transgourmet è la seconda azienda in Europa in ordine di grandezza nel settore Cash&Carry e Foodservice. Nel settore della Produzione, il Bell Food Group, operante a livello internazionale, è la maggiore azienda del Gruppo Coop. Oltre al Bell Food Group, Coop gestisce altre aziende di produzione in Svizzera.

Coop è una società cooperativa
Il Gruppo Coop ha alle proprie spalle circa 160 anni di storia ed è organizzato da sempre sotto forma di società cooperativa. Sul piano organizzativo si articola in sei Regioni e conta circa 2.5 milioni di socie e soci cooperative/i. Per il Gruppo Coop le/i clienti, ovvero le socie e i soci cooperative/i, hanno la massima priorità. Ogni azione dell'azienda è orientata a favore della clientela. Essendo una società cooperativa, il Gruppo Coop non mira alla massimizzazione dei profitti e può pertanto perseguire progetti e investimenti sostenibili e a lungo termine.

Piano strategico

Nuovo piano strategico del Gruppo Coop
Il 1° gennaio 2024 per il Gruppo Coop entra in vigore un nuovo piano strategico e quindi anche una nuova visione per un organico che conta complessivamente 95 826 collaboratrici e collaboratori: "Insieme per la nostra clientela". Il piano strategico riassume l'orientamento del gruppo: "leader nel commercio al dettaglio in Svizzera", "ai primi posti nell'approvvigionamento per la ristorazione europea" e "ai primi posti nella produzione verticalizzata". Alla base del piano strategico vi sono le nuove linee guida, comuni a tutti i formati di vendita e a tutte le aziende del Gruppo Coop. Sono l'espressione del modo in cui intendiamo il nostro lavoro, dei valori che viviamo e del modo in cui ci comportiamo: con orientamento alla clientela, imprenditorialità e responsabilità. Su queste linee guida si basano i nuovi principi di conduzione. Il quadro strategico comprende tre dimensioni principali: sostenibilità, digitalizzazione e redditività. La sostenibilità è saldamente ancorata in tutte le strategie e i processi rilevanti

di Coop. Per quanto riguarda la digitalizzazione, Coop persegue due orientamenti strategici: la digitalizzazione contribuisce innanzitutto a soddisfare ancora meglio le esigenze individuali della clientela e a semplificare il processo di acquisto. Al tempo stesso deve organizzare con maggior efficienza e a costi contenuti i processi in background e una sicurezza informatica 24 ore su 24. Essendo un'azienda del commercio al dettaglio, Coop è inoltre esposta a una forte concorrenza. Per poter operare anche in futuro in modo sostenibile all'interno di un contesto competitivo difficile, è importante che Coop come società cooperativa raggiunga una redditività ragionevole. Le strategie dei settori aziendali costituiscono l'effettiva forza trainante dei vari ambiti d'attività dell'azienda. Sono molto vicine agli sviluppi specifici e ai singoli settori e Paesi.

Processo di definizione degli obiettivi
Gli obiettivi per tutti i comparti dell'azienda derivano dalle strategie dei settori aziendali. Per raggiungere questi obiettivi, nel 2001 il Gruppo Coop ha adottato un processo unitario di definizione degli obiettivi con un approccio top-down, in cui vengono sviluppate misure concrete valide fino ai livelli operativi.