

Strategia

Con suoi assortimenti innovativi, l'orientamento alla sostenibilità, le alternative a prezzi vantaggiosi e l'espansione di concept moderni per i negozi, 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 e adegua la catena di fornitura alle nuove esigenze. Nel commercio all'ingrosso, Coop punta con Transgourmet ad accrescere ulteriormente le sue competenze e a espandersi in nuovi mercati e in quelli esistenti. Nella produzione, per le merci d'importanza strategica, Coop punta sulla sostenibilità, sull'automatizzazione 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 nel settore del cash & carry e del rifornimento all'ingrosso in Germania, Polonia, Romania, Spagna, Francia, Austria e Svizzera. Nel settore della produzione, il Bell Food Group, operante a livello nazionale e internazionale, è la maggiore azienda del Gruppo Coop. Oltre al Bell Food Group, Coop gestisce numerose altre aziende di produzione in Svizzera.

Coop è una società cooperativa

Il Gruppo Coop ha alle spalle oltre 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 2.59 milioni di socie e soci cooperative/i. Per il Gruppo Coop le/i clienti 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 reinveste ogni franco nella propria azienda e in prezzi più vantaggiosi. Questa struttura le permette di perseguire progetti e investimenti sostenibili e a lungo termine.

Piano strategico

Piano strategico, visione e linee guida del Gruppo Coop

Dal gennaio 2024 il Gruppo Coop ha adottato un nuovo piano strategico e quindi anche una nuova visione per un organico che conta complessivamente 97 000 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 linee guida, che si applicano a tutti i formati di vendita e a tutte le aziende del Gruppo Coop. Sono l'espressione del modo in cui il personale intende il proprio lavoro, dei valori e dei comportamenti praticati: orientamento alla clientela, imprenditorialità e responsabilità. Su queste linee guida si basano i nuovi principi di conduzione. Il quadro strategico comprende tre dimensioni: 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. 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 un'adeguata redditività. Le strategie dei settori aziendali costituiscono l'effettiva forza trainante dei vari ambiti d'attività dell'azienda. Sono molto vicine ai singoli settori e Paesi e ai loro sviluppi specifici.



Processo di definizione degli obiettivi

Per raggiungere i suoi 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.