

Stratégie

Grâce au lancement d'assortiments innovants, à son orientation vers le développement durable, à ses solutions alternatives à prix avantageux et au déploiement de concepts de magasin modernes, Coop pose des jalons qui renforcent sa position dans le commerce de détail suisse. Avancée du numérique 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 encore 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, de l'automatisation 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 dans les domaines du libre-service et de la livraison en gros en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Espagne, en France, en Autriche et en Suisse par l'intermédiaire du groupe Transgourmet. Dans la production, la plus grande entreprise du groupe Coop est Bell Food Group, qui est active à l'échelle nationale et internationale. Outre Bell Food Group, le groupe Coop compte de nombreuses autres entreprises de production en Suisse.

Coop est une société coopérative

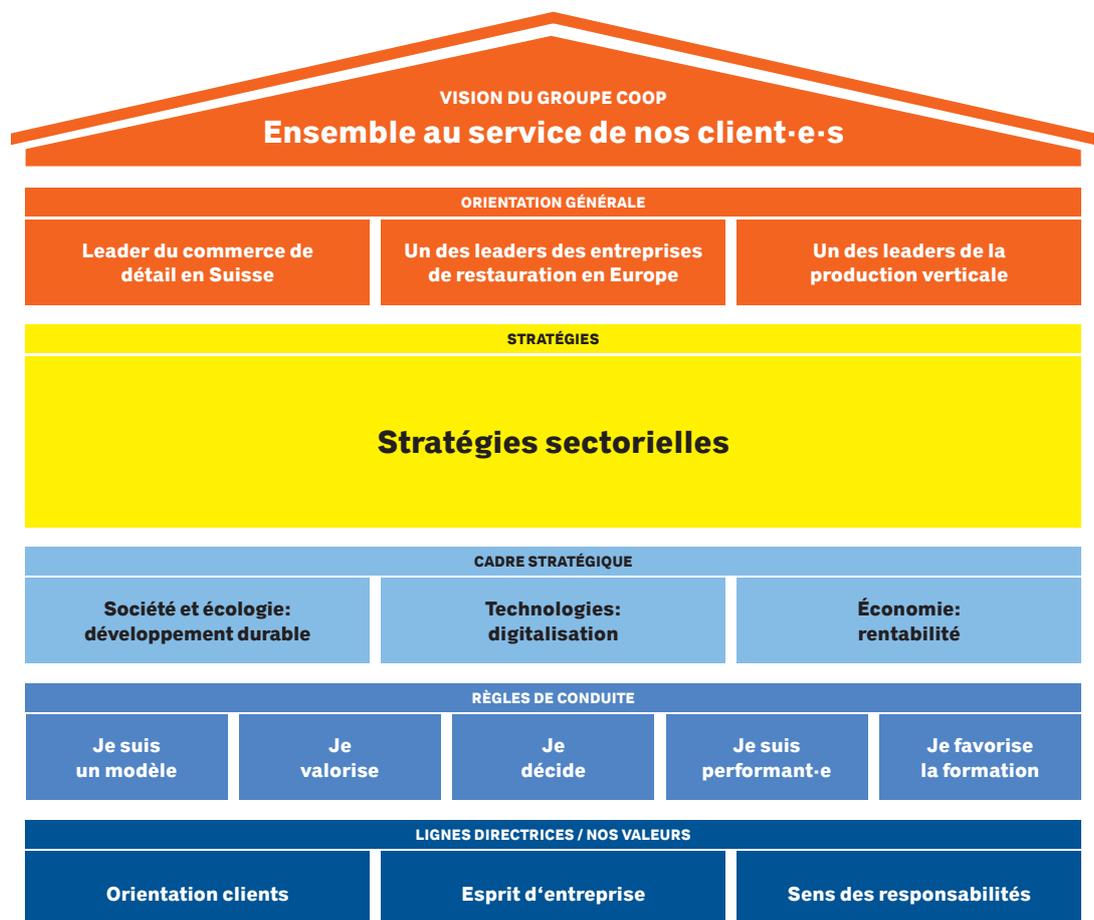
Riche d'une histoire de plus de 160 ans, le groupe Coop est une société coopérative organisée en six Régions, qui compte environ environ 2.59 millions de sociétaires. Il est entièrement centré sur les attentes de sa clientèle. En tant que société coopérative, le groupe Coop ne cherche pas à maximiser ses profits. Il réinvestit chaque franc gagné dans sa propre entreprise et dans les baisses de prix. C'est ce qui lui permet de planifier et d'investir sur le long terme.

Stratégie faitière

Stratégie faitière, vision et lignes directrices du groupe Coop

Le groupe Coop s'est doté d'une nouvelle stratégie faitière et, partant, d'une nouvelle vision pour ses plus de 97 000 collaboratrices et collaborateurs: «ensemble au service de nos client·e·s». Entrée en vigueur en janvier 2024, cette stratégie faitière définit l'orientation générale du groupe, centrée sur les objectifs suivants: devenir «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 Lignes directrices, communes à tous les formats de magasin et entreprises du groupe Coop: l'orientation clients, l'esprit d'entreprise et le sens des responsabilités. Elles expriment la manière dont les collaboratrices et collaborateurs conçoivent leur travail, les valeurs qui les animent et l'at-

titude qu'ils adoptent. 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. 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 adéquate. 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

Pour atteindre ses objectifs, le groupe Coop met en œuvre depuis 2001 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.