

Produzione

Nonostante i negativi effetti valutari, il gruppo Bell è sulla buona strada: oggi detiene la maggioranza di Hilcona e riunisce le proprie attività al di fuori dei confini tedeschi e svizzeri sotto il marchio Bell International. Le aziende di produzione Coop si differenziano in maniera efficace grazie alla loro offerta sostenibile.

Gruppo Bell

Anno di esercizio soddisfacente nonostante le sfide

Il gruppo Bell è una delle aziende leader in Europa nella lavorazione della carne e fornisce carne, pollame, salumi, prodotti ittici e convenienze ai settori del commercio al dettaglio e all'ingrosso, della ristorazione e dell'industria alimentare. Il gruppo risponde alle molteplici esigenze dei propri clienti con i marchi Bell, Abraham, Zimbo, M^ossieur Polette e Hilcona. Due sono stati gli eventi che hanno marcato l'andamento dell'anno in esame: innanzitutto l'acquisizione, a maggio, di un ulteriore 2% delle azioni del gruppo Hilcona con cui il gruppo Bell diventa di fatto azionista di maggioranza. In secondo luogo gli effetti dell'abolizione della soglia minima di cambio con l'euro, sancita dalla Banca Nazionale Svizzera a gennaio 2015. Dato che l'azienda fattura in franchi svizzeri, le differenze di conversione di 89 milioni di franchi, legate ai tassi di cambio, hanno avuto ripercussioni sui fatturati, così come il rincaro negativo di oltre 13 milioni di franchi registrato nei prezzi delle materie prime. Il fatturato complessivo del gruppo Bell si è attestato nel 2015 a 2,8 miliardi di franchi. Il volume di vendita è aumentato del 27,7% a 275.308 tonnellate. Bell ha generato un utile aziendale di 94,8 milioni di franchi che corrisponde a un aumento dell'8,0% rispetto all'anno precedente. Considerata la criticità delle condizioni generali, si tratta di un risultato di tutto rispetto. A fine 2015, Bell impiegava in totale 8148 dipendenti, 3591 dei quali lavorano fuori dalla Svizzera. Il 1° marzo 2016 Bell rileva il gruppo austriaco Huber, specializzato nella produzione di pollame di alta gamma, che gode di un ottimo posizionamento sul mercato austriaco e tedesco. Del gruppo Huber fanno parte anche l'azienda leader

sul mercato austriaco Hubers Landhendl a Pfaffstätt, la Süddeutsche Truthahn AG ad Ampfing, specializzata in carne di tacchino, nonché il centro d'incubazione Brüterei Schlierbach e l'operatore logistico Frisch Express.

Bell Svizzera sulla buona strada

Sul mercato svizzero il franco forte, a seguito dell'abolizione della soglia minima di cambio con l'euro, ha portato a un incremento del turismo degli acquisti, di cui hanno fatto le spese soprattutto i supermercati. Il 2015 ha segnato un netto calo, rispetto al 2014, del mercato Retail nei comparti dei prodotti ittici e della carne. Ciononostante, rispetto al 2014 Bell Svizzera è riuscita a incrementare il volume di vendita a circa 123.453 tonnellate. A causa del netto rincaro negativo registrato nelle carni di maiale, il fatturato è calato dello 0,5% a circa 1,9 miliardi di franchi. Grazie a un'efficace gestione dei costi e a una maggiore produttività, Bell Svizzera è riuscita a migliorare il proprio risultato. Nell'estate del 2015 ha aperto i battenti a Cheseaux (VD) la nuova azienda di produzione Bell per specialità del comparto salumi.

Bell Germania migliora il risultato operativo

Nonostante il continuo andamento negativo del settore degli insaccati in Germania, nel 2015 si sono registrate alcune tendenze di ripresa. Il volume di vendita di Bell Germania è comunque risultato in lieve calo rispetto all'anno precedente, attestandosi nel 2015 a 64.016 tonnellate. Detto calo è da attribuire, da un lato, all'andamento del mercato e, dall'altro, a razionalizzazioni dell'assortimento operate da Bell. Nell'anno in esame Bell Germania, incluse le aziende di produzione in Spagna e Belgio, ha generato un fatturato di 420 milioni di franchi. In valuta locale il

fatturato era inferiore del 2,2% rispetto all'anno precedente, e in franchi svizzeri ha registrato un calo del 14% circa. Dato che Bell Germania si è concentrata su prodotti a valore aggiunto più elevato, sviluppando innovazioni e ottimizzando i costi, il risultato operativo è nettamente migliorato rispetto all'anno precedente.

Bell International mantiene la rotta

Dal 1° gennaio 2015, il gruppo Bell riunisce sul piano organizzativo le proprie attività internazionali, a eccezione di quelle sul territorio tedesco, sotto il marchio Bell International. Nel complesso, Bell International ha mantenuto la giusta rotta nel corso dell'anno in esame, benché il fatturato sia sceso a circa 230 milioni di franchi, situandosi, in valuta locale, a livelli inferiori all'anno precedente. Il volume di vendita è invece salito a 35.411 tonnellate. Bell International ha inoltre conseguito un risultato operativo migliore rispetto all'anno precedente. Nel 2015 l'organizzazione di vendita Abraham France è stata accorpata a Bell France e il suo direttore uscente ha assunto la direzione generale di Bell France. In Polonia, l'andamento degli affari è stato nuovamente positivo, consentendo a Bell di potenziare come previsto le capacità produttive. In Ungheria l'azienda ha continuato a compiere notevoli progressi nella creazione di valore aggiunto. Nel Benelux, Bell ha risentito della perdita di un partner commerciale, ma ha saputo mantenere i risultati sul piano operativo. Le filiali gestite con il marchio Novak hanno registrato un andamento insoddisfacente nonostante la concentrazione sul territorio della Repubblica Ceca. Già nel primo semestre, Bell ha pertanto intrapreso provvedimenti volti ad aumentare la redditività.

Bell detiene ora la maggioranza di Hilcona

Come annunciato, il 1° maggio 2015 Bell ha esercitato il diritto di opzione concordato per l'acquisto di un ulteriore 2% di Hilcona AG. Bell detiene quindi il 51% delle azioni, ovvero la maggioranza, del gruppo Hilcona di cui fa parte anche Gastro Star AG. Nonostante il calo delle esportazioni nell'Eurozona legato a effetti valutari, il gruppo Hilcona è riuscito nel 2015 a crescere ulteriormente, realizzando un fatturato di 361 milioni di franchi.

Aziende di produzione Coop

Swissmill

Prodotti: farina, miscele di farina, semola di grano duro, polenta, fiocchi d'avena, prodotti da estrusione
Nell'anno in esame, Swissmill ha lavorato quasi 200.000 tonnellate di cereali. Rispetto all'anno pre-

cedente, la principale azienda di molitura di cereali in Svizzera ha registrato una crescita in tutti i segmenti cruciali della propria attività. Anche nel 2015 le condizioni meteorologiche hanno penalizzato la qualità del raccolto, che è stata tuttavia migliore dell'anno precedente. Swissmill è comunque riuscita a produrre una quantità sufficiente di farina di frumento tenero panificabile di alta qualità. A Zurigo è attualmente in corso la costruzione del nuovo silo: nel mese di settembre del 2015 la torre ha raggiunto l'altezza definitiva di 118 metri. Gli ultimi lavori sul piano edile e operativo si concluderanno nell'estate del 2016. Nell'anno in esame, Swissmill ha inoltre continuato a investire sulla propria competenza in materia di miscele, avena e spelta.

Chocolats Halba

Prodotti: tavolette di cioccolato, articoli di confetteria, assortimenti per le feste, cioccolato industriale
Dopo anni di crescita, nell'anno in esame Chocolats Halba è entrata in una fase di stagnazione. Su tale condizione ha pesato in maniera rilevante soprattutto la contrazione delle esportazioni verso l'Europa in conseguenza dell'elevata quotazione del franco. Negli USA e in Australia, Chocolats Halba ha realizzato con il marchio «Alter Eco» una crescita a doppia cifra anche nel 2015. Anche il fatturato nei punti di vendita Coop è cresciuto dell'8,3% rispetto all'anno precedente, consentendo a Chocolats Halba di mantenere nel complesso i livelli raggiunti nel 2014. Come sempre, particolarmente richiesti sono stati i prodotti realizzati secondo standard biologici o contrassegnati da un label di sostenibilità come quello di Fairtrade Max Havelaar. In questo comparto, Chocolats Halba ha registrato un aumento del fatturato pari al 19,3%.

Steinfels Swiss

Prodotti: cosmetici, prodotti per la cura del corpo, detersivi e detergenti per la casa; detersivi/detergenti e servizi per l'industria
Nel 2015, Steinfels Swiss ha registrato, all'estero e sul territorio nazionale, una crescita nelle attività di vendita sia con i clienti dell'industria che con quelli del commercio al dettaglio. Il fatturato è aumentato nel complesso del 5,1%, mentre il volume di produzione di Steinfels Swiss è salito dell'1,8% a 15.795 tonnellate. La percentuale di prodotti sostenibili è salita a quota 31,9% del fatturato complessivo. A questo successo hanno contribuito, tra l'altro, l'ampliamento dell'assortimento Coop Naturaline, il lancio di Naturaline in Italia e l'inserimento di nuovi prodotti della linea ecologica Maya per la pulizia professionale. Con la sua offerta di prodotti sostenibili, Steinfels Swiss è leader sul mercato svizzero.

Reismühle Brunnen

Prodotti: varietà di riso da tutto il mondo, miscele di riso

Reismühle Brunnen guarda nuovamente con soddisfazione ai risultati conseguiti nell'anno di esercizio. Nel 2015 è riuscita ad aumentare di un ulteriore 9,5% le vendite all'estero. Nell'anno in esame, Reismühle Brunnen si è affacciata per la prima volta sul mercato olandese, divenendo fornitore del leader di mercato dei Paesi Bassi nel commercio equo e solidale. Anche il più importante distributore italiano Fairtrade è un acquirente del riso bio del commercio equo e solidale, mentre in Austria un commerciante al dettaglio ha ora introdotto un riso bio nell'assortimento. La quota di prodotti bio e del commercio equo e solidale sulla produzione totale è di conseguenza nuovamente aumentata, attestandosi al 45,7%. La percentuale di tali prodotti sul fatturato complessivo supera già il 50%. Nel 2015, Reismühle Brunnen si è nettamente affermata come leader sul mercato europeo nel settore del commercio equo e solidale. L'azienda ha continuato a promuovere il suo progetto di sostenibilità «fair & good» in India e Thailandia, contribuendo in tal modo a migliorare le condizioni di reddito di oltre 3500 famiglie di agricoltori. Presso gli agricoltori che aderiscono al progetto sono stati installati circa 800 impianti a biogas, che contribuiscono all'abbattimento delle emissioni di CO₂.

Nutrex

Prodotti: aceto e specialità di aceto per Retail, gastronomia e industria

Nell'anno in esame, Nutrex ha acquisito nuovi clienti e lanciato nuovi prodotti, tra cui il primo aceto certificato del commercio equo e solidale. A metà del 2015, l'azienda ha inserito nel proprio assortimento i prodotti di un fornitore svizzero di aceto che aveva precedentemente rilevato. Ora Nutrex propone inoltre un aceto kasher. A tal fine ha adeguato la linea di produzione di un impianto a specifiche direttive, conseguendo nel 2015 la certificazione kasher. Tali innovazioni si sono tradotte in un aumento del 9,1% delle vendite di Nutrex. Una lieve crescita si è avuta anche nelle esportazioni. Il fatturato dell'aceto bio è aumentato del 3,8%, la percentuale dei prodotti biologici ammonta al 17% circa sul fatturato complessivo.

Sunray

Prodotti: spezie, erbe aromatiche, noci, frutta secca/ortaggi secchi, ingredienti da forno e miscele per torte, oli alimentari, zucchero

Nel 2015, il volume di produzione di Sunray si è attestato a 32.370 tonnellate, pari a 73 milioni di confezioni, il che rappresenta un aumento del 4,4%

rispetto all'anno precedente. Sunray ha ampliato l'assortimento con 45 nuovi prodotti, tra cui nuove varietà della linea Sunny Day lanciata nel 2014 in formato tascabile «pocket packs». A gennaio 2015, Sunray ha acquistato per la prima volta un lotto di zucchero grezzo da coltivazione sostenibile presso un fornitore diretto in Sudamerica. Per i prossimi cinque anni, Sunray ha inoltre definito una strategia i cui obiettivi primari sono la concentrazione su prodotti bio e del commercio equo e solidale, nonché un incremento dell'approvvigionamento diretto nella regione d'origine.

Pearlwater Mineralquellen

Prodotti: acqua minerale e bibite gassate

Il tempo splendido di questa estate e la conseguente maggiore domanda di acqua minerale e bibite gassate ha consentito nel 2015 a Pearlwater di incrementare leggermente le vendite rispetto all'anno precedente. Pearlwater ha imbottigliato circa 108 milioni di litri. Per proteggere la natura circostante l'azienda di produzione ha perfezionato il proprio impianto per il trattamento delle acque di scarico. Inoltre, le acque reflue di produzione sottoposte a neutralizzazione del pH non vengono più trasportate dai camion negli impianti di depurazione in Vallese e nel Canton Vaud, ma incanalate con una tubatura diretta negli impianti di depurazione locali di Briga. Grazie all'eliminazione dei trasporti, Pearlwater è riuscita a ridurre ulteriormente le emissioni di CO₂. A 200 metri di distanza dallo stabilimento produttivo è stata inoltre trivellata una nuova sorgente, con cui Pearlwater intende lanciare sul mercato una nuova marca di acqua minerale nel 2016.

Cave

Prestazioni: vinificazione di mosti e vini novelli svizzeri; preparazione, affinamento e imbottigliamento di vini provenienti da tutto il mondo; imbottigliamento e sviluppo di bevande aromatizzate contenenti vino

Nel 2015, Cave ha lanciato 25 nuovi prodotti, tra cui alcuni vini del Sud Italia che l'azienda è riuscita a sviluppare ulteriormente. L'assortimento di Cave comprendeva 400 articoli circa. Nel 2015 la cantina ha raggiunto nell'intera produzione propria un volume di vendita di circa 36 milioni di bottiglie, tra cui un milione di bottiglie di vini AOC provenienti da vari cantoni svizzeri e vinificati nella propria cantina. I vini AOC delle regioni vitivinicole di Lavaux e Chablais sono stati dotati di nuove bottiglie, tipiche della regione, che hanno valorizzato notevolmente questi prodotti ad alto fatturato. Cave ha inoltre introdotto nell'assortimento Coop quattro bevande aromatizzate contenenti vino, distribuite con il marchio «Lovely». Le vendite di vini bio sono cresciute nell'anno in esame del 5% circa.

Centro di maturazione delle banane

Prestazioni: approvvigionamento, maturazione e confezionamento di banane/frutta esotica; stoccaggio e preparazione di frutta secca per la consegna

Nel 2015, il Centro di maturazione delle banane si è occupato della maturazione e preparazione di 23.697 tonnellate di banane. La percentuale di banane bio sul relativo assortimento complessivo è salita al 37%, quella delle banane da commercio equo e solidale si è mantenuta all'89%. Nell'anno in esame è stata effettuata la totale conversione dell'assortimento di ananas al commercio equo e solidale. Il Centro di maturazione delle banane ha consegnato 3060 tonnellate di ananas. Dal 2015 importa tutte le 14 varietà di kiwi presenti nell'assortimento di Coop, il cui volume ha raggiunto le 2792 tonnellate. Il Centro di maturazione delle banane ha inoltre consegnato 1674 tonnellate di frutta secca e noci, il cui assortimento comprende complessivamente 33 articoli.

Panetterie Coop

Prodotti: pane fresco (pane, panini, trecce), pane surgelato, dolci e biscotti, torte e pasticcini nonché pasta destinata alla vendita

Nell'anno in esame, Coop ha ristrutturato la panetteria di Berna, una delle sue sette panetterie industriali. Anche nel 2015 tutte le panetterie di Coop hanno ottenuto la certificazione secondo la norma IFS 6. Hanno prodotto un totale di circa 46.400 tonnellate di prodotti di panetteria e prodotti da forno crudi, cui si aggiungono 6800 tonnellate di pane fresco e dolci, prodotti direttamente in loco nelle panetterie e pasticcerie della casa dei 42 supermercati Coop presenti su tutto il territorio svizzero. Nel 2015 il ricavato delle donazioni ottenuto con la vendita dei pupazzi di pasta dolce, per un ammontare di circa 123.000 franchi, è stato devoluto alla Croce Rossa Svizzera (CRS). Con la tradizionale vendita promozionale dei panini del 1° Agosto sono stati inoltre raccolti 320.000 franchi a favore del Padriato Coop per le regioni di montagna. Nel 2016, le panetterie Coop inaugureranno i nuovi impianti di produzione di Schafisheim, dove sta nascendo la più importante e moderna panetteria/pasticceria della Svizzera.



Fatti, non parole N. 112



Purtroppo nella foto non ci stavano gli altri 3404 apprendisti Coop

In veste di grande azienda siamo chiamati ad assumerci un'importante responsabilità anche nei confronti della società e dei nostri collaboratori. Siamo la seconda azienda svizzera, in ordine di grandezza, ad offrire posti d'apprendistato (per un totale di 3410 in 30 settori professionali diversi) oltre a innumerevoli prospettive lavorative nel settore delle vendite, della logistica, dell'amministrazione e della gastronomia. I nostri apprendisti sono affiancati e assistiti da 2000 formatori professionali e da 32 responsabili a tempo pieno e una volta conclusa la formazione, oltre il 60% di loro viene assunto con un contratto a tempo indeterminato. È proprio per questo impegno esemplare e costante che Coop si è aggiudicata il «Gran premio della formazione professionale» conferito dalla fondazione Hans Huber nel 2013.



Gli apprendisti di Bell Schweiz AG hanno la possibilità di imparare in piccolo tutto quello che servirà loro in seguito nella vita professionale. A Basilea, Bell gestisce due atelier di formazione, uno dedicato alla salumeria, uno alla carne. Gli impianti e i processi sono perlopiù identici a quelli della produzione industriale, ad eccezione delle dimensioni che qui sono inferiori.



Il Gruppo Transgourmet forma a livello internazionale 570 apprendisti. Nell'anno in rassegna, nella sola Transgourmet Svizzera sono stati 71 gli apprendisti a concludere una formazione da impiegato del commercio al dettaglio. Di recente tutti gli apprendisti del primo e del secondo anno di formazione hanno frequentato una giornata di formazione tecnica su temi specifici quali la sicurezza sul lavoro o la conoscenza dei prodotti dell'assortimento. Per gli apprendisti del terzo anno, Transgourmet Svizzera organizza un campo di quattro giorni che si prefigge di prepararli alle procedure di qualificazione, dando loro la possibilità di effettuare una simulazione dell'esame pratico in condizioni reali affiancati da esperti.



Da mugnaio ad addetto alimentarista, da esperto di enologia a panettiere-pasticciere-confettiere fino a tecnico alimentarista, le aziende di produzione Coop offrono posti di tirocinio nelle professioni più svariate. Nel 2015, durante il loro apprendistato nella produzione Coop, 27 giovani si sono confrontati con temi come pane, cioccolato o acqua. I sei apprendisti di Swissmill a Zurigo hanno invece approfondito i temi legati ai cereali, seguendo un percorso che li porterà a diventare mugnai specializzati in generi alimentari. Nel corso della loro formazione acquisiscono una conoscenza completa di controllo qualità, stoccaggio delle materie prime, trasformazione meccanica, confezionamento e fornitura del prodotto finito.



