

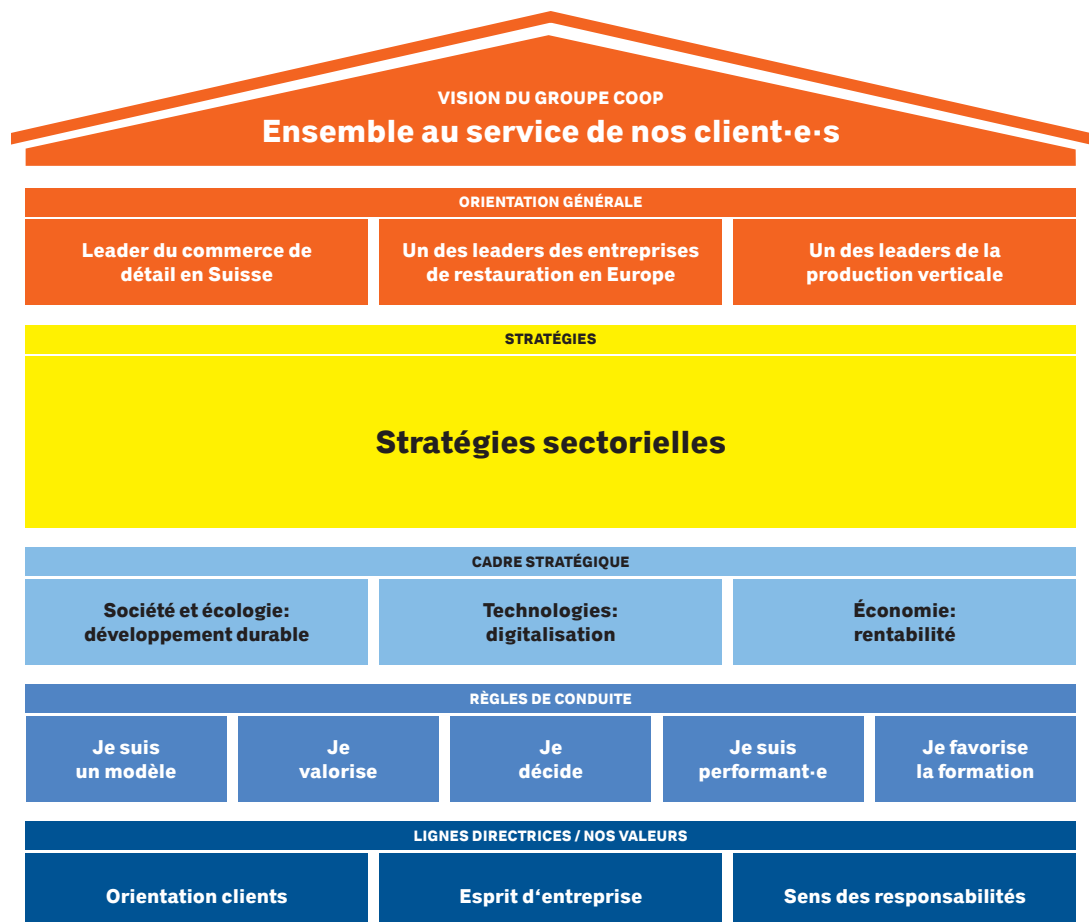
Stratégie

Le groupe Coop place ses client·e·s au centre de son action. Dans le commerce de détail suisse, Coop consolide sa position grâce à une gamme de produits innovante et axée sur le développement durable, ainsi qu'à des concepts de magasin modernes et des solutions alternatives à prix avantageux. Dans le même temps, elle fait progresser la digitalisation et prépare sa chaîne d'approvisionnement aux exigences futures. Dans le commerce de gros, Coop continue de développer ses compétences en collaboration avec Transgourmet, tandis que dans la production, elle fait le choix du développement durable, de l'automatisation et de l'intégration verticale.

Stratégie faitière

Stratégie faitière, vision et lignes directrices du groupe Coop

Fort de plus de 97 275 collaboratrices et collaborateurs, le groupe Coop s'appuie depuis 2024 sur une stratégie faitière et la vision «ensemble au service de nos client·e·s». Cette vision établit une compréhension commune de la manière dont Coop place systématiquement les besoins de ses client·e·s au centre de ses préoccupations.



La stratégie faïtière définit l'orientation générale du groupe, centrée sur les objectifs suivants: devenir le 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 faïtière repose sur les Lignes directrices, communes à tous les formats de magasin et entreprises du groupe Coop. Elles définissent les valeurs «orientation clients», «esprit d'entreprise» et «sens des responsabilités» qui façonnent le travail quotidien des collaboratrices et collaborateurs. De ces Lignes directrices découlent les principes de conduite à suivre par le personnel d'encadrement.

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, d'une part, à améliorer l'expérience client et à simplifier le processus d'achat, et d'autre part, à rendre les processus internes plus efficaces et moins coûteux. Pour s'assurer un avenir durable, il est également crucial pour Coop, en tant que coopérative, d'atteindre une rentabilité adéquate. Élaborées de manière décentralisée, au plus près des marchés et des branches spécifiques, les stratégies propres à chaque domaine d'activité constituent le moteur opérationnel des différents secteurs d'activité de l'entreprise.

Processus de fixation des objectifs

Pour atteindre ses objectifs, le groupe Coop met en œuvre depuis 2001 un processus de fixation des objectifs uniforme fondé sur sa stratégie, qui permet de définir et de mettre en œuvre des mesures concrètes jusqu'aux niveaux opérationnels de l'entreprise.

Profil d'entreprise

Actif dans le commerce de détail et le commerce de gros

Le groupe Coop opère dans les domaines d'activité Commerce de détail et Commerce de gros. Dans le commerce de détail, il gère en Suisse, outre les supermarchés, de nombreux formats spécialisés, dont beaucoup occupent une position de leader sur le marché. Avec plus de 2 394 magasins, Coop possède le réseau de points de vente le plus dense de Suisse, ce qui lui permet de bénéficier d'une grande proximité avec sa clientèle. Dans le commerce de gros, le groupe Coop se déploie dans les domaines du libre-service et de la livraison en gros en Allemagne, en Suisse, en France, en Espagne, en Pologne, en Roumanie et en Autriche 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. Le groupe Coop compte en outre de nombreuses autres entreprises de production spécialisées en Suisse.

Coop est une société coopérative

Riche d'une histoire de plus de 160 ans, Coop est une société coopérative organisée en six Régions, qui compte environ 2.67 millions de sociétaires. Le groupe Coop est entièrement centré sur les attentes de sa clientèle. En tant que société coopérative, il 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.