

Groupe Coop  
RAPPORT DE GESTION  
2008





## CHIFFRES-CLÉS

	2008	2007	Evolution	%
<b>Ratios financiers consolidés en millions de CHF</b>				
Chiffre d'affaires de détail	18 150	15 755	+2 395	+15.2
Chiffre d'affaires encaissé / Ventes directes	19 269	16 669	+2 600	+15.6
Produit net résultant de livraisons et de prestations	18 271	15 812	+2 459	+15.6
Cash-flow d'exploitation (EBITDA)	1 563	1 383	+181	+13.1
Résultat d'exploitation (EBIT)	659	572	+87	+15.3
Résultat financier y compris résultat des entités associées	-121	-39	-83	+212.9
Résultat de l'exercice	390	350	+40	+11.4
Fonds étrangers soumis à intérêts	3 971	3 534	+437	+12.4
Dette financière nette	3 395	3 219	+176	+5.5
Fonds propres avec participations minoritaires	5 675	5 324	+351	+6.6
Part des fonds propres en %	43.9	45.1	-1.2	-2.7
Total du bilan	12 932	11 810	+1 122	+9.5
Flux de fonds avant modification des actifs circulants nets	1 445	1 254	+191	+15.2
Flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation	1 515	1 155	+360	+31.2
Flux de fonds découlant de l'activité d'investissement	-1 476	-1 351	-125	+9.3
Flux de fonds découlant de l'activité de financement	250	231	+19	+8.2
<b>Effectifs du personnel</b>				
Effectifs au 31.12	53 880	48 200	+5 680	+11.8
Employés à plein temps	41 550	38 230	+3 320	+8.7
<b>Parts de marché en % (Base: Volume de marché BAK)</b>				
Alimentaire	21.9	21.5	+0.4	
Non-alimentaire	12.8	10.6	+2.2	
Groupe Coop	17.2	15.7	+1.5	
<b>Points de vente</b>				
Nombre de points de vente au 31.12	1 885	1 739	+146	+8.4
Surface de vente en m <sup>2</sup> au 31.12	1 707 189	1 624 047	+83 142	+5.1
Surface de vente en m <sup>2</sup> (moyenne annuelle)	1 686 926	1 550 155	+136 771	+8.8
Chiffre d'affaires encaissé en millions de CHF	17 645	15 390	+2 255	+14.7
<b>Membres<sup>1</sup></b>				
Nombre de membres au 31.12	2 536 544	2 502 100	+34 444	+1.4

<sup>1</sup>Jusqu'en 2007: ménages membres; depuis 2008: membres

## LABELS DE CONFIANCE



Pour le bio sans compromis.



Pour un mode d'élevage respectueux des animaux.



Pour une mode équitable.



Pour tous ceux qui veulent pratiquer l'écologie au quotidien.

**Betty Bossi**

Pour des idées fraîches.



Pour tous ceux qui pensent aussi aux autres.



Pour nos montagnes. Pour nos paysans.



Pour redécouvrir des espèces anciennes.



Slow Food®  
Schweiz·Suisse·Svizzera

Pour des saveurs authentiques empreintes de tradition.



Pour la ligne minceur.

## MARQUES PROPRES



Pour 5000 articles bons et pas chers.



Pour la garantie des prix les plus bas.



Pour des moments privilégiés.



Pour les enfants qui voient grand.



Pour savourer sans les effets secondaires.

Délicorn

Pour un vrai délice sans viande.



For now.

## FORMATS DE VENTE



## VENTE DE VOYAGES

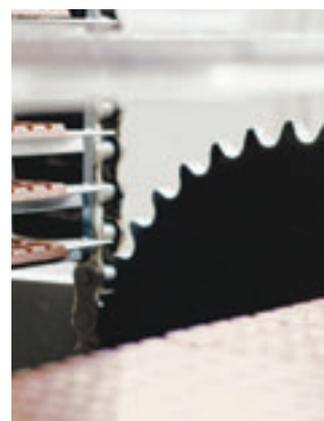
## ENTREPRISES DE PRODUCTION



## CASH+CARRY / FOODSERVICE



# Table des matières



<b>2 AVANT-PROPOS</b>	<b>33 COLLABORATEURS</b>
<b>5 PROJETS STRATÉGIQUES</b>	Stratégie du personnel
<b>7 ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE</b>	Prévoyance en faveur du personnel
Marché et prix	<b>35 LOGISTIQUE, INFORMATIQUE, IMMEUBLES ET PRODUCTION</b>
Approvisionnement et politique économique	Structures et processus
Développement durable	Immeubles
<b>13 OFFRES ET PRESTATIONS</b>	Groupe Bell
Prix	Entreprises de production
Diversité	Hôtels
Labels de confiance à forte composante écologique et sociale	<b>39 GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE</b>
Labels de confiance dans les domaines de la santé et des produits convenience	<b>46 ORGANES ET MANAGEMENT</b>
Articles de marque	<b>53 LE GROUPE COOP EN CHIFFRES</b>
Marques propres	<b>65 COMPTES ANNUELS CONSOLIDÉS DU GROUPE COOP</b>
Prestations de services et sponsoring	<b>90 ADRESSES</b>
Information et médias	
<b>25 FORMATS DE VENTE</b>	
Points de vente Retail	
Achats en ligne	
Points de vente Trading	
Stations-service et magasins de proximité	
Cash+Carry et Foodservice	

# Avant-propos

L'exercice 2008 est le plus fructueux de l'histoire de Coop. Le chiffre d'affaires de détail s'est accru de 15,6 % pour atteindre 19,27 milliards de francs, induisant une augmentation de notre part de marché globale, qui passe de 15,7 à 17,2 %. Le chiffre d'affaires réalisé avec les produits alimentaires bio a progressé de 9 %, à 722 millions de francs. Fin 2008, Coop employait 53 880 collaborateurs, soit 5 680 de plus qu'il y a un an. Nous leur adressons à tous nos remerciements pour leur engagement sans relâche et pour leur contribution à ce beau succès.

Hansueli Loosli, président de la Direction générale, et Anton Felder, président du Conseil d'administration.



Le groupe Coop a connu un excellent exercice 2008, qui se solde par une forte croissance et de nouveaux gains de parts de marché. Coop tient son cap. Elle n'a pas été détournée de sa route par le vent contraire qui s'est levé au second semestre sous les effets de la crise financière et économique. Résultat: une année record. Grâce à des collaborateurs extrêmement motivés et à leurs efforts sans relâche, nous pouvons aujourd'hui affronter sereinement les eaux devenues aujourd'hui plus hostiles.

Le chiffre d'affaires encaissé du groupe Coop s'est élevé à 19,27 milliards de francs, soit 2,6 milliards ou 15,6 % de plus qu'en 2007. Notre part de marché a ainsi encore remarquablement augmenté pour s'inscrire, selon l'institut BAK Basel Economics, à 21,9 % dans le secteur alimentaire et à 12,8 % dans le secteur non alimentaire.

Nous avons de quoi être particulièrement satisfaits de l'évolution dans le secteur des produits frais. Alors que, selon GfK, la croissance du marché suisse dans son ensemble est de 6,4 %, celle de notre chiffre d'affaires dépasse les 9 %. Progression analogue dans le secteur de l'alimentation de base, où l'augmentation est de 9,2 %.

Coop dispose aujourd'hui d'une assise financière solide. Les fonds propres se montent à 5,68 milliards de francs, en hausse de 6,6 % par rapport à l'année précédente.

En 2008, Coop a encore consolidé son rôle de précurseur en matière de développement durable. Nous avons pris la décision de parvenir à un bilan CO<sub>2</sub> neutre en quinze ans. Ainsi, nous réduirons nos émissions de CO<sub>2</sub> dans les domaines où nous pouvons exercer une influence directe par des économies et des mesures de compensation jusqu'à arriver à un bilan CO<sub>2</sub> équilibré. Et nous incitons nos partenaires commerciaux à agir de même afin que les émissions de CO<sub>2</sub> diminuent sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur.

Nos labels bio Naturaplan et Naturaline arborent depuis 2008 un nouveau visage. Tous deux incarnent à la fois l'encouragement novateur à l'agriculture et l'exemplarité des produits Lohas. Ils s'adressent aux consommateurs qui attachent autant d'importance à la pérennité de notre environnement qu'à leur bien-être personnel. Cette image redynamisée et le développement des assortiments n'ont pas manqué de porter leurs fruits. Ainsi, le chiffre d'affaires total réalisé avec les produits alimentaires bio a augmenté de 9 % par rapport à l'année précédente.

Fin mars 2008, la Commission fédérale de la concurrence a donné son aval au rachat des magasins de Carrefour en Suisse par Coop, ce qui nous a permis de combler les lacunes de notre réseau de vente dans le secteur des grandes surfaces. Dans le temps record de deux semaines seulement, tous les points de vente Carrefour ont été transformés, de sorte que nous disposons aujourd'hui de 27 hypermarchés, des fleurons situés à des emplacements de premier ordre.

Les alliances et partenariats internationaux constituent un vecteur important de développement durable du chiffre d'affaires. Dans le domaine de l'approvisionnement, nous disposons d'une organisation éprouvée, la coopérative d'achat Coopernic. Un nouveau pas a été franchi fin octobre 2008 avec la décision d'élargir encore la collaboration dans le commerce de gros du secteur de la restauration avec Rewe Group. Nous avons alors fondé une nouvelle joint venture, transGourmet Holding S.E., détenue à parts égales par Coop et Rewe Group. Avec un effectif d'un peu plus de 21 000 personnes, les entreprises regroupées au sein de celles-ci ont réalisé en 2008 un chiffre d'affaires d'environ 10 milliards de francs. Active en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Russie, en France et en Suisse, transGourmet Holding S.E. va au-devant de belles perspectives de croissance.

Nous remercions ici nos clients, qui, par leur fidélité à notre enseigne, nous ont aidés à réaliser un nouvel exercice synonyme de réussite. Nous tenons aussi à remercier tout particulièrement nos collaborateurs pour leur énorme engagement, sans lequel ce succès n'aurait pas été possible. Nos remerciements vont enfin à nos partenaires commerciaux, dont la collaboration et les suggestions nous sont d'un précieux concours.



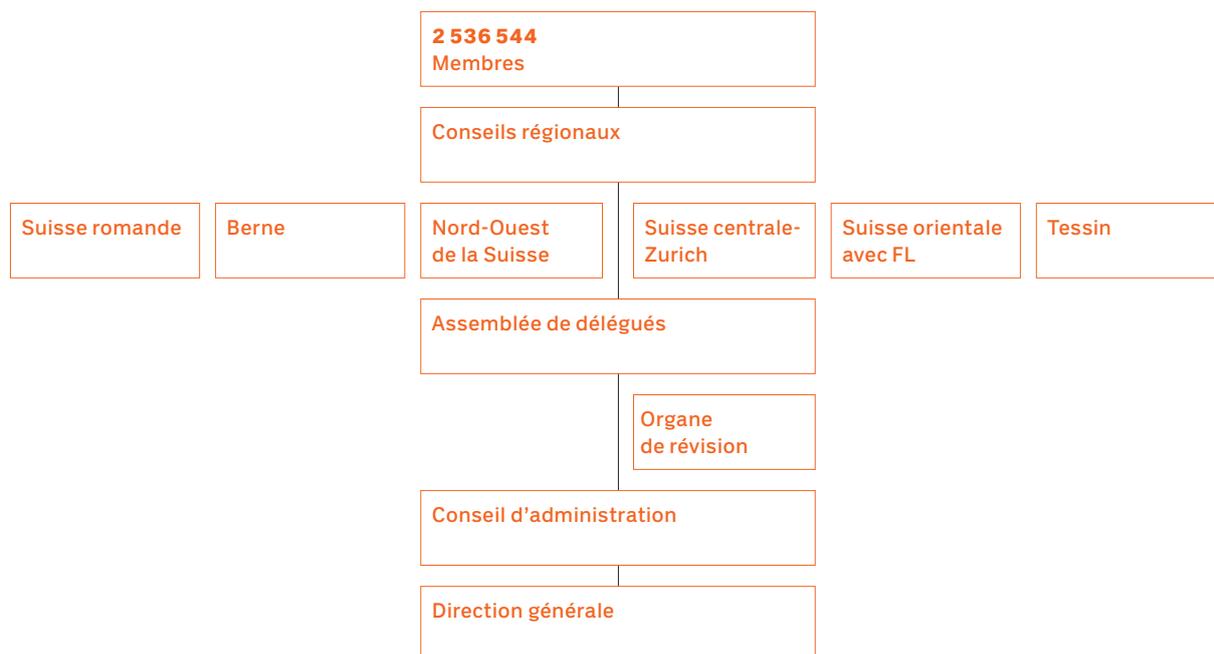
Anton Felder  
Président du Conseil d'administration



Hansueli Loosli  
Président de la Direction générale

## LE GROUPE COOP

Au 31 décembre 2008



### Conseil d'administration

Stefan Baumberger  
Michela Ferrari-Testa  
Beth Krasna

Silvio Bircher  
Felix Halmer  
Jean-Charles Roguet

Anton Felder (président)  
Irene Kaufmann (vice-présidente)  
Giusep Valaulta

### Révision interne

Franz Kessler, responsable de la Révision interne



# Projets stratégiques

Coop a investi une centaine de millions de francs pour améliorer son positionnement prix. Le développement de la joint venture avec Rewe Group spécialisée dans le commerce de gros dans la restauration et la reprise des supermarchés Carrefour en Suisse ont occupé le devant de la scène. Coop a par ailleurs convenu avec la Confédération d'objectifs concrets de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>.

## **Gros investissements dans le positionnement prix**

Coop a tenu à répondre à la sensibilité croissante des consommateurs aux prix et à l'arrivée de discounters étrangers sur le marché suisse et a consacré en 2008 quelque 100 millions de francs à la poursuite de l'amélioration de son positionnement prix. Après avoir fortement baissé les prix de 120 produits Prix Garantie, Coop garantit depuis septembre 2008 les prix les plus bas sur l'ensemble de l'assortiment Prix Garantie. Ainsi, les prix de tous les articles de la gamme premiers prix sont au moins aussi avantageux voire plus avantageux que ceux des produits les meilleur marché de ses principaux concurrents sur le marché suisse. Avec cette garantie, Coop offre à ses clients une sécurité des prix absolue dans le segment des prix les plus bas et contribue ainsi dans une large mesure au maintien de leur pouvoir d'achat. Deux moyens permettent d'assurer la garantie des prix les plus bas: d'une part, les relevés mensuels de l'observatoire des prix créé par l'institut d'études de marché indépendant ACNielsen et, d'autre part, les mesures de compétitivité-prix effectuées chaque semaine par Coop elle-même.

## **transGourmet et tooMax-x: engagement fortement accru en Europe**

Coop a pris la décision d'élargir encore la collaboration dans le commerce de gros du secteur de la restauration avec l'allemand Rewe Group. Les deux entreprises ont créé sous le nom de transGourmet Holding S.E. une joint venture dont chacune détient la moitié. transGourmet Holding S.E., dont le siège est à Neu-Isenburg, en Allemagne, est active dans toute l'Europe et emploie plus de 21 000 collaborateurs. Ce regroupement a donné naissance à la deuxième entreprise européenne de libre-service en gros et de services alimentaires, qui peut tableer sur un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 10 milliards de francs. Rewe Group a apporté dans le nouveau holding l'entreprise Fegro/Selgros, qui opère dans le libre-service

en gros en Allemagne, en Pologne, en Roumanie et en Russie, ainsi que le groupe d'entreprises Rewe GVS/Stöver actif en Allemagne. transGourmet Schweiz AG, dont les deux partenaires détiennent chacun 50 %, a également été intégrée dans le nouvel ensemble. En outre, la coopérative d'achat fondée par Coop, Rewe Group et bauMax s'est adjoint un nouveau partenaire, l'entreprise finlandaise Rautakesko, ce qui fait de tooMax-x le troisième acheteur européen d'articles de construction et de bricolage. Cet élargissement de la coopérative d'achat constitue pour Coop un nouveau pas important dans le développement d'une collaboration au niveau international.

#### **Vision Coop: un bilan CO<sub>2</sub> neutre dans 15 ans**

Coop a encore renforcé son rôle de précurseur en matière de développement durable et passablement développé ses activités dans le domaine de la protection du climat. Au printemps 2008, elle a pris une décision inédite parmi les acteurs du commerce de détail en Suisse: parvenir à un bilan CO<sub>2</sub> neutre en quinze ans. Elle entend réduire les émissions de CO<sub>2</sub> dans les domaines où elle peut exercer une influence directe par des économies et des mesures de compensation jusqu'à arriver à un bilan CO<sub>2</sub> équilibré. Mais cet objectif ne se limite pas à elle-même: elle œuvre en collaboration avec ses partenaires commerciaux à une diminution des émissions de CO<sub>2</sub> sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur. Coop a convenu avec la Confédération d'objectifs concrets de réduction, dont la réalisation fera l'objet de contrôles réguliers dans le cadre d'audits. Le plan d'action a été élaboré en collaboration avec l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC). Celui-ci comprend notamment l'application impérative de la norme Minergie dans la construction et la transformation de points de vente appartenant à Coop, le transfert rapide des transports de la route au rail et aux voies navigables, la compensation des émissions de CO<sub>2</sub> et une réduction substantielle des

transports de marchandises par avion. Coop a en outre décidé d'investir 2 millions de francs dans une étude du potentiel d'utilisation de l'énergie éolienne en Suisse, qui prévoit la construction de 10 mâts de mesure du vent. Fait également partie intégrante de la vision générale de Coop l'intention d'atteindre d'ici à fin 2012 un bilan CO<sub>2</sub> neutre dans la fabrication de tous les articles en coton bio de la gamme Coop Naturaline. Le CO<sub>2</sub> qui continuera d'être émis malgré les mesures de réduction sera compensé exclusivement par des projets réalisés dans le cadre de la chaîne de production.

#### **Rachat des points de vente Carrefour en Suisse**

Une fois obtenu le feu vert, assorti de diverses conditions, de la Commission de la concurrence, Coop a racheté au printemps 2008 les points de vente de Carrefour en Suisse. Après la transformation des 12 grandes surfaces Carrefour en hypermarchés Coop et l'ouverture d'un treizième à St-Gall, Coop compte actuellement 27 hypermarchés en Suisse, soit deux fois plus qu'en 2007. Ce grand projet a exigé un énorme effort en termes de logistique et de personnel. Après la liquidation de l'assortiment existant, les points de vente ont été en quelques jours mis aux normes élevées de Coop, achalandés en produits Coop et placés sous l'enseigne des hypermarchés Coop. Le fait que certaines spécialités de Carrefour particulièrement appréciées ont été gardées après le rachat a permis d'augmenter encore la diversité de l'assortiment proposé aux clients. Coop a offert aux quelque 2 000 anciens collaborateurs de Carrefour un nouvel emploi aux conditions de la convention collective de travail (CCT) Coop. Presque tous ont accepté.

# Environnement économique

L'année sous revue a été marquée par les fluctuations de prix des matières premières et par la crise financière mondiale. En ce qui concerne les importations parallèles, les intérêts des consommateurs et des distributeurs se sont heurtés notamment à ceux de l'industrie pharmaceutique et chimique. Des sujets comme la consommation d'eau, les émissions de CO<sub>2</sub>, l'utilisation du territoire et la biodiversité ont encore gagné en importance dans le public.

## MARCHÉ ET PRIX

### **Crise financière mondiale et pressions accrues sur les prix**

Les chiffres d'affaires du commerce de détail ont encore fortement augmenté en 2008, malgré les fortes secousses subies par les marchés financiers au second semestre. Ce bon résultat est dû principalement au bas taux de chômage, au solde migratoire positif et aux salaires plus élevés que l'année précédente. A cela s'ajoute qu'en Suisse, les chiffres d'affaires globaux du commerce de détail dépendent fortement de l'évolution du segment Alimentation, boissons et tabac. Et ici, les effets négatifs de la crise financière n'ont pour le moment guère pesé sur l'humeur des consommateurs. L'appel des banques au soutien de l'Etat et les pertes énormes des instituts financiers ont ravivé les discussions sur l'éthique, le développement durable et la nécessité de penser à long terme dans la vie économique. Cela pourrait se traduire par un intérêt manifeste pour des produits offrant une plus-value écologique, sociale et éthique. Indépendamment de ces considérations, la poursuite de l'offensive de discounters étrangers sur le marché suisse ne cesse de rallumer le débat sur les prix. Rendus prudents par les incertitudes conjoncturelles mondiales, les consommateurs se montrent de plus en plus sensibles aux prix. Coop s'est ainsi trouvée confrontée une fois de plus à la nécessité d'assurer sa compétitivité dans toutes les gammes de prix et sur l'ensemble de l'assortiment. Grâce à de nouveaux gains d'efficacité dans la logistique et au niveau de l'approvisionnement, elle s'est aménagé la marge de manœuvre nécessaire pour baisser encore ses prix. Elle a fait bénéficier la ligne Prix Garantie de la garantie des prix les plus bas et a baissé les prix de plus de 500 articles de marque et produits de marque propre les plus divers. Au total, Coop a investi en 2008 quelque 100 millions de francs dans des baisses de prix. Elle a en outre développé en-

core sa position de distributeur offrant la plus grande diversité d'assortiment de Suisse. Afin d'être mieux en mesure de faire face aux changements intervenant dans les goûts des consommateurs qui, année après année, deviennent plus spécifiques et plus individuels et auxquels il convient de répondre avec des produits et des concepts innovants.

## **APPROVISIONNEMENT ET POLITIQUE ÉCONOMIQUE**

### **Fortes fluctuations des prix de matières premières et de l'énergie**

Au début de l'année 2008, le commerce de détail s'est trouvé confronté à l'envol des prix des matières premières et de l'énergie. Dans de nombreux domaines, Coop est parvenue à limiter la répercussion de la hausse des prix d'achat sur sa clientèle. Ce qui a été rendu possible par de nouveaux gains d'efficacité ainsi que d'après négociations avec les fournisseurs, notamment dans le cadre de la coopérative d'achat européenne Coopernic. Vers le milieu de l'année, les paysans suisses producteurs de lait ont brandi la menace d'un boycottage des livraisons pour protester contre la hausse du prix du pétrole et des frais de transport. Coop a pu y parer par une augmentation du prix du lait, mais n'a pu éviter de répercuter celle-ci sur les consommateurs. Comme les marges ont sensiblement diminué ces dernières années sur le lait, les céréales et le cacao, il n'y avait ici aucune marge de manœuvre pour amortir les hausses de prix dues au renchérissement des matières premières. Un mouvement inverse s'est amorcé à l'approche de la fin de l'année et les prix sont repartis à la baisse, ceux des produits agricoles après les récoltes et ceux de l'énergie sous les effets de la récession. Résultat: une nette détente sur le front des prix. Toujours fin 2008, le marché a eu à faire face à une situation de surproduction de lait. Pour stimuler

les ventes, Coop a réduit en novembre, à ses frais, les prix du lait entier UHT et du lait drink UHT. Fin 2008, il n'était pas possible d'avoir une vision claire des effets des turbulences qui affectent les marchés financiers mondiaux en crise sur l'humeur des consommateurs, les comportements d'achat et l'évolution du pouvoir d'achat. Coop part toutefois de l'idée que la sensibilité-prix va encore augmenter en 2009.

### **Appel à l'ouverture des marchés**

Mis à part l'actualité immédiate, l'attention s'est aussi focalisée en 2008 sur les efforts déployés en faveur d'une ouverture et d'une libéralisation accrues des marchés. Début novembre se sont ouvertes les négociations concrètes en vue de la conclusion d'un accord agroalimentaire et sur la santé entre la Suisse et l'UE. Coop s'est préparée à ce débat en adhérant à la Communauté d'intérêts pour le secteur agro-alimentaire suisse (CISA), qui regroupe tous les partisans d'un accord de libre-échange agricole entre la Suisse et l'UE, des paysans producteurs aux consommateurs en passant par les différents acteurs de la transformation et de la commercialisation. La mandat de négociation comporte un paquet équilibré, qui accorde une place importante aux intérêts des consommateurs. A titre de mesures d'accompagnement en faveur de la paysannerie et de l'industrie agroalimentaire, Coop préconise des mesures limitées dans le temps pour atténuer les effets de l'accord durant la phase de transition et des mesures permanentes pour créer des conditions-cadres égales. Une ouverture des marchés avec l'UE a également été recherchée dans le cadre du combat politique en faveur de l'autorisation des importations parallèles de produits brevetés. Le débat a vu se heurter les intérêts des consommateurs et des distributeurs, notamment, à ceux de l'industrie pharmaceutique. Il a fallu qu'une initiative populaire soit mise en préparation pour amener le Parlement à adopter un changement de système en décembre 2008.

### **Réglementations raisonnables**

Face à la pression croissante des coûts, le commerce de détail a besoin de réglementations raisonnables dans les domaines de la sécurité des produits, de la politique de l'environnement et des transports et de la prévention en matière de santé. Coop s'est battue, notamment dans le cadre de la Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse (CI CDS), pour maintenir un rapport adéquat entre l'utilité des dispositions légales en faveur des consommateurs et les coûts administratifs qu'elles impliquent pour les distributeurs. Les entreprises de commerce de détail suisses ont prouvé au cours des dernières années qu'il était possible de répondre aux attentes de la société de manière responsable et efficace par des solutions sectorielles et des systèmes librement consentis. A l'initiative de Coop, la CI CDS a approuvé au début de l'année le Code de conduite Nanotechnologies, par lequel le commerce de détail s'engage à informer spontanément et ouvertement les consommateurs sur tous les nanoproduits et à ne mettre ceux-ci en vente que si, dans l'état actuel des connaissances scientifiques et techniques, ils ne présentent aucun danger pour la santé et l'environnement.

## **DÉVELOPPEMENT DURABLE**

### **Consommation durable**

La consommation privée de produits alimentaires et de biens usuels est elle aussi source de nuisances pour l'environnement. Celles-ci se produisent tout au long de la chaîne de création de valeur: de l'extraction ou de la culture des matières premières à l'élimination en passant par toutes les étapes de la transformation, du transport, du stockage et de la préparation. Ces nuisances sont très variées et ne se limitent nullement au problème de l'effet de serre. Autres thèmes importants: la consommation d'eau, l'utilisation du

territoire et la biodiversité. Coop a largement contribué en 2008 à ce que les réflexions et actions relatives à la consommation durable suscitent toujours plus d'intérêt dans le public et donnent lieu à un débat toujours plus animé. Du point de vue de Coop, les concepts de l'indication du CO<sub>2</sub> sur les produits actuellement en discussion dans de nombreux pays ne vont pas assez loin. Pour que les produits deviennent plus durables, il est nécessaire de disposer de life cycle assessments (LCA) complets, qui prennent en compte tous les aspects écologiques. Ainsi, dans les processus d'approvisionnement, il est déjà possible de privilégier des variantes écologiquement judicieuses, ce qui permet d'éviter l'intégration de produits très polluants dans l'assortiment. Soucieuse d'assumer ses obligations envers les consommateurs, Coop a été le premier distributeur de Suisse à lancer le label «By Air», apposé sur tous les produits qui ont été transportés par avion. Les émissions de CO<sub>2</sub> engendrées par ces transports aériens sont compensées. Autant de mesures qui permettent aux consommateurs d'assumer par eux-mêmes leur responsabilité envers l'environnement, notamment en optant pour des produits conformes aux exigences du développement durable.



→



De la mer au filet  
de saumon bio  
Naturaplan







Le saumon bio Coop Naturaplan est élevé au large de la côte ouest de l'Irlande. Chaque matin – ou le soir, selon le temps qu'il fait –, les éleveurs vont nourrir les poissons dans leurs viviers installés en pleine mer. La pisciculture bio est soumise à des règles très strictes en matière d'élevage, d'alimentation, de transformation et de transport. Aucun poisson de moins de 4 kg n'est retiré de l'eau.



Le film:

[www.coop.ch/rapport](http://www.coop.ch/rapport)

# Offres et prestations

Coop garantit les prix les plus bas sur sa ligne Prix Garantie et axe encore plus son offre de produits à forte valeur ajoutée sur les nouvelles tendances de la consommation. 3,315 millions de lecteurs font de la presse Coop, avec ses trois éditions, l'hebdomadaire n° 1 de Suisse.

## PRIX

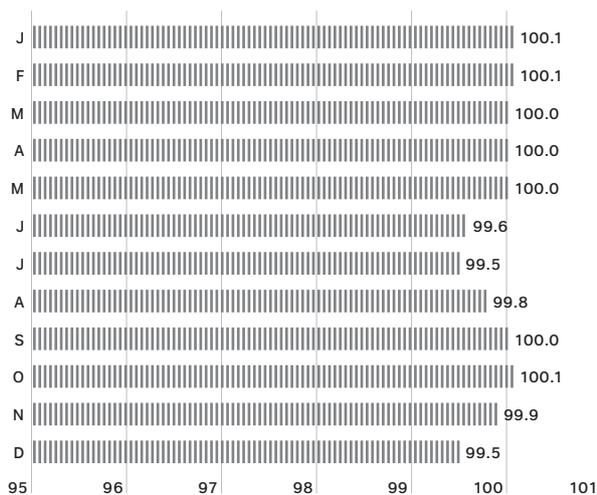
### Maintien du pouvoir d'achat par la garantie des prix les plus bas

Dans un contexte de concurrence croissante qui règne dans le commerce de détail, l'année 2008 a elle aussi été placée chez Coop sous le signe d'une poursuite de l'amélioration du positionnement-prix. Il s'agissait également de maintenir et développer notre compétitivité-prix par rapport aux autres acteurs du marché. Plus de 500 nouvelles baisses de prix, articles de marque et produits de marque Coop confondus, ont induit une diminution moyenne de 10 %. En février, une baisse de prix de 12 % en moyenne est intervenue sur 120 produits de la ligne Prix Garantie. Un autre pas important en faveur du maintien du pouvoir d'achat a été fait en septembre avec l'institution de la garantie des prix les plus bas. En même temps qu'une nouvelle série de baisses portant sur 50 articles, Coop a donné son assurance que les produits de l'assortiment Prix Garantie seraient dès lors au moins aussi bon marché que les produits à bas prix comparables de ses principaux concurrents. Le contrôle est assuré par des comparaisons de prix effectuées régulièrement par l'institut d'études de marché indépendant ACNielsen, d'une part, et par Coop elle-même, d'autre part. Début 2009, Coop a fait un pas de plus en ramenant les prix de plus de 600 articles de marque au niveau de ceux pratiqués par les discounters. Quelque 100 millions de francs ont été investis en 2008 pour financer les baisses de prix. Les amples fluctuations des marchés et la nette augmentation du niveau moyen des prix des matières premières et de l'énergie qui en résulte font toutefois apparaître pour l'ensemble du groupe un taux de renchérissement de 0,9 %. Pour le seul secteur Retail, le renchérissement est de l'ordre de 1,3 %.

### Observatoire des prix Coop, relevés 2008

L'observatoire des prix Coop est l'instrument créé par l'institut d'études de marché indépendant ACNielsen pour effectuer des relevés pour le compte de Coop. ACNielsen compare au moins 2100 articles de consommation courante chez Coop et chez son principal concurrent. Sont comparés des produits ayant des prix dits nationaux, c.-à-d. des produits en vente dans toute la Suisse (produits de marque, marques propres, ligne premiers prix).

Indice en % (concurrent principal = 100 %)  
Indice inférieur à 100 = Coop meilleur marché  
Indice égal à 100 = Coop aussi bon marché  
Indice supérieur à 100 = concurrent principal meilleur marché



Source: ACNielsen, Observatoire des prix Coop (jour de relevé mensuel)

### Développement de l'observatoire des prix

Le comparatif des prix utilisé par ACNielsen est le plus complet de Suisse. Il permet à Coop de surveiller sa compétitivité et, désormais, de contrôler aussi l'application de la garantie des prix les plus bas. ACNielsen compare régulièrement les prix des principaux distributeurs de Suisse pour un panier prédéfini. Celui-ci comprend actuellement au moins 2 100 produits de consommation courante constitués de produits pre-

miers prix, de produits de marque propre ou d'articles de marque. Depuis l'automne 2008, il comprend tous les articles du segment des premiers prix, qui sont directement comparables entre eux sur la base de critères objectifs comme par exemple la qualité, le contenu et la quantité. L'observatoire des prix publié une fois par mois dans la presse Coop et sur Internet sert d'instrument de communication avec les clients. Les résultats sont concluants: ils confirment d'une part que la garantie des prix les plus bas n'est pas une vaine promesse et que, d'autre part, pour ses marques propres et les produits de marque, Coop est tout aussi avantageuse que son principal concurrent et, ainsi, parfaitement compétitive toutes gammes de prix confondues.

### DIVERSITÉ

#### Mix de marques inimitable couvrant les besoins les plus divers

Les comportements de consommation ont considérablement évolué ces dernières années. Les besoins des consommateurs sont toujours plus spécifiques et, en même temps, toujours plus vastes. Face à cette évolution, Coop est allée encore plus au-devant des différentes tendances de consommation. Avec son offre de produits premier prix, de marques propres, de produits labellisés et de produits de marque, elle a encore renforcé en 2008 sa position de distributeur offrant la plus grande diversité d'assortiment dans toutes les gammes de prix. A l'intention de la jeune génération tout particulièrement, elle a lancé en août 2008 la marque propre Plan B, qui propose des produits bon marché à consommer sur le pouce. Elle a par ailleurs revu et élargi l'assortiment des labels Coop Naturaplan et Coop Naturaline afin d'être mieux en phase avec le style de vie des Lohas (Lifestyle of Health and Sustainability). Pour les amateurs de produits à forte

composante écologique, sociale et éthique, les critères tels que saveur, modernité et attrait visuel gagnent toujours plus en importance. Dans cette optique, Coop a également remanié en 2008 les formulations et les emballages de la ligne de produits de soins du corps et du visage de Coop Naturaline.

### **LABELS DE CONFIANCE À FORTE COMPOSANTE ÉCOLOGIQUE ET SOCIALE**

#### **Coop Naturaplan a fait peau neuve**

Pour sa 16<sup>e</sup> année d'existence, la ligne bio Coop Naturaplan a vu son chiffre d'affaires augmenter de 8 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 678 millions de francs. Depuis avril 2008, le label bio le plus populaire de Suisse présente un nouveau visage, synonyme de fraîcheur et de dynamisme, avec un nouveau logo, des emballages modernisés et un assortiment élargi. Les 90 et quelques nouveautés sont pour l'essentiel des produits à la fois modernes et sains, qui répondent à la tendance de consommation actuelle des Lohas. Coop a fait vérifier par son Service spécialisé Diététique la composition nutritionnelle des produits, en a remanié les formulations et, en collaboration avec Betty Bossi, en a amélioré les formulations. Le changement des 1 600 produits au label du bourgeon se fera progressivement, les stocks conditionnés dans les anciens emballages ne seront pas détruits. Dans le cadre de sa nouvelle stratégie des marques, Coop a lancé en septembre le magazine bio Verde, avec un tirage de 1,4 million d'exemplaires.

#### **Chiffre d'affaires en reprise pour Coop Naturafarm**

Coop Naturafarm distingue des plus-values clairement définies: production suisse, élevage avec parcours respectueux des animaux, contrôles indépendants et interdiction des aliments pour animaux génétiquement modifiés. Avec un chiffre d'affaires de 467 millions de

francs, le label est, derrière Coop Naturaplan, le numéro deux des labels de confiance à forte composante écologique, sociale et éthique. Après plusieurs années de stagnation, l'année 2008 a marqué un redémarrage avec une croissance de 3 %. La part de la viande et des œufs Coop Naturafarm dans le chiffre d'affaires total a été d'environ 30 %. Cette part a même été sensiblement plus élevée pour la viande de bœuf et la viande de porc, avec respectivement 70 % et 65 %. Coop joue à nouveau un rôle de pionnière en ce qui concerne l'interdiction de la castration des porcelets sans anesthésie. Pour la viande au label Coop Naturafarm, l'interdiction sera appliquée avant l'écoulement du délai d'un an, à fin juin 2009, accordé par le Conseil fédéral.

#### **Coop Naturaline: bilan CO<sub>2</sub> neutre d'ici à 2012**

Les textiles Naturaline en coton bio issus du commerce équitable ont à nouveau connu une excellente année. Au printemps, Coop a lancé un projet CO<sub>2</sub> qui constitue une première mondiale et qui poursuit un but ambitieux: réaliser d'ici à fin 2012 un bilan CO<sub>2</sub> neutre pour tous les textiles Coop Naturaline en coton bio. Le CO<sub>2</sub> résiduel sera compensé uniquement par des projets réalisés dans le cadre de la chaîne de production. Pour démarrer, 80 000 T-shirts en coton bio pur portant le message «CO<sub>2</sub> neutre» ont été fabriqués. Depuis l'automne 2008, Melanie Winiger œuvre en qualité d'ambassadrice pour promouvoir la griffe des textiles équitables. Textiles et cosmétiques confondus, le chiffre d'affaires de Coop Naturaline a augmenté en 2008 de 5 % pour s'établir à 67 millions de francs. L'assortiment de produits cosmétiques à base de matières premières naturelles a enregistré un chiffre d'affaires en hausse d'environ 20 %. Rebaptisé Naturaline Natural Cosmetics, il se présente dans un nouveau design. Les formulations et les emballages de la ligne de produits de soins du corps et du visage ont été revus.

### **Coop Oecoplan: succès des plantes d'appartement bio**

Coop Oecoplan a vu son chiffre d'affaires reculer de 2 % en 2008 et n'a donc pas confirmé l'embellie de l'année précédente. En cause: l'abandon du papier de marque Coop à fort chiffre d'affaires au profit du papier FSC. De ce fait, le papier 100 % recyclé Coop Oecoplan est à la traîne par rapport au reste de l'assortiment de papier standard. Le chiffre d'affaires des plantes d'appartement bio, par contre, a augmenté de 21 %, celui des produits phytosanitaires à base de composants naturels de 23 % et celui des articles en bois pour le jardin issus d'une exploitation durable de la forêt de 12 % par rapport à l'année précédente.

### **Max Havelaar innove**

Les produits Coop au label de qualité Max Havelaar portent depuis mars 2008 le logo unique de l'organisation faitière Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), complété pour les bananes, les ananas et les roses par un numéro accompagné de la mention FLO-ID. Coop a réalisé en 2008 avec les produits labellisés Max Havelaar un chiffre d'affaires de 135 millions de francs. L'augmentation de 4 % par rapport à l'année précédente est due entre autres aux nombreux produits innovants qui sont venus enrichir l'assortiment. Coop a ainsi été le premier distributeur de Suisse à lancer des plats de riz pré-cuisinés au label du commerce équitable.

### **Pro Montagna: un an et déjà un grand succès**

Le label Pro Montagna a fêté en 2008 son premier anniversaire avec un chiffre d'affaires de plus de 20 millions de francs. L'assortiment de produits alimentaires des régions de montagne suisses bénéficie d'une popularité croissante. En portant leur choix sur les produits Pro Montagna, les consommateurs contribuent à aider les paysans, grâce à la contribution de solidarité prélevée en leur faveur, et à maintenir la création de valeur

dans les régions de montagne. Environ 2,1 % du chiffre d'affaires – plus de 500 000 francs – ont été reversés aux paysans et aux producteurs par l'intermédiaire du Parrainage Coop. Le nombre de produits Pro Montagna a été porté de 60 à 90 en 2008. Parmi les nouveautés figurent notamment un nouveau pain au foin, deux vins, une bière bio et de nombreuses spécialités carnées. Pour la première fois, 60 fromages provenant de différents alpages de Suisse sont venus compléter l'assortiment pendant l'été. Le fromage d'alpage est un pur produit naturel, il n'est disponible qu'en saison et dans certaines régions seulement.

### **Vente de plantons Pro Specie Rara**

L'année 2008 a été placée tout entière sous le signe du soin de l'assortiment. Les conditions de croissance des tomates Pro Specie Rara ont été rendues difficiles par les pluies survenues pendant la haute saison et le peu de résistance aux maladies. Résultat: des chiffres d'affaires qui ont stagné. Les plantons Pro Specie Rara se sont en revanche bien vendus dans les Coop Brico+Loisirs. Les marchés aux plantons connaissent un succès qui ne cesse de croître d'année en année. D'où la décision d'y ajouter de nouvelles prestations de services en liaison avec l'assortiment de plantes Pro Specie Rara en 2009.

### **Slow Food crée cinq nouvelles sentinelles**

L'organisation internationale à but non lucratif Slow Food a pour mission la préservation des produits régionaux traditionnels, des méthodes de production d'origine et des usages transmis de génération en génération. Coop soutient depuis 2007 cette initiative originale par l'intermédiaire du Fonds Coop pour le développement durable. En 2008, les activités ont été plus particulièrement centrées sur le développement de produits issus de 7 cercles de promotion (sentinelles Slow Food). Il existe environ 300 de ces communautés d'intérêts dans le monde, dont chacune

se consacre à une spécialité bien précise. L'une des sentinelles suisses se charge de faire revivre la «Farina bona», une farine de maïs traditionnelle fabriquée dans la vallée de l'Onsernone, au Tessin. En raison du changement des habitudes alimentaire, sa production avait été délaissée dans les années 1960. Coop a proposé la farine pendant une brève période, puis a intégralement définitivement les biscuits à base de «farina bona» dans l'assortiment Slow Food. De nouvelles spécialités issues de sentinelles suisses viendront s'ajouter en 2009 à la quarantaine de produits permanents et à la quarantaine de produits saisonniers déjà référencés.

#### **LABELS DE CONFIANCE DANS LES DOMAINES DE LA SANTÉ ET DES PRODUITS CONVENIENCE**

##### **Coop renforce sa collaboration avec Betty Bossi**

En 2008, le chiffre d'affaires des 600 et quelques produits convenience frais que Coop a développés en collaboration avec Betty Bossi a connu une augmentation de l'ordre de 3,5 %, pour atteindre 450 millions de francs. Good Food, la nouvelle génération de plats cuisinés de la ligne Idée Betty Bossi, allie préparation rapide et alimentation équilibrée. Ces plats, qui ne contiennent ni exhausteurs de saveur ni colorants ou arômes artificiels, couvrent chacun un cinquième des besoins quotidiens en fruits et légumes. Coop a encore renforcé en 2008 sa collaboration avec Betty Bossi dans le domaine culinaire. Dans la nouvelle cuisine laboratoire ouverte à Bâle par Betty Bossi, des chercheurs s'attachent à identifier les tendances de la consommation et à développer en commun de nouvelles idées de produits.

##### **Lancement de produits saisonniers**

###### **Weight Watchers**

Avec quelque 300 produits à teneur réduite en sucres et en graisses, la ligne Coop Weight Watchers couvre

tous les groupes de denrées alimentaires. En 2008, des produits saisonniers sont venus compléter l'assortiment. Coop et Weight Watchers ont réexaminé tous les produits du point de vue de leur composition nutritionnelle et de leur saveur et ont optimisé un certain nombre de formulations. L'organisation Weight Watchers propose le meilleur programme de perte et de maîtrise du poids au monde. L'un des moments forts de 2008 a été l'élection très suivie de l'adhérent Weight Watchers de l'année, dont c'était la deuxième édition, et qui s'est déroulée sur le site web de Coopération.

#### **ARTICLES DE MARQUE**

##### **Assortiment exclusif d'articles de marque avec valeur ajoutée**

Les articles de marque constituent chez Coop une part essentielle de l'offre très diversifiée de produits alimentaires et non alimentaires. Ils viennent compléter l'assortiment dans les segments de prix moyen et supérieur et contribuent à répondre à des besoins individuels non couverts dans les autres segments. Coop continue à disposer de loin du plus vaste choix de produits de marque de Suisse et réalise avec eux environ 44 % de son chiffre d'affaires. Lors du processus de sélection, Coop veille à choisir des articles qui soient aussi originaux que possible et qui offrent une réelle valeur ajoutée. Ils doivent correspondre à ce que les consommateurs attendent et apporter une véritable utilité au client. Car c'est avant tout par la plus-value utilitaire des produits qu'elle propose que Coop parvient à se différencier de ses concurrents et à gagner de nouveaux clients.

##### **Martello, le système ingénieux de capsules de café**

En novembre 2008, Coop a lancé le nouveau système de capsules Martello sur le marché. La machine à café et les capsules sont en vente exclusive dans tous les

magasins Coop ainsi que chez Interdiscount et Dipl. Ing. Fust AG. Martello est le système de capsules de café le plus ingénieux du marché suisse et séduit notamment par sa praticité, son efficacité énergétique et l'excellente qualité du café. Rien que pendant les trois premiers mois qui ont suivi le lancement, Coop a vendu 17 000 appareils de cette nouvelle gamme. Vu la forte demande, l'assortiment sera encore développé en 2009.

## MARQUES PROPRES

### **Coop Qualité et Prix: remaniement achevé**

Le lancement du nouveau design d'emballage a été achevé en 2008. La désignation de la marque Coop est désormais complétée par le lettrage «Qualité et Prix». L'assortiment, qui propose plus de 5 000 produits de qualité à des prix avantageux, couvre tous les secteurs: alimentaire, apparenté alimentaire et non alimentaire. Tout est conçu de manière à attirer l'attention du consommateur: une présentation très claire de la description des articles et des informations complémentaires complétées par le profil nutritionnel Coop.

### **Le plus de Prix Garantie: la garantie des prix les plus bas**

Les produits Prix Garantie offrent désormais une sécurité prix absolue aux consommateurs. Après avoir réduit de 12 % en moyenne les prix de 120 produits en février, Coop a institué en septembre la garantie des prix les plus bas. Elle donne ainsi l'assurance que les produits de la marque propre Prix Garantie sont au moins aussi bon marché que les produits des lignes premiers prix comparables de ses concurrents importants du marché suisse. La ligne a réalisé pour l'année sous revue un chiffre d'affaires de 381 millions de francs, ce qui, proportionnellement au chiffre d'affaires total de Coop, correspond au niveau de l'année

précédente. L'assortiment Prix Garantie compte actuellement plus de 400 articles.

### **L'offre de produits Fine Food en constant développement**

L'assortiment de produits de qualité supérieure regroupés sous le label Fine Food, qui a été la première ligne de produits gourmet de Suisse dans le canal de la grande distribution, a connu en 2008 une nouvelle année faste. Le chiffre d'affaires a progressé de 18 % par rapport à l'année précédente pour s'établir à 85 millions de francs. Fine Food, c'est une garantie de saveur offerte aux consommateurs pendant toute l'année pour des moments d'exception. Quelque 400 produits – une cinquantaine de plus qu'il y a un an – portent aujourd'hui ce label synonyme de qualité supérieure et de saveur exquise à des prix abordables. Parallèlement au lancement de nouvelles spécialités alimentaires au goût raffiné, Coop s'est concentrée avant tout sur le développement de la ligne Fine Food Design en 2008. De nombreux nouveaux ustensiles de cuisine sont venus compléter l'assortiment de batteries de cuisine, de porcelaines, de verres et de couverts.

### **La ligne pour enfants Jamadu fête son premier anniversaire**

En avril 2008, la marque propre Coop Jamadu a clôturé sa première année d'existence sur un bilan des plus réjouissants. Cette ligne spécialement axée sur les besoins des enfants, dont le nombre de références est passé de 40 fin 2007 à 130 actuellement, a généré durant l'année sous revue un chiffre d'affaires de 22 millions de francs, le double de celui de l'année précédente. Outre le goût des produits, qui est régulièrement évalué par un jury d'enfants, ce qui compte avant tout pour Coop c'est leur contribution à une alimentation équilibrée et saine. D'où des critères qualitatifs précis, qui vont de la teneur réduite en graisses et en sucres à l'abandon des exhausteurs de saveur. Les

sept divers articles du secteur apparenté alimentaire comme la pâte dentifrice, le gel douche ou le lait solaire sont soumis à des tests d'innocuité dermatologique très sévères. En portant l'assortiment dans le secteur non alimentaire à plus de 70 articles, Coop a répondu d'une manière concrète aux souhaits exprimés par de nombreux parents et enfants.

#### **Free From pour ceux qui souffrent d'intolérances**

En Suisse, plus d'un million de personnes souffrent d'une intolérance au lactose ou au gluten ou d'autres intolérances alimentaires. C'est avec la marque propre Free From que Coop entend répondre à leurs besoins. L'assortiment compte 25 produits sans gluten de la marque DS (Dietary Specials), 22 produits sans lactose ainsi que 4 articles adaptés à des allergies alimentaires spécifiques. Au total, 46 restaurants Coop disséminés dans toute la Suisse proposent désormais trois plats de pâtes sans gluten conçus par DS.

#### **Délicorn et Valess sous un même label**

Par souci de clarification de l'assortiment végétarien, Coop a regroupé en juin 2008 les lignes Valess et Délicorn en une seule. Les 29 produits, dont certains prêts à cuire, désormais en vente sous le label Délicorn offrent au consommateur une alimentation sans viande tout à la fois saine et variée. Ce sont des aliments composés de lait frais concentré affiné avec des herbes aromatiques et des épices ou à base de soja, de froment ou de millet. Tout l'assortiment Délicorn porte le label végétarien européen et convient pour une alimentation ovo-lacto-végétarienne.

#### **Manger sur le pouce pour pas cher grâce à Plan B**

Lancée en août 2008, la nouvelle marque propre Plan B s'adresse à la jeune génération, qui aime manger sur le pouce et surtout bon marché. Plan B propose des plats légers, des snacks et des boissons pour les petits creux et les grandes faims, une cinquantaine de pro-

duits en tout offrant un large éventail: friandises à grignoter à base de cacahuètes et de fruits, repas plus consistants tels que plats de pâtes, salades croquantes, smoothies aux fruits exotiques, etc. L'assortiment est complété par une offre d'articles non alimentaires qui varie.

## **PRESTATIONS DE SERVICES ET SPONSORING**

#### **Nouvelle fonction de la Supercard Coop: achat de billets et de courts séjours**

La possibilité de payer tout ou partie des achats d'articles non alimentaires dans les Grands Magasins Coop City avec des superpoints est plus appréciée que jamais. En 2008, les clients qui ont fait usage de cette option ont généré environ 13 % du chiffre d'affaires non alimentaire des Grands Magasins. Au total, les quelque 2,6 millions de titulaires de la Supercard Coop ont échangé pour 147 millions de francs de superpoints. Depuis début décembre, il existe une nouvelle Supercard Ticket Coop, qui permet d'acheter aussi bien des billets de concert ou autres manifestations que des cartes journalières dans plus de 50 stations de ski de Suisse. La nouvelle prime «Supercard Hotels» offre pour 900 superpoints plus 249 francs un bref séjour dans un hôtel pour deux personnes. Il a déjà été fait 7 600 fois usage de cette offre.

#### **Nouveau design pour la Supercard plus**

La Supercard plus revêt depuis mai 2008 un nouvel habit noir. Avec ce changement, Coop a répondu à des clients désireux d'avoir entre les mains une carte au design élégant. De plus, elle est équipée d'une puce qui permet désormais l'utilisation du code secret pour les paiements effectués dans le monde entier. A fin 2008, Coop avait mis en circulation 281 000 exemplaires de la Supercard plus Mastercard au total en collaboration avec son partenaire Swisscard AECS AG. Avec

une croissance de 31 %, elle demeure de loin la carte de crédit gratuite la plus répandue de Suisse.

#### **ITS Coop Travel dépasse ses propres attentes**

ITS Coop Travel, l'agence de voyages de Coop et Rewe Touristik, a dépassé son objectif au terme de son deuxième exercice. En atteignant plus de 65 millions de francs environ, son chiffre d'affaires a augmenté de quelque 85 % par rapport à l'année précédente! 53 000 personnes au total sont parties en voyage avec elle, notamment des familles. Grâce à l'exploitation intensive des synergies, Coop et Rewe Touristik ont acquis une position de leader des prix dans le domaine des vacances balnéaires. Les destinations favorites ont été l'Espagne, l'Egypte et la Grèce et, pour les voyages lointains, l'Asie et les Caraïbes. Les ventes directes ont constitué la majeure partie du chiffre d'affaires d'ITS Coop Travel: 55 % des réservations ont été effectuées par téléphone et 23 % par Internet, sur le site [www.itscoop.ch](http://www.itscoop.ch). Les 22 % restant sont constitués de réservations effectuées auprès d'autres voyagistes.

#### **L'offre CoopMobile friends désormais encore plus attrayante**

CoopMobile a acquis un nombre considérable de nouveaux utilisateurs. Fin 2008, l'offre Prix Garantie à prépaiement dans le secteur de la téléphonie mobile comptait environ 380 000 clients, soit 110 000 de plus que l'année précédente. CoopMobile friends, l'offre à prépaiement lancée fin 2007, est encore plus intéressante depuis mi-2008. Alors qu'au début, seul un groupe de cinq personnes prédéfinies pouvait converser ensemble au tarif avantageux de 5 centimes la minute, cette offre est désormais valable pour les 1,5 million d'utilisateurs du réseau d'Orange Mobile.

#### **Elargissement de l'offre de cartes cadeaux**

La carte cadeau de Coop en format carte de crédit a fait un tabac en 2008. Elle est désormais également

disponible chez Dipl. Ing. Fust AG. Coop a vendu au total pour quelque 66 millions de francs de cartes prépayées, dont environ 6 millions de francs à des entreprises. Ces dernières utilisent la carte pour en faire cadeau à leurs collaborateurs ou à leurs clients.

#### **Coop à l'Euro 08**

Sous le mot d'ordre «Pour le champion qui est en toi», Coop a proposé en 2008 dans tous ses points de vente des promotions et des prestations supplémentaires liées à l'Euro 08. Dans les villes hôtes, les points de vente Coop situés le long du boulevard des supporters et à proximité du stade se sont mobilisés pour l'événement avec des horaires d'ouverture prolongés, des ouvertures dominicales et des offres de restauration appropriées. Coop Supercard a intégré 58 primes spécifiques à l'Euro dans son assortiment. Sous le titre «Euro 08: une recette nationale», Coop a élaboré en collaboration avec Betty Bossi des recettes tirées des traditions culinaires des pays participants qui ont été distribuées dans les magasins. Pour les sites de projections publiques UBS Arena, qui ont réuni au total 960 000 spectateurs, Coop a eu l'exclusivité de la location des places assises couvertes. Enfin, elle a assuré par l'intermédiaire de Bell AG l'approvisionnement des fans de foot dans toutes les UBS Arena.

#### **Proche de ses clients par le sponsoring**

Les activités de sponsoring de Coop se répartissent entre les domaines Environnement & social, Alimentation & activité physique, Culture & divertissement, Sport & loisirs. Pendant l'année sous revue, Coop a approuvé le nouveau concept de sponsoring pour les quatre prochaines années. Les activités communes avec la marque propre Jamadu dans le domaine du sponsoring ont été fortement développées en 2008. De plus, Coop assume d'une manière encore plus déterminée sa responsabilité dans le domaine de l'alimentation et s'attache tout particulièrement à la promotion

de projets centrés sur l'alimentation et l'activité physique.

## INFORMATION ET MÉDIAS

### La presse Coop accroît son lectorat

Un an après le remaniement de la mise en page et la refonte du concept rédactionnel, il apparaît que la presse Coop a conquis de nombreux nouveaux lecteurs, plus particulièrement chez les jeunes. Cette tendance a été confirmée par MACH Basic, l'étude collective sur la pénétration de la presse et du cinéma en Suisse. La presse Coop, avec ses trois éditions, compte désormais 3,315 millions de lecteurs et tire à 2 457 161 exemplaires. Elle a ainsi légèrement consolidé sa position d'hebdomadaire numéro un de Suisse. Parallèlement, le nombre de membres Coop a continué à augmenter et s'établissait fin 2008 à 2 536 544 personnes. Pour tenir compte des changements qui interviennent dans les habitudes d'utilisation, la presse Coop dote ses rubriques de toujours plus d'outils de communication multimédia et crossmédia dans ses trois éditions linguistiques. Le lectorat bénéficie de nombreux vidéos, podcasts et autres prestations innovantes et se trouve ainsi nettement plus intégré dans un dialogue direct avec la presse Coop.

### Le site Internet Coop toujours plus visité

Avec [www.coop.ch](http://www.coop.ch), Coop fait partie des entreprises qui possèdent les plus forts taux de pénétration en ligne de Suisse. Elle a continué à améliorer son site Internet en 2008 en développant encore plus sa fonction de plate-forme de communication et de service. Elle s'est plus particulièrement attachée à accroître l'intégration opérationnelle et stratégique des médias en ligne dans sa stratégie de communication. Ce qui a pu être réalisé grâce notamment à un accompagnement systématique, centré sur les internautes, des

campagnes de publicité et de communication. Coop a ainsi plus spécialement utilisé Internet en 2008 pour attirer l'attention du public sur le lancement du magazine bio Verde et sur le nouveau label Plan B. En 2009, les efforts seront centrés sur le développement des contenus multimédia. Les huit histoires illustrées publiées dans le rapport de gestion et sur le développement durable de cette année sont déjà présentées sous forme multimédia. Un court métrage sur chaque procédé de fabrication est accessible en ligne sur [www.coop.ch/rapport](http://www.coop.ch/rapport).

### Service des consommateurs Coop: 158 000 demandes

Le Service des consommateurs Coop a traité quelque 158 000 questions et suggestions de clients en 2008, soit environ 12 % de plus que l'année précédente. Une augmentation liée au lancement de nouvelles lignes de produits et de nouvelles offres de prestations, et au besoin d'informations qui en découle. La nouvelle ligne Plan B et l'offre Ticketcorner dans les points de vente Coop City ont également suscité un vif intérêt. A quoi sont venues s'ajouter toutes sortes de questions concernant les nouveaux hypermarchés, le développement du système de selfscanning Passabene et les nombreux jeux concours de Coop. Les suggestions et souhaits des clients sont regroupés dans un vaste rapport qui est transmis aux services responsables. Coop les examine attentivement et, le cas échéant, prend des mesures. C'est ainsi par exemple qu'à la suite de l'essai pilote de l'année précédente, elle a décidé de généraliser l'installation d'une loupe sur les chariots dans toute la Suisse.

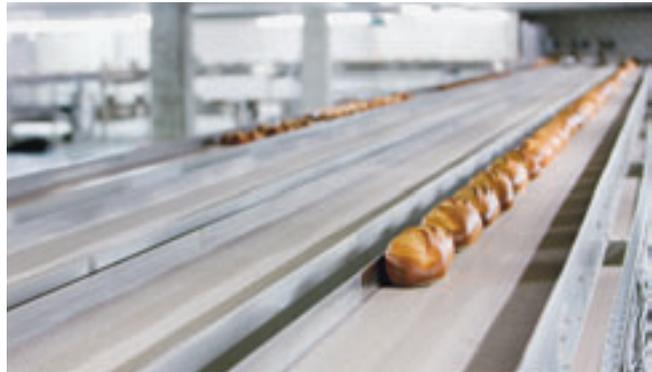


→



# Du grain au pain frais Coop







Les 7 boulangeries maison de Coop fabriquent plus de 800 spécialités – pains, biscuits, tartes et gâteaux – dont certaines sont saisonnières ou régionales. La farine employée est presque exclusivement fournie par le minoterie de Coop, Swissmill. Les ateliers fonctionnent essentiellement la nuit et le matin. Pour réduire les distances de transport, les boulangeries sont directement rattachées aux centrales de distribution régionales de Coop. Ainsi, les premiers pains sont livrés aux magasins dès le petit matin.



Le film:  
[www.coop.ch/rapport](http://www.coop.ch/rapport)

# Formats de vente

Avec le rachat des magasins de Carrefour en Suisse, Coop double le nombre de ses hypermarchés. Passabene et la loupe de lecture facilitent les achats. coop@home livre désormais dans toute la Suisse. Coop est distinguée pour la construction de ses magasins selon la norme Minergie. Coop City lance un nouveau label de mode masculine.

## POINTS DE VENTE RETAIL

### **Les supermarchés et hypermarchés Coop en forte croissance**

En 2008, Coop a ouvert 11 supermarchés et 13 hypermarchés, ces derniers à la suite du rachat des points de vente de Carrefour en Suisse, qui ont été transformés en hypermarchés Coop en quelques semaines. Elle a également fermé 9 supermarchés. La surface de vente a augmenté de 8,4 % pour s'inscrire à 926 350 m<sup>2</sup>. Le chiffre d'affaires des 818 points de vente du secteur Retail a progressé d'environ 7,5 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 11 milliards de francs, dont 11 % reviennent aux hypermarchés Coop. En octobre 2008 a eu lieu la première remise officielle d'un certificat Minergie en Suisse, décerné au point de vente de Schönenwerd, construit en décembre 2007.

### **Une loupe pour mieux lire les textes des emballages**

Dans le cadre de la collaboration avec Pro Senectute, Coop a annoncé à l'automne 2008 que ses chariots seraient dorénavant équipés d'une loupe de lecture spéciale. Il s'agit là d'une première en Europe, qui est une réponse de Coop aux préoccupations des personnes âgées. Fixée sur le chariot, la loupe facilite aux personnes ayant une acuité visuelle réduite la lecture des textes imprimés sur les emballages en petits caractères. A la fin du printemps 2009, Coop aura équipé tous les chariots qui lui appartiennent en propre, soit environ 120 000 au total.

### **Passabene disponible dans plus de 70 points de vente**

Terminée en mai 2008, l'installation du système de selfscanning Passabene dans toute la Suisse est concluante. 70 points de vente disposent désormais de ces lecteurs optiques aisément maniables qui permettent aux clients de scanner eux-mêmes leurs achats. Ils sont déjà plus de 235 000 à profiter de ce qui est une première dans le commerce de détail suisse.

### **Des plats de pâtes sans gluten dans les restaurants Coop**

Avec la mise en œuvre d'un programme nutritionnel moderne, les 193 restaurants Coop entendent promouvoir encore plus les légumes et les fruits, les plats variés sans viande, les produits naturels et les repas de saison. En avril, ils ont élargi l'offre de produits à teneur réduite en calories et lancé Lifestyle, une ligne autonome. Depuis juin 2008, 46 restaurants au total proposent chaque jour trois plats de pâtes sans gluten. A titre de projet pilote, Coop a ouvert en 2008 la première gelateria originale italienne «Cremamore». Les restaurants Coop sont les seuls établissements de la restauration de chaîne en Suisse à avoir obtenu de Bio Suisse le certificat de la restauration avec ingrédients biologiques.

### **ACHATS EN LIGNE**

#### **coop@home livre dans toute la Suisse**

En 2008, le chiffre d'affaires de coop@home s'est accru de l'ordre de 16 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 54 millions de francs, ce qui représente un total de 229 000 livraisons d'une valeur moyenne de 212 francs. Depuis mars 2008, le supermarché en ligne de Coop livre dans toute la Suisse, jusqu'aux vallées les plus reculées, où le service est assuré par la Poste suisse. Grâce à un système de refroidissement spécial, il est possible depuis novembre 2008 d'envoyer des produits réfrigérés dans des containers isolés. Ainsi, les régions jusqu'ici non desservies ont désormais accès aux prestations en ligne pour plus de 10 000 produits alimentaires et autres articles de consommation courante, à la seule exception des surgelés. Dans la zone de livraison traditionnelle des agglomérations, le transport reste assuré par le service de livraison personnalisé de coop@home. L'assortiment complet, qui compte plus de 11 000 références, est disponible ici sans restrictions.

### **microspot.ch élargit son assortiment**

microspot.ch, le distributeur en ligne d'électronique domestique créé l'année précédente, a presque quintuplé son chiffre d'affaires en 2008. Celui-ci a atteint 41 millions de francs. Outre la stratégie du prix le plus bas et le développement de l'assortiment, c'est surtout l'intégration du magasin en ligne netto24 qui est à la base de cette forte croissance. Grâce à ce regroupement sous la même enseigne, les consommateurs bénéficient d'un choix de plus de 65 000 articles d'électronique domestique et de ménage.

### **POINTS DE VENTE TRADING**

#### **Ticketcorner et Code of Casual chez Coop City**

Malgré la crise financière et les craintes de récession, les Grands Magasins Coop City ont accru leur chiffre d'affaires, qui, avec 1,05 milliard de francs, affiche un plus de 4 % par rapport à l'année précédente. Tant le secteur non alimentaire que le secteur alimentaire et les restaurants Coop ont contribué à cette évolution. Depuis novembre 2008, les 33 Coop City disposent tous d'un point de location Ticketcorner. Billets pour une comédie musicale, pour un concert ou pour un match de football, le choix complet de Ticketcorner est à disposition. En lieu et place du billet d'entrée physique, celui-ci est chargé sur la nouvelle Supercard Ticket. Autre nouveauté apparue chez Coop City: la marque propre Code of Casual, le pendant masculin de la ligne pour dames nulu, dont le succès ne se dément pas. Ce label synonyme de mode masculine distingue des vêtements qui allient confort et mode et se combinent aisément, qui plus est à des prix abordables. Le magasin de Sion a été entièrement transformé en 2008. Dans tous les Grands Magasins, le rayon hommes, la papeterie et la boutique Naturaline se présentent sous un nouveau jour. Les clients continuent à faire usage de la possibilité, exclusive en Suisse, de

payer les achats d'articles non alimentaires avec des superpoints. La part des articles payés de cette manière représente environ 13 % du chiffre non alimentaire des Grands Magasins Coop City.

#### **Brico+Loisirs élargit sa palette de prestations**

Avec un chiffre d'affaires en augmentation d'environ 5 %, à 720 millions de francs, les 69 Coop Brico+Loisirs conservent leur position de leader du marché suisse. L'année 2008 a plus particulièrement été marquée par le développement des assortiments et prestations durables. L'offre de produits à faible consommation d'eau a été portée de 34 à 52 références. A l'automne, une vaste campagne de communication a démarré sur le thème «Bien isoler pour éviter les déperditions de chaleur». Dans ce contexte, Brico-Loisirs a été le premier distributeur suisse à proposer à ses clients des relevés thermographiques de leur maison, rapport d'analyse compris. Sur demande, les services d'artisans de «HausProfis» ont été proposés pour l'incorporation des matériaux d'isolation manquants. Début 2008, Coop a augmenté sa part de marché dans les secteurs de la construction, du bricolage et du jardinage en rachetant Hobby AG, à Heimberg. Cette entreprise, qui réalise un chiffre d'affaires de plus de plus 18 millions de francs par an, conservera son enseigne pour le moment.

#### **Interdiscount: prix bas et conseils de professionnels**

Regain d'affluence chez Interdiscount, qui se traduit par une augmentation de près de 8 % du chiffre d'affaires total, à 1,07 milliard de francs. Outre les nombreuses activités en rapport avec l'Euro 08, c'est avant tout l'alignement systématique sur les prix discount associé à des conseils de professionnels qui est à la base de ce succès. Après 16 ouvertures et 4 fermetures, la chaîne compte actuellement 197 magasins, dont 17 en version XXL d'une surface de vente pouvant aller jusqu'à 4 000 m<sup>2</sup>.

#### **Toptip et Lumimart misent sur SAP et WAMAS**

Toptip et Lumimart ont presque confirmé le niveau élevé atteint en 2007 et bouclent l'exercice 2008 sur un chiffre d'affaires de 261 millions de francs. Vu le refroidissement conjoncturel dans le secteur de l'ameublement et de l'aménagement du logement, ainsi que la fermeture des magasins Lumimart de Suhr et de Morges dans le cadre de la rationalisation du réseau de vente, c'est là un succès. Les Toptip de Dübendorf et d'Altendorf, importants sur le plan stratégique, ont été entièrement rénovés suivant le nouveau concept de magasin. Après quelques transformations de moindre envergure, cinq autres points de vente offrent un visage plus attractif à leurs clients. Toptip et Lumimart disposent actuellement de 59 magasins répartis dans toute la Suisse. La conversion des systèmes de gestion des marchandises et de logistique à SAP et WAMAS a été l'un des événements marquants de l'année.

#### **Nouvelle année faste pour Import Parfumerie**

Import Parfumerie continue sur sa lancée et termine l'année sur un chiffre d'affaires de 164 millions de francs, en hausse de quelque 6 %. La mise en œuvre du nouveau concept de magasin a été poursuivie en 2008. Après la transformation de 27 autres points de vente et l'ouverture du nouveau magasin de Haag, ils sont actuellement 52 à arborer le nouveau look. Les 97 parfumeries Import proposent désormais toutes l'assortiment de L'Oréal Prestige. L'année 2008 a en outre vu le lancement d'une première avec l'installation, en collaboration avec le groupe Coty, de Premium Beauty Points – shops in the shop vendant des parfums de renom – dans ses points de vente de Berne, Lucerne, Zurich-Oerlikon et Spreitenbach.

### **Les pharmacies Coop Vitality flirtent avec les sommets**

Un taux de croissance de 34 % qui porte leur chiffre d'affaires à 88 millions de francs, tel est le bilan des pharmacies Coop Vitality pour 2008. La part des médicaments délivrés sur ordonnance est passée de 33 % l'année précédente à 37 % actuellement. Sur les 31 pharmacies Coop Vitality existantes, six ont ouvert leurs portes en 2008, dont la première en Valais. Les tests cardiaques et les mesures de la densité osseuse sont venues compléter les prestations qui témoignent de la compétence des pharmacies en matière de conseil. Seul sujet d'inquiétude: la pénurie aiguë de personnel de pharmacie qualifié qui sévit dans toute la Suisse.

### **Christ Montres & Bijoux: un positionnement clair**

Pour sa deuxième année d'intégration dans le groupe Coop, Christ Montres & Bijoux a vu son chiffre d'affaires progresser de 6,5 % pour s'établir à 114 millions de francs. Après deux ouvertures, l'une à St-Gall et l'autre à Sion, et deux fermetures, son réseau compte actuellement 84 magasins au total. 19 magasins ont été transformés dans le cadre du projet de réagencement en cours, ce qui porte à 41 le nombre de points de vente Christ au nouveau concept. Résultat: un positionnement clair de Christ Montres & Bijoux comme bijouterie spécialisée opérant dans la gamme de prix moyenne. Une stratégie d'assortiment univoque et une formation des collaborateurs axés sur le service à la clientèle contribue à renforcer encore l'image positive de Christ sur le marché suisse. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008, tous les collaborateurs de Christ sont assujettis à la Convention collective de travail Coop.

### **Dipl. Ing. Fust AG se développe dans le domaine des ordinateurs**

Depuis son rachat par Coop en novembre 2007, Dipl. Ing. Fust AG a évolué positivement. Dans la division

Rénovation de cuisines et de salles de bains, le produit moyen a pu être sensiblement augmenté grâce à la vente de cuisines et de salles de bains de meilleure qualité. Les branches électroménager, électronique de loisirs et ordinateurs ont gagné des parts de marché et, grâce notamment aux synergies développées au sein du groupe Coop, ont sensiblement amélioré leur rentabilité. Le secteur ordinateurs et accessoires a connu une croissance particulièrement forte. Sept nouveaux magasins se sont lancés dans ce secteur, ce qui porte à 70 le nombre de ceux qui disposent d'un rayon ordinateurs très diversifié. Sous le mot d'ordre «PC prêt à l'emploi», les ordinateurs sont configurés avant la vente par le personnel spécialisé et vendus prêts à fonctionner. C'est avec ce genre de prestations que Fust continuera à se différencier de ses concurrents comme discounter spécialisé offrant une palette complète de services.

### **STATIONS-SERVICE ET MAGASINS DE PROXIMITÉ**

#### **Coop Mineraloel accroît sa part de marché**

Les turbulences qui ont secoué le marché mondial du pétrole ont exacerbé la concurrence entre les compagnies pétrolières en 2008. Dans ce contexte, Coop Mineraloel AG a augmenté de 2,1 points de pourcentage la part de marché des 176 stations-service Coop, dont 164 avec magasin Coop Pronto, renforçant ainsi sa position de leader du marché suisse des carburants. Les secteurs Coop Pronto et vente de mazout affichent également des taux de croissance remarquables. Le produit net total de Coop Mineraloel AG a fait un bond de quelque 25 % pour s'inscrire 2,08 milliards de francs.

#### **Premier Coop Pronto à la norme Minergie**

Les magasins Coop Pronto ont réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 548 millions de francs, soit une augmentation de l'ordre de 17 % par rapport à l'an-

née précédente. Coop Mineraloel a ouvert 20 nouveaux magasins de proximité avec ou sans station-service en 2008, de sorte qu'il existe actuellement 208 Coop Pronto répartis sur tout le territoire suisse. L'évolution dynamique du chiffre d'affaires et le développement constant du réseau confirment que le commerce de proximité continue à prospérer en Suisse. La part des produits frais dans l'assortiment a encore été élargie. Certains magasins proposent désormais du poisson frais. Fin août a vu l'ouverture du premier Coop Pronto à la norme Minergie. Coop continue à appliquer le concept basse consommation d'énergie à tous les nouveaux magasins de station-service lorsque ceux-ci se trouvent dans un bâtiment à part.

#### **Commander du mazout en ligne, un acte toujours plus fréquent**

Le site [www.coop-mazout.ch](http://www.coop-mazout.ch) a encore gagné en notoriété en 2008. Les visiteurs viennent surtout pour profiter de la possibilité de commander leur mazout confortablement depuis chez eux directement par le web. La part des commandes passées en ligne a ainsi augmenté de 9 points de pourcentage pour s'inscrire à 22 %. Mais Coop Mineraloel AG est également engagée dans le domaine du développement durable. C'est ainsi qu'elle a lancé, en association avec une entreprise partenaire, une vaste campagne de promotion pour le mazout ÉCO pauvre en soufre de Coop. La combustion de ce mazout ne laisse pratiquement pas de résidus, de sorte que les émissions polluantes sont réduites à un minimum. Actuellement, environ 24 % des clients de Coop Mineraloel utilisent cette variante écologique.

## **CASH+CARRY ET FOODSERVICE**

### **transGourmet vise la position de n° 2 européen dans son domaine**

L'entreprise transGourmet Schweiz AG, une joint venture créée par Coop et Rewe Group, s'est considérablement développée au cours des dernières années. Active dans le libre-service en gros et l'approvisionnement de la restauration et des collectivités, elle occupe une position dominante aussi bien en Suisse qu'en France. Les 24 marchés CC de la division Cash+Carry, qui s'adressent aux professionnels de la restauration de toute la Suisse, ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de 8,4 % pour atteindre 1,2 milliard de francs en 2008. La division Foodservice, avec Howeg en Suisse et transGourmet France, approvisionne principalement des collectivités comme des chaînes de restaurants, hôpitaux et homes. Son chiffre d'affaires a progressé de 4,7 %, à 2,3 milliards de francs. Au cours de l'année sous revue, Coop et Rewe Group ont décidé d'élargir leur collaboration dans le domaine du commerce de gros dans la restauration. A cette fin, les deux partenaires ont créé transGourmet Holding S.E. La nouvelle entreprise a son siège à Neu-Isenburg, en Allemagne, et emploie plus de 21 000 collaborateurs dans toute l'Europe. Avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 10 milliards de francs, transGourmet Holding S.E. deviendra la deuxième entreprise européenne de libre service en gros et de services aux collectivités.



→



# Du bois brut au canapé Tootip







La plupart des canapés Toptip sont fabriqués par la société autrichienne ADA. Les dimensions et les finitions peuvent être adaptées aux souhaits de chaque client: la structure de chaque canapé est assemblée à la main. Les housses aussi sont personnalisables à loisir: les clients ont le choix entre un millier de tissus et une cinquantaine de cuirs différents.



Le film:  
[www.coop.ch/rapport](http://www.coop.ch/rapport)

# Collaborateurs

Coop emploie nettement plus d'apprentis et augmente la masse salariale de 3,25 %. La nouvelle Stratégie du personnel 2012+ s'inspire des tendances attendues pour demain et de leurs effets sur le commerce de détail en Suisse.

## **Davantage d'apprentis et hausse des salaires**

Suite au rachat des points de vente Carrefour en Suisse, le nombre de collaborateurs du groupe Coop a augmenté d'environ 12 % en 2008 et atteint 53 880. Presque tous les anciens collaborateurs de Carrefour ont fait usage de l'option de reclassement chez Coop. Le groupe Coop est ainsi actuellement le deuxième employeur du pays. Le nombre de places d'apprentissage a augmenté de plus de 9 % par rapport à l'année précédente. Fin 2008, le groupe Coop comptait 2 974 apprentis, soit 246 de plus qu'en 2007, et la part de ceux-ci dans l'effectif total est désormais de 5,5 %. Malgré la crise financière mondiale, Coop a, contrairement à de nombreuses autres entreprises, augmenté sa masse salariale au 1<sup>er</sup> janvier 2009, globalement de 3,25 %. C'est là le résultat des négociations que Coop a menées avec ses partenaires sociaux SEC Suisse, SYNA/OCST, UNIA et l'Union des employés de Coop (UEC). Tous les collaborateurs employés à plein temps dont le salaire brut ne dépassait pas 4 000 francs et qui sont entrés chez Coop avant le 1<sup>er</sup> juillet 2008 ont bénéficié d'une augmentation d'au moins 100 francs brut par mois. Cette décision s'inscrit dans la ligne suivie par Coop, qui consiste à augmenter systématiquement les bas segments de salaires ainsi que les salaires des femmes. L'augmentation des salaires des collaborateurs rémunérés à l'heure a été au minimum de 40 centimes l'heure. En janvier 2009, tous les collaborateurs assujettis à la convention collective de travail (CCT) Coop ont reçu une carte cadeau, d'un montant variant de 200 à 500 francs suivant le taux d'occupation.

## **STRATÉGIE DU PERSONNEL**

### **Stratégie du personnel 2012+**

La Stratégie du personnel 2012+ est entrée en vigueur au début de l'année 2008. Elle intègre d'ores et déjà

les tendances attendues pour demain et leurs effets sur le commerce de détail en Suisse. C'est ainsi qu'elle prend en compte les changements démographiques à venir ainsi que les conséquences de la libre circulation des personnes en Europe. Mais d'autres influences s'exercent, comme l'internationalisation constante du commerce de détail et la concurrence toujours plus acharnée sur le marché, autant d'éléments dont il a été tenu compte dans l'élaboration des différents volets de la stratégie. D'une manière générale, Coop souhaite rendre ses collaborateurs aptes à affronter les défis de l'avenir et s'y emploie tout spécialement.

#### **Pools de relève dans les Régions et dans les Divisions**

Fin 2008, Coop avait déjà presque atteint l'objectif qu'elle s'était fixé en matière de promotion des cadres: parvenir à une moyenne de 75 % de promotions internes sur la base du développement du personnel. La raison principale de ce succès est à rechercher dans la création, il y a 5 ans, de pools de relève dans les Régions et dans les Divisions. Actuellement, environ 5 % de tous les collaborateurs de Coop font partie d'un pool de relève. Ce chiffre comprend également les collaborateurs qui ont déjà des fonctions de cadre dont le potentiel est évalué normalement au moyen d'assessments. Coop s'est donné pour but d'augmenter encore de 5 % en moyenne d'ici à 2012 les effectifs des pools de relève des Régions de vente et des Directions.

#### **Echange de collaborateurs**

Pour que les collaborateurs de Coop soient à la hauteur des ambitions d'une entreprise aux activités toujours plus internationales, il convient de les préparer d'une manière ciblée à affronter les défis de l'avenir. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008, la possibilité de participer à un échange linguistique au niveau national est offerte à tous les apprentis en fin de formation. Parallèlement à leur activité dans une entreprise ou un point de vente,

les participants fréquentent une école de langue. Les frais d'enseignement sont pris en charge par Coop. Au niveau des cadres, Coop entend continuer à développer l'échange de gérants avec des managers de Rewe Group en Allemagne. Le projet sera dorénavant étendu aux formats Retail, Brico+Loisirs, Interdiscount, Import Parfumerie et Christ Montres & Bijoux et, à côté de Rewe Group, à d'autres partenaires de Coop au sein des alliances Coopernic, tooMax-x et Eurogroup.

### **PRÉVOYANCE EN FAVEUR DU PERSONNEL**

#### **Une année difficile pour la CPV/CAP**

La crise qui a secoué les marchés financiers n'est pas restée sans effets sur le résultat annuel de la CPV/CAP. Bien qu'elle n'ait pas elle-même investi dans les subprimes à l'origine de la débâcle, la caisse de pension n'a pas échappé au mouvement général de la bourse. La performance s'inscrit dans le cadre du résultat prévisible au vu de la stratégie de placement et de l'évolution des marchés. Le taux de couverture est ainsi revenu de 108,5 % à 90,3 %, mais sans que cela ne remette en question l'objectif à long terme de la caisse de pension, qui est de garantir les rentes. La réduction prévue du taux technique à 3,5 % est devenue effective le 1<sup>er</sup> janvier 2008 en même temps que celle du taux de conversion, ramené à 6,4 %. Ces modifications des bases techniques ont été effectuées sans problèmes. Les premières expériences pratiques montrent que la mise en œuvre du Règlement d'assurance révisé s'est faite sans anicroche et a permis de réaliser les objectifs fixés l'année précédente. En 2008, les collaborateurs de Christ Montres & Bijoux et des anciens magasins Carrefour ont été admis dans la CPV/CAP. Le nombre d'assurés actifs a ainsi été porté à 34 867. Celui des retraités a également progressé, passant de 16 274 à 16 694.

# Logistique, informatique, immeubles et production

Avec l'ouverture de la centrale de distribution de Dietikon, Coop met un point final à la restructuration de la logistique. Grâce au Sales-based Ordering, les capacités de transport des camions sont mieux exploitées. Les entreprises de production conquièrent de nouveaux marchés internationaux.

## STRUCTURES ET PROCESSUS

### **Plus d'efficacité grâce à des regroupements dans la logistique**

La centrale de distribution de la Région de vente Suisse centrale-Zurich, issue du regroupement et de la fermeture simultanée des centrales de Zurich et de Kriens, est entrée en service à Dietikon en mai 2008. D'une surface logistique de 35 000 m<sup>2</sup>, elle emploie actuellement 450 collaborateurs. La boulangerie de la centrale de distribution de La Chaux-de-Fonds a fermé ses portes en début d'année. La production a été transférée depuis à Aclens, qui dispose des capacités nécessaires. Ces restructurations mineures apportent à elles seules un gain d'efficacité de plus de 1 million de francs par an pour Coop.

### **Moins de frais de logistique et moins d'émissions de CO<sub>2</sub> grâce au SBO**

Actuellement, plus de 30 % des commandes de marchandises des magasins sont effectuées par le «Sales-based Ordering» (SBO), le système de commande basé sur les ventes. Grâce au SBO, la Logistique peut planifier les livraisons sensiblement plus à l'avance, ce qui permet une meilleure affectation du personnel, mais aussi, et surtout, une meilleure exploitation des capacités de transport des camions. Avec l'adaptation concomitante des heures de livraison dans les magasins, c'est l'ensemble des processus logistiques qui en a profité. En conséquence, la flotte de camions a pu être réduite de 35 unités par rapport à l'année précédente. D'où non seulement un gain d'efficacité, mais aussi une diminution sensible des émissions de CO<sub>2</sub>.

### **Nouveau centre de calcul à Berne**

La construction du nouveau centre de calcul informatique dans la centrale de distribution de Berne a été achevée en septembre 2008. Celui-ci vient compléter les deux installations existantes de Bâle et sert avant

tout de structure de sécurité en cas de grave catastrophe, un tremblement de terre par exemple. Dans la planification du bâtiment, Coop a notamment veillé à respecter les critères du développement durable et de l'efficacité énergétique.

## IMMEUBLES

### 31 centres commerciaux en Suisse

Après plusieurs mois de transformations, le centre commercial de Rickenbach a ouvert ses portes en novembre 2008. C'était l'un des nombreux projets relevant de la Direction Immobilier, qui est responsable de l'ensemble du parc immobilier de Coop et donc de la gestion du portefeuille, des constructions et des contrats, ainsi que du développement des projets. Trois nouveaux supermarchés sont encore en construction, à Heiden, Muri et Langnau. La transformation du centre commercial Karussell, à Kreuzlingen, devrait être achevée mi-2009. A cela viennent s'ajouter au moins 25 projets en phase de planification. Fin décembre 2008, la Direction Immobilier gérait 31 centres commerciaux dans toute la Suisse, dans lesquels d'autres entreprises sont également présentes à côté de Coop.

## GROUPE BELL

### Croissance à l'international

Malgré l'évolution défavorable des prix des matières premières, le groupe Bell a pu renouer avec le bon résultat de l'année précédente. Toutes les divisions ont enregistré une nette croissance des ventes. Le produit net résultant des livraisons et des prestations a progressé de plus de 18 % pour atteindre 1,94 milliard de francs. Environ la moitié de cette croissance est due aux quantités. En raison de la hausse des coûts

d'approvisionnement, le résultat opérationnel n'a pu suivre le rythme de croissance du chiffre d'affaires. Alors que les marges sur la viande fraîche et la charcuterie se sont avérées nettement inférieures à celles de l'exercice précédent, les divisions Volaille, Seafood et Convenience ont suivi un cours satisfaisant. Au total, le bénéfice du groupe Bell, de 59 millions de francs, est supérieur de 4,4 % à celui de l'année précédente. Le groupe Bell a en outre résolument avancé dans sa stratégie d'internationalisation, par laquelle il entend conquérir de nouveaux débouchés dans les pays voisins. Avec l'acquisition du Groupe Polette en France et de ZIMBO en Allemagne ainsi que d'une participation majoritaire dans le spécialiste allemand du jambon Abraham, il dispose d'un solide pilier en Europe. Fort de sa position sur le marché suisse et du potentiel de croissance à l'étranger, le groupe Bell affûte ses armes en prévision de l'ouverture des marchés.

## ENTREPRISES DE PRODUCTION

### Swissmill

*Produits: farines, mélanges de farines, semoule, polenta, flocons d'avoine, produits d'extrusion.*  
*Certifications: ISO 9001:2000, ISO 14001, SA 8000, IFS / BRC, Bio Suisse*

Bien que le marché des farines et des semoules soient saturés, Swissmill a augmenté son volume de ventes déjà élevé de quelque 2 % en 2008. Bon nombre de ses clients importants voient dans Swissmill l'une des minoteries les plus modernes et les plus novatrices d'Europe. Au cours de l'année sous revue, elle a encore intensifié ses efforts en faveur du développement durable. Elle a ainsi réduit ses émissions de CO<sub>2</sub> de plus de 200 tonnes et est parvenue, malgré l'augmentation de ses ventes, à maintenir sa consommation d'énergie par tonne transformée au niveau de l'année précé-

dente. Par ailleurs, ses trois installations solaires ont produit environ 62 500 kWh de courant écologique en 2008. Enfin, la production bio a encore été augmentée et représente actuellement 14 % de la production totale.

#### **Chocolats Halba**

*Produits: chocolat en plaque, pralinés, assortiments de fête, chocolat industriel (chocolat de couverture, fourrages).*

*Certifications: ISO 9001:2000, ISO 14001:2004, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar*

Chocolats Halba a connu une très forte croissance en 2008, notamment à l'exportation. Avec les chocolats Swiss Premium et les concepts bio/équitable, l'entreprise a gagné de nouveaux clients en France, en Allemagne, en Italie, aux Pays-Bas et au Canada. La part des exportations est ainsi passée de moins de 2 % l'année précédente à environ 10 % en 2008. L'alliance internationale Coopernic a également contribué à ce développement. Conad en Italie et Rewe Grossverbraucher-Service en Allemagne font partie, entre autres, de ses nouveaux clients. Au total, Chocolats Halba a lancé en 2008 plus de 70 nouveautés sur le marché, dont la moitié sont certifiées Bio Suisse et Max Havelaar. Le développement d'un assortiment bio/équitable a été facilité par des contacts directs avec des producteurs de cacao sur place et des investissements dans la logistique et dans le pilotage des processus. En outre, toutes les formulations – anciennes ou nouvelles – sont entièrement exemptes d'acides gras trans.

#### **Nutrex**

*Produits: vinaigres et spécialités au vinaigre pour le commerce de détail, la restauration et l'industrie.*

*Certifications: ISO 9001:2000, IFS, Bio Suisse*

Nutrex, l'un des principaux fabricants suisses de vinaigre, a produit en 2008 quelque 6,5 millions de litres de vinaigre dans 55 variantes. D'importants investissements accompagnés de mesures de restructuration ont donné à l'entreprise des impulsions supplémentaires. L'abandon des services logistiques pour biens commerciaux a permis à Nutrex de réaliser de substantielles économies.

#### **CWK / Steinfels Cleaning Systems (SCS)**

*Produits CWK: cosmétiques, produits d'entretien ménagers, détergents pour l'industrie*

*Produits SCS: lessives, détergents et produits d'hygiène pour collectivités et pour l'industrie*

*Certifications CWK:*

*ISO 9001:2000, ISO 14001:2004, GMP Cosmétiques, EKAS 6029:2004, ISO 22716:2007, SA 8000*

*Certifications SCS:*

*ISO 9001:2000, ISO 14001:2004*

En 2008, CWK et SCS ont été regroupées sous une nouvelle direction. Après des années plutôt difficiles, l'entreprise a retrouvé le chemin de la croissance. CWK a lancé de nombreux produits nouveaux, principalement pour les lignes Coop Naturaline et Jamadu ainsi que pour l'exportation. Elle a en outre obtenu deux nouvelles certifications, entre autres dans le domaine des normes sociales. De son côté, Steinfels Cleaning Systems a augmenté de 15 % son chiffre d'affaires dans le domaine de la santé. La ligne de produits écologiques Maya a enregistré une progression de l'ordre de 25 % par rapport à l'année précédente.

### **Pasta Gala**

*Produits: pâtes alimentaires, semi-produits pour plats cuisinés et potages.*

*Certifications: ISO 9001:2000, IFS, Bio Suisse*

Avec une capacité de production de 18 000 tonnes par an, Pasta Gala est l'un des deux principaux fabricants de pâtes alimentaires de Suisse. L'entreprise fournit également, entre autres, Rewe Allemagne, Rewe Autriche et transGourmet. Le renforcement de la collaboration avec Rewe s'est traduit pour cette division du groupe Coop par des chiffres d'affaires très réjouissants en 2008. A lui seul, celui réalisé à l'exportation a augmenté d'environ 20 %.

### **Reismühle Brunnen**

*Produits: variétés de riz du monde entier, mélanges de riz, plats cuisinés*

*Certifications: ISO 9001:2000, ISO 14001, SA 8000, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar*

La Reismühle Brunnen a augmenté ses exportations de 65 % par rapport à l'année précédente. Parallèlement, elle a élargie sa palette de produits du commerce équitable ou du secteur convenience. Elle est depuis cette année la première entreprise au monde qui fabrique un riz à cuisson rapide au label Max Havelaar.

### **Sunray**

*Produits: sucres, huiles comestibles, épices et herbes aromatiques, fruits séchés, légumes, fruits à coque, légumineuses, aides à la pâtisserie, mélanges pour desserts et gâteaux*

*Certifications: ISO 9001:2000, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar*

Avec plus de 60 millions d'unités produites, Sunray peut afficher à nouveau un taux de croissance réjouissant. Aux exigences élevées en matière de qualité

s'ajoute l'extrême volatilité des prix des matières premières: un défi majeur. Grâce à la création de mélanges innovants, les ventes de produits grillés ont connu un développement très positif. En 2009, Sunray compte avant tout renforcer ses activités à l'exportation.

## **HÔTELS**

### **BâleHotels garde le cap**

Les trois établissements de BâleHotels – Victoria, Baslerter et Mercure Hotel Europe – ont à nouveau vécu une bonne année et, avec un chiffre d'affaires de plus de 32 millions de francs, ont atteint leur objectif. Le Championnat d'Europe de football, qui a eu lieu en juin, a contribué dans une mesure essentielle à ce résultat. Comme le stade bâlois du Parc St-Jacques a notamment accueilli l'une des demi-finales, bon nombre de touristes étrangers ont choisi l'un ou l'autre des établissements BâleHotels pour y séjourner. Une certaine stagnation était par contre perceptible du côté du service traiteur pour les manifestation et dans la restauration. Les premiers travaux préliminaires ont démarré en vue de la réalisation du projet Hôtel Europe 2012, qui s'inscrit lui-même dans le cadre du projet de modernisation du Centre de foires de Bâle, dont l'achèvement est prévu pour début 2012.

# Gouvernement d'entreprise

Le rapport sur le gouvernement d'entreprise a pour objet d'apporter aux milieux intéressés des informations claires sur la société coopérative et sur l'entreprise Coop avec toute la transparence requise.

En tant que société coopérative, Coop se réfère spontanément et chaque fois que c'est possible au droit de la société anonyme et s'inspire largement des directives de la Bourse suisse (SWX Swiss Exchange) sur le gouvernement d'entreprise. Celles-ci s'appliquent aux sociétés anonymes et aux sociétés avec bons de participation ou bons de jouissance, dont Coop, société coopérative, ne fait pas partie. Le groupe Coop compte une seule entreprise dont les titres, en l'occurrence des droits de participation, sont cotés en bourse: Bell Holding SA. Cette dernière publie les données spécifiques au gouvernement d'entreprise dans son rapport annuel et sur son site Internet: [www.bell.ch](http://www.bell.ch).

## ORGANES

### Conseils régionaux

*Voir articles 18–20 des statuts.*

Coop se compose de six Régions (Suisse romande, Berne, Nord-Ouest de la Suisse, Suisse centrale-Zurich, Suisse orientale avec la Principauté du Liechtenstein FL, Tessin), qui ont pour mission d'entretenir les relations avec les membres Coop et le public. Ces régions n'ont pas de personnalité juridique propre, mais font néanmoins partie de la structure d'organisation coopérative de Coop. Dans chacune d'elles, les membres Coop élisent un Conseil régional, qui compte entre 60 et 120 membres (à l'exception du Tessin, qui n'en compte pas plus de 30). Chaque Conseil régional élit en son sein un comité composé de 12 membres (Tessin: 6). Le comité se constitue lui-même et propose l'un de ses membres à l'Assemblée des délégués pour l'élection au Conseil d'administration; c'est lui qui, une fois élu, assumera la présidence à la fois du Conseil régional et de son comité. Les autres membres du Comité du Conseil régional représentent les membres de la Région à l'Assemblée des délégués de Coop.

### **Assemblée des délégués**

*Voir articles 21–26 des statuts.*

L'Assemblée des délégués dispose des pouvoirs attribués par la loi à l'assemblée générale ainsi que des tâches lui sont conférées par les statuts. Elle a notamment la compétence de fixer les statuts, d'élire et de révoquer le Conseil d'administration et l'organe de révision, d'approuver le rapport de gestion, de donner décharge au Conseil d'administration et de dissoudre la société. Elle peut en outre statuer sur d'autres objets qui lui sont soumis par le Conseil d'administration. Le droit de vote à l'Assemblée des délégués est attribué sur la base du nombre de membres Coop recensés dans les Régions concernées.

Les statuts, ainsi que d'autres informations sur les organes de Coop, peuvent être consultés sur Internet.

>> [www.coop.ch/organisation](http://www.coop.ch/organisation)

### **STRUCTURE DU GROUPE**

La structure du groupe apparaît dans la présentation du périmètre de consolidation, qui figure dans la partie consacrée aux comptes annuels consolidés (pages 86 et 87). Les modifications intervenues dans celui-ci sont présentées à la page 72. Il n'existe pas de participations croisées.

### **STRUCTURE DU CAPITAL**

La structure du capital ressort du bilan consolidé (page 67) et des explications relatives à celui-ci (pages 77–81).

### **CONSEIL D'ADMINISTRATION**

*Voir Conseil d'administration et structures de direction à la page 47.*

Le Conseil d'administration se compose des six représentants désignés par les Régions ainsi que de cinq autres membres au maximum – dont un représentant de la Suisse romande et un représentant du personnel – qui sont élus par l'Assemblée des délégués sur proposition du Conseil d'administration. Le Conseil d'administration compte actuellement trois autres membres seulement, soit neuf personnes (administrateurs) au total, le nombre maximum fixé par les statuts étant de 11. A l'exception du représentant du personnel, les administrateurs ne peuvent pas être employés chez Coop ou dans une entreprise dont elle a le contrôle économique.

En avril 2009, l'Assemblée des délégués élira le Conseil d'administration de la nouvelle période administrative. Le mandat du président du Conseil d'administration, Anton Felder, qui mettra alors un terme à sa carrière professionnelle chez Coop après 32 ans, sera également mis à disposition. Jusqu'en avril 2009, le Conseil d'administration se composait des personnes suivantes:

---

#### **Anton Felder**

Né en 1948, nationalité suisse

Expert diplômé en finance et controlling

Président à plein temps du Conseil d'administration de Coop

---

Mandats d'administrateur:

- Coop Assurance du personnel CPV/CAP, Bâle (président)
- Coop Immobilien AG, Bern (président)
- Bell Holding AG, Basel
- Betty Bossi Verlag AG, Zürich
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Divers mandats d'administrateur dans des filiales de Coop

Autres fonctions et mandats:

- Membre du Conseil de fondation de l'ETH Zürich Foundation

---

**Stefan Baumberger**

Né en 1948, nationalité suisse  
Chimiste dipl. ETS

---

**Mandats d'administrateur:**

- Bell Holding AG, Basel
- Coop Immobilien AG, Bern

---

**Silvio Bircher**

Né en 1945, nationalité suisse  
Lic. rer. publ. de l'Université de St-Gall  
Consultant et publiciste  
Ancien conseiller d'Etat et ancien conseiller national

---

**Mandats d'administrateur:**

- Coop Immobilien AG, Bern

**Autres fonctions et mandats:**

- Vice-président du Fonds Suisse pour le Paysage (FSP)
- Conseil de fondation de la Fondation Suisse du Scoutisme

---

**Michela Ferrari-Testa**

Née en 1963, nationalité suisse  
Avocate et notaire

---

**Mandats d'administrateur:**

- Coop Immobilien AG, Bern
- Helsana AG, Dübendorf
- Helsana Unfall AG, Dübendorf
- Helsana Versicherungen AG, Dübendorf
- Helsana Zusatzversicherungen AG, Dübendorf
- Progrès Versicherungen AG, Dübendorf
- avanex Versicherungen AG, Dübendorf
- sansan Versicherungen AG, Dübendorf

**Autres fonctions et mandats:**

- Membre du Conseil de fondation Helvetia Sana

---

**Felix Halmer**

Né en 1952, nationalité suisse  
Employé de commerce

Acheteur

Représentant du personnel au Conseil d'administration

---

**Mandat d'administrateur:**

- Coop Immobilien AG, Bern

**Autres fonctions et mandats:**

- Président de l'Union des employés de Coop
- Président de l'Union des employés de la région de Bâle

---

**Irene Kaufmann**

Née en 1955, nationalité suisse

Dr en sc. économiques

Conseillère d'entreprise

Vice-présidente du Conseil d'administration

---

**Mandats d'administrateur:**

- Coop Immobilien AG, Bern

- Bank Coop AG, Basel

**Autres fonctions et mandats:**

- Membre du Conseil de fondation des Ecoles Juventus de Zurich

---

**Beth Krasna**

Née en 1953, nationalités suisse et américaine

Ing. chim. dipl. EPFZ, MBA Sloan School at MIT, Cambridge, USA

---

**Mandats d'administrateur:**

- Coop Immobilien AG, Bern

- Banque Cantonale Vaudoise, Lausanne

- Bonnard & Gardel Holding SA, Lausanne

- Ecole Nouvelle de la Suisse Romande SA, Lausanne

- Raymond Weil SA, Grand-Lancy

**Autres fonctions et mandats:**

- Membre du Conseil des EPF

- Membre du Conseil de fondation de la Fondation en faveur de l'Art Chorégraphique, Lausanne

---

**Jean-Charles Roguet**

Né en 1942, nationalité suisse

Avocat

Associé Pestalozzi Lachenal Patry, Genève

---

**Mandats d'administrateur:**

- Coop Immobilien AG, Bern
  - Arn, Wüthrich et Frigerio SA, Genève
  - Artrivium SA, Genève
  - ATC Aviation Services AG, Opfikon
  - Citerne Invest SA, Lausanne
  - C.M.D. Corporate Management Development SA, Genève
  - Coges Corratierie Gestion SA, Genève
  - COGIN Compagnie de Gestion Internationale SA, Genève
  - Dipan SA, Carouge
  - Finasma Financial Asset Management SA, Cologny
  - Kessler Gestion SA, Genève
  - Mirrair Holding AG, Zug
  - Publipartner SA, Plan-les-Ouates
  - Puig SA, Fribourg
  - Sarp Industries (Suisse) SA, Genève
  - Schroder & Co. Bank AG, Zürich et Genève
  - Tech Value SA, Genève
  - Veolia Service à l'environnement Suisse SA, Berne
- 

**Giusep Valaulta**

Né en 1951, nationalité suisse

Lic. en droit

---

**Mandat d'administrateur:**

- Coop Immobilien AG, Bern

**Election du Conseil d'administration, durée du mandat**

Le Conseil d'administration est élu par l'Assemblée des délégués conformément aux principes énoncés à l'art. 27 des statuts. La durée du mandat, identique pour tous les membres, est de quatre ans. La période administrative en cours prendra fin au printemps 2009. Les statuts limitent la durée d'un mandat à 20 ans et fixent une limite d'âge (fin de l'année durant laquelle l'âge de 65 ans est atteint).

**Organisation interne**

Le Conseil d'administration se constitue lui-même. Son président assume sa fonction à temps complet. Les membres assument leurs obligations à égalité de responsabilité.

**Répartition des compétences**

Le Conseil d'administration assume la haute direction de Coop (direction stratégique) et la surveillance de la gestion des affaires. Ses tâches et attributions, décrites à l'article 29 des statuts, correspondent aux dispositions, plus sévères que celles relatives à la société coopérative, qui régissent la société anonyme (art. 716 a CO). Un règlement d'organisation édicté par le Conseil d'administration répartit les compétences entre Conseil d'administration et Direction générale dans les domaines essentiels tels que finances, stratégies d'entreprise, gestion du personnel et organisation. Les attributions opérationnelles des différents niveaux hiérarchiques sont présentées en détail dans un règlement des compétences édicté par la Direction générale.

**Instruments d'information et de contrôle pour la Direction générale**

La Direction générale remet chaque mois au Conseil d'administration un rapport écrit, chiffres-clés et informations importantes à l'appui, sur la marche des

affaires dans tous les domaines d'activité de l'entreprise. Le Conseil d'administration reçoit en outre des rapports et boucléments quadrimestriels écrits, qui sont présentés et discutés lors des séances. Le président du Conseil d'administration prend régulièrement part aux séances de la Direction générale. La Révision interne lui est également subordonnée. Coop connaît un processus de planification et de fixation des objectifs très élaboré et bien rodé, qui inclut un reporting adressé régulièrement au Conseil d'administration et qui s'appuie notamment sur le système du Balanced Scorecard. Coop a en outre mis en place une gestion systématique des risques et un système de contrôle interne.

#### **Instruments d'information et de contrôle pour l'organe de révision**

La durée du mandat de l'organe de révision étant limitée à un an, sa réélection est soumise chaque année à l'Assemblée des délégués. Le président à plein temps et les membres du Conseil d'administration entretiennent, en collaboration avec le président de la Direction générale et avec le chef de la Direction Finances + Services, un contact régulier avec l'organe de révision, notamment pour discuter des résultats des vérifications des comptes.

En outre, le travail de révision et l'indépendance de l'organe sont évalués chaque année.

## **DIRECTION GÉNÉRALE**

*Voir les structures de direction et de management aux pages 47–49.*

La Direction générale est l'organe exécutif chargé par le Conseil d'administration de la gestion des affaires de la société (direction opérationnelle). Elle agit sous sa propre responsabilité, ses tâches et compétences étant définies par le Conseil d'administration dans le cadre du règlement d'organisation. Elle a à sa tête un président (CEO), qui a le pouvoir de donner des instructions aux autres membres de la Direction générale.

Le 1<sup>er</sup> avril 2008, Jörg Ackermann, vice-président de la Direction générale, a démissionné de son poste et quitté ses fonctions opérationnelles. Son départ est intervenu pour des raisons de santé et après une longue convalescence. Il assume actuellement divers mandats pour Coop. La Direction Logistique/Informatique/Production, anciennement dirigée par Jörg Ackermann, avait déjà été partiellement restructurée le 1<sup>er</sup> juillet 2007 avec la séparation de la Direction Logistique (placée sous la responsabilité de Leo Ebnetter). Les domaines de responsabilité restants – Informatique, Production et BâleHotels – ont été intégrés au printemps 2008 dans la Direction Présidence de la Direction générale et sont subordonnés à August Harder, qui a fait partie de la Direction générale à titre intérimaire. Le vice-président de la Direction générale est depuis le 1<sup>er</sup> avril 2008 Jürg Peritz, qui assumait cette fonction à titre intérimaire depuis août 2006.

Le 31 mai 2009, Hansueli Loosli abandonnera de sa propre initiative la Direction Retail, dont il assume la responsabilité depuis 2001 en union personnelle. A partir du 1<sup>er</sup> juin 2009, le nouveau chef de la Direction Retail et donc nouveau membre de la Direction générale sera Philipp Wyss, qui reprendra en même temps la direction de la Région de vente Suisse centrale-Zurich. Philipp Wyss travaille pour le groupe Coop depuis onze ans.

Jusqu'au 31 mai 2009, la Direction générale se compose des personnes suivantes:

---

**Hansueli Loosli**

Né en 1955, nationalité suisse  
Expert diplômé en finance et controlling  
Président de la Direction générale  
Chef de la Direction Retail

Mandats d'administrateur:

- Groupe transGourmet, Bâle (président)
- Betty Bossi Verlag AG, Zürich
- Coopernic SCRL, Bruxelles
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau (président)
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Palink UAB, Lituanie/Palink SIA, Lettonie
- Divers mandats d'administrateur dans des filiales de Coop

---

**Rudolf Burger**

Né en 1946, nationalité suisse  
Employé de commerce  
Chef de la Direction Trading

Mandats d'administrateur:

- Coop Mineraloel AG, Allschwil (président)
- Coop Vitality AG, Bern (président)
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren (président)
- Divers mandats d'administrateur dans des filiales de Coop

---

**Jean-Marc Chapuis**

Né en 1954, nationalité suisse  
Lic. ès sciences économiques et sociales  
Chef de la Direction Immobilier

Mandats d'administrateur:

- Divers mandats d'administrateur dans des filiales de Coop

---

**Leo Ebnetter**

Né en 1954, nationalité suisse  
Employé de commerce  
Chef de la Direction Logistique

Mandats d'administrateur:

aucun

---

**Jürg Peritz**

Né en 1947, nationalité suisse  
Employé de commerce  
Chef de la Direction Marketing/Achats  
Vice-président de la Direction générale

Mandats d'administrateur:

- Eurogroup Far East Ltd., Hongkong (président)
- Coopernic SCRL, Bruxelles
- Coop Switzerland Far East Ltd., Hongkong
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Palink UAB, Lituanie/Palink SIA, Lettonie
- Toomax-x Handelsgesellschaft m.b.H., Cologne
- Fondation bioRe, Rotkreuz

---

**Hans Peter Schwarz**

Né en 1950, nationalité suisse  
Expert diplômé en finance et controlling  
Chef de la Direction Finances/Services

Mandats d'administrateur:

- Coop Assurance du personnel CPV/CAP, Bâle
- Bell Holding AG, Basel
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Coop Vitality AG, Bern
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Groupe transGourmet, Bâle
- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- Tropenhaus Wolhusen AG, Gettnau
- Bank Coop AG, Basel
- Divers mandats d'administrateur dans des filiales de Coop

### **Contrats de management**

Les membres de la Direction générale n'assument aucune fonction de management opérationnel dans des sociétés ne faisant pas partie du périmètre de consolidation.

### **INDEMNITÉS**

Les indemnités versées au Conseil d'administration de Coop ont totalisé 1,2 million de francs en 2008 (année précédente: 1,2 million de francs).

Les salaires bruts versés à la Direction générale de Coop ont totalisé 3,7 millions de francs en 2008 pour 6 membres (année précédente: 4,1 millions de francs pour 7 membres).

A cela s'ajoute pour le président du Conseil d'administration et les membres de la Direction générale une prime liée aux résultats de 20 % du salaire brut au maximum.

Les honoraires versés pour les activités exercées par le président du Conseil d'administration et par les membres de la Direction générale dans les filiales et sociétés tierces reviennent à Coop. Il n'existe pas de dispositions spéciales en matière de caisse de pension pour le président du Conseil d'administration ni pour les membres de la Direction générale.

### **DROITS DE PARTICIPATION**

Les droits de participation sont définis dans les statuts de Coop.

### **ORGANE DE RÉVISION**

#### **Durées du mandat de révision et de la fonction de réviseur responsable**

Depuis 1994, le mandat de révision est exercé pour Coop par PricewaterhouseCoopers (PwC). Le réviseur responsable, M. Rodolfo Gerber, et M. Matthias Rist sont entrés en fonction respectivement en 2004 et 2005.

#### **Honoraires des réviseurs**

Les honoraires de révision suivants ont été facturés pour les prestations fournies en 2008:

- Prestations de révision: 1,8 million de francs
- Autres prestations: 2,2 millions de francs

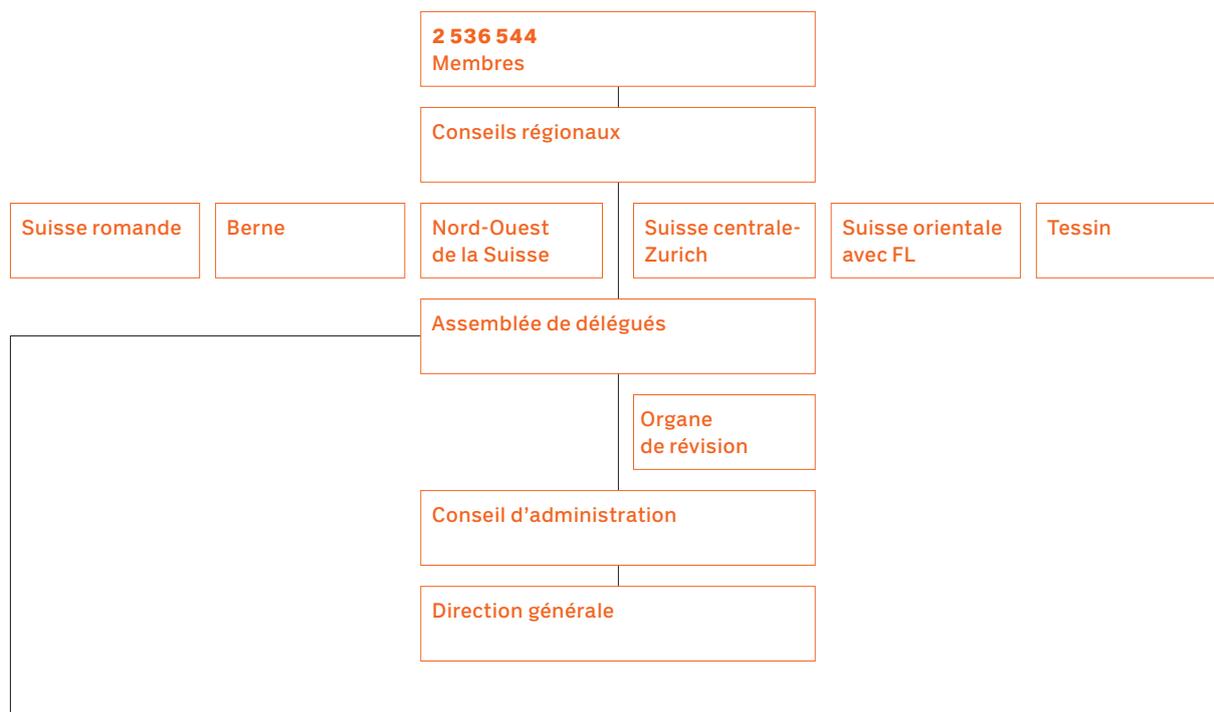
Les prestations de révision comprennent les travaux de vérification des comptes consolidés que la société de révision effectue chaque année pour pouvoir se prononcer sur leur conformité, ainsi que les rapports relatifs aux comptes annuels exigés sur le plan local par les statuts. L'organe de révision fournit également d'autres prestations, notamment la vérification de transactions ponctuelles.

### **POLITIQUE D'INFORMATION**

Au début de chaque année, le chiffre d'affaires de l'année précédente est publié. La conférence de presse sur le bilan a lieu en février et l'Assemblée des délégués au printemps. Le rapport de gestion est publié en avril. Une deuxième Assemblée des délégués se tient en automne. Les délégués sont également tenus informés de l'évolution des affaires par un rapport quadrimestriel.

## ORGANES ET ASSEMBLÉE DES DÉLÉGUÉS

Au 31 décembre 2008



Les membres des Comités des Conseils régionaux forment l'Assemblée des délégués de Coop

### Région Suisse romande

Maurice Balmat  
Monika Dash  
Hubert Ducry  
Nicole Hosseini  
Josiane Mayor  
Christine Pasche  
Jacques Robert  
Eric Santschy  
Pierre Tissot  
Georges-Edouard Vacher  
Christian Volken

### Région Nord-Ouest de la Suisse

Willi Buess  
Erika Haefelè-Thoma  
Bruno Hess  
Trudi Jost  
Luciana Maggetti  
Verena Reber  
Greta Schindler  
Peter Schmid  
Charles Suter  
Peter Villiger  
Jörg Vitelli

### Région Suisse orientale

Maria Bieri  
Suzanne Blaser  
Peter Fischer  
Michael Fuhrer  
Peter Gloor  
Josef Hemmi  
Tarzis Meyerhans  
Roberto Pedrini  
Gerhard Riediker  
Bruno Stacher  
Martha Veraguth

### Région Berne

Katharina Bieler  
Hans-Rudolf Blatter  
Lily Frei  
Manfred Jakob  
Doris Kelterborn  
Ruth Läderach  
Karl Lauber  
Martin Schweizer  
Felix Truffer  
Pierrette Zumwald

### Région Suisse centrale-Zurich

Hans Aepli  
Ruth Beck  
Beatrice Bertschinger  
Renato Blum  
Markus Eugster  
Kurt Feubli  
Ronald Hauser  
Hans Kissling  
Lillia Rebsamen  
Otto Rütter  
Ivo Schmid

### Région Tessin

Carlo Crivelli  
Lucia Gianoli  
Giancarlo Lafranchi  
Marco Lucchini  
Gabriella Rossetti

## CONSEIL D'ADMINISTRATION ET STRUCTURES DE DIRECTION

Au 31 décembre 2008

### Conseil d'administration

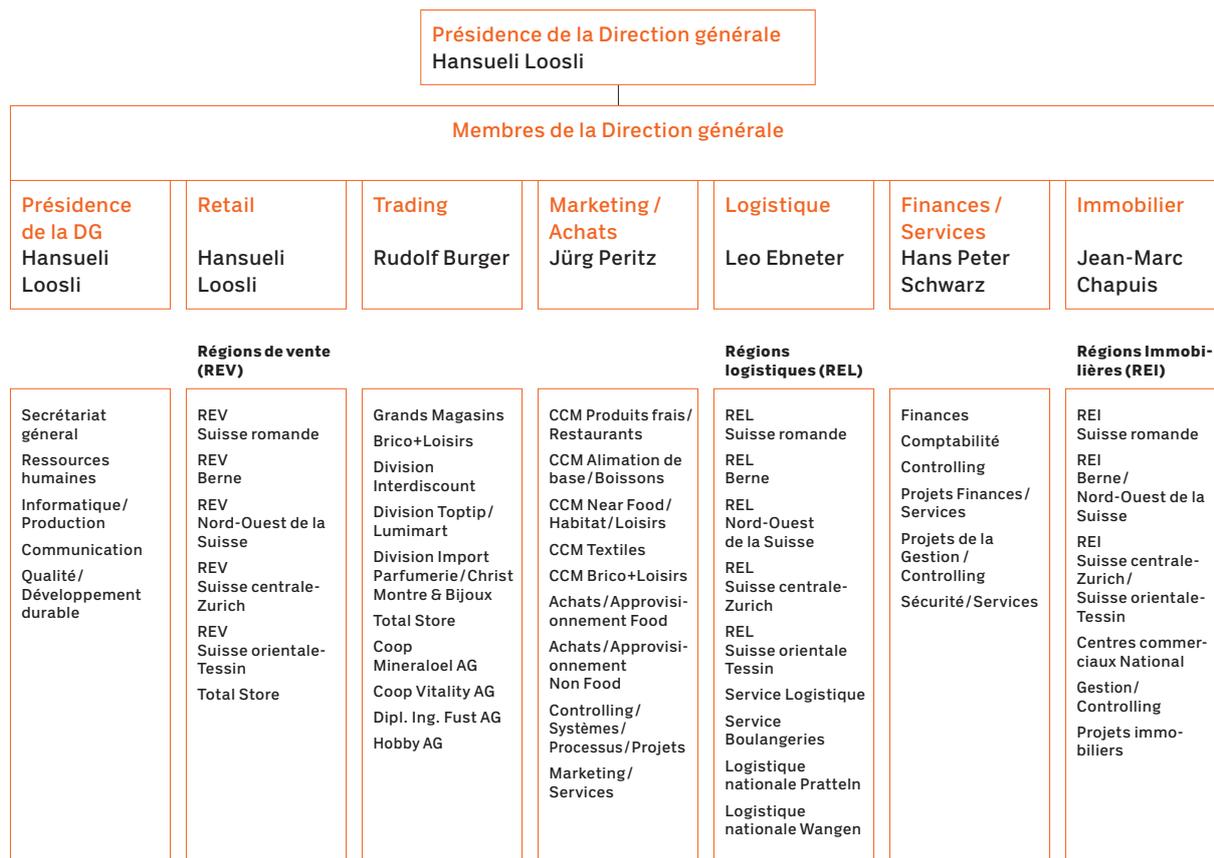
Stefan Baumberger  
Michela Ferrari-Testa  
Beth Krasna

Silvio Bircher  
Felix Halmer  
Jean-Charles Roguet

Anton Felder (président)  
Irene Kaufmann (vice-présidente)  
Giusep Valaulta

### Révision interne

Franz Kessler, responsable de la Révision interne



## MANAGEMENT

Au 1<sup>er</sup> avril 2009

### Direction générale (DG)

Hansueli Loosli, président de la DG  
Rudolf Burger, chef de la Direction Trading  
Jean-Marc Chapuis, chef de la Direction Immobilier  
Leo Ebnetter, chef de la Direction Logistique  
Jürg Peritz, chef de la Direction Marketing/Achats  
Hans Peter Schwarz, chef de la Direction Finances/Services

### Présidence de la Direction générale

Hansueli Loosli, président de la DG  
Sibyl Anwander Phan-huy, responsable Qualité/  
Développement durable  
August Harder, responsable de l'Informatique/Production  
Alfred Hubler, responsable du Secrétariat général  
Peter Keller, responsable des Ressources humaines  
Felix Wehrle, responsable de la Communication

Josef Achermann, responsable Production  
Jörg Ackermann, Mandats  
Marc Haubensak, responsable de BâleHotels  
Lorenzo Pelucchi, responsable de la Division Sunray  
Walter Stutz, responsable du Centre Qualité  
Anton von Weissenfluh, responsable de Chocolats Halba

### Direction Retail

Hansueli Loosli, président de la DG  
Livio Bontognali, directeur de la Région de vente OT  
Theo Jost, directeur de la Région de vente ZZ  
Raymond Léchaire, directeur de la Région de vente SR  
André Mislin, directeur de la Région de vente NW  
Peter Schmid, directeur de la Région de vente BE  
Herbert Zaugg, responsable de Total Store

### Région de vente Suisse romande (SR)

Raymond Léchaire, directeur de la Région de vente SR  
Stéphane Bossel, responsable de la Gestion/Controlling  
Jean-Claude Chapuisat, responsable des Ressources humaines  
Patrick Fauchère, responsable Vente 1  
Sissigno Murgia, responsable Vente 2

### Région de vente Berne (BE)

Peter Schmid, directeur de la Région de vente BE  
Rico Bossi, responsable Vente  
Bernhard Friedli, responsable de la Gestion/Controlling  
Bruno Piller, responsable de Ressources humaines

### Région de vente Nord-Ouest de la Suisse (NW)

André Mislin, directeur de la région de vente NW  
Angelo Durante, responsable de la Gestion/Controlling  
Rolf Gurtner, responsable Vente 1  
Stephan Rauch, responsable Vente 2  
Rolf Scheitlin, responsable des Ressources humaines

### Région de vente Suisse centrale-Zurich (ZZ)

Theo Jost, directeur de la Région de vente ZZ  
Walter Flessati, responsable des Ressources humaines  
Eduard Warburton, responsable de la Gestion/Controlling  
Philipp Wyss, responsable Vente 2  
Paul Zeller, responsable Vente 1

### Région de vente Suisse orientale-Tessin (OT)

Livio Bontognali, directeur de la Région de vente OT  
Mario Colatrella, responsable Vente 2  
Ivo Dietsche, responsable de la Gestion/Controlling  
Hans Ernst, responsable des Ressources humaines  
Karl Sturzenegger, responsable Vente 1

### Direction Trading

Rudolf Burger, chef de la Direction Trading  
Jürg Berger, responsable de Total Store  
Andreas Frischknecht, responsable Brico+Loisirs  
Urs Jordi, responsable des Grands Magasins  
Markus Schärer, responsable de la Gestion/Controlling  
Daniel Stucker, resp. de la Division Import Parfumerie/  
Christ Montres & Bijoux  
Joos-Rudolf Sutter, responsable de la Division Interdiscount  
Bruno Veit, responsable de la Division Toptip/Lumimart  
Martin von Bertrab, responsable des Ressources humaines

Pierre Pfaffhauser, responsable du Marketing du personnel

### Grands Magasins

Urs Jordi, responsable des Grands Magasins  
Jürg Birkenmeier, responsable Vente Région Centre  
Michel Produit, responsable Vente Région Ouest  
Philipp Sigrüst, responsable Vente Région Est

### Interdiscount

Joos-Rudolf Sutter, responsable de la Division Interdiscount  
Vito Armetta, responsable de la Vente  
Daniel Hintermann, responsable de la Logistique/IT/Services  
Pierre Wenger, responsable de la CCM Interdiscount

### Direction Marketing/Achats

Jürg Peritz, chef de la Direction Marketing/Achats  
Jörg Ledermann, resp. du Controlling/Systèmes/Processus/Projets  
Mauro Manacchini, responsable Supply Chain Management  
Thomas Schwetje, responsable du Marketing/Services

Benedikt Pachlatko, responsable de la Gestion de la relation client

### CCM Produits frais/Restaurants

Lorenz Wyss, responsable de la CCM Produits frais/Restaurants  
Marie-Claire Chepca Cordier, CCM Produits laitiers/Œufs/Glaces  
Marc Muntwyler, CCM Viande  
Theodor Schärer, CCM Pain / Produits de boulangerie  
Fabian Schneider, CCM Produits convenance frais / surgelés  
Christoph Widmer, CCM Fruits et légumes

### CCM Alimentation de base/Boisson

Roland Frefel, resp. de la CCM Alimentation de base/Boissons  
Pius Buchmann, Vente directe de vin  
Christoph Bürki, CCM Vins/Vins mousseux  
Markus Schmid, CCM Petit-déjeuner/Féculents/Aides de la  
Pâtisserie/Animalerie  
Bernhard Studer, CCM Boissons rafraîchissantes/Spiritueux/  
Articles pour fumeurs  
Susanne Urech, CCM Biscuits et confiseries / Snacks salés

### CCM Near Food/Habitat/Loisirs

Helmut Träris-Stark, resp. de la CCM Near Food/Habitat/Loisirs  
Bruno Cabernard, CCM Articles festifs/Presse/  
Electronique grand public  
Kerstin Czermak, CCM Lessives et produits d'entretien/Hygiène  
Manuel Gonzalez, CCM Papeterie/Cartes/Livres/Articles de voyage  
Daniel Walker, CCM Cuisine/Electroménager  
Peter Willimann, CCM Parfumerie/Soins du corps/Vitashop

### CCM Textiles

Sandro Corpina, responsable de la CCM Textiles  
Daniel Gerber, CCM Confection enfants/Articles pour bébés/Jouets  
Simone Gössling, CCM Arts de table/Habitat  
Valentin Lüthi, CCM Confection/sous-vêtements femmes  
Andrea Ruhland, CCM Confection et sous-vêtements homme /  
Loisirs / Sport  
Sonya Suscetta, CCM Accessoires/Montres/Bijoux/Chaussures/  
Maroquinerie/Collant et chaussettes

### CCM Brico+Loisirs

Christoph Theler, responsable de la CCM Brico+Loisirs  
Fredri Altermatt, CCM Construction / Sanitaire  
Bruno Haberthür, CCM Artisanat / Outils et matériel  
électriques  
Rainer Pietrek, CCM Plantes  
Walter Studer, CCM Jardinerie

### Achat/Approvisionnement Food

Christian Guggisberg, resp. de l'Achat/Approvisionnement Food  
Philipp Allemann, Pool d'achat (PA) Viande / Produits carnés /  
Volaille / Produits traiteur / Produits convenance  
Beat Seeger, PA Alimentation de base/Boissons  
Robert Trachsler, Pool d'approvisionnement Food  
Peter Zürcher, PA Pain / Produits laitiers / Fromage /  
Produits surgelés / Poisson

Ernst Seiler, directeur d'Eurogroup SA

### Achat/Approvisionnement Non Food

Philipp Schenker, resp. de l'Achat/Approvisionnement Non Food  
Gerhard Beutler, PA Habitat/Loisirs  
Emanuel Büchlin, PA Habillement/Accessoires  
Christian Kaufmann, Pool d'approvisionnement Non Food  
Stefan Mundwiler, PA Brico+Loisirs  
Olivier Schwegler, PA Near Food

### Direction Logistique

Leo Ebnetter, chef de la Direction Logistique  
Domenico Repetto, responsable de la Région BE  
Niklaus Stehli, responsable de la Région NW  
Guy Théoduloz, responsable de la Région SR  
Beat Zaugg, responsable de la Logistique nationale Wangen  
Josef Zettel, responsable de la Région ZZ  
Daniel Woodtli, responsable de la Logistique nationale Pratteln

### Direction Finances/Services

Hans Peter Schwarz, chef de la Direction Finances/Services  
Xavier Buro, responsable des Projets Finances/Services  
Hansjörg Klossner, responsable de la Comptabilité  
Beat Leuthardt, responsable des Finances  
Heinrich Stamm, responsable des Projets de la Gestion/Controlling  
Adrian Werren, responsable du Controlling

### Direction Immobilier

Jean-Marc Chapuis, chef de la Direction Immobilier  
Heinrich Beer, responsable des Projets immobiliers nationaux  
Antonio Cambes, responsable de la Région immobilière SR  
Stefano Donzelli, responsable de la Gestion/Controlling  
Philippe Sublet, responsable national des centres commerciaux  
Fritz Ulmann, responsable de la Région immobilière ZZ/OT  
Danilo Zampieri, responsable de la Région immobilière BE/NW

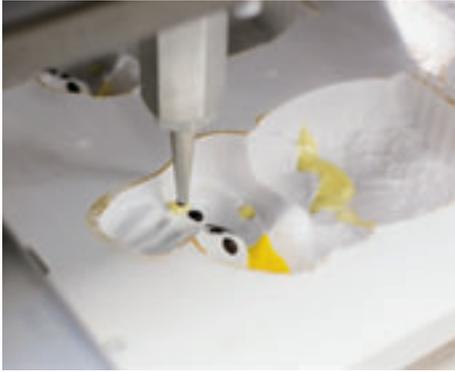


→



# De la fève de cacao au chocolat Coop







L'essentiel du chocolat vendu sous les marques propres Coop, y compris les lignes bio et équitables, est créé par la société suisse Chocolats Halba. Les fèves de cacao sont importées d'Afrique de l'Ouest et d'Amérique du Sud. Elles sont nettoyées, torréfiées, moulues puis additionnées de beurre de cacao. Une opération appelée conchage, qui dure plusieurs heures, produit le chocolat brut, dit de couverture, qui sert de base à la fabrication de toutes les spécialités cacaotées.



Le film:  
[www.coop.ch/rapport](http://www.coop.ch/rapport)

# Le groupe Coop en chiffres

- 54** Chiffre d'affaires encaissé / Ventes directes
- 55** Chiffre d'affaires encaissé / Ventes directes / Chiffre d'affaires de détail
- 56** Parts de marché
- 57** Points de vente
- 58** Filiales / Divisions / Crédits bancaires
- 59** Ratios financiers / Investissements
- 60** Personnel
- 62** Décompte de la valeur ajoutée
- 63** Evolution du groupe Coop
- 64** Statistiques environnementales

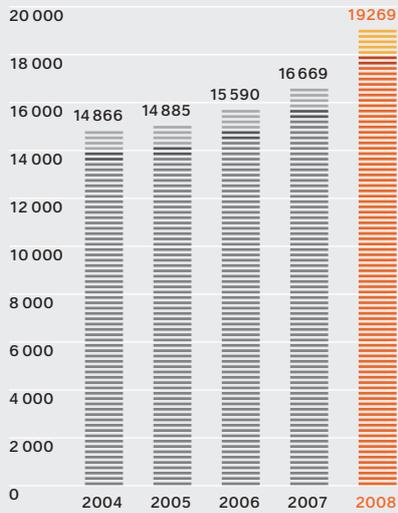
Tous les nombres sont arrondis individuellement

## CHIFFRE D'AFFAIRES ENCAISSÉ / VENTES DIRECTES

		Mio. de CHF	Mio. de CHF	Evolution	Evolution
		2008	2007	Mio. de CHF	%
Supermarchés A	250–600 m <sup>2</sup>	3 671	3 540	+131	+3.7
Supermarchés B	800–1 400 m <sup>2</sup>	3 177	3 057	+119	+3.9
Supermarchés C	1 800–3 000 m <sup>2</sup>	2 947	2 794	+153	+5.5
<b>Supermarchés</b>		<b>9 796</b>	<b>9 392</b>	<b>+404</b>	<b>+4.3</b>
Hypermarchés	4 500–8 000 m <sup>2</sup>	1 239	875	+364	+41.5
Supermarchés / Hypermarchés		11 035	10 267	+768	+7.5
Autres		2	2	+0	+1.1
<b>Coop Retail</b>		<b>11 036</b>	<b>10 269</b>	<b>+768</b>	<b>+7.5</b>
Grands Magasins		1 050	1 009	+41	+4.1
Brico+Loisirs (Hobby AG compris)		720	685	+35	+5.2
Interdiscount		1 025	976	+49	+5.0
Toptip et Lumimart		261	262	–1	–0.4
Christ Montres & Bijoux		114	107	+7	+6.5
Import Parfumerie		163	154	+9	+6.0
Autres		4	3	+0	+8.5
<b>Coop Trading</b>		<b>3 335</b>	<b>3 195</b>	<b>+140</b>	<b>+4.4</b>
Liquidation Carrefour		6			
Distributis (ex Carrefour)		131			
Hôtels		32	32	+0	+0.7
<b>Coop</b>		<b>14 540</b>	<b>13 496</b>	<b>+1 044</b>	<b>+7.7</b>
Alcoba Distribution SA		59	76	–16	–21.4
Groupe Bell (points de vente)		27	17	+9	+54.7
Stations-service		1 440	1 163	+277	+23.8
Coop Pronto avec station-service		383	330	+52	+15.9
Coop Pronto stand-alone		165	140	+25	+17.8
Coop Mineraloel AG		1 988	1 634	+354	+21.7
Coop Vitality AG		88	66	+22	+33.9
Dipl. Ing. Fust AG		943	102	+841	
<b>Chiffre d'affaires encaissé «points de vente»</b>		<b>17 645</b>	<b>15 390</b>	<b>+2 255</b>	<b>+14.7</b>
Magasins sur Internet		141	86	+55	+64.2
Ventes de détail aux tiers		363	279	+84	+30.1
<b>Chiffre d'affaires de détail</b>		<b>18 150</b>	<b>15 755</b>	<b>+2 395</b>	<b>+15.2</b>
Chiffres d'affaires Collectivités		1 119	914	+206	+22.5
<b>Chiffre d'affaires encaissé / Ventes directes</b>		<b>19 269</b>	<b>16 669</b>	<b>+2 600</b>	<b>+15.6</b>

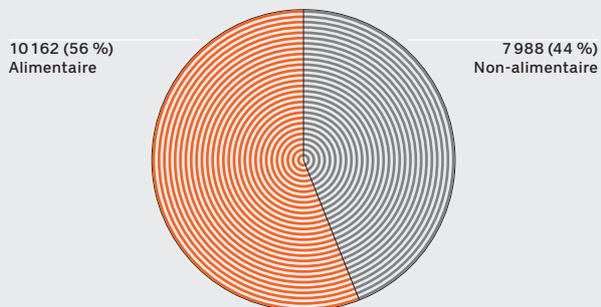
## CHIFFRE D'AFFAIRES ENCAISSÉ / VENTES DIRECTES / CHIFFRE D'AFFAIRES DE DÉTAIL

### Chiffre d'affaires encaissé / Ventes directes Mio. de CHF

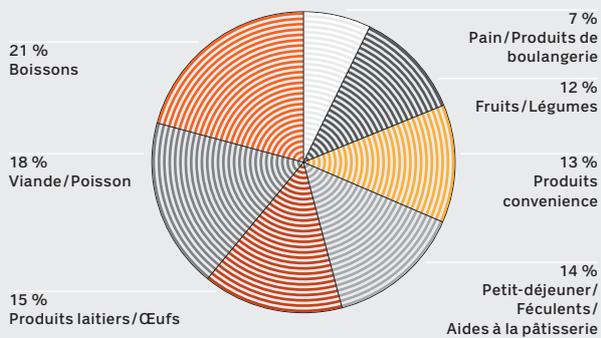


▬ Chiffres d'affaires Collectivités  
▬ Ventes de détail aux tiers  
▬ Chiffre d'affaires encaissé «points de vente»

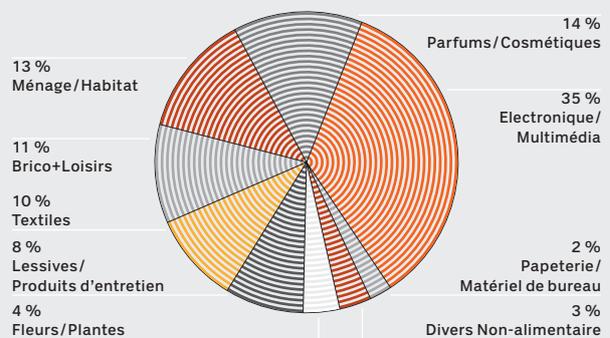
### Chiffre d'affaires de détail par catégories principales Mio. de CHF



#### Alimentaire

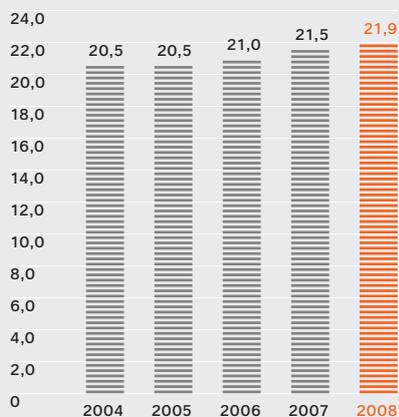


#### Non-alimentaire

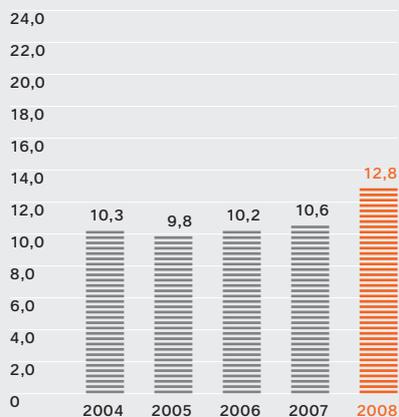


## PARTS DE MARCHÉ

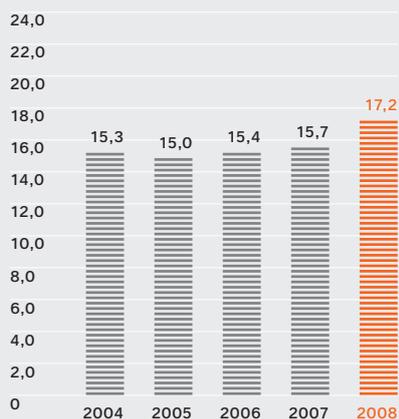
### Alimentaire en %



### Non-alimentaire en %



### Groupe Coop en %



	Mio. de CHF 2004	Mio. de CHF 2005	Mio. de CHF 2006	Mio. de CHF 2007	Mio. de CHF 2008
Chiffre d'affaires de détail	13 983	14 049	14 709	15 755	18 150
./. Stations-service, combustibles et carburants, hôtels	874	1 066	1 241	1 342	1 710
<b>Chiffre d'affaires de détail Coop pour le calcul des parts de marché</b>	<b>13 109</b>	<b>12 983</b>	<b>13 467</b>	<b>14 413</b>	<b>16 440</b>
Volume de marché Alimentaire	41 324	41 407	41 856	43 076	46 436
Volume de marché Non-alimentaire	44 524	45 557	46 039	48 460	49 219
<b>Volume de marché total BAK<sup>1</sup></b>	<b>85 848</b>	<b>86 964</b>	<b>87 896</b>	<b>91 536</b>	<b>95 655</b>

<sup>1</sup> Base de données: BAK Basel Economics, édition BAK-Flash 2008 (état le 20.2.2009)

Chiffres des années précédentes adaptés

## POINTS DE VENTE

	Points de vente		Surface de vente		Chiffre d'affaires encaissé			Points de vente	
	Nombre au 31.12		m <sup>2</sup> au 31.12		Mio. de CHF	Mio. de CHF	%	Part en %	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007			
Supermarchés A 250–600 m <sup>2</sup>	527	529	286 487	284 881	3 671	3 540	+3.7	20.8	
Supermarchés B 800–1 400 m <sup>2</sup>	174	171	249 035	247 607	3 177	3 057	+3.9	18.0	
Supermarchés C 1 800–3 000 m <sup>2</sup>	89	88	247 836	244 092	2 947	2 794	+5.5	16.7	
<b>Supermarchés</b>	<b>790</b>	<b>788</b>	<b>783 358</b>	<b>776 580</b>	<b>9 796</b>	<b>9 392</b>	<b>+4.3</b>	<b>55.5</b>	
Hypermarchés 4 500–8 000 m <sup>2</sup>	27	14	142 702	77 492	1 239	875	+41.5	7.0	
Supermarchés / Hypermarchés	817	802	926 060	854 072	11 035	10 267	+7.5	62.5	
Autres	1	1	290	290	2	2	+1.1	0.0	
<b>Coop Retail</b>	<b>818</b>	<b>803</b>	<b>926 350</b>	<b>854 362</b>	<b>11 036</b>	<b>10 269</b>	<b>+7.5</b>	<b>62.5</b>	
Grands Magasins	33	33	138 078	138 418	1 050	1 009	+4.1	5.9	
Brico+Loisirs (Hobby AG compris)	69	68	285 246	280 428	720	685	+5.2	4.1	
Interdiscount	197	185	68 137	61 957	1 025	976	+5.0	5.8	
Toptip et Lumimart	59	60	158 690	159 339	261	262	–0.4	1.5	
Christ Montres & Bijoux	84	84	6 082	6 094	114	107	+6.5	0.6	
Import Parfumerie	97	96	8 682	8 701	163	154	+6.0	0.9	
Autres	2	1	550	150	4	3	+8.5	0.0	
<b>Coop Trading</b>	<b>541</b>	<b>527</b>	<b>665 465</b>	<b>655 087</b>	<b>3 335</b>	<b>3 195</b>	<b>+4.4</b>	<b>18.9</b>	
Liquidation Carrefour					6			0.0	
Distributis (ex Carrefour)					131			0.7	
Hôtels	3	3			32	32	+0.7	0.2	
<b>Coop</b>	<b>1 362</b>	<b>1 333</b>	<b>1 591 815</b>	<b>1 509 449</b>	<b>14 540</b>	<b>13 496</b>	<b>+7.7</b>	<b>82.4</b>	
Alcoba Distribution SA		2		9 002	59	76	–21.4	0.3	
Groupe Bell (points de vente)	115	26	3 536	829	27	17	+54.7	0.2	
Stations-service	176	163			1 440	1 163	+23.8	8.2	
Coop Pronto avec station-service	(164)	(151)	15 895	14 186	383	330	+15.9	2.2	
Coop Pronto stand-alone	44	38	7 177	6 208	165	140	+17.8	0.9	
Coop Mineraloel AG	220	201	23 072	20 394	1 988	1 634	+21.7	11.3	
Coop Vitality AG	31	25	7 975	6 537	88	66	+33.9	0.5	
Dipl. Ing. Fust AG	157	152	80 791	77 836	943	102		5.3	
<b>Filiales</b>	<b>523</b>	<b>406</b>	<b>115 374</b>	<b>114 598</b>	<b>3 105</b>	<b>1 894</b>	<b>+63.9</b>	<b>17.6</b>	
<b>Points de vente</b>	<b>1 885</b>	<b>1 739</b>	<b>1 707 189</b>	<b>1 624 047</b>	<b>17 645</b>	<b>15 390</b>	<b>+14.7</b>	<b>100.0</b>	

## FILIALES / DIVISIONS / CRÉDITS BANCAIRES

Filiales	Produit net		Employés à plein temps	Capital social au 31.12	
				Périmètre de consolidation	
	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2008	% 2008
Alcoba Distribution SA	53	67	174	0.2	50.0
Groupe Bell	1 940	1 636	3 794	2.0	66.3
Centres de formation Coop MuttENZ et Jongny	14	13	71	0.4	100.0
Coop Mineraloel AG	2 078	1 664	68	10.0	51.0
Coop Vitality AG	85	64	276	5.0	51.0
Dipl. Ing. Fust AG	901	98	1 726	10.0	100.0

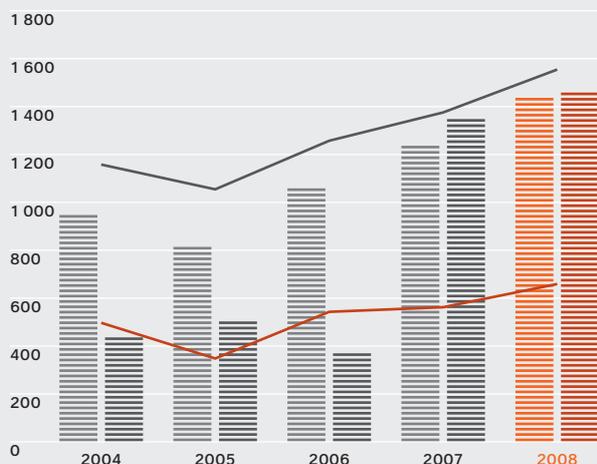
Divisions	Mio. de CHF	Mio. de CHF	Evolution	Evolution
	2008	2007	Mio. de CHF	%
Chiffre d'affaires encaissé	1 025	976	+49	+5.0
Ventes de détail aux tiers	50	20	+30	+147.7
<b>Division Interdiscount</b>	<b>1 074</b>	<b>996</b>	<b>+78</b>	<b>+7.9</b>
Chiffre d'affaires encaissé Toptip	233	233	-0	-0.1
Chiffre d'affaires encaissé Lumimart	28	29	-1	-3.3
Ventes de détail aux tiers				
<b>Division Toptip et Lumimart</b>	<b>261</b>	<b>262</b>	<b>-1</b>	<b>-0.4</b>
Chiffre d'affaires encaissé	114	107	+7	+6.5
Ventes de détail aux tiers	0	1	-1	-71.1
<b>Division Christ Montres &amp; Bijoux</b>	<b>114</b>	<b>108</b>	<b>+6</b>	<b>+5.8</b>
Chiffre d'affaires encaissé	163	154	+9	+6.0
Ventes de détail aux tiers	1	1	+0	+41.6
<b>Division Import Parfumerie</b>	<b>164</b>	<b>155</b>	<b>+10</b>	<b>+6.3</b>

Crédits bancaires au 31.12	Limite		Utilisation		Limite libre	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007
Grandes banques	611	551	143	91	468	460
Banques cantonales	615	528	309	177	306	351
Banques régionales	57	31	57	31		
Banque Coop	100	110	35	70	65	40
Banques étrangères en Suisse	250	250	100		150	250
Banques étrangères	514	673	146	283	368	390
<b>Banques</b>	<b>2 147</b>	<b>2 143</b>	<b>790</b>	<b>652</b>	<b>1 356</b>	<b>1 491</b>
Prêts bancaires à court terme			381	489		
Prêts bancaires à long terme			397	132		
Hypothèques bancaires			13	32		
<b>Crédits bancaires</b>			<b>790</b>	<b>652</b>		

## RATIOS FINANCIERS / INVESTISSEMENTS

### Ratios financiers

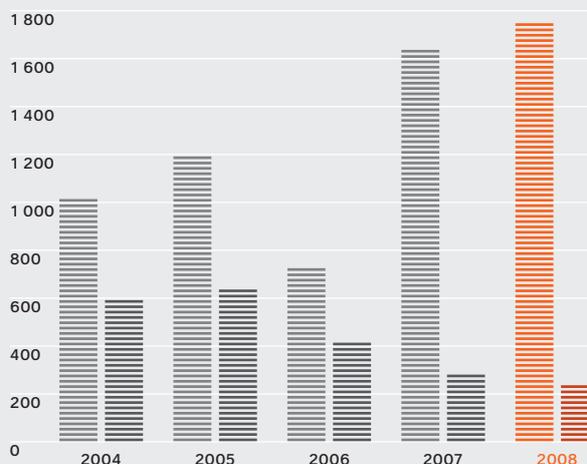
Mio. de CHF



— Cash-flow d'exploitation (EBITDA)  
 — Résultat d'exploitation (EBIT)  
 — Flux de fonds avant modification des actifs circulants nets  
 — Investissements nets

### Investissements

Mio. de CHF



— Investissements bruts  
 — Désinvestissements

	Mio. de CHF				
	2004	2005	2006	2007	2008
Région Suisse Romande	129	107	137	91	134
Région Berne	134	141	75	77	110
Région Nord-Ouest de la Suisse	326	316	205	188	211
Région Suisse centrale-Zurich	273	137	90	120	120
Région Suisse orientale-Tessin	116	50	108	80	107
<b>Investissements bruts immobilisations corporelles</b>	<b>979</b>	<b>752</b>	<b>615</b>	<b>556</b>	<b>681</b>
Désinvestissements immobilisations corporelles	-559	-599	-385	-152	-178
<b>Investissements nets immobilisations corporelles</b>	<b>420</b>	<b>153</b>	<b>230</b>	<b>404</b>	<b>503</b>
Autres investissements nets	11	344	147	947	973
<b>Investissements nets</b>	<b>431</b>	<b>497</b>	<b>377</b>	<b>1 351</b>	<b>1 476</b>
<b>Cash-flow d'exploitation (EBITDA)</b>	<b>1 171</b>	<b>1 039</b>	<b>1 237</b>	<b>1 383</b>	<b>1 563</b>
<b>Résultat d'exploitation (EBIT)</b>	<b>491</b>	<b>348</b>	<b>553</b>	<b>572</b>	<b>659</b>
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>320</b>	<b>270</b>	<b>310</b>	<b>350</b>	<b>390</b>
<b>Flux de fonds avant modification des actifs circulants nets</b>	<b>936</b>	<b>818</b>	<b>1 068</b>	<b>1 254</b>	<b>1 445</b>

Chiffres des années précédentes adaptés

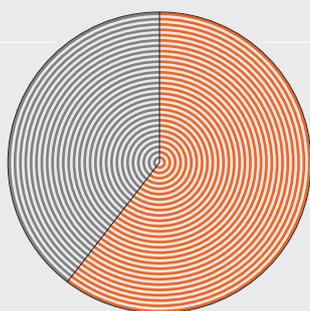
## PERSONNEL

	2008	2007	Evolution	%
REV Suisse Romande	4 637	4 245	+392	+9.2
REV Berne	3 220	3 022	+198	+6.5
REV Nord-Ouest de la Suisse	3 704	3 651	+52	+1.4
REV Suisse centrale-Zurich	4 567	4 297	+270	+6.3
REV Suisse orientale-Tessin	4 061	3 909	+152	+3.9
Services communs Retail	19	18	+1	+5.5
<b>Retail</b>	<b>20 207</b>	<b>19 142</b>	<b>+1 065</b>	<b>+5.6</b>
Grands Magasins	2 732	2 765	-33	-1.2
Brico+Loisirs (Hobby AG compris)	1 428	1 427	+1	+0.0
Interdiscount	1 773	1 678	+95	+5.7
Toptip et Lumimart	637	646	-9	-1.4
Christ Montres & Bijoux	385	470	-85	-18.2
Import Parfumerie	410	396	+14	+3.5
Services communs Trading	180	175	+5	+2.7
<b>Trading</b>	<b>7 544</b>	<b>7 557</b>	<b>-14</b>	<b>-0.2</b>
Logistique	4 371	4 303	+68	+1.6
Production	696	724	-27	-3.8
Autres Services communs / Direction Immobilier	2 623	2 530	+93	+3.7
<b>Maison Coop</b>	<b>35 441</b>	<b>34 256</b>	<b>+1 185</b>	<b>+3.5</b>
Groupe Bell	3 794	3 312	+483	+14.6
Coop Mineraloel AG	68	61	+7	+11.8
Coop Vitality AG	276	218	+58	+26.6
Dipl. Ing. Fust AG	1 726	148	+1 578	
Autres sociétés	245	236	+9	+3.9
<b>Employés à plein temps (apprentis inclus)</b>	<b>41 550</b>	<b>38 230</b>	<b>+3 320</b>	<b>+8.7</b>
REV Suisse Romande	6 473	5 694	+779	+13.7
REV Berne	4 534	4 186	+348	+8.3
REV Nord-Ouest de la Suisse	4 706	4 590	+116	+2.5
REV Suisse centrale-Zurich	6 200	5 752	+448	+7.8
REV Suisse orientale-Tessin	5 510	5 208	+302	+5.8
Services communs Retail	19	18	+1	+5.6
<b>Retail</b>	<b>27 442</b>	<b>25 448</b>	<b>+1 994</b>	<b>+7.8</b>
Grands Magasins	3 398	3 398		
Brico+Loisirs (Hobby AG compris)	1 721	1 740	-19	-1.1
Interdiscount	1 906	1 800	+106	+5.9
Toptip et Lumimart	734	768	-34	-4.4
Christ Montres & Bijoux	516	549	-33	-6.0
Import Parfumerie	564	533	+31	+5.8
Services communs Trading	197	195	+2	+1.0
<b>Trading</b>	<b>9 036</b>	<b>8 983</b>	<b>+53</b>	<b>+0.6</b>
Logistique	4 907	4 758	+149	+3.1
Production	844	858	-14	-1.6
Autres Services communs / Direction Immobilier	2 230	2 104	+126	+6.0
<b>Maison Coop</b>	<b>44 459</b>	<b>42 151</b>	<b>+2 308</b>	<b>+5.5</b>
Groupe Bell	6 810	3 435	+3 375	+98.3
Coop Mineraloel AG	71	65	+6	+9.2
Coop Vitality AG	387	310	+77	+24.8
Dipl. Ing. Fust AG	1 875	1 953	-78	-4.0
Autres sociétés	278	286	-8	-2.8
<b>Effectifs (apprentis inclus) au 31.12</b>	<b>53 880</b>	<b>48 200</b>	<b>+5 680</b>	<b>+11.8</b>

	2008	2007	Evolution	%
REV Suisse Romande	359	346	+13	+3.8
REV Berne	259	203	+56	+27.6
REV Nord-Ouest de la Suisse	369	370	-1	-0.3
REV Suisse centrale-Zurich	435	386	+49	+12.7
REV Suisse orientale-Tessin	298	294	+4	+1.4
Services communs Retail				
<b>Retail</b>	<b>1 720</b>	<b>1 599</b>	<b>+121</b>	<b>+7.6</b>
Grands Magasins	175	177	-2	-1.1
Brico+Loisirs (Hobby AG compris)	120	124	-4	-3.2
Interdiscount	372	355	+17	+4.8
Toptip et Lumimart	33	20	+13	+65.0
Christ Montres & Bijoux	30	29	+1	+3.4
Import Parfumerie	63	60	+3	+5.0
Services communs Trading	6	6		
<b>Trading</b>	<b>799</b>	<b>771</b>	<b>+28</b>	<b>+3.6</b>
Logistique	111	95	+16	+16.8
Production	39	37	+2	+5.4
Autres Services communs / Direction Immobilier	68	60	+8	+13.3
<b>Maison Coop</b>	<b>2 737</b>	<b>2 562</b>	<b>+175</b>	<b>+6.8</b>
Groupe Bell	109	50	+59	+118.0
Coop Mineraloel AG	3	3		
Coop Vitality AG	69	54	+15	+27.8
Dipl. Ing. Fust AG	54	56	-2	-3.6
Autres sociétés	2	3	-1	-33.3
<b>Apprentis (effectifs) au 31.12</b>	<b>2 974</b>	<b>2 728</b>	<b>+246</b>	<b>+9.0</b>
Chiffres des années précédentes adaptés				
Stages pratiques pour jeunes ayant achevé leur scolarité	57	81	-24	-29.6

#### Sexe

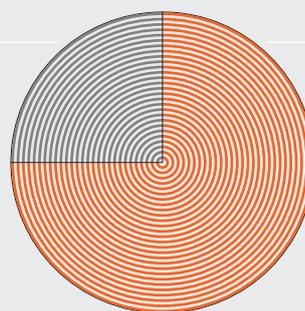
40 %  
Hommes



60 %  
Femmes

#### Conditions d'engagement

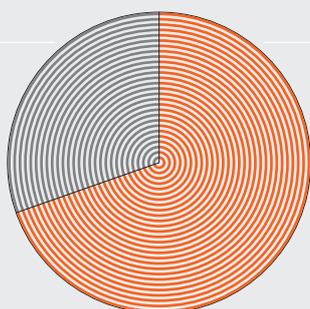
25 %  
Salaire horaire



75 %  
Salaire mensuel

#### Nationalité

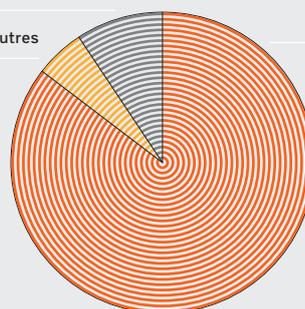
30 %  
Etrangers



70 %  
Suisses

#### Apprentis

9 %  
Arts et métiers /Autres  
5 %  
Commerce



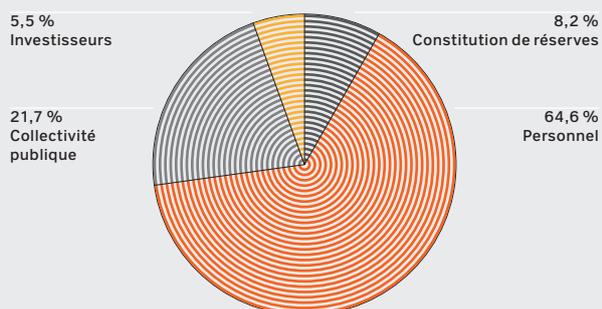
86 %  
Vente

## DÉCOMPTE DE LA VALEUR AJOUTÉE

	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007	Evolution en %
Chiffre d'affaires encaissé / Ventes directes	19 269	16 669	+15.6
Marchandises	-11 499	-9 891	+16.3
Autres	-1 914	-1 971	-2.9
Prestations en amont	-13 413	-11 862	+13.1
<b>Valeur ajoutée brute</b>	<b>5 856</b>	<b>4 807</b>	<b>+21.8</b>
Amortissements / Provisions	-1 101	-731	+50.6
<b>Valeur ajoutée nette</b>	<b>4 755</b>	<b>4 076</b>	<b>+16.6</b>
Salaires et honoraires	-2 391	-2 132	+12.2
Prestations sociales	-518	-451	+15.0
Autres frais de personnel	-108	-94	+15.3
Rabais au personnel, superpoints au personnel compris	-54	-51	+4.6
<b>Personnel</b>	<b>-3 071</b>	<b>-2 727</b>	<b>+12.6</b>
Impôts	-132	-74	+78.6
Impôts sur l'exploitation, taxes et droits	-16	-13	+25.9
Droits de douane	-718	-623	+15.2
Taxe sur la valeur ajoutée	-165	-131	+26.1
<b>Collectivité publique</b>	<b>-1 031</b>	<b>-841</b>	<b>+22.6</b>
Investisseurs	-263	-159	+66.0
Constitution (-) / Dissolution (+) de réserves	-390	-350	+11.4
<b>Répartition de la richesse créée</b>	<b>-4 755</b>	<b>-4 076</b>	<b>+16.6</b>

Chiffres des années précédentes adaptés

### Répartition de la richesse créée



## EVOLUTION DU GROUPE COOP

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Ratios financiers consolidés en millions de CHF</b>					
Chiffre d'affaires de détail	13 983	14 049	14 709	15 755	18 150
Chiffre d'affaires encaissé / Ventes directes	14 866	14 885	15 590	16 669	19 269
Produit net résultant de livraisons et de prestations	14 127	14 133	14 785	15 812	18 271
Cash-flow d'exploitation (EBITDA)	1 171	1 039	1 237	1 383	1 563
Résultat d'exploitation (EBIT)	491	348	553	572	659
Résultat financier y compris résultat des entités associées	-103	-91	-69	-39	-121
Résultat de l'exercice	320	270	310	350	390
Fonds étrangers soumis à intérêts	4 360	3 980	3 297	3 534	3 971
Dette financière nette	4 049	3 701	3 017	3 219	3 395
Fonds propres avec participations minoritaires	4 264	4 602	4 931	5 324	5 675
Part des fonds propres en %	37.8	40.9	44.8	45.1	43.9
Total du bilan	11 290	11 249	10 999	11 810	12 932
Flux de fonds avant modification des actifs circulants nets	936	818	1 068	1 254	1 445
Flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation	512	957	1 089	1 155	1 515
Flux de fonds découlant de l'activité d'investissement	-431	-552	-377	-1 351	-1 476
Flux de fonds découlant de l'activité de financement	-102	-397	-711	231	250
<b>Effectifs du personnel</b>					
Effectifs au 31.12	47 158	44 916	45 428	48 200	53 880
Employés à plein temps	39 292	37 370	37 271	38 230	41 550
<b>Parts de marché en % (base: volume de marché BAK)</b>					
Alimentaire	20.5	20.5	21.0	21.5	21.9
Non-alimentaire	10.3	9.8	10.1	10.6	12.8
Groupe Coop	15.3	15.0	15.3	15.7	17.2
<b>Points de vente</b>					
Nombre de points de vente au 31.12	1 433	1 437	1 546	1 739	1 885
Surface de vente en m <sup>2</sup> au 31.12	1 464 070	1 480 907	1 518 242	1 624 047	1 707 189
Surface de vente en m <sup>2</sup> (moyenne annuelle)			1 497 395	1 550 155	1 686 926
Chiffre d'affaires encaissé en millions de CHF	13 649	13 690	14 309	15 390	17 645
<b>Membres<sup>1</sup></b>					
Nombre de membres au 31.12	2 323 602	2 316 223	2 461 462	2 502 100	2 536 544

<sup>1</sup> Jusqu'en 2007: ménages membres; depuis 2008: membres

## STATISTIQUES ENVIRONNEMENTALES

Période de saisie des données énergétiques: juillet à juin, autres données: année civile	2008	2007	Evolution en %
<b>Chiffre d'affaires des labels de confiance à forte valeur ajoutée écologique et sociale</b>			
Coop Naturaplan, Coop Naturafarm, Coop Naturaline, Coop Oecoplan, Max Havelaar, Pro Specie Rara, Slow Food, Pro Montagna			
Chiffre d'affaires en millions de CHF	1 477	1 400	+5.5
<b>Consommation d'électricité</b>			
Consommation en MWh	684 880	703 662	-2.7
Consommation des points de vente par m <sup>2</sup> de surface en kWh <sup>1</sup>	432	448	-3.5
Consommation des points de vente par KCHF de chiffre d'affaires en kWh <sup>1</sup>	43	47	-8.7
<b>Consommation de chaleur</b>			
Consommation en MWh	276 467	275 052	+0.5
Consommation des points de vente par m <sup>2</sup> de surface en kWh <sup>1</sup>	126	128	-1.7
Consommation des points de vente par KCHF de chiffre d'affaires en kWh <sup>1</sup>	13	13	-7.0
<b>Consommation d'énergie (électricité et chaleur)</b>			
Consommation en MWh	961 347	978 714	-1.8
Consommation des points de vente par m <sup>2</sup> de surface en kWh <sup>1</sup>	559	576	-3.1
Consommation des points de vente par KCHF de chiffre d'affaires en kWh <sup>1</sup>	56	61	-8.3
<b>Emissions de dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>)</b>			
Emissions en t	54 560	53 971	+1.1
<b>Consommation d'eau</b>			
Consommation en m <sup>3</sup>	479 201	503 526	-4.8
<b>Consommation de diesel des camions</b>			
Consommation par tonne-kilomètre en litres	0.012	0.012	-1.6
<b>Recyclage des déchets</b>			
Taux de recyclage en %	67	70	-4.3

<sup>1</sup> Supermarchés, Grands Magasins, Brico+Loisirs

# Comptes annuels consolidés du groupe Coop

- 66** **Compte de résultat consolidé**
- 67** **Bilan consolidé**
- 68** **Tableau de financement consolidé**
- 69** **Situation des fonds propres**
- 70** **Annexe aux comptes consolidés**
- 70** Principes de consolidation
- 70** Principes d'évaluation pour rubriques sélectionnées
- 72** Explications concernant les comptes consolidés 2008 (généralités)
- 73** Explications spéciales
- 75** Explications concernant le compte de résultat consolidé
- 77** Explications concernant le bilan consolidé
- 82** Explications concernant le tableau de financement consolidé
- 83** Autres indications relatives aux comptes annuels consolidés
- 86** Périmètre de consolidation Coop
- 88** **Rapport de l'organe de révision sur les comptes consolidés**

Tous les nombres sont arrondis individuellement

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

	Explications	Mio. de CHF 2008	Part en %	Mio. de CHF 2007	Part en %
Produit net résultant de livraisons et de prestations	1	18 271	100.0	15 812	100.0
Charges de matières		-12 217		-10 514	
<b>Produit d'exploitation</b>		<b>6 054</b>	<b>33.1</b>	<b>5 298</b>	<b>33.5</b>
Autres produits d'exploitation	2	684		656	
Frais de personnel	3	-3 017		-2 676	
Frais de publicité		-424		-354	
Autres charges d'exploitation	4	-1 734		-1 542	
<b>Cash-flow d'exploitation (EBITDA)</b>		<b>1 563</b>	<b>8.6</b>	<b>1 383</b>	<b>8.7</b>
Amortissements sur valeurs incorporelles	5	-263		-138	
Amortissements sur immobilisations corporelles	5	-641		-672	
<b>Résultat d'exploitation (EBIT)</b>		<b>659</b>	<b>3.6</b>	<b>572</b>	<b>3.6</b>
Résultat des entités associées		7		-16	
Résultat financier	6	-129		-23	
<b>Résultat ordinaire</b>		<b>538</b>	<b>2.9</b>	<b>533</b>	<b>3.4</b>
Résultat hors exploitation	7	31		22	
Résultat exceptionnel	8	4		-86	
<b>Résultat avant impôts (EBT)</b>		<b>572</b>	<b>3.1</b>	<b>469</b>	<b>3.0</b>
Impôts	9	-132		-74	
<b>Résultat après impôts</b>		<b>441</b>	<b>2.4</b>	<b>395</b>	<b>2.5</b>
Parts des tiers au résultat		-51		-45	
<b>Résultat de l'exercice</b>		<b>390</b>	<b>2.1</b>	<b>350</b>	<b>2.2</b>

Chiffres des années précédentes adaptés

## BILAN CONSOLIDÉ

	Explications	Mio. de CHF	Part en %	Mio. de CHF	Part en %
au 31.12		2008		2007	
Liquidités	10	576		315	
Titres		84		75	
Créances résultant de livraisons et de prestations	11	501		434	
Autres créances à court terme	12	134		137	
Comptes de régularisation actifs	13	219		224	
Stocks	14	1 865		1 788	
<b>Actifs circulants</b>		<b>3 378</b>	<b>26.1</b>	<b>2 973</b>	<b>25.2</b>
Immobilisations incorporelles	15	1 279		1 017	
Immobilisations financières	16	584		384	
Mobilier, véhicules, machines	17	1 330		1 293	
Immeubles	18	6 361		6 143	
<b>Actifs immobilisés</b>		<b>9 554</b>	<b>73.9</b>	<b>8 837</b>	<b>74.8</b>
<b>Actifs</b>		<b>12 932</b>	<b>100.0</b>	<b>11 810</b>	<b>100.0</b>
Dettes résultant de livraisons et de prestations	19	1 096		988	
Dettes financières à court terme	20	2 006		1 445	
Autres dettes à court terme	21	401		361	
Provisions à court terme	22	160		149	
Comptes de régularisation passifs	23	550		505	
<b>Fonds étrangers à court terme</b>		<b>4 213</b>	<b>32.6</b>	<b>3 449</b>	<b>29.2</b>
Dettes financières à long terme	24	1 966		2 089	
Provisions à long terme	25	1 078		948	
<b>Fonds étrangers à long terme</b>		<b>3 044</b>	<b>23.5</b>	<b>3 037</b>	<b>25.7</b>
<b>Fonds étrangers</b>	26	<b>7 257</b>	<b>56.1</b>	<b>6 485</b>	<b>54.9</b>
Parts sociales					
Réserves de capital		2 350		2 132	
Réserves provenant de bénéfices		2 645		2 539	
Résultat de l'exercice		390		350	
Bénéfice résultant du bilan		3 035		2 889	
<b>Fonds propres sans participations minoritaires</b>		<b>5 385</b>	<b>41.6</b>	<b>5 021</b>	<b>42.5</b>
Participations minoritaires		290	2.2	304	2.6
<b>Fonds propres avec participations minoritaires</b>		<b>5 675</b>	<b>43.9</b>	<b>5 324</b>	<b>45.1</b>
<b>Passifs</b>		<b>12 932</b>	<b>100.0</b>	<b>11 810</b>	<b>100.0</b>

Chiffres des années précédentes adaptés

## TABLEAU DE FINANCEMENT CONSOLIDÉ

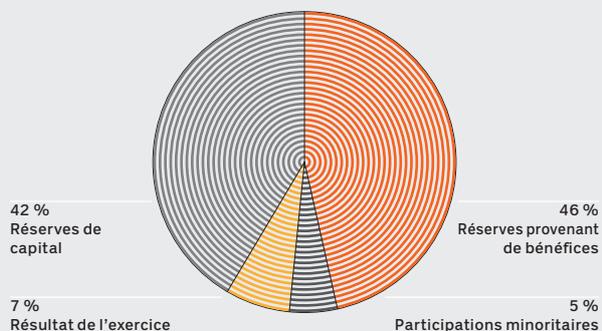
### Fonds «liquidités»

	Explications	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
<b>Résultat annuel avant parts des tiers aux résultats minoritaires</b>		<b>441</b>	<b>395</b>
Amortissements sur immobilisations financières (sans entités associées)		0	15
Amortissements immobilisations incorporelles		263	138
Amortissements sur mobilier, véhicules, machines		288	269
Amortissements sur immeubles		352	403
Amortissements sur immobilisations hors exploitation		3	7
<b>Gains (-) / pertes sur cession d'actifs immobilisés</b>		<b>-46</b>	<b>-35</b>
<b>Résultat sans incidence sur les liquidités</b>		<b>27</b>	<b>47</b>
<b>Produit (-) / charges résultant de l'évaluation des participations selon la méthode de mise en équivalence</b>		<b>-7</b>	<b>16</b>
<b>Augmentation / diminution des provisions à long terme</b>		<b>125</b>	<b>-1</b>
<b>Flux de fonds avant modification des actifs circulants nets</b>		<b>1 445</b>	<b>1 254</b>
Augmentation (-) / diminution des créances résultant de livraisons et de prestations		-7	-79
Augmentation (-) / diminution des autres créances et des comptes de régularisation actifs		57	46
Augmentation (-) / diminution des stocks		21	-74
Augmentation (-) / diminution des dettes résultant de livraisons et de prestations		2	-95
Augmentation / diminution des autres dettes à court terme et des comptes de régularisation passifs		20	55
Augmentation / diminution des provisions à court terme		-23	47
<b>Flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation</b>		<b>1 515</b>	<b>1 155</b>
Investissements immobilisations incorporelles		-24	-24
Désinvestissements immobilisations incorporelles		0	0
Réaffectations immobilisations incorporelles		-2	-24
Investissements mobilier, véhicules, machines		-299	-253
Désinvestissements mobilier, véhicules, machines		3	3
Réaffectations mobilier, véhicules, machines		-3	-250
Investissements immeubles		-382	-302
Prestations propres sur immeubles inscrites à l'actif		-1	-1
Désinvestissements immeubles		175	149
Réaffectations immeubles		5	-153
Versements pour l'acquisition d'entités consolidées		-833	-973
Recettes provenant de la vente d'entités consolidées		7	14
Investissements immobilisations financières		-82	-43
Désinvestissements immobilisations financières		10	7
Reclassifications immobilisations financières		0	0
Investissements titres		-118	-43
Désinvestissements titres		68	114
Réaffectations titres		0	71
<b>Flux de fonds découlant de l'activité d'investissement</b>	27	<b>-1 476</b>	<b>-1 351</b>
<b>Emission d'emprunts (+)</b>		<b>150</b>	<b>175</b>
<b>Remboursement d'emprunts (-)</b>		<b>-325</b>	<b>-200</b>
<b>Dividendes aux participations minoritaires</b>		<b>-26</b>	<b>-5</b>
<b>Augmentation / diminution des dettes financières à court terme</b>		<b>542</b>	<b>513</b>
<b>Augmentation / diminution des dettes financières à long terme</b>		<b>-84</b>	<b>-251</b>
<b>Actions propres Bell</b>		<b>-7</b>	<b>-1</b>
<b>Flux de fonds découlant de l'activité de financement</b>		<b>250</b>	<b>231</b>
<b>Résultat des mouvements de fonds</b>		<b>290</b>	<b>36</b>
<b>Liquidités en début d'exercice</b>		<b>315</b>	<b>280</b>
<b>Résultat des mouvements de fonds</b>		<b>290</b>	<b>36</b>
<b>Impact de variations monétaires</b>		<b>-29</b>	<b>-1</b>
<b>Liquidités en fin d'exercice</b>		<b>576</b>	<b>315</b>

## SITUATION DES FONDS PROPRES

Mio. de CHF	Réserves de capital	Actions propres Bell	Réserves provenant de bénéfices	Résultat de l'exercice	Fonds propres sans partic. minoritaires	Participations minoritaires	Fonds propres avec partic. minoritaires
Fonds propres au 01.01.2007	1 829	0	2 533	310	4 672	259	4 931
Modification pér.cons./quote-part de participation						4	4
Utilisation du résultat / dividendes	304		6	-310	0	-5	-5
Achat / vente d'actions propres Bell		-1			-1		-1
Résultat de l'exercice				350	350	45	395
Différences de conversion	0	0	-1	-0	-0		-0
<b>Fonds propres au 31.12.2007</b>	<b>2 133</b>	<b>-1</b>	<b>2 538</b>	<b>350</b>	<b>5 021</b>	<b>304</b>	<b>5 324</b>
<b>Fonds propres au 01.01.2008</b>	<b>2 133</b>	<b>-1</b>	<b>2 538</b>	<b>350</b>	<b>5 021</b>	<b>304</b>	<b>5 324</b>
Modification pér.cons./quote-part de participation			-6		-6	-29	-34
Utilisation du résultat / dividendes	224		126	-350	0	-26	-26
Achat / vente d'actions propres Bell		-7			-7	-4	-11
Résultat de l'exercice				390	390	51	441
Différences de conversion			-13		-13	-5	-19
<b>Fonds propres au 31.12.2008</b>	<b>2 357</b>	<b>-7</b>	<b>2 645</b>	<b>390</b>	<b>5 385</b>	<b>290</b>	<b>5 675</b>

### Fonds propres au 31.12.2008



## ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS CONSOLIDÉS

### Principes de consolidation

#### Principes

Les comptes des entreprises du périmètre de consolidation Coop ont été établis conformément à l'ensemble des recommandations relatives à la présentation des comptes Swiss GAAP RPC 2007. Celles-ci ont servi de base à l'élaboration de directives internes destinées à assurer l'application de principes unitaires de classification, d'évaluation et de transparence à l'échelle du groupe. Les comptes consolidés sont basés sur les comptes internes au 31 décembre, dûment vérifiés, de chaque société et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats du groupe.

#### Intégration globale

Le groupe Coop se compose de la société coopérative Coop et des filiales de celle-ci, ainsi que de toutes les entreprises, établies en Suisse ou à l'étranger, contrôlées directement ou indirectement (sociétés dans lesquelles le groupe Coop détient plus de 50 % des droits de vote). L'intégration globale est fondée sur le principe de la prise en compte des actifs, passifs, charges et produits dans leur ensemble. Les éventuelles participations détenues par des tiers dans des sociétés intégralement consolidées sont comptabilisées séparément comme intérêts minoritaires. Les sociétés nouvellement acquises sont intégrées dans les comptes consolidés à partir du premier jour de la prise de contrôle. Les sociétés vendues en sont exclues dès le jour de la vente. Les plus-values sur les actifs nets de sociétés acquises sont portées à l'actif du bilan au prorata de la part du groupe dans ces sociétés.

Les relations et transactions entre les sociétés du groupe ne sont pas portées en compte. La consolidation du capital s'effectue selon la méthode anglo-saxonne («purchase method»): Les fonds propres de la société au moment de son acquisition ou de sa fondation sont ainsi compensés avec la valeur comptable de la participation dans le bilan de la société mère. Les bénéfices intermédiaires sont considérés comme négligeables.

#### Méthode de mise en équivalence

Les sociétés dans lesquelles le groupe Coop détient une participation de 20 % à 50 % en termes de droits de vote – et pour autant qu'elles aient une certaine importance économique – sont normalement intégrées au prorata de cette participation (fonds propres et résultats annuels). Tout montant supplémentaire payé figure au bilan sous «Goodwill» et est systématiquement amorti. Dans le compte de résultat, le montant figure dans le résultat des entités associées ou dans les amortissements sur valeurs incorporelles. L'évaluation de la part proportionnelle des fonds propres est basée sur les comptes de clôture de ces sociétés,

qui sont établis selon le principe de la conformité à la réalité (et également, entre autres, selon IFRS / IAS).

#### Conversion des monnaies étrangères

La conversion en francs suisses s'effectue au cours de clôture du bilan pour les actifs et passifs locaux et au cours moyen de l'année pour les comptes de résultat et tableaux de financement locaux. Les différences résultant de l'application des cours de conversion susmentionnés sont imputées directement sur les fonds propres. Les taux de change des principales monnaies figurent dans les «Autres indications relatives aux comptes annuels consolidés».

#### Périmètre de consolidation

Le périmètre de consolidation Coop est décrit aux pages 86 et 87.

### Principes d'évaluation pour rubriques sélectionnées

#### Liquidités

Les liquidités sont portées au bilan à leur valeur nominale. Elles comprennent les avoirs en caisse, les avoirs sur les comptes postaux et bancaires et les placements à court terme, ainsi que les chèques Reka. Ces postes peuvent en tout temps être convertis en liquidités et ne sont soumis qu'à des variations de valeur insignifiantes (explication 10).

#### Titres

Les titres sont des valeurs facilement réalisables sur le marché. Ils sont inscrits au bilan à leur valeur de marché.

#### Créances résultant de livraisons et de prestations et autres créances à court terme

Les créances sont évaluées à leur valeur nominale, déduction faite de dépréciations de valeur. Un ducroire forfaitaire de 1 % a été constitué pour les risques généraux liés aux crédits (explications 11 et 12).

#### Stocks

Les stocks sont évalués aux prix de revient, qui sont constitués par les prix d'achat nets additionnés des coûts indirects d'acquisition. Les produits finis et semi-finis sont évalués au maximum à leur coût de fabrication. Si la valeur des stocks le jour de clôture est inférieure au coût d'acquisition ainsi calculé, on retient la valeur la plus basse. La correction de valeur des matériaux inutilisables est effectuée unité par unité (explication 14).

### Immobilisations incorporelles

Lors de l'achat de participations, le goodwill est calculé sur la base de la différence entre le prix d'achat payé et les actifs nets acquis, évalués à leurs valeurs actuelles. Tout goodwill est porté à l'actif du bilan et amorti d'une manière linéaire sur une période de 5 à 8 ans. En ce qui concerne les acquisitions antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 1993, le goodwill a été imputé directement sur le poste «Réserves provenant de bénéfices». Les autres immobilisations incorporelles ont été portées au bilan à leur valeur d'acquisition, amortissable linéairement sur des périodes variant entre 3 et 8 ans. Les droits sur les marques et autres immobilisations incorporelles sont amortis sur une durée pouvant aller jusqu'à 20 ans. De plus, toutes les immobilisations incorporelles sont soumises chaque année à un test de dépréciation. Aucuns frais de recherche et de développement ne sont inscrits à l'actif (explication 15).

### Immobilisations financières

Les immobilisations financières sont portées au bilan à leur valeur d'acquisition en tenant compte des corrections de valeur économiquement nécessaires. Les prêts et les immobilisations financières à long terme dans lesquelles les droits de vote sont inférieurs à 20 % sont également portés en compte à leur valeur d'acquisition avec les amortissements nécessaires (explication 16). Toutes les participations de moins de 20 % sont comptabilisées à leur coût d'acquisition après les corrections de valeur nécessaires, et intégrées dans les immobilisations financières ou dans les titres.

### Mobilier, véhicules, machines, immeubles

Les immobilisations corporelles sont évaluées aux coûts d'acquisition après déduction des amortissements nécessaires. Les amortissements s'effectuent sur une base linéaire sur une période correspondant à la durée de vie économique des biens. Les bases sont les suivantes:

Equipements des points de vente	10 ans
Mobilier	5 à 10 ans
Machines et installations	10 à 15 ans
Véhicules	3 à 10 ans
Bâtiments de courte durée de vie	3 à 20 ans
Immeubles	50 à 100 ans

Les immobilisations financées par crédit-bail sont inscrites à l'actif au même titre que les autres immobilisations et amorties conformément au tableau d'amortissement. Les valeurs actuelles correspondantes, sans intérêts, sont portées au passif en tant qu'engagements de crédit-bail, dans les dettes à long terme. Les valeurs vénale des immeubles sont calculées à l'interne. La

valeur vénale globale est supérieure à la valeur comptable, ce qui atteste, sur la base des valeurs de continuation, l'existence d'importantes réserves (explications 17 et 18).

### Fonds étrangers

Sont considérés comme fonds étrangers à court terme toutes les dettes arrivant à échéance dans un délai d'un an au plus ainsi que les comptes de régularisation et les provisions à court terme. Les fonds étrangers à long terme sont constitués de dettes avec une échéance située au-delà d'un an.

### Dettes

Les dettes sont portées au bilan à leur valeur nominale (explications 19 à 21, 23 et 24).

### Provisions

Les provisions sont évaluées à la date du bilan sur la base des sorties de fonds vraisemblables, les risques ont été suffisamment pris en compte (explications 22 et 25). Elles constituent des obligations juridiques ou implicites (explications 22 et 25).

### Autres produits d'exploitation

Le poste «Autres produits d'exploitation» comprend entre autres les recettes de Toto, Lotto, parking, publicité et ainsi que de la vente de cartes téléphoniques (explication 2).

### Postes hors exploitation

Le résultat hors exploitation comprend les charges et produits résultant d'événements ou d'opérations commerciales qui se distinguent clairement de l'activité commerciale habituelle. Les immobilisations corporelles hors exploitation font également partie de ce groupe.

### Postes exceptionnels

Les postes exceptionnels comprennent les charges et produits qui n'apparaissent que très rarement dans le cadre de l'activité ordinaire et qui ne sont pas prévisibles.

### Impôts

Tous les impôts dus sur les bénéfices imposables de l'exercice sont inscrits au débit du compte de résultat, indépendamment de leur échéance. De plus, certains produits et certaines dépenses qui sont inscrits à différents moments dans les comptes du groupe ou dans les comptes individuels des sociétés génèrent des impôts sur le bénéfice supplémentaires: ce sont les impôts différés. Les impôts différés provenant de ces écarts entre valeurs fiscales et valeurs inscrites au bilan sont calculés au taux d'imposition moyen, qui peut aller jusqu'à 25 %, établi sur la

base des taux d'imposition locaux, d'une part, et des pertes reportées pouvant être fiscalement prises en compte, d'autre part (explication 9).

#### **Impôts d'exploitation**

L'impôt sur le capital, les droits de mutation, le droit de timbre d'émission et autres taxes fiscales sont présentés à la rubrique «Autres charges d'exploitation» du compte de résultat (explication 4).

#### **Reclassifications**

La ligne «Reclassifications», dans les présentations des immobilisations, regroupe principalement les transferts d'acomptes dans une autre catégorie d'immobilisations.

#### **Tableau de financement**

Les liquidités sans les titres constituent les fonds. Ces postes peuvent en tout temps être convertis en liquidités et ne sont soumis qu'à des variations de valeur insignifiantes.

#### **Parties liées**

Sont considérées comme parties liées les sociétés consolidées selon la méthode de mise en équivalence, ainsi que les personnes physiques telles que les membres d'une Direction générale, d'un Conseil d'administration et des caisses de pension.

Les transactions avec les parties liées ont été effectuées aux conditions du marché.

Les principaux postes d'inventaire sur entités associées sont présentés aux postes correspondants à l'annexe.

Il existe en outre des contrats de livraison et de prise en charge réciproques, étant entendu que les conditions du marché sont prises en compte en fonction des volumes de transaction (autres indications sur les comptes annuels).

#### **Informations en annexe**

Les cautionnements et autres affaires exceptionnelles en suspens sont indiqués à leur valeur nominale.

### **Explications concernant les comptes consolidés 2008 (généralités)**

#### **Swiss GAAP RPC 2007**

Le cadre conceptuel des Swiss GAAP RPC a été mis en application le 1<sup>er</sup> janvier 2006 et les autres recommandations le 1<sup>er</sup> janvier 2007. Les valeurs de l'année précédente et la structure des comptes ont été adaptées en conséquence.

#### **Modifications dans le périmètre de consolidation**

Les modifications suivantes sont intervenues en 2008 dans le périmètre de consolidation Coop:

Après la décision favorable de la Commission de la concurrence, l'achat de Distributis AG et de Distributis Moncor SA a pu être réalisé. Les deux sociétés, qui exploitaient les points de vente Carrefour, ont été reprises à 100 % et intégralement consolidées le 1<sup>er</sup> avril 2008.

Fondation en mai 2008, sous l'égide de Bell Holding AG, de Bell France SAS, qui a repris en tant que participation les sociétés du Groupe Polette, Clermont-Ferrand. Les sociétés Val de Lyon SAS, Le Saloir de Virieu SAS, Maison de Savoie SAS et Saloir de Mirabel Sàrl ont également été intégralement rachetées par Bell France SAS.

Pour le compte du sous-groupe Bell Deutschland GmbH récemment créé, le groupe Bell a racheté la totalité de l'entreprise Zimbo Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG, domiciliée à Bochum. La participation est portée au bilan en fin d'année sous Immobilisations financières et sera reclassifiée en 2009.

La participation détenue dans Bell Holding AG a été augmentée de 5,75 % dans les courant de l'année 2008 et portée ainsi à 66,29 %.

Achat de 100 % de Hobby AG, Heimberg, le 1<sup>er</sup> juin 2008.

Achat de Karussell Apotheke und Drogerie AG le 1<sup>er</sup> juillet 2008 en association avec Galenicare AG. La société a été en suite intégrée dans Coop Vitality AG.

Depuis mi-mars 2008, les magasins en lignes microspot.ch et netto24.ch, qui font déjà partie du groupe Coop, sont réunis sous la même entité. La société netto24 AG a été rebaptisée Eschenmoser AG et son siège transféré de Baar à Basel.

La société Alcoba Distribution SA (dont Coop détenait 50 %) a été vendue le 10 décembre 2008.

Achat de Palink UAB (groupe IKI) en Lituanie avec nos partenaires au sein de Coopernic. Intégration dans les comptes du groupe au 1<sup>er</sup> mars 2008 à hauteur de 20 %.

Les modifications suivantes sont intervenues en 2007 dans le périmètre de consolidation Coop:

Fusion le 1<sup>er</sup> janvier 2007 de AX4 Holding AG et de Epa AG avec Coop. A la même date, la CI Tessin AG a été fusionnée avec Coop Immobilien AG.

Vente des sociétés Complexe de Chêne-Bourg A SA, Complexe de Chêne-Bourg C SA et Complexe de Chêne-Bourg D SA le 30 novembre 2007.

Rachat de la société Dipl. Ing. Fust AG le 1<sup>er</sup> décembre 2007 après autorisation de la Commission de la concurrence. La transaction intègre également la participation majoritaire Service 7000 AG. Rachat simultané de Netto24 AG.

Acquisition de 40 % de Tropenhaus Frutigen AG le 1<sup>er</sup> janvier 2007 et de 40 % de Tropenhaus Wolhusen AG le 24 juillet 2007.

#### **Amortissements sur valeurs incorporelles**

Sur la base du test de dépréciation annuel, des amortissements d'un montant de 63 millions de CHF ont été effectués sur les positions de goodwill. Il a été constaté à la suite de la reprise des points de vente de Carrefour que les produits attendus ne seraient pas encore atteints, ce qui a donné lieu à un amortissement non planifié.

En 2007, tous les amortissements sur valeurs incorporelles avaient été comptabilisés dans le résultat ordinaire. Sous l'effet d'une estimation plus élevée des risques liés au marché français, des amortissements non planifiés sur entités associées ont été effectués dans le poste «Amortissements sur immobilisations incorporelles» d'un montant de 53 millions de CHF.

#### **Engagements de prévoyance**

L'évolution des marchés financiers n'est pas restée sans effets sur la CPV / CAP. Dans sa séance du 1<sup>er</sup> décembre 2008, le Conseil d'administration de la caisse de pension a décidé de ne prendre de mesures d'assainissement impliquant des engagements d'assainissement pour l'employeur. Au 31 décembre 2008, le découvert était de 615 millions de CHF, ce qui correspond à un taux de couverture de 90,3 %.

Pour 2007, sur la base des normes Swiss GAAP RPC, les institutions de prévoyance en faveur du personnel des sociétés faisant partie du groupe Coop n'avaient fait apparaître ni surcouverture ni découvert à inscrire dans les comptes annuels du groupe Coop. La réserve de cotisations de l'employeur (RCE) n'a fait l'objet d'aucune renonciation à son utilisation ni de dépréciation de valeur. 84 millions de CHF ont été utilisés pour le financement de la réduction du taux de conversion en rentes à l'âge de 65 ans, qui est ramené de 6,9 % à 6,4 %. Ce montant a été comptabilisé dans les charges exceptionnelles (autres indications sur les comptes annuels).

Le groupe Coop prend à sa charge les coûts proportionnels de la prévoyance professionnelle de tous ses collaborateurs et de leurs survivants sur la base des règlements, qui prévoient des prestations sensiblement supérieures au minimum LPP. Les montants figurent dans les frais de personnel, au poste «Charges sociales» (autres indications sur les comptes annuels).

#### **Opérations hors bilan**

Tous les «instruments financiers dérivés» non échus à la date du bilan, évalués à leur valeur de marché, sont compris dans les résultats présentés dans le groupe ainsi intitulé. Ils n'apparaissent dans les comptes annuels que lorsqu'ils arrivent à échéance.

Coop a racheté avec effet au 1<sup>er</sup> janvier 2002 50 % du capital-actions des Editions Betty Bossi AG. Ringier AG, Zofingen, dispose pour le solde de 50 % d'une option de vente (put option), valable du 1<sup>er</sup> janvier 2002 au 31 décembre 2011, à un prix défini.

Pour Dipl. Ing. Fust AG, il existe une option d'achat sur 49,94 % de Service 7000 AG qui peut être exercée de 2013 à 2023 à un prix qui sera fixé en fonction de l'évolution future de la rentabilité de la société.

#### **Explications spéciales**

##### **Adaptation des chiffres de l'année précédente**

Coop a modifié la présentation des positions suivantes dans les comptes consolidés 2008. Celles-ci ont été reclassées en conséquence dans les comptes de l'année précédente.

Les commissions à des tiers à hauteur de 22 millions de CHF, qui étaient comptabilisées comme frais de personnel les années précédentes, figurent désormais sous les charges diverses.

Les créances issues de contrats de location d'appareils de Dipl. Ing. Fust AG, à hauteur de 11 millions de CHF en 2007, ont été adaptées à la charge du goodwill.

Les amortissements non planifiés à hauteur de 72 millions de CHF ont été transférés dans les amortissements sur immeubles. La marge EBIT de l'année 2007 revient ainsi de 4,1 % à 3,6 %.

Les bonifications fournisseurs à hauteur de 82 millions de CHF ont été transférées des autres produits d'exploitation aux charges de matières.

##### **Charges diverses**

Le poste «Charges diverses» comprend en majorité des frais de transport. Le reste est constitué de dommages non assurés et pertes sur débiteurs, de frais de fermeture non planifiés, de frais de voyage et de représentation ainsi de diverses autres charges d'exploitation.

##### **Résultats des entités associées évaluées selon la méthode de mise en équivalence**

La part proportionnelle des résultats des entités associées est de 7 millions de CHF (année précédente: -16 millions de CHF). En outre, pour une participation, la part proportionnelle du résultat a été inscrite dans les immobilisations incorporelles car la valeur de la participation a déjà été entièrement amortie.

### **Dépréciations de valeur**

Un contrat de bail à long terme a été réévalué, ce qui a nécessité une régularisation à hauteur de 20 millions de CHF avec incidence sur le résultat.

Sous l'effet d'un affinement de la méthode de calcul de la valeur de rendement, il a été procédé à une correction de valeur par objet du parc immobilier à hauteur de 72 millions de CHF.

### **Impôts**

Des impôts différés à hauteur de 17 millions de CHF pour pertes reportées à faire valoir auprès du fisc ont été activés.

Des pertes reportées à hauteur de 38 millions de CHF (année précédente: 34 millions de CHF) pouvant être fiscalement prises en compte ne sont pas activées.

### **Goodwill**

Le goodwill payé lors de l'augmentation de 5,75 % de la participation dans Bell Holding AG a été imputé directement sur les fonds propres.

La part des entités associées au goodwill s'élève à 118 millions de CHF (année précédente: 65 millions de CHF). L'augmentation s'explique principalement par l'acquisition de Palink UAB.

### **Informations sur l'évaluation des risques**

Le groupe Coop dispose d'un système standardisé de gestion des risques dans le cadre duquel son exposition aux risques est réévaluée tous les trois ans. Lors de la dernière réévaluation complète qui a eu lieu en 2006, les principaux risques et les principaux scénarios qui en découlent ont été identifiés, analysés et estimés par la Direction générale de Coop en présence du président du Conseil d'administration, et des mesures ont été définies en conséquence. Les résultats de cette réévaluation des risques et les mesures définies ont été approuvés par le Conseil d'administration dans sa séance du 26 septembre 2006.

Ces mesures sont soumises à un processus de controlling. La Direction générale fait chaque année le point sur le niveau d'application de celles parallèlement à une évaluation de l'exposition aux risques. Le Conseil d'administration est ensuite informé des délibérations.

Les évaluations annuelles institutionnalisées de la qualité du Système de contrôle interne au niveau des processus de gestion incluent une évaluation des risques opérationnels et des risques liés à l'élaboration des rapports financiers et aux exigences de conformité. Quelques filiales et entités associées disposent de leur propre système de contrôle interne.

### **Événements postérieurs à la date du bilan**

Le Conseil d'administration a approuvé les comptes consolidés le 11 février 2009. Ceux-ci seront soumis à l'approbation de l'Assemblée des délégués le 23 avril 2009 (Swiss GAAP RPC RC/28).

Coop et le groupe Rewe élargissent leur collaboration dans le domaine du commerce de gros dans la restauration et ont convenu de fonder sous le nom de transGourmet Holding S.E. une joint venture 50/50 avec siège à Neu-Isenburg, Allemagne. La société transGourmet Management AG qui sera intégrée dans cette joint venture aura son siège à Dietikon, Suisse. Il est prévu de transférer les entreprises FEGRO / SELGROS et Rewe GVS / Stöver ainsi que le groupe transGourmet Suisse actuel dans l'entreprise commune. Les autorités suisse et européenne de la concurrence ont donné leur aval à la création de cette joint venture. Le closing a eu lieu le 8 janvier 2009.

Coop acquerra mi-janvier 2009 la totalité du capital de Parking Pré Bournoud SA.

En tant que partenaire principal de Tropenhaus Wolhusen AG (maison tropicale de Wolhusen), Coop a décidé de se réserver le droit de participer à l'augmentation de capital. Le délai de souscription a été fixé à début 2009.

## Explications concernant le compte de résultat consolidé

	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
Produit net Alimentaire	10 642	9 591
Produit net Non-alimentaire	7 629	6 221
<b>1 Produit net résultant de livraisons et de prestations par secteur</b>	<b>18 271</b>	<b>15 812</b>
Région Suisse romande	3 837	3 279
Région Berne	2 529	2 146
Région Nord-Ouest de la Suisse	3 187	2 916
Région Suisse centrale-Zurich	4 013	3 436
Région Suisse orientale-Tessin	3 293	2 880
Siège / Production	1 413	1 155
<b>1 Produit net résultant de livraisons et de prestations</b>	<b>18 271</b>	<b>15 812</b>
Autres produits d'exploitation	534	502
Loyers perçus sur immeubles d'exploitation	149	149
Prestations propres activées	1	1
Variation des stocks de produits finis ou semi-finis	-0	4
<b>2 Autres produits d'exploitation</b>	<b>684</b>	<b>656</b>
Salaires / Honoraires	-2 391	-2 132
Charges sociales	-518	-451
Taux des charges sociales en %	21.7	21.1
Autres frais de personnel	-108	-94
<b>3 Frais de personnel</b>	<b>-3 017</b>	<b>-2 676</b>
Loyers	-560	-488
Frais de bureau et d'administration	-162	-140
Taxes et assurances-choses	-67	-61
Impôts d'exploitation	-16	-13
Entretien et acquisitions de remplacement	-235	-223
Energie et matériel d'exploitation	-291	-254
Charges diverses	-402	-363
<b>4 Autres charges d'exploitation</b>	<b>-1 734</b>	<b>-1 542</b>
Goodwill	-215	-109
Autres valeurs incorporelles	-48	-29
<b>Amortissements sur valeurs incorporelles</b>	<b>-263</b>	<b>-138</b>
Mobilier, véhicules, machines	-288	-269
Immeubles	-352	-403
<b>Amortissements sur immobilisations corporelles</b>	<b>-641</b>	<b>-672</b>
Immobilisations financières	-0	-0
<b>5 Amortissements</b>	<b>-904</b>	<b>-810</b>

	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
Gains de cours et dividendes	11	58
Pertes de cours sur titres	-46	-16
<b>Résultat des évaluations de cours</b>	<b>-35</b>	<b>42</b>
Gains de change	97	55
Pertes de change	-91	-50
<b>Résultat des comptabilisations en monnaies étrangères</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
Autres intérêts perçus	26	22
Charges d'intérêts et autres charges financières	-126	-92
<b>Résultat des opérations d'intérêts</b>	<b>-100</b>	<b>-70</b>
<b>6 Résultat financier</b>	<b>-129</b>	<b>-23</b>
Gains de cours et dividendes	11	58
Gains de change	97	55
Autres intérêts perçus	26	22
<b>Produit financier</b>	<b>135</b>	<b>136</b>
Pertes de cours sur titres	-46	-16
Pertes de change	-91	-50
Charges d'intérêts et autres charges financières	-126	-92
<b>Charges financières</b>	<b>-263</b>	<b>-159</b>
<b>6 Résultat financier</b>	<b>-129</b>	<b>-23</b>
Rendement locatif	5	8
Gains réalisés sur cessions d'actifs immobilisés	46	35
Dissolution de provisions qui ne sont plus nécessaires		
Dissolution de provisions pour frais de restructuration et d'intégration		
Autres produits hors exploitation	16	2
<b>Produit hors exploitation</b>	<b>68</b>	<b>44</b>
Constitution de provisions pour frais de restructuration et d'intégration		
Constitution de provisions	-0	
Charges hors exploitation	-31	-12
Autres charges immobilières hors exploitation	-6	-10
<b>Charges hors exploitation</b>	<b>-37</b>	<b>-22</b>
<b>7 Résultat hors exploitation</b>	<b>31</b>	<b>22</b>
Produits exceptionnels	5	
Charges exceptionnelles	-2	-86
<b>8 Résultat exceptionnel</b>	<b>4</b>	<b>-86</b>
Impôts sur les bénéfices	-95	-54
Impôts différés sur les bénéfices	-37	-20
<b>9 Impôts</b>	<b>-132</b>	<b>-74</b>

## Explications concernant le bilan consolidé

	Mio. de CHF						
	2008	2007					
Liquidités	430	241					
Chèques Reka	21	21					
Dépôts à terme	125	53					
<b>10 Liquidités</b>	<b>576</b>	<b>315</b>					
Créances résultant de livraisons et de prestations	494	424					
Moins 1 % pour dépréciation de valeur	-5	-4					
Créances sur entités associées	13	14					
<b>11 Créances résultant de livraisons et de prestations</b>	<b>501</b>	<b>434</b>					
Autres créances	114	92					
Acomptes aux fournisseurs	15	19					
Autres créances sur entités associées	6	26					
<b>12 Autres créances à court terme</b>	<b>134</b>	<b>137</b>					
Comptes de régularisation actifs	199	216					
Comptes de régularisation actifs sur entités associées	19	9					
<b>13 Comptes de régularisation actifs</b>	<b>219</b>	<b>224</b>					
Biens commerciaux	1 689	1 650					
Produits finis (production)	98	74					
Produits semi-finis, produits en cours de fabrication	34	33					
Matières premières	98	86					
Matériel auxiliaire et matériel d'emballage.	27	17					
Acomptes aux fournisseurs	13	17					
Correction de valeur stocks	-95	-89					
<b>14 Stocks</b>	<b>1 865</b>	<b>1 788</b>					
	Goodwill	Brevets / Licences	Marques	Logiciel	Autres valeurs incorporelles	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
<b>Valeur nette au 1.1</b>	<b>537</b>	<b>0</b>	<b>419</b>	<b>48</b>	<b>13</b>	<b>1 017</b>	<b>378</b>
Valeur d'acquisition au 1.1	870	2	483	132	71	1 559	797
Modifications dans le périmètre de consolidation	0	0	13	7	1	21	1
Investissements	495	0		20	5	520	775
Désinvestissements				-14	-0	-14	-17
Impact de variations monétaires	-9	-0	-1	-0		-9	0
Reclassifications	0			-1	-1	-2	2
<b>Valeur d'acquisition au 31.12</b>	<b>1 358</b>	<b>2</b>	<b>495</b>	<b>144</b>	<b>76</b>	<b>2 075</b>	<b>1 559</b>
Amortissements cumulés au 1.1	-334	-2	-64	-84	-58	-542	-419
Modifications dans le périmètre de consolidation		-0		-5	-0	-6	-0
Amortissements planifiés	-152	-0	-24	-22	-2	-200	-86
Amortissements non planifiés	-63					-63	-53
Amortissements cumulés sur désinvestissements				14	0	14	17
Impact de variations monétaires	0	0	0	0	0	0	-0
Reclassifications				-0	0		-1
<b>Amortissements cumulés au 31.12</b>	<b>-548</b>	<b>-2</b>	<b>-89</b>	<b>-97</b>	<b>-60</b>	<b>-796</b>	<b>-542</b>
<b>15 Valeurs incorporelles au 31.12</b>	<b>809</b>	<b>0</b>	<b>407</b>	<b>47</b>	<b>16</b>	<b>1 279</b>	<b>1 017</b>

	Réserve de cotisations de l'employeur	Placements financiers en banque	Autres placements financiers	Impôts différés actifs	Entités associées	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
Valeur nette au 1.1	20	0	326		38	384	455
Modifications dans le périmètre de consolidation			0	2		2	7
Augmentation	0	0	88	15	121	224	56
Diminution	-4		-6			-10	-114
Corrections de valeur			-0		2	2	-20
Impact de variations monétaires		-0	-18	-0	0	-18	
Reclassifications							
<b>16 Immobilisations financières au 31.12</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>389</b>	<b>17</b>	<b>162</b>	<b>584</b>	<b>384</b>

Prêts à des entités associées	288	223
Créances immobilières tiers	1	2
Prêts à des tiers	34	35
Autres immobilisations financières tiers	66	66
<b>Autres immobilisations financières</b>	<b>389</b>	<b>326</b>

	Mobilier / Outillages	Véhicules	Informatique	Machines / Equipement	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
<b>Valeur nette au 1.1</b>	<b>797</b>	<b>67</b>	<b>103</b>	<b>325</b>	<b>1 293</b>	<b>1 245</b>
Valeur d'acquisition au 1.1	1 626	163	316	837	2 941	2 792
Modifications dans le périmètre de consolidation	29	4	20	96	149	87
Investissements	161	28	47	67	303	253
Désinvestissements	-146	-19	-34	-35	-234	-199
Impact de variations monétaires	-2	-0	-0	-8	-10	0
Reclassifications	2	1	7	-14	-5	8
<b>Valeur d'acquisition au 31.12</b>	<b>1 669</b>	<b>177</b>	<b>355</b>	<b>943</b>	<b>3 144</b>	<b>2 941</b>
Amortissements cumulés au 1.1	-828	-97	-212	-512	-1 649	-1 548
Modifications dans le périmètre de consolidation	-22	-3	-17	-75	-119	-45
Amortissements planifiés	-167	-19	-46	-56	-288	-269
Amortissements non planifiés						
Amortissements cumulés sur désinvestissements	145	18	34	36	232	196
Impact de variations monétaires	2	0	0	6	8	-0
Reclassifications	1	-0	0	0	1	17
<b>Amortissements cumulés au 31.12</b>	<b>-870</b>	<b>-101</b>	<b>-242</b>	<b>-601</b>	<b>-1 814</b>	<b>-1 649</b>
<b>17 Mobilier, véhicules, machines au 31.12</b>	<b>799</b>	<b>76</b>	<b>113</b>	<b>342</b>	<b>1 330</b>	<b>1 293</b>

	Terrains non bâtis	Installations	Terrains et bâtiments	Terrains et bâtiments hors expl.	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
<b>Valeur nette au 1.1</b>	<b>39</b>	<b>955</b>	<b>4 995</b>	<b>155</b>	<b>6 143</b>	<b>6 400</b>
Valeur d'acquisition au 1.1	42	1 736	7 476	292	9 546	9 458
Modifications dans le périmètre de consolidation	0	46	468		514	-4
Investissements	5	108	263	3	378	303
Désinvestissements	-0	-78	-147	-141	-365	-216
Impact de variations monétaires	-0	-2	-13	-0	-15	1
Reclassifications		21	-17	2	6	5
<b>Valeur d'acquisition au 31.12</b>	<b>47</b>	<b>1 831</b>	<b>8 031</b>	<b>155</b>	<b>10 064</b>	<b>9 546</b>
Amortissements cumulés au 1.1	-4	-781	-2 482	-137	-3 403	-3 058
Modifications dans le périmètre de consolidation	0	-23	-162		-185	-5
Amortissements planifiés		-118	-215	-4	-337	-322
Amortissements non planifiés			-18		-18	-87
Amortissements cumulés sur désinvestissements		73	95	68	235	101
Impact de variations monétaires	0	1	4	0	5	-0
Reclassifications		0	0	-1	-1	-31
<b>Amortissements cumulés au 31.12</b>	<b>-4</b>	<b>-848</b>	<b>-2 778</b>	<b>-74</b>	<b>-3 704</b>	<b>-3 403</b>
<b>18 Immeubles au 31.12</b>	<b>44</b>	<b>984</b>	<b>5 253</b>	<b>81</b>	<b>6 361</b>	<b>6 143</b>

<b>Constructions en cours (comprises dans la position «Terrains et bâtiments»)</b>	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
<b>Valeur nette au 1.1</b>	<b>29</b>	<b>61</b>
Valeur d'acquisition au 1.1	29	61
Modifications dans le périmètre de consolidation	9	
Investissements	50	24
Désinvestissements		-3
Impact de variations monétaires	-0	0
Inscriptions à l'actif du bilan	-20	-53
Reclassifications		
<b>Valeur d'acquisition au 31.12</b>	<b>67</b>	<b>29</b>
Amortissements cumulés au 1.1		
Modifications dans le périmètre de consolidation		
Amortissements planifiés		
Amortissements non planifiés		
Amortissements cumulés sur désinvestissements		
Reclassifications		
<b>Amortissements cumulés au 31.12</b>		
<b>Constructions en cours au 31.12</b>	<b>67</b>	<b>29</b>
<b>Valeur comptable des actifs mis en gage pour garantir des dettes</b>	<b>132</b>	<b>259</b>
<b>Dettes garanties</b>	<b>16</b>	<b>31</b>

	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
Dettes résultant de livraisons et de prestations	1 078	975
Dettes envers des entités associées	18	13
<b>19 Dettes résultant de livraisons et de prestations</b>	<b>1 096</b>	<b>988</b>

Comptes courants	17	14
Prêts bancaires	381	489
Autres dettes financières à court terme	647	295
Autres dettes à court terme envers des entités associées		1
Part à court terme des dettes financières à long terme	961	647
<b>20 Dettes financières à court terme</b>	<b>2 006</b>	<b>1 445</b>

Bons d'achat en circulation	11	13
Acomptes de clients	169	158
Autres impôts	193	170
Autres dettes à court terme	28	21
<b>21 Autres dettes à court terme non soumises à intérêts</b>	<b>401</b>	<b>361</b>

	Prév. du personnel	Restructu- rations	Supercard	Autres provisions	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
Provisions à court terme au 1.1	26	3	85	36	149	100
Modifications dans le périmètre de consolidation	6			22	28	
Constitution de provisions	24		73	24	120	139
Utilisation de provisions	-26	-2	-73	-21	-122	-96
Dissolution de provisions qui ne sont plus nécessaires		-1		-4	-5	-4
Reclassifications	3		-12	1	-8	10
Impact de variations monétaires	-0			-1	-2	
<b>22 Provisions à court terme au 31.12</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>73</b>	<b>55</b>	<b>160</b>	<b>149</b>

	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
Comptes de régularisation passifs	546	502
Comptes de régularisation passifs sur entités associées	4	4
<b>23 Comptes de régularisation passifs</b>	<b>550</b>	<b>505</b>

			Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
<b>Comptes de dépôts et livrets d'épargne</b>				
<b>Obligations de caisse</b>				
Coop	1999–2009	4 %	250	
Coop	2004–2011	2¾ %	250	
Coop	2005–2012	2½ %	250	
Coop	2007–2010	3⅛ %	175	
Coop	2008–2013	3½ %	150	
<b>Emprunts</b>			<b>1 075</b>	<b>1 250</b>
Prêts bancaires			397	132
Hypothèques			13	42
Autres prêts			169	159
Dettes au titre de la prévoyance du personnel			0	0
Part à court terme des dettes financières à long terme			-961	-647
<b>24 Dettes financières à long terme</b>			<b>1 966</b>	<b>2 089</b>

	Prév. du personnel	Restruc- turations	Impôts différés	Supercard	Autres provisions	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
<b>Provisions à long terme au 1.1</b>	<b>61</b>		<b>642</b>	<b>148</b>	<b>97</b>	<b>948</b>	<b>929</b>
Modifications dans le périmètre de consolidation	-0		17		6	22	23
Constitution de provisions	12		64	84	38	199	121
Utilisation de provisions	-0			-74	-12	-87	-111
Dissolution de provisions qui ne sont plus nécessaires			-9		-2	-12	-4
Reclassifications	-2			12	-2	8	-10
Impact de variations monétaires	-0		-0		-1	-1	0
<b>25 Provisions à long terme au 31.12</b>	<b>71</b>		<b>714</b>	<b>170</b>	<b>124</b>	<b>1 078</b>	<b>948</b>

	Mio. de CHF 2008	Mio. de CHF 2007
<b>Personnel</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
Taxe sur la valeur ajoutée	45	53
Points de vente	39	34
Affaires juridiques	7	5
Divers	82	35
<b>Autres provisions (à court et à long terme)</b>	<b>179</b>	<b>132</b>
<b>Autres provisions à court terme</b>	<b>55</b>	<b>36</b>
<b>Autres provisions à long terme</b>	<b>124</b>	<b>97</b>
<b>Autres provisions (à court et à long terme)</b>	<b>179</b>	<b>132</b>
<b>Dettes financières à court terme</b>	<b>2 006</b>	<b>1 445</b>
<b>Dettes financières à long terme</b>	<b>1 966</b>	<b>2 089</b>
<b>Dettes financières</b>	<b>3 971</b>	<b>3 534</b>
Fonds étrangers non soumis à intérêts	3 286	2 951
<b>26 Fonds étrangers</b>	<b>7 257</b>	<b>6 485</b>
<b>Dettes financières</b>	<b>3 971</b>	<b>3 534</b>
Liquidités	-576	-315
<b>Dettes financières nettes</b>	<b>3 395</b>	<b>3 219</b>

## Explications concernant le tableau de financement consolidé

	Mio. de CHF 2008		Mio. de CHF 2007	
Investissements immobilisations incorporelles	-24		-24	
Investissements mobilier, véhicules, machines	-299		-253	
Investissements immeubles	-382		-302	
Prestations propres	-1	-707	-1	-579
Désinvestissements immobilisations incorporelles				
Désinvestissements mobilier, véhicules, machines	3		3	
Désinvestissements immeubles	175	178	149	152
Reclassification immobilisations incorporelles	-2			
Reclassification mobilier, véhicules, machines	-3			
Reclassification immeubles	5	-0		
<b>Investissements nets immobilisations corporelles</b>		<b>-529</b>		<b>-427</b>
Investissements participations	-833		-973	
Investissements immobilisations financières / titres	-200	-1 033	-86	-1 059
Désinvestissements participations	7		14	
Désinvestissements immobilisations financières / titres	79		121	
Reclassification immobilisations financières / titres		86		135
<b>27 Flux de fonds découlant de l'activité d'investissement</b>		<b>-1 476</b>		<b>-1 351</b>

Investissements immobilisations incorporelles	-24		-24	
Investissements mobilier, véhicules, machines	-299		-253	
Investissements immeubles	-382		-302	
Investissements participations	-833		-973	
Investissements immobilisations financières / titres	-200		-86	
Prestations propres	-1	-1 740	-1	-1 638
Désinvestissements immobilisations incorporelles				
Désinvestissements mobilier, véhicules, machines	3		3	
Désinvestissements immeubles	175		149	
Désinvestissements participations	7		14	
Désinvestissements immobilisations financières / titres	79	264	121	288
Reclassification immobilisations incorporelles	-2			
Reclassification mobilier, véhicules, machines	-3			
Reclassification immeubles	5			
Reclassification immobilisations financières / titres		-0		
<b>27 Flux de fonds découlant de l'activité d'investissement</b>		<b>-1 476</b>		<b>-1 351</b>

### Autres indications complémentaires nécessaires selon les normes Swiss GAAP RPC 4/7

Dépenses pour intérêts		108	84
Recettes pour intérêts		74	37
Produits des participations		88	10
Dépenses pour impôts sur les bénéfices		64	34

## Autres indications relatives aux comptes annuels consolidés

<b>Engagements de prévoyance</b>	Valeur nominale	Stock	Stock	Variations dans les charges	
Réserve de cotisations de l'employeur (RCE)		31.12.2008	31.12.2007	2008	2007
Fonds patronaux / Institutions de prévoyance patronales	2	2	4	2	10
Institutions de prévoyance	13	13	10	2	73
<b>RCE</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>83</b>
<b>Excédent de couverture / découvert</b>					
	Excédent de	Partie Coop	Partie Coop		
	couverture / découvert				
Fonds patronaux / Institutions de prévoyance patronales		6	9	0	10
Institutions de prévoyance sans excédent de couverture / découvert					182
Institutions de prévoyance en découvert	-615			218	
Institutions de prévoyance avec excédent de couverture			3		2
<b>Avantage économique / engagement économique et charges de prévoyance</b>	<b>-615</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>218</b>	<b>194</b>
				Mio. de CHF	Mio. de CHF
				2008	2007
<b>Cotisations à des institutions de prévoyance</b>					
Cotisations réglementaires des salariés				101	85
Cotisations réglementaires de l'employeur				218	184
Engagements au titre des institutions de prévoyance du personnel dont garanties par hypothèques				0	0
<b>Cautionnements</b>					
Garanties bancaires en faveur de tiers				38	42
<b>Valeur d'assurance incendie</b>					
Immobilisations corporelles				12 581	11 788
<b>Engagements résultant des contrats de bail et de superficie à long terme par échéances</b>					
2008					438
2009				492	429
2010				486	406
2011				454	315
2012-2014				1 163	931
> 2014				2 763	1 722
<b>Conversion des monnaies étrangères</b>					
				2008	2007
Pour la clôture annuelle, les monnaies étrangères ont été converties aux cours suivants:					
Bilan: taux de change de fin d'année					
EUR 1				1.490	1.655
HKD 1				0.138	0.145
USD 1				1.070	1.125
GBP 1				1.560	2.260
JPY 100				1.175	1.010
Compte de résultat: taux de change moyens de l'année					
EUR 1				1.579	1.646
HKD 1				0.138	0.153
USD 1				1.077	1.194
GBP 1				1.978	2.398
JPY 100				1.052	1.016

Opérations hors bilan Instruments dérivés ouverts	But	Valeurs de contrat		Valeurs actifs		Valeurs passifs	
		Mio. de CHF	Mio. de CHF	Mio. de CHF	Mio. de CHF	Mio. de CHF	Mio. de CHF
		2008	2007	2008	2007	2008	2007
Devises	Couverture	1 520	150	8		-8	1
Taux d'intérêt	Couverture / Négoce	150		15	0		
Instruments de fonds propres	Autres buts	145	109				
Autres valeurs de base	Couverture	400	665	3	2	-2	1

#### Transactions avec des parties liées (comprises dans le compte de résultat)

Entreprises évaluées selon la méthode de mise en équivalence	Mio. de CHF	Mio. de CHF
	2008	2007
Produits nets	204	189
Loyers sur immeubles d'exploitation	3	4
Autres produits d'exploitation	30	23
Intérêts perçus	17	11
Charges de matières	193	126
Frais de bureau et d'administration	1	5
Taxes		11
Charges locatives		
Frais de publicité	2	3
Charges diverses	16	1

#### Principaux éléments d'entités acquises

##### Coop

Distributis AG		
Stocks	68	
Immobilisations corporelles	108	
Fonds étrangers à court terme	55	
Fonds étrangers à long terme	105	
Distributis Moncor SA		
Stocks	18	
Immobilisations corporelles	14	
Fonds étrangers à court terme	30	
Palink UAB (groupe IKI)		
Stocks	63	
Immobilisations corporelles	120	
Fonds étrangers à court terme non soumis à intérêts	137	
Dipl. Ing. Fust AG		
Stocks		202
Immobilisations corporelles		46
Fonds étrangers à court terme non soumis à intérêts		151
Hobby AG		
Liquidités	5	
Stocks	4	
Immobilisations corporelles	14	
Fonds étrangers	6	

	Mio. de CHF	Mio. de CHF
	2008	2007
<b>Bell Holding SA</b>		
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG		
Liquidités et créances	46	
Stocks	16	
Immobilisations corporelles	116	
Dettes financières	27	
<b>SAS Salaison Polette &amp; Cie</b>		
Liquidités et créances	15	
Stocks	11	
Immobilisations corporelles	31	
Dettes financières	19	
<b>Principaux éléments d'entités vendues</b>		
Complexe de Chêne Bourg SA (A, C et D)		
Immeubles		-14
Alcoba Distribution SA		
Stocks	-5	
Immobilisations corporelles	-9	
Fonds étrangers	-18	

## Périmètre de consolidation Coop

au 31.12		Part du capital détenue par le groupe en %	Capital 31.12.2008 Mio. de CHF	Consolidation <sup>1</sup>
<b>Coop</b>	<b>Basel</b>			
<b>Bell Holding AG</b>	<b>Basel</b>	<b>66.29</b>	<b>2.0</b>	<b>I</b>
Bell AG	Basel	100.00	20.0	I
Bell Deutschland GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 0.0	I
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG	DE-Bochum	100.00	€ 28.1	I
Feine Kost Böttcher GmbH & Co. KG	DE-Bochum	100.00	€ 2.8	I
ZIMBO International GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 1.8	I
ZIMBO Polska Sp. z o.o.	PL-Wolsztyn	100.00	PLN 0.5	I
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	99.50	HUF 200.0	I
Interfresh Food Retail Easteurope GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 0.1	I
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Reg	70.00	CZK 10.0	I
Árpád Hentesaru Kft.	HU-Perbal	90.00	HUF 192.5	I
Abraham GmbH	DE-Seevetal	75.00	€ 0.1	P
Abraham Schinken GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	100.00	€ 0.4	P
Gebr. Abraham GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	100.00	€ 1.8	P
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	100.00	€ 0.3	P
Abraham Polska Sp. z o.o.	PL-Warschau	100.00	PLN 0.1	P
Sanchez Alcaraz S.L.	ES-Casarrubios	80.00	€ 0.6	P
Bell France SAS	FR-Kingersheim	100.00	€ 10.0	I
SAS Salaison Polette & Cie	F-Teilhède	100.00	€ 2.6	I
SARL Saloir de Mirabel	FR-Riom	100.00	€ 0.2	I
SAS Val de Lyon	FR-Saint-Symphorien-sur-Coise	100.00	€ 0.8	I
SAS Saloir de Virieu	FR-Virieu-Le-Grand	100.00	€ 1.2	I
SAS Maison de Savoie	FR-Aime	100.00	€ 1.6	I
Centravo AG	Zürich	29.80 <sup>2</sup>	2.4	E
Frigo St. Johann AG	Basel	100.00	2.0	I
Maurer Frères SA	FR-Kingersheim	50.00	€ 1.0	I
SBA Schlachtbetrieb Basel AG	Basel	48.00	0.3	E
Betty Bossi Verlag AG	Zürich	50.00	0.2	E
BG Rosengarten Solothurn AG	Solothurn	62.00	0.1	I
CAG Verwaltungs AG	Basel	100.00	1.0	I
Centre de formation «du Leman»	Jongny	100.00	0.0	I
Coop Bildungszentrum	MuttENZ	100.00	0.4	I
Coop Immobilien AG	Bern	100.00	855.4	I
Coop-ITS-Travel AG	Wollerau	50.00	0.5	E
Coop Mineraloel AG	Allschwil	51.00	10.0	I
Tanklager Rothenburg AG	Rothenburg	33.33	1.7	E
Coop Switzerland Far East Ltd.	HK-Hongkong	100.00	HKD 0.1	I
Coop Vitality AG	Bern	51.00	5.0	I
Coopernic SCRL	BE-Bruxelles	20.00	€ 0.8	E
Dipl. Ing. Fust AG	Oberbüren	100.00	10.0	I
Service 7000 AG	Netstal	50.10	1.6	I
Distributis AG	Dietlikon	100.00	7.5	I
Distributis Moncor SA	Villars-sur-Glâne	100.00	3.0	I
Eschenmoser AG	Basel	100.00	0.1	I
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	50.00	€ 0.2	E
Eurogroup S.r.L.	IT-Scafati	25.00	€ 0.0	E
Eurogroup Far East Ltd.	HK-Hongkong	33.30	HKD 0.0	E
HiCoPain AG	Dagmersellen	40.00	20.0	E
Hobby AG	Heimberg	100.00	0.3	I
Palink UAB	LT-Vilnius	20.00	LT 12.4	E
Panflor AG	Zürich	100.00	0.1	I
PG Immobilien SA	Basel	100.00	2.5	I
Swisscare GmbH	DE-Konstanz	100.00	€ 0.0	I
tooMax-x Handelsgesellschaft m.b.H.	DE-Köln	25.00	€ 0.3	E

au 31.12		Part du capital détenue par le groupe en %	Capital 31.12.2008 Mio. de CHF	Consolidation <sup>1</sup>
<b>transGourmet Schweiz AG</b>	<b>Basel</b>	<b>50.00</b>	<b>66.5</b>	<b>E</b>
Grossopanel AG	Stans	39.80	0.1	E
Valentin Pontresina AG	Pontresina	50.00	0.5	E
Howag Gastroservice Zermatt AG	Zermatt	35.00	0.1	E
growa.com ag	Basel	100.00	0.1	I
howeg.com ag	Basel	100.00	0.1	I
prodega.com ag	Basel	100.00	0.1	I
transGourmet.com ag	Basel	100.00	0.1	I
transGourmet France SAS (Groupe)	FR-Orly	100.00	€ 252.5	I
<b>Tropenhaus Frutigen AG</b>	<b>Frutigen</b>	<b>40.00</b>	<b>5.0</b>	<b>E</b>
<b>Tropenhaus Wolhusen AG</b>	<b>Gettnau</b>	<b>40.00</b>	<b>3.3</b>	<b>E</b>
<b>TT Immobilien AG</b>	<b>Oberentfelden</b>	<b>100.00</b>	<b>10.0</b>	<b>I</b>
<b>Waro AG</b>	<b>Basel</b>	<b>100.00</b>	<b>0.1</b>	<b>I</b>

<sup>1</sup> I = Société intégralement consolidée

E = Société consolidée selon la méthode de mise en équivalence

P = immobilisation financière pour l'année en cours, reclassification et consolidation l'année suivante

<sup>2</sup> Part des actions en circulation dans le capital

Rapport de l'organe de révision  
à l'Assemblée des délégués de  
Coop Société Coopérative  
Bâle

### Rapport de l'organe de révision sur les comptes consolidés

En notre qualité d'organe de révision, nous avons effectué l'audit des comptes consolidés ci-joints de Coop Société Coopérative, comprenant le compte de résultat, le bilan, le tableau de financement, le tableau de variation des capitaux propres et l'annexe reproduits aux pages 66 – 87 pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2008.

#### *Responsabilité du Conseil d'administration*

La responsabilité de l'établissement des comptes consolidés, conformément aux Swiss GAAP RPC et aux dispositions légales, incombe au Conseil d'administration. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le maintien d'un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes consolidés afin que ceux-ci ne contiennent pas d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. En outre, le Conseil d'administration est responsable du choix et de l'application de méthodes comptables appropriées ainsi que des estimations comptables adéquates.

#### *Responsabilité de l'organe de révision*

Notre responsabilité consiste, sur la base de notre audit, à exprimer une opinion sur les comptes consolidés. Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes d'audit suisses. Ces normes requièrent de planifier et réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les comptes consolidés ne contiennent pas d'anomalies significatives.

Un audit inclut la mise en œuvre de procédures d'audit en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les informations fournies dans les comptes consolidés. Le choix des procédures d'audit relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation des risques que les comptes consolidés puissent contenir des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes consolidés pour définir les procédures d'audit adaptées aux circonstances, et non pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. Un audit comprend, en outre, une évaluation de l'adéquation des méthodes comptables appliquées, du caractère plausible des estimations comptables effectuées ainsi qu'une appréciation de la présentation des comptes consolidés dans leur ensemble. Nous estimons que les éléments probants recueillis constituent une base suffisante et adéquate pour former notre opinion d'audit.

*Opinion d'audit*

Selon notre appréciation, les comptes consolidés pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2008 donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats en conformité avec les Swiss GAAP RPC et sont conformes à la loi suisse.

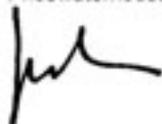
**Rapport sur d'autres dispositions légales**

Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément conformément à la loi sur la surveillance de la révision (LSR) et d'indépendance (art. 906 CO en relation avec l'art. 728 CO) et qu'il n'existe aucun fait incompatible avec notre indépendance.

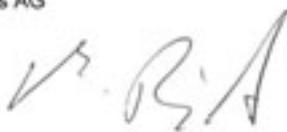
Conformément à l'art. 906 CO en relation avec l'art. 728a al. 1 chiffre 3 CO et à la Norme d'audit suisse 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes consolidés, défini selon les prescriptions du Conseil d'administration.

Nous recommandons d'approuver les comptes consolidés qui vous sont soumis.

PricewaterhouseCoopers AG



Dr. Rodolfo Gerber  
Expert-réviseur  
Réviseur responsable



Matthias Rist  
Expert-réviseur

Bâle, 11 février 2009

## ADRESSES

Au 1<sup>er</sup> avril 2009

### Coop Siège

**Présidence de la Direction générale**  
**Direction Retail**  
Hansueli Loosli

**Direction Marketing / Achats**  
Jürg Peritz

**Direction Finances et Services**  
Hans Peter Schwarz

Coop  
Thiersteinallee 12  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tél. 061 336 66 66  
Fax 061 336 60 40

**Direction Trading**  
Rudolf Burger

Coop  
Direktion Trading  
Postfach  
5600 Lenzburg 1  
Tél. 062 885 91 91  
Fax 062 885 92 16

**Direction Logistique**  
Leo Ebnetter

Coop  
Direktion Logistik  
Industriestrasse 109  
Postfach  
9201 Gossau  
Tél. 071 388 44 11  
Fax 071 388 46 42

**Direction Immobilier**  
Jean-Marc Chapuis

Coop  
Direktion Immobilien  
Kasparstrasse 7  
Postfach  
3027 Bern  
Tél. 031 998 64 00  
Fax 031 998 64 96

### Régions Coop

**Suisse romande**  
Coop  
Région Suisse romande  
Chemin du Chêne 5  
Case postale 518  
1020 Renens  
Tél. 021 633 41 11  
Fax 021 633 42 11

**Berne**  
Coop  
Region Bern  
Riedbachstrasse 165  
Postfach  
3001 Bern  
Tél. 031 980 91 11  
Fax 031 980 96 26

**Nord-Ouest de la Suisse**  
Coop  
Region Nordwestschweiz  
Güterstrasse 190  
Postfach 2575  
4002 Basel  
Tél. 061 327 75 00  
Fax 061 327 75 65

**Suisse centrale-Zurich**  
Coop  
Region Zentralschweiz-Zürich  
Reservatstrasse 1  
Postfach  
8953 Dietikon  
Tél. 044 275 44 11  
Fax 044 275 40 13

**Suisse orientale-Tessin**  
Coop  
Region Ostschweiz  
Industriestrasse 109  
Postfach  
9201 Gossau  
Tél. 071 388 44 11  
Fax 071 388 44 39

**Coop**  
Regione Ticino  
Via Industria  
Casella postale 173  
6532 Castione  
Tél. 091 822 35 35  
Fax 091 822 35 36

### Filiales

**Coop Mineraloel AG**  
Hegenheimermattweg 65  
Postfach  
4123 Allschwil 1  
Tél. 061 485 41 41  
Fax 061 482 03 66  
www.coop-mineraloel.ch

**Coop Vitality AG**  
Untermattweg 8  
Postfach  
3001 Bern  
Tél. 058 852 86 22  
Fax 058 852 86 30  
www.coopvitality.ch

**Dipl. Ing. Fust AG**  
Buchental 4  
Postfach  
9245 Oberbüren-Uzwil  
Tél. 071 955 50 50  
Fax 071 955 55 00  
www.fust.ch

**Bell AG**  
Elsässerstrasse 174  
Postfach  
4002 Basel  
Tél. 061 326 26 26  
Fax 061 322 10 84  
www.bell.ch

**Hobby AG**  
Blümlisalpstrasse 63  
3627 Heimberg  
Tél. 033 439 30 00  
Fax 033 439 30 03  
www.hobby-heimberg.ch

**transGourmet Holding S.E.**  
Thiersteinallee 12  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tél. 061 336 66 58  
Fax 061 336 66 69

**Coop-ITS-Travel AG**  
Industriestrasse 25  
8604 Volketswil  
Tél. 044 908 28 28  
Fax 044 908 28 30  
www.itscoop.ch

## Divisions

### **Interdiscount**

Division der Coop  
Bernstrasse 90  
3303 Jegenstorf  
Tél. 031 764 44 44  
Fax 031 764 44 00  
[www.interdiscount.ch](http://www.interdiscount.ch)

### **Toptip**

Division der Coop  
Köllikerstrasse 80  
5036 Oberentfelden  
Tél. 062 737 11 11  
Fax 062 737 11 12  
[www.toptip.ch](http://www.toptip.ch)

### **Import Parfumerie**

Division der Coop  
Rudolf Diesel-Strasse 25  
8400 Winterthur  
Tél. 052 234 34 34  
Fax 052 234 34 35  
[www.impo.ch](http://www.impo.ch)

### **Christ Uhren & Schmuck**

Division der Coop  
Rudolf Diesel-Strasse 25  
8400 Winterthur  
Tél. 052 234 48 48  
Fax 052 234 48 49  
[www.christ-swiss.ch](http://www.christ-swiss.ch)

### **Swissmill**

Division der Coop  
Postfach  
8037 Zürich  
Tél. 044 447 25 25  
Fax 044 447 25 88  
[www.swissmill.ch](http://www.swissmill.ch)

### **Chocolats Halba**

Division der Coop  
Alte Winterthurerstrasse 1  
Postfach 467  
8304 Wallisellen  
Tél. 044 877 10 10  
Fax 044 877 19 99  
[www.halba.ch](http://www.halba.ch)

### **Nutrex**

Division der Coop  
Juraweg 5  
3292 Busswil  
Tél. 032 386 79 11  
Fax 032 386 79 19  
[www.nutrex.ch](http://www.nutrex.ch)

### **CWK / SCS**

Division der Coop  
St. Gallerstrasse 180  
Postfach 53  
8411 Winterthur  
Tél. 052 234 44 44  
Fax 052 234 43 43  
[www.cwk-scs.ch](http://www.cwk-scs.ch)

### **Pasta Gala**

Division de la Coop  
Rue Docteur Yersin 10  
Case postale  
1110 Morges 1  
Tél. 021 804 93 00  
Fax 021 804 93 01  
[www.pastagala.ch](http://www.pastagala.ch)

### **Reismühle Brunnen**

Division der Coop  
Industriestrasse 1  
Postfach 460  
6440 Brunnen  
Tél. 041 825 30 00  
Fax 041 825 30 09  
[www.reismuehle.ch](http://www.reismuehle.ch)

### **Sunray**

Division der Coop  
Gallenweg 8  
4133 Pratteln  
Tél. 061 825 44 44  
Fax 061 825 46 88  
[www.sunray.ch](http://www.sunray.ch)



Les affirmations de ce rapport qui ne renvoient pas à des faits et chiffres réels sont des prévisions, qui ne sauraient être des garanties de performances futures. Toute prévision implique des risques et des incertitudes, notamment en ce qui concerne l'économie mondiale, les fluctuations des taux de change, les dispositions légales, la situation des marchés, les activités de la concurrence ainsi que d'autres facteurs sur lesquels l'entreprise n'a aucune influence.

Ce rapport est publié en allemand, français, italien et anglais, et peut être consulté sur notre site Internet, [www.coop.ch](http://www.coop.ch). Le texte allemand fait foi.

**Tirage**

10500 all. / 2500 fr. / 1000 it. / 1000 angl.

**Editeur**

Coop Société Coopérative  
Thiersteinallee 12  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tél. 061 336 66 66  
Fax 061 336 60 40  
[www.coop.ch](http://www.coop.ch)

**Adresse de commande**

Coop  
Info Service  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tél. 0848 888 444  
[www.coop.ch](http://www.coop.ch)

Conception: Trimedia, Zürich  
Réalisation: Victor Hotz AG, Steinhausen  
Photographie: Marius Born, Winterthur  
Photographie en studio: Marco Aste, Basel  
Impression: Birkhäuser+GBC AG, Reinach  
Reliure: Grollmund AG, Reinach



**Sources Mixtes**

Groupe de produits issu de forêts bien  
gérées et d'autres sources contrôlées.  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org) Cert no. SQS-COC-21279  
© 1996 Forest Stewardship Council

