

Prefazione

Una solida posizione in un mercato complesso

Hansueli Loosli e Joos Sutter



La decisione della Banca Nazionale Svizzera (BNS) di abolire la soglia minima del cambio con l'euro ha messo a dura prova il commercio al dettaglio svizzero nel 2015. La forte valutazione del franco risultante da questa operazione continua a influenzare tuttora l'economia svizzera. Nel 2015 il fatturato nominale del commercio al dettaglio ha registrato un bilancio nettamente negativo. In Svizzera stiamo lottando con un massiccio crollo dei prezzi: oltre che nel settore Non Food, ora anche in quello alimentare. Il turismo degli acquisti ha registrato l'ennesima crescita rispetto all'anno precedente, malgrado i prezzi in Svizzera siano calati. Con un volume pari a 11 miliardi di franchi rappresenta oggi il concorrente più spietato del commercio al dettaglio svizzero. Anche il settore del turismo è in declino in Svizzera a causa del franco forte. Ne hanno risentito non solo i nostri punti di vendita nelle zone di montagna, ma anche la gastronomia all'ingrosso gestita da Transgourmet in Svizzera. Nei paesi europei, invece, il commercio all'ingrosso e la produzione hanno beneficiato di buone condizioni economiche, soprattutto per via della crescente domanda interna.

Con i segmenti Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione il Gruppo Coop ha realizzato un fatturato complessivo di 26,9 miliardi di franchi, e quindi al netto degli effetti valutari una crescita reale dell'1,4%. Per via del tasso di conversione più basso nelle attività estere e dei forti ribassi di prezzo nel commercio dettaglio, il fatturato del gruppo è sceso del 4,4% in termini nominali. Il commercio al dettaglio ha registrato un aumento reale dello 0,7%. La riduzione nominale del 2,6% va attribuita da un lato al massiccio calo dei prezzi di carburanti e combustibili, dall'altro alle forti riduzioni di prezzo sia nel settore alimentare che in quello non alimentare. Questo effetto ammonta complessivamente a quasi 600 milioni di franchi. Siamo particolarmente contenti di essere riusciti a conquistare nuovi clienti in questo periodo difficile: la frequenza dei clienti nei supermercati è aumentata del 2,4%. Nelle attività internazionali del segmento Commercio all'ingrosso/Produzione siamo riusciti a crescere in valuta locale nei singoli mercati. In franchi svizzeri, tuttavia, l'aumento di fatturato si traduce in una diminuzione del 5,2%. Al netto degli effetti valutari, il ricavo netto è aumentato del 3,8%.

Nel 2015 abbiamo puntato molto sulla freschezza. Da questo punto di vista siamo riusciti a conquistare nuove quote di mercato con i supermercati. Dall'estate 2015 offriamo una vasta selezione di prodotti freschi anche nel nostro nuovo formato di vendita «Coop to go». Con questo programma di negozi seguiamo in modo mirato la tendenza verso il consumo dei pasti fuori casa. Il nostro obiettivo: creare 50 punti di vendita in cinque anni.

Un secondo settore su cui ci siamo concentrati è stato il commercio su Internet. Il Gruppo Coop è da anni in crescita nel commercio online. I nostri 23 shop online nel commercio al dettaglio hanno registrato nel 2015 un aumento del 13,7%, con Microspot.ch in prima fila con una crescita nominale del 17,8%. Nel 2016 lanciamo inoltre Siroop su tutto il territorio nazionale, la prima piazza di mercato online completamente aperta in Svizzera, realizzata insieme a Swisscom.

Siamo andati avanti anche nella gestione della relazione con il cliente: abbiamo fortemente ampliato le offerte per le famiglie con il club Hello Family e investito in Mondovino, il club per gli amanti del vino fondato nel 2014, che ora conta più di 100.000 soci.

Nel commercio all'ingrosso e nella produzione abbiamo ampliato costantemente le nostre competenze. Con l'acquisizione di Sump & Stammer, Transgourmet rifornisce ora anche le navi da crociera e le catene alberghiere internazionali, e dopo aver rilevato l'azienda EGV Unna AG ora siamo ancora più presenti nel rifornimento all'ingrosso. Verso la fine del 2015 si è aggiunto il gruppo Frischeparadies, leader nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso con specialità gastronomiche. Ma il passo più importante è stato senza dubbio l'ingresso nel mercato austriaco il 1° gennaio 2016: Transgourmet ha infatti rilevato C+C Pfeiffer, leader nel commercio all'ingrosso per la gastronomia in Austria, ampliando così notevolmente la propria posizione di numero due nel settore europeo del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso.

Anche il gruppo Bell sarà presente sul mercato austriaco: nel marzo 2016 rileva infatti il gruppo Huber, specializzato nella produzione di pollame di alta qualità, ponendo le basi per una crescita duratura.

In tempi economicamente difficili, riuscire a conquistare nuovi clienti e al tempo stesso espandere le competenze e accedere a nuovi mercati richiede una grande dose di energia. Un'energia fornita dai circa 80.000 collaboratori del Gruppo Coop che s'impegnano ogni giorno per i nostri clienti. A loro va il nostro particolare ringraziamento.



Hansueli Loosli
Presidente del
Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter
Presidente della Direzione generale