

# Strategia

Il Gruppo Coop pone la clientela al centro di ogni attività. Nel commercio al dettaglio in Svizzera, Coop consolida la sua posizione grazie a un assortimento innovativo e improntato alla sostenibilità, a moderni concept di negozio e a soluzioni alternative a prezzi vantaggiosi. Allo stesso tempo, promuove la digitalizzazione e prepara le proprie filiere alle sfide future. Nel commercio all'ingrosso, Coop punta ad accrescere ulteriormente le sue competenze con Transgourmet, mentre nella produzione rivolge l'attenzione alla sostenibilità, all'automazione e alla verticalizzazione.

## Piano strategico

### Piano strategico, visione e linee guida del Gruppo Coop

Forte di oltre 97 275 collaboratrici e collaboratori, il Gruppo Coop persegue dal 2024 un piano strategico e una visione di gruppo basata sul principio «Insieme per la nostra clientela». Questo approccio rispecchia la concezione comune di come Coop ponga costantemente al centro del suo operato le esigenze della clientela.



Il piano strategico definisce l'orientamento generale del gruppo ai seguenti obiettivi: «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 tutte le aziende e a tutti i formati di vendita del Gruppo Coop. Le linee guida descrivono i valori di orientamento alla clientela, imprenditorialità e responsabilità, che guidano il comportamento quotidiano di collaboratrici e collaboratori. Su tali valori si basano i principi di conduzione che guidano l'operato delle persone in posizione di leadership.

Il quadro strategico comprende le tre dimensioni della sostenibilità, della digitalizzazione e della redditività. La sostenibilità è integrata in tutte le strategie e i processi rilevanti. La digitalizzazione persegue due obiettivi centrali: da un lato, migliorare l'esperienza della clientela e semplificare il processo di acquisto, dall'altro rendere i processi interni più efficienti ed economici. Allo stesso tempo, per Coop in quanto società cooperativa, è importante garantire una redditività adeguata per poter operare in modo sostenibile a lungo termine. Le strategie dei settori aziendali vengono sviluppate in modo decentralizzato e costituiscono il motore operativo degli ambiti dell'azienda, adattate ai mercati e ai settori specifici.

#### **Processo di definizione degli obiettivi**

Per raggiungere i propri obiettivi, dal 2001 il Gruppo Coop attua un processo di definizione degli obiettivi uniforme basato sulla propria strategia. In questo contesto vengono sviluppate e attuate misure concrete fino ai livelli operativi.

### **Profilo aziendale**

#### **Presenza attiva nel commercio al dettaglio e nel commercio all'ingrosso**

Il Gruppo Coop opera nei settori aziendali del commercio al dettaglio e del commercio all'ingrosso. Nel commercio al dettaglio, oltre ai supermercati, Coop gestisce numerosi formati specializzati, con molti dei quali è leader di mercato. Con oltre 2 394 punti di vendita, Coop offre la rete di filiali più fitta della Svizzera ed è quindi molto vicina alla sua clientela. Nel commercio all'ingrosso, il Gruppo è attivo con Transgourmet nel settore della distribuzione e del cash & carry in Germania, Svizzera, Francia, Spagna, Polonia, Romania e Austria. Nel settore della produzione, il Bell Food Group, operante a livello nazionale e internazionale, è la maggiore azienda del Gruppo Coop. Oltre a Bell, Coop gestisce anche altre aziende di produzione specializzate in Svizzera.

#### **Coop è una società cooperativa**

Coop ha alle spalle oltre 160 anni di storia ed è organizzata da sempre sotto forma di società cooperativa. Sul piano organizzativo si articola in sei Regioni e conta circa 2.67 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, Coop non mira alla massimizzazione dei profitti e reinveste ogni franco nell'azienda e in prezzi vantaggiosi. Questa struttura le permette di perseguire progetti e investimenti sostenibili.