



SCENARIO ECONOMICO

BUONA SITUAZIONE ECONOMICA, MERCATO IN MOVIMENTO E NUOVI CLIENTI

MERCATO E PREZZO

Grande voglia di acquisti e nuove tendenze di consumo

Nel 2007 il commercio al dettaglio in Svizzera ha cavalcato l'onda del successo raggiungendo tassi di crescita da record. Come l'anno scorso, le aziende del commercio al dettaglio hanno tratto vantaggio dalla buona situazione economica e dalla fiducia dei consumatori. A questo si aggiunge il leggero calo del turismo degli acquisti, a causa, tra l'altro, dell'elevato corso dell'euro. Grazie a diversi miglioramenti strutturali e fusioni, il mercato è rimasto costantemente in movimento. Inoltre, le esigenze dei clienti cambiano sempre più in fretta e diventano più specifiche e individuali, benché non sia diminuita l'attenzione dei consumatori nei confronti dei prezzi. Aumentano i confronti con le offerte sui mercati esteri. Alla luce di questa situazione, Coop ha ampliato ulteriormente la propria competenza nella composizione dell'assortimento affermandosi come l'azienda del commercio al dettaglio con il mix di marche più completo in tutte le fasce di prezzo. Coop ha rivolto la propria attenzione alle tendenze di consumo relative a gusto/qualità, ecologia/sostenibilità e salute creando in questo ambito nuove offerte con specifici valori aggiunti.

Coop si orienta sistematicamente alle nuove tendenze di consumo. In uno scenario in pieno movimento ha ridotto i suoi prezzi e continua a impegnarsi a favore di un approvvigionamento internazionale efficiente e di buone condizioni di base in Svizzera.

I consumatori continuano a essere molto attenti ai prezzi

L'attenzione dei consumatori nei confronti dei prezzi continua a essere elevata. Anche nell'anno in esame è stato necessario mantenere la parità di prezzo nell'assortimento e in tutte le fasce di prezzo rispetto alla concorrenza principale. Per confrontare i prezzi periodicamente Coop ha creato lo strumento dell'osservatorio dei prezzi. Coop è riuscita a ridurre ulteriormente i prezzi soprattutto grazie a un rinnovato aumento dell'efficienza. Coop si è tuttavia impegnata anche per ottenere buone condizioni di prezzo dai produttori di articoli di marca e di marca propria e favorevoli condizioni di base in campo politico.

APPROVVIGIONAMENTO

Aumento dei prezzi delle materie prime

La seconda metà dell'anno in esame è stata caratterizzata da massicci aumenti dei prezzi delle materie

prime agricole sui mercati internazionali. Il maggiore potere d'acquisto nei paesi emergenti come la Cina e l'India, la siccità in Australia e il calo di produzione in Europa dovuto al basso livello dei prezzi, hanno causato un sensibile deficit produttivo per il latte. Questo fattore ha neutralizzato le riduzioni di prezzo per i formaggi esteri generate dalla liberalizzazione del mercato. Coop era stata la prima azienda nel commercio al dettaglio a trasferire alla clientela queste riduzioni. I prezzi del burro, che Coop aveva ridotto all'inizio dell'anno grazie anche al lancio di un burro di marca propria al fine di aggirare il cartello del burro, sono nuovamente aumentati in autunno. Sono aumentati persino i prezzi sui mercati internazionali dei cereali, anche a causa della maggiore concorrenza in seguito all'utilizzo di cereali per la produzione di bioetanolo. A questo si aggiunge il pessimo raccolto in Svizzera per le abbondanti piogge in estate. La flessibilizzazione dei dazi doganali promossa da Coop sarà applicata a metà 2008. Sono anche aumentati i prezzi per il cacao e le noci, il che ha ridotto i margini di guadagno della cioccolata e dei prodotti da forno.

Primi frutti nella cooperazione internazionale per gli acquisti

La cooperazione europea per gli acquisti Coopernic, fondata da Coop nel 2006 insieme ad aziende tedesche, francesi, italiane e belghe del commercio al dettaglio, sta dando i suoi frutti. È infatti già riuscita a stipulare oltre 150 contratti con fornitori di grandi marche internazionali, riuscendo a negoziare importanti riduzioni di prezzo – in cambio delle migliori prestazioni di vendita coordinate su scala internazionale e delle massime quantità di acquisto possibili. Grazie all'informazione reciproca, i soci Coopernic riescono a gestire meglio anche la situazione dei prezzi elevati delle materie prime. I clienti di Coop usufruiscono direttamente delle riduzioni di prezzo ottenute da Coop con la cooperazione per gli acquisti: il 10% circa delle riduzioni di prezzo applicate da Coop derivano infatti dalla collaborazione con Coopernic. All'interno di Coopernic, Coop s'impegna con il proprio know-how anche a favore di processi unitari per l'assicurazione qualità e dell'adozione di standard minimi in campo ecologico e sociale.

POLITICA ECONOMICA

Contro una maggiore tassazione dei generi alimentari

Nell'ambito della Comunità d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera (CI CDS) Coop s'impegna maggiormente affinché la politica fornisca buone condizioni economiche di base: per esempio consentendo le importazioni parallele per facilitare l'introduzione di merci dall'estero, eliminando gli ostacoli tecnici agli scambi commerciali ad esempio con l'adozione del principio «Cassis de Dijon» o adeguando in tempi brevi la legislazione sulle derrate alimentari a quella dell'Unione europea. Coop ha appreso con soddisfazione che il Consiglio federale ha assegnato il mandato di negoziazione per un accordo con l'UE sul libero scambio per i prodotti agricoli. Coop è a favore dell'imminente revisione totale dell'imposta sul valore aggiunto, pur rifiutando categoricamente la proposta di un tasso unitario di oltre il 6%. Tale tasso comporterebbe un onere fiscale supplementare di 3,8 punti percentuali sui generi alimentari, ossia 950 milioni di franchi. Dal punto di vista di Coop, penalizzare ulteriormente i beni di prima necessità in questo modo non è né giustificato né ragionevole da un punto di vista sociopolitico. E se diamo uno sguardo oltre frontiera possiamo constatare che tutti gli stati confinanti applicano un tasso di IVA minore sui generi alimentari.

La protezione dell'ambiente deve iniziare alla fonte

Insieme alla CI CDS, Coop s'impegna contro il nuovo aumento della tassa sul traffico pesante commisurata alle prestazioni (TTPCP) che non genera praticamente alcun effetto sul trasferimento dei trasporti dalla strada alla rotaia ma comporta un massiccio aumento dei costi per il commercio al dettaglio. All'interno di espace.mobilité, la comunità d'interessi delle aziende operanti nella vendita e nell'industria immobiliare, Coop s'impegna infine a favore di una protezione dell'ambiente efficace, applicata possibilmente alla fonte e che non penalizzi unilateralmente il trasporto legato agli acquisti. Occorre trovare soluzioni con una buona politica della piazza economica, e non con dubbiose direttive come la tassa sui parcheggi.