

Gruppo Coop Rapporto di gestione 2015



Cifre indicative →

Principali cifre indicative

Fatturato complessivo

26.932 milioni di CHF

Ricavo netto

25.895 milioni di CHF

Ricavo netto Svizzera

19.252 milioni di CHF

Ricavo netto Estero

6643 milioni di CHF

Numero di punti
di vendita/mercati

1998 Commercio al dettaglio

215 Commercio all'ingrosso/
Produzione

Ricavo netto shop online

1212 milioni di CHF

+7,9%

Quota del patrimonio netto

47,6%

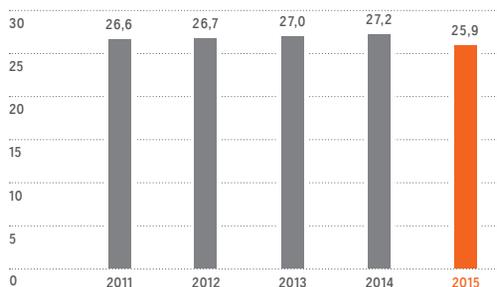
Utile netto

416 milioni di CHF

1,6% del ricavo netto

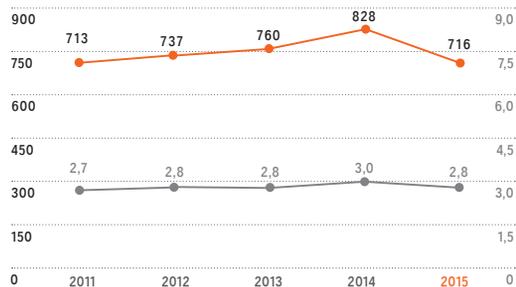
Ricavo netto

in miliardi di CHF



Risultato operativo (EBIT)

in milioni di CHF — in % del ricavo netto



Settori aziendali del Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2016



Gruppo Coop
Rapporto di gestione

2015

Introduzione	2-5
Relazione sulla situazione economica	6-51
Corporate Governance	52-68
Parte finanziaria	69-103

Prefazione

Una solida posizione in un mercato complesso

Hansueli Loosli e Joos Sutter



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

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

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

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

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

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

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

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



Hansueli Loosli
Presidente del
Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter
Presidente della Direzione generale

Gennaio

Transgourmet rileva Sump&Stammer
Transgourmet rileva la maggioranza di Sump&Stammer International Food Supply. L'azienda di Amburgo è specializzata nelle forniture per navi da crociera e catene alberghiere internazionali.

Abolizione della soglia minima di cambio con l'euro: Coop abbassa i prezzi
Coop è il primo rivenditore al dettaglio a reagire alla decisione della Banca Nazionale di abolire la soglia minima di cambio con l'euro. Coop esorta i suoi fornitori a trasferire integralmente i vantaggi legati al cambio e riduce dopo pochi giorni i prezzi di oltre 1000 prodotti importati. Entro fine anno i prezzi di circa 14.000 prodotti vengono ridotti.

Maggio

Bell rileva la maggioranza di Hilcona
Bell esercita l'opzione di acquisto per un altro 2% di Hilcona AG e diventa azionista di maggioranza con il 51%.

Transgourmet acquista EGV Unna AG
Transgourmet comunica che ad agosto rileverà il 100% delle azioni dell'azienda EGV Unna AG, uno dei leader specializzati nel rifornimento di grandi consumatori in Germania.

Acquisizione di Eurogroup Far East
Il Gruppo Coop acquisisce al 100% la società Eurogroup Far East Ltd. Questa operazione offre grandi potenzialità nell'approvvigionamento di assortimenti di alta qualità a prezzi interessanti per tutti i formati del Gruppo Coop.



Febbraio

Iniziativa «Fatti, non parole»
Coop lancia l'iniziativa «Fatti, non parole», che denota il forte impegno di Coop in materia di sostenibilità sulla base di fatti concreti che a fine 2015 superano quota 300.

Anniversario per quattro formati specializzati
Nel 2015 ben quattro formati speciali di Coop festeggiano un compleanno importante: le farmacie Coop Vitality compiono 15 anni e l'azienda di arredamento Toptip ne compie 30, Christ Orologi&Gioielli festeggia il 40° anniversario e Interdiscount, specializzata nell'elettronica di consumo, celebra 45 anni di presenza sul mercato.



Tappe 20

Luglio

Da Coop si paga via Twint
Coop introduce il pagamento digitale via Twint. Entro la primavera 2016 tutte le casse dei supermercati Coop, Ristoranti Coop, Grandi Magazzini Coop City e centri Edile+Hobby saranno dotate di Twint.



Settembre

Grandi progetti di logistica avanzano a pieno ritmo
I lavori di costruzione della centrale di distribuzione di Schafisheim (AG) e del nuovo centro di produzione e logistica di Pratteln (BL) procedono a grandi passi. In entrambe le sedi si festeggia la conclusione del grezzo. A Schafisheim i primi impianti entrano in funzione già a fine anno.



Ottobre

Coop e Swisscom fondano la piazza di mercato online Siroop.ch
Semaforo verde della Commissione della concorrenza per la nuova piazza di mercato online Siroop.ch di Coop e Swisscom. Dopo una fase pilota regionale partita nell'autunno 2015, nel 2016 avrà luogo il lancio su larga scala in tutta la Svizzera. Per il progetto, Coop ha fondato la società Siroop AG alla quale Swisscom partecipa al 50%.





Marzo

Partnership strategiche con CRS e WWF
Coop diventa partner strategico del WWF e della Croce Rossa Svizzera (CRS). In questo modo intensifica la collaborazione già esistente con entrambe le organizzazioni.

Coop elimina dall'assortimento alcuni periodici

Coop esorta le case editrici estere a trasferire ai consumatori i vantaggi derivanti dal cambio con l'euro. Quando queste ultime non rispondono alla richiesta, Coop decide di bloccare la vendita di alcune importanti riviste estere. Il provvedimento mostra i propri effetti poco dopo.



N. 108

Aprile

Progetto per la prima stazione di servizio a idrogeno

Coop rende noto che Coop Mineraloel AG intende inaugurare nel 2016 la prima stazione di servizio pubblica per il rifornimento di idrogeno in Svizzera.

Un'altra opera pionieristica per il pesce
Coop è il primo rivenditore al dettaglio in Svizzera a offrire solo pesce fresco e surgelato e frutti di mare provenienti al 100% da fonti sostenibili.

Giugno

Doppio riconoscimento per l'impegno a favore del benessere degli animali

L'organizzazione «Compassion in World Farming» premia per ben due volte Coop per il suo grande impegno a favore del benessere degli animali. Con il progetto pilota denominato Pollo a duplice attitudine, Coop ottiene il primo posto nella categoria «Migliore innovazione». Nel confronto globale tra rivenditori al dettaglio europei, Coop è l'unica azienda svizzera a salire sul podio occupando il secondo posto.



importanti

15

Agosto

Coop entra in Alidis

Insieme alla belga Colruyt e all'italiana Conad, Coop entra a far parte dell'alleanza d'acquisti Alidis, di cui fanno parte Edeka (Germania), Groupe ment des Mousquetaires (Francia) ed Eroski (Spagna).

Nuovo concept di negozi «Coop to go»

Coop inaugura alla stazione di Zurigo Stadelhofen il primo «Coop to go». Il nuovo concept di negozi è orientato al consumo dei pasti fuori casa.

Oltre 1200 nuovi apprendisti

1203 giovani iniziano la formazione professionale di base presso Coop in Svizzera. A fine 2015 il Gruppo Coop contava complessivamente 3410 apprendisti.



Novembre

Transgourmet rileva il gruppo Frischeparadies

Transgourmet rileva dall'azienda Dr. August Oetker KG il 100% delle quote del gruppo Frischeparadies, leader nel mercato del cash&carry e del servizio di consegna di alimenti di alta qualità e specialità gastronomiche.



Dicembre

Transgourmet si espande in Austria

Al 1° gennaio 2016, Transgourmet rileva il 100% delle azioni della società austriaca C+C Pfeiffer, un'affiliata del gruppo commerciale Pfeiffer. C+C Pfeiffer è leader di mercato nella gastronomia all'ingrosso in Austria. Grazie a questa acquisizione, Transgourmet sbarca in Austria e sviluppa ulteriormente la sua posizione di numero due nel commercio del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso.

Bell rileva il gruppo Huber

Con la decisione di rilevare per il 1° marzo 2016 il gruppo Huber, specialista austriaco nella lavorazione del pollame, il gruppo Bell spiana la strada per una crescita continua e duratura.

Precursore in materia di sostenibilità

Il WWF sottopone a un rating ambientale i principali operatori del commercio al dettaglio e all'ingrosso in Svizzera e conferisce a Coop il titolo di «precursore». All'inizio di gennaio segue un'altra premiazione: Coop ottiene il premio speciale «Strategia aziendale» del Watt d'Or 2016 per il suo programma Energia Coop e visione CO₂. Il prestigioso premio svizzero nel settore dell'energia è assegnato ogni anno dall'Ufficio federale dell'energia.

Coop aumenta nuovamente i salari minimi

All'inizio del 2016 Coop aumenta di 50 franchi al mese i salari minimi per i collaboratori non qualificati. Il prossimo anno guadagneranno di più anche gli impiegati di Coop che lavorano con salario orario minimo.

Relazione sulla situazione economica

8 Scenario e strategia

- 8 Scenario economico
- 9 Lo scenario politico in Svizzera
- 9 Previsioni
- 10 Profilo aziendale
- 10 Strategie e posizionamenti di successo

Commercio al dettaglio

16 Formati di vendita

- 16 Supermercati
- 16 Formati specializzati
- 18 Formati online
- 19 Gastronomia e settore alberghiero

20 Offerta

- 20 Varietà dell'assortimento
- 20 Marche proprie e label di qualità sostenibili
- 22 Marche proprie per gruppi target specifici
- 23 Marche proprie standard
- 23 Articoli di marca
- 23 Prezzo

29 Prestazioni supplementari

- 29 Servizi
- 30 Gestione della qualità
- 30 Pubblicità/Comunicazione

32 Logistica, Informatica e Immobili

- 32 Logistica
- 33 Informatica
- 33 Immobili

Commercio all'ingrosso e Produzione

39 Gruppo Transgourmet

- 39 Sviluppo del gruppo
- 40 Transgourmet Svizzera
- 40 Transgourmet Central and Eastern Europe
- 41 Transgourmet France

42 Produzione

- 42 Gruppo Bell
- 43 Aziende di produzione Coop

50 Collaboratori

- 50 Formazione e aggiornamento professionale
- 50 Giovani nella vita professionale
- 51 Politica salariale
- 51 Previdenza professionale di Coop
- 51 Commercio all'ingrosso

Scenario e strategia

Nel 2015 l'abolizione della soglia minima di cambio con l'euro grava sull'economia. Nel commercio al dettaglio, gli 11 miliardi di franchi di acquisti oltre confine costituiscono la concorrenza più dura da combattere. Buone condizioni generali sul versante politico giocano un ruolo sempre maggiore. Il commercio all'ingrosso è favorito in Europa dalla domanda interna.

Scenario economico

Perdita di slancio dell'economia mondiale

Nel 2015 la performance economica globale è stata decisamente più debole. La leggera crescita era trainata da un migliore andamento di Paesi industrializzati come il Giappone, gli USA, la Gran Bretagna e L'Eurozona. La responsabilità del rallentamento è da attribuire in particolare ai Paesi emergenti, alla stagnazione del commercio mondiale e al calo dei prezzi delle materie prime. La Cina, la seconda potenza economica mondiale, non ha raggiunto i tassi di crescita degli anni passati. Risultano in flessione infatti sia le importazioni che le esportazioni. Lo scoppio della bolla azionaria ha provocato in Cina una contrazione della crescita nel settore finanziario.

La forza del franco grava sull'economia svizzera

Nel 2015 l'economia svizzera ha subito lo choc del franco, seguito all'abolizione del tasso minimo di cambio con l'euro decisa dalla Banca Nazionale Svizzera. La Svizzera ha tuttavia dato prova in questa fase di essere un'economia flessibile e resistente, in grado di evitare la recessione da cui era minacciata e di produrre invece una moderata crescita. L'aumento della popolazione ha tuttavia causato una diminuzione del prodotto interno lordo (PIL) pro capite. Gli impulsi alla crescita sono scaturiti dal consumo privato e dagli investimenti in beni strutturali. Una marcata flessione è stata invece registrata per gli investimenti nell'edilizia. Anche il settore delle esportazioni, a seguito dell'abolizione del tasso minimo di cambio con l'euro, è stato investito da una fase di debolezza. Il calo dei prezzi ha gravato sull'economia e ha assottigliato i margini delle imprese, costringendole a

concedere sconti per rimanere concorrenziali.

Allo stesso modo è cresciuta, nel corso dell'anno, la disoccupazione.

Il commercio al dettaglio scivola in zona negativa

La crescita dei fatturati nominali del commercio al dettaglio si era praticamente appiattita già nel 2014, ma nel 2015 ha inaugurato una netta fase negativa. Per svariati aspetti è stato soprattutto lo choc del franco a lasciare il segno, provocando un crollo dei prezzi che non si è ripercosso solo sul settore Non Food, ma anche sui generi alimentari. Al fine di mantenere prezzi concorrenziali rispetto a quelli praticati oltre confine, i dettaglianti hanno abbassato i prezzi e trasferito ai consumatori i vantaggi di cambio. Tutto questo non ha impedito agli acquisti all'estero di salire a quota 11 miliardi di franchi nell'anno in esame. Di fatto sono ora la concorrenza più difficile da combattere nel commercio al dettaglio. A quanto sopra si aggiunge anche la mancanza della domanda nel settore turistico, soprattutto nelle regioni alpine e turistiche.

Il commercio all'ingrosso e la produzione risentono dello choc del franco

Lo choc del franco ha investito anche il commercio all'ingrosso e il settore produttivo. In Svizzera il commercio all'ingrosso di generi alimentari ha risentito dei fatturati in calo del settore gastronomico. Nelle regioni di montagna il comparto della gastronomia ha accusato la mancata domanda del settore turistico, e in generale il cosiddetto «turismo gastronomico», ossia il ripiegamento dei clienti su ristoranti dei Paesi limitrofi. Il settore produttivo svizzero ha dovuto invece confrontarsi non solo con la debole domanda

interna, ma anche con l'aumento dei costi che non ha potuto trasferire sui prezzi, registrando perdite nelle esportazioni a causa dell'elevata quotazione del franco. In Europa il commercio all'ingrosso e il settore produttivo hanno goduto di condizioni quadro economiche favorevoli. La congiuntura è stata in special modo favorita dalla domanda interna. Il consumo privato ha tratto vantaggio dal miglioramento in atto nel mercato del lavoro e il ribasso dell'inflazione ha fatto aumentare i salari reali. In Romania la legge varata per ridurre l'imposta sul valore aggiunto sui generi alimentari ha sortito effetti positivi sulla domanda. In Russia lo scenario è rimasto invece critico: le basse quotazioni del petrolio e le sanzioni imposte dall'Occidente a seguito del conflitto in Ucraina hanno gettato il Paese in una fase recessiva.

Lo scenario politico in Svizzera

Il commercio al dettaglio necessita di condizioni quadro favorevoli

Le sorti del commercio al dettaglio in Svizzera, soprattutto a seguito dell'abolizione della soglia minima di cambio con l'euro e delle sue ripercussioni, dipendono fortemente da condizioni quadro favorevoli e dalla moderata applicazione di progetti di legge da parte della classe politica. La sfida principale risiede nella crescita degli acquisti oltre confine, come dimostra uno studio condotto nel 2015 dall'Istituto di ricerche e sondaggi GfK Switzerland AG su incarico della Comunità d'interessi Commercio al dettaglio Svizzera (CI CDS).

Gli orari di apertura dei negozi: richiesta l'armonizzazione

In Svizzera gli orari di apertura dei negozi continuano a essere regolamentati in maniera molto diversa da un Cantone all'altro. I dettaglianti considerano una parziale armonizzazione di tali orari un tema cruciale, in quanto le aziende che operano su tutto il territorio nazionale come Coop devono poter contare su condizioni quadro unitarie. I commercianti al dettaglio spingono inoltre per un vasto ampliamento degli orari di apertura che risponda al mutamento dello stile di vita dei consumatori.

Abbattimento delle barriere commerciali con l'UE

Coop ritiene fondamentale che la nuova legislazione in materia alimentare sia applicata al più presto, consentendo di abbattere diverse barriere commerciali con l'UE e al tempo stesso di evitare costi elevati per l'industria, il commercio e le autorità. Soprattutto riguardo alla dichiarazione di provenienza delle materie prime, a quella sugli allergeni nei prodotti venduti sfusi e alla nuova ordinanza sui cosmetici,

Coop deve poter contare su regolamentazioni attuabili che creino un valore aggiunto per i consumatori e i cui costi al tempo stesso non gravino eccessivamente sulle imprese.

Effetti della nuova legge sul trasporto di merci

La legge sul trasporto di merci approvata dal Parlamento assicura a lungo termine un accesso paritario alla rete ferroviaria. La società affiliata Coop Railcare potrà così in futuro applicare in maniera più efficiente e vantaggiosa il proprio programma per il trasporto merci su rotaia. Le installazioni portuali sono inoltre ora riconosciute come infrastrutture nazionali. In tal modo sia i progetti portuali che quelli di manutenzione dei binari di raccordo possono ricevere contributi finanziari della Confederazione. Non è stato tuttavia alleggerito l'obbligo a carico delle Ferrovie Federali Svizzere (FFS) di effettuare il trasporto di merci, il che avrebbe prodotto più flessibilità e condizioni di trasporto merci più vicine al mercato.

Previsioni

Economia mondiale debole

L'economia mondiale dovrebbe risultare sotto pressione anche nel 2016. In particolare sta rallentando il processo di recupero economico dei Paesi emergenti rispetto a quelli industrializzati. All'origine di tale condizione si situano l'aumento dei tassi d'interesse negli USA e una maggiore contrazione della situazione congiunturale in Cina.

Crescita economica in Svizzera

Dopo il crollo all'inizio dell'anno in esame, il cambio franco-euro rimarrà stabile nel 2016. La congiuntura svizzera dovrebbe risollevarsi lentamente. I prezzi rimangono invece in calo, anche se in maniera meno marcata rispetto al 2015. Nonostante il continuo aumento della disoccupazione non sono previste scosse nel consumo privato. A produrre effetti positivi sono in special modo la continua crescita demografica e l'incremento dei salari reali.

Stagnazione delle vendite nel commercio al dettaglio in Svizzera

Nel 2016 si prevede dapprima una ripresa del commercio al dettaglio svizzero e poi nuovamente una fase di stagnazione. Non accenna a diminuire il notevole fenomeno del turismo degli acquisti che porta i cittadini svizzeri a comprare nelle regioni di confine, esercitando in tal modo pressione sui prezzi interni. Nel settore Non Food i prezzi continuano a calare. Non si fermerà nemmeno il mutamento strutturale legato al sempre maggior ricorso al commercio online.

Commercio all'ingrosso e produzione

La stabilizzazione del tasso di cambio con l'euro produce effetti positivi in Svizzera anche sui settori del commercio all'ingrosso e della produzione. Sul fronte interno cala la pressione sui prezzi, mentre all'estero tornano ad aumentare le opportunità di vendita delle aziende di produzione. In Europa il commercio all'ingrosso e la produzione possono contare su una domanda stabile e invariata.

Profilo aziendale

Attivi nel commercio al dettaglio, nel commercio all'ingrosso e nella produzione

I rami di attività del Gruppo Coop sono il commercio al dettaglio, il commercio all'ingrosso e la produzione. Nel commercio al dettaglio, Coop gestisce in Svizzera, oltre ai supermercati, vari formati specializzati. Tra questi rientrano grandi magazzini e mercati edili, punti di vendita per elettronica di consumo ed elettrodomestici, mobili e illuminazione, cosmetici e profumeria, orologi e gioielli nonché ristoranti, stazioni di servizio e farmacie. A tutto questo si aggiungono anche numerosi negozi online. Con molti di questi formati il Gruppo Coop si conferma leader di mercato. Il commercio al dettaglio rappresenta circa due terzi del fatturato totale del Gruppo Coop.

Nel commercio all'ingrosso il Gruppo Coop opera in Svizzera, Francia, Germania, Polonia, Romania, Russia e dal 2016 anche in Austria con la Transgourmet Holding AG. Il gruppo Transgourmet è la seconda azienda in Europa in ordine di grandezza nel settore Cash&Carry e Foodservice. Ai clienti dell'industria alberghiera, della gastronomia, dei servizi mensa aziendali e delle istituzioni sociali il gruppo offre sia ipermercati cash&carry che il rifornimento all'ingrosso. Nel ramo Produzione, il gruppo Bell – uno dei leader nella lavorazione della carne in Europa – è la maggiore azienda del Gruppo Coop e detiene stabilimenti produttivi in Svizzera, Germania, Francia, Spagna, Belgio, Polonia, Ungheria e nel Liechtenstein. Oltre a Bell, il Gruppo Coop gestisce anche altre aziende di produzione in Svizzera in settori quali lavorazione dei cereali, pane e prodotti da forno, cioccolato, specialità a base di riso, prodotti a base di aceto, acque minerali, raffinazione di materie prime, imbottigliamento dei vini, cosmetici e detersivi.

Il Gruppo Coop è una società cooperativa

Il Gruppo Coop ha alle proprie spalle oltre 150 anni di storia ed è organizzato da sempre sotto forma di società cooperativa. Dal punto di vista organizzativo si articola in sei Regioni e conta 2.536.800 soci cooperativi. Per il Gruppo Coop i clienti, ovvero i soci cooperativi, hanno la massima priorità. Ogni azione

dell'azienda è orientata a favore del cliente. In qualità di società cooperativa, il Gruppo Coop non mira alla massimizzazione dei profitti e può pertanto perseguire progetti a lungo termine.

La sostenibilità come caratteristica di posizionamento

Il fatto che la gestione aziendale sia finalizzata a un successo a lungo termine è dimostrato in particolare dall'impegno profuso dal Gruppo Coop a favore della sostenibilità. La sostenibilità è parte integrante dell'attività commerciale ed è pertanto fortemente radicata negli Statuti e nelle linee guida. Sulla base del progetto di sostenibilità, la dimensione della sostenibilità entra a far parte di tutte le substrategie. Il progetto di sostenibilità si fonda su tre principi fondamentali: «assortimenti sostenibili», «efficienza delle risorse e tutela del clima» nonché «collaboratori e società». Con questo approccio di sostenibilità globale, il Gruppo Coop si posiziona e si distingue sui mercati.

Strategie e posizionamenti di successo

Orientamento alle linee guida

Per i circa 80.000 dipendenti del Gruppo Coop valgono gli stessi valori. La visione del Gruppo è: insieme verso la vetta. Le linee guida indicano i valori su cui si fonda la concezione del lavoro del Gruppo Coop: vicinanza, varietà, immagine, innovazione e collaborazione. Le singole substrategie del Gruppo Coop basate su tali valori vengono qui di seguito illustrate a titolo esemplare.

Essere vicini alla gente

Con i suoi 1998 negozi, il Gruppo Coop gestisce la rete di punti di vendita più capillare della Svizzera. Con supermercati a quasi 2000 metri di quota, ipermercati su una superficie di vendita di oltre 3500 m², grandi magazzini in posizioni comode da raggiungere, centri Edile+Hobby e numerosi altri formati di vendita, il Gruppo Coop è vicino alla gente. Gli shop online in vari settori offrono servizi alla clientela 24 ore su 24. Nel commercio all'ingrosso, Transgourmet attribuisce importanza alla vicinanza ai propri clienti B2B (business to business) – gastronomia, catene di ristorazione e istituzioni sociali. Il gruppo Transgourmet continua sulla strada dell'espansione. Nel 2015 ha infatti acquisito la maggioranza della Sump & Stammer International Food Supply, il 100% delle azioni della EGV Unna AG e il 100% delle quote del gruppo Frischeparadies. Dal 2015 Transgourmet opera in Polonia anche con i servizi di rifornimento all'ingrosso, mentre ha iniziato il 2016 prendendo piede in Austria con l'acquisizione di C+C Pfeiffer.

Offrire la varietà

Nel commercio al dettaglio, Coop Società Cooperativa offre la più ampia scelta di articoli di marche nazionali e internazionali. Gestisce inoltre numerose marche proprie Coop per le più svariate esigenze della clientela, in tutte le fasce di prezzo e al miglior rapporto qualità/prezzo. Una particolare importanza strategica è rivestita dalle marche proprie e dai label di qualità sostenibili. La strategia internazionale adottata dal gruppo Transgourmet per i prodotti di marca propria consente anche ai clienti del commercio all'ingrosso di usufruire di assortimenti interessanti in tutte le fasce di prezzo. Nel 2016 Transgourmet lancia inoltre una marca propria sostenibile per tutto il gruppo.

Distinguerci sul mercato

Uno dei tratti distintivi e di differenziazione centrali per il Gruppo Coop è la sostenibilità. A tal fine il gruppo persegue una strategia pianificata a lunghissimo termine e fonda le proprie numerose attività sul concetto strategico di sostenibilità. L'iniziativa «Fatti, non parole», lanciata nel 2015, rappresenta una manifestazione concreta, trasparente e completa di tale impegno. Inoltre, il Gruppo Coop si distingue per la qualità. La strategia di qualità di Coop fissa elevati standard e radica ancora più profondamente la qualità nella struttura aziendale e nei processi come elemento centrale della prestazione di Coop. Al momento è in corso di realizzazione a Pratteln (BL) un nuovo centro di controllo della qualità, dotato dei laboratori più moderni della Svizzera. Le aziende di produzione del Gruppo Coop perseguono una strategia di differenziazione sul mercato internazionale. Producono non solo prodotti di marca propria Coop, ma anche articoli per clienti terzi a livello nazionale e internazionale.

Creare innovazioni per il futuro

Coop punta sullo sviluppo e l'adozione di soluzioni tecniche innovative, atte ad agevolare i clienti nei loro acquisti: che si tratti del pagamento tramite smartphone, di casse Self-checkout o di accattivanti shop online. Il Gruppo Coop si affida all'innovazione anche per il settore della logistica. Grazie all'attuazione della sua Strategia Logistica e Panetterie, esso si distingue come operatore logistico più innovativo e sostenibile d'Europa. Per il trasporto merci, Coop e la sua affiliata Railcare si affidano infatti all'innovativo sistema del traffico combinato non accompagnato. Coop fissa nuovi parametri di riferimento anche con la costruzione del magazzino completamente automatizzato per prodotti surgelati a Schafisheim oltre che con il più grande forno a legna d'Europa realizzato per la nuova panetteria industriale della stessa località. Con la strategia multicanale, il gruppo

Transgourmet abbina nei singoli Paesi i settori del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso, creando sinergie e assicurando un miglior approvvigionamento dei clienti.

Instaurare rapporti alla pari per una fiducia reciproca

Per ampliare i propri assortimenti, Coop collabora con partner strategici quali Max Havelaar, Bio Suisse e il WWF. Nella gestione del personale, il Gruppo Coop intrattiene un dialogo costruttivo e aperto con le parti sociali. Nel commercio al dettaglio svizzero è l'unico grande datore di lavoro ad aver stipulato un contratto collettivo di lavoro con cinque parti sociali.

Strategia di approvvigionamento

Il Gruppo Coop promuove, soprattutto in Svizzera, gli acquisti regionali e locali. Un ruolo centrale è affidato alla sostenibilità, sia nell'approvvigionamento di merci provenienti dall'estero che dal territorio nazionale. Sono numerosi, infatti, i progetti con elevati standard sociali e ambientali, realizzati da Coop in collaborazione con produttori di Paesi emergenti e in via di sviluppo. Tali progetti consentono al Gruppo anche di stabilizzare il reddito e la produzione in tali Paesi. Per l'approvvigionamento di prodotti Food e Non Food dall'Asia, il Gruppo Coop si affida alla propria affiliata Eurogroup Far East Ltd., che aiuta inoltre i partner commerciali di Coop in Estremo Oriente ad applicare gli standard sociali e ambientali. Alla fine del 2015, il Gruppo Coop ha abbandonato Eurogroup SA, cedendo le proprie quote azionarie a Rewe. Per l'approvvigionamento di frutta e verdura da Italia e Spagna ha invece creato la società affiliata Alifresca. Dato che il ruolo delle cooperazioni internazionali nell'approvvigionamento acquista sempre maggior rilievo, Coop e i partner fin qui riuniti nell'alleanza d'acquisti Core – la belga Colruyt e l'italiana Conad – sono entrate a far parte nel 2015 dell'alleanza d'acquisti internazionale Alidis. Di Alidis fanno parte anche Edeka (Germania), Groupement des Mousquetaires (Francia), meglio conosciuta come Intermarché, ed Eroski (Spagna). Alidis è ora una delle più importanti alleanze d'acquisti internazionali in Europa.

Processo di definizione degli obiettivi

Affinché le strategie a lungo termine generino anno dopo anno misure efficaci, il Gruppo Coop ha adottato dal 2001 un processo unitario di definizione degli obiettivi di tipo top-down. Ogni anno, il Gruppo Coop definisce gli obiettivi sovraordinati che valgono per tutto il gruppo. Il successivo processo di definizione degli obiettivi inizia con la Direzione generale e si estende attraverso tutti i livelli dell'azienda. Alla fine ne risultano misure concrete a tutti i livelli operativi.



BIOSUISSE

Bio Knospe. Bringt den Geschmack zurück.

Fatti, non parole N. 12



A ogni domanda una risposta sostenibile

Sono circa 20 le nostre marche proprie e i label di qualità sostenibili che, coprendo tutti i gruppi di prodotti, fanno del nostro assortimento all'insegna della sostenibilità uno dei più ampi e ricchi a livello mondiale. Per ampliarlo costantemente e renderlo sempre più interessante lavoriamo a stretto contatto con i nostri partner che garantiscono standard di altissimo livello: dalle collaborazioni con Bio Suisse per i prodotti certificati bio e con la Fondazione Max Havelaar per gli articoli con sigillo di qualità Fairtrade, agli allevamenti controllati dalla Protezione svizzera degli animali (PSA) fino alla pesca sostenibile con Marine Stewardship Council (MSC) e il WWF. Nel 2015 i prodotti dell'assortimento sostenibile erano oltre 15.000. Inoltre, un prodotto bio o fairtrade su due venduto in Svizzera viene dai nostri negozi.



Da 20 anni alla moda, ecologica e fair, la marca propria Coop Naturaline è sinonimo di una moda sostenibile che, dalla coltivazione del cotone biologico al confezionamento del capo finito, risponde agli standard più elevati. I contadini bio in India e in Tanzania beneficiano di un premio bio e di una garanzia d'acquisto.



Chi cerca gli heroes, li trova da Coop Edile+Hobby. Il mercato edile green di Coop offre una ricca selezione dei cosiddetti «eroi» Oecoplan, articoli di produttori di marca come Hauer o Philips che recano il logo della marca propria Coop Oecoplan.



Le pulizie hanno spesso un impatto non indifferente sull'ambiente: le sostanze inquinanti contenute nei prodotti rischiano di finire nell'acqua, nel terreno e nell'aria. Con la linea di prodotti Maya, Steinfels Swiss offre ai suoi grandi clienti quali ospedali e alberghi un'alternativa ecologica. I prodotti sono facilmente biodegradabili e privi di sostanze critiche per l'ambiente.



L'importanza della sostenibilità e della regionalità è in crescita anche nel settore della gastronomia. Una tendenza non rimasta inascoltata anche dalle aziende del Gruppo Transgourmet. Nel 2015, la marca propria Ursprung di Transgourmet Germania si è evoluta ed diventando la marca propria sostenibile dell'intero Gruppo, che verrà lanciata sul mercato nella primavera del 2016 da Transgourmet France e Transgourmet Svizzera con il nome Origine. I prodotti a marca Origine sono riconducibili a una regione di provenienza ben determinata e a una produzione sostenibile.



Formati di vendita

Coop to go è il nuovo concept di negozi pensato per chi consuma i pasti fuori casa. Coop fa propria la tendenza alla digitalizzazione con numerose innovazioni nei punti di vendita. I formati specializzati conquistano nuove quote di mercato e Coop collabora con Swisscom alla realizzazione della nuova piattaforma web Siroop.

Supermercati

856 supermercati presenti lì dove sono i clienti

Il ricavo netto dei supermercati Coop si è attestato nel 2015 a 10,5 miliardi di franchi e quindi, in termini reali, ai livelli dell'anno scorso. A fine 2015 Coop gestiva in tutta la Svizzera 856 supermercati per una superficie di vendita di 1.005.214 m². Nell'anno in esame sono stati aperti 30 nuovi punti di vendita, 11 sono stati chiusi. Fra le aperture di maggior rilievo troviamo i punti di vendita combinati di Laupen e Aarberg (BE), che abbinano al supermercato un centro Edile+Hobby. A fine ottobre ha aperto a Fully (VS) il primo supermercato svizzero certificato secondo il nuovo «Standard Costruzione Sostenibile Svizzera» (SNBS). A maggio, il supermercato di Bassersdorf (ZH) si è trasferito in nuovi locali, a 500 metri dalla sede precedente. La superficie di vendita è così più che raddoppiata. A Kaiseraugst (AG) Coop ha ampliato il supermercato esistente trasformandolo in un Ipermercato di 3800 m² con panetteria della casa. Il nuovo supermercato di Diepoldsau (SG), situato sull'arteria di grande passaggio tra Svizzera e Austria, propone, tra l'altro, snack appena preparati e piatti pronti.

Un nuovo concept di negozi: Coop to go

Nell'anno in esame Coop ha lanciato il nuovo concept di negozi Coop to go, interamente orientato al consumo dei pasti fuori casa. La prima filiale è stata inaugurata in agosto alla stazione di Zurigo Stadelhofen, mentre da novembre Coop to go è presente anche allo Stauffacher a Zurigo. La vasta offerta comprende tra l'altro un buffet di muesli e insalate nonché prodotti take-away come smoothie o panini fatti in casa. I fatturati realizzati nei primi mesi hanno nettamente superato le aspettative. Per i prossimi cinque anni è prevista l'apertura di altri 50 punti di vendita.

Digitalizzazione nei punti di vendita

Coop segue la continua tendenza alla digitalizzazione anche adottando soluzioni innovative per i suoi negozi e soddisfacendo in tal modo un'esigenza molto sentita dalla clientela. Nel 2015, per esempio, Coop ha dotato tutti i supermercati, i grandi magazzini Coop City e i centri Edile+Hobby di una rete Wi-Fi pubblica e reso disponibile anche per i dispositivi Android l'app Passa-bene per effettuare da sé la scansione degli articoli. A fine 2015 i punti di vendita in cui erano presenti casse Self-checkout erano complessivamente 156, mentre la percentuale di clienti che le ha utilizzate varia dal 26 al 37%. I buoni digitali, già disponibili da tempo, sono ora utilizzabili anche nei punti di vendita Coop Pronto. Coop ha inoltre introdotto lo scontrino digitale e proposto svariate novità nell'ambito dei metodi digitali di pagamento: dall'integrazione di carte di pagamento digitali nell'app Supercard all'adeguamento dell'app per l'Apple Watch, fino all'introduzione del pagamento digitale tramite Twint. Entro la primavera del 2016 si prevede di implementare il sistema Twint su tutte le casse dei supermercati Coop, dei ristoranti Coop, dei grandi magazzini Coop City e dei centri Edile+Hobby.

Formati specializzati

Nuova strategia di layout per Coop City

Moderna, fresca ed emotiva: questa è la nuova strategia di layout «Bellacasa» dei grandi magazzini Coop City, elemento fondamentale della strategia Grandi Magazzini 2020+. Nell'anno in esame sono stati ristrutturati Zurigo Bellevue, Olten e il «Pfauen» di Basilea. Per il 2016 è in programma la ristrutturazione di altri tre punti di vendita. Anche i ristoranti e i reparti Food dei grandi magazzini assumono

gradualmente la nuova veste. Il nuovo concept gastronomico è stato implementato nei Coop City di Zurigo Bellevue e Sion. Nell'anno in esame i 31 grandi magazzini Coop City hanno realizzato un ricavo netto pari a 849 milioni di franchi.

Offerta online ampliata per Edile+Hobby

Nel 2015 Coop Edile+Hobby ha conquistato nuove quote di mercato consolidando la propria leadership tra i mercati edili in Svizzera, concentrandosi su articoli per giardino, casa e tempo libero e realizzando un ricavo netto di 633 milioni di franchi. Nel 2015 Edile+Hobby ha portato a oltre 35.000 prodotti l'assortimento dello shop online lanciato nel 2014. L'universo del bricolage, introdotto di recente, propone oltre 15.000 prodotti e idee per il bricolage corredati da apposite istruzioni. Nel 2015 lo shop online è stato insignito dello Swiss E-Commerce Award nella categoria Multicanale e logistica. Nell'ambito del commercio stazionario, Edile+Hobby ha esteso il reparto di consulenza progettuale ad altre tre sedi. I centri Edile+Hobby sono 74. Insieme al Padrinato Coop per le regioni di montagna, il «mercato edile verde» ha sostenuto un progetto per la protezione dalle valanghe a Engelberg: per ogni prodotto venduto realizzato con legno svizzero sono stati devoluti al progetto 15 centesimi. Tre quarti dei prodotti in legno venduti da Edile+Hobby sono certificati FSC e il legno proviene per la maggior parte da boschi svizzeri.

Interdiscount costruisce un nuovo centro di logistica

Nel 2015 Interdiscount ha festeggiato i suoi 45 anni e conquistato nuove quote di mercato confermando la propria leadership in Svizzera nel settore cross-channel, ovvero il collegamento tra commercio online e stazionario. Nell'anno in esame, Interdiscount ha realizzato un ricavo netto di 945 milioni di franchi con 187 filiali. In seguito all'abolizione della soglia minima di cambio con l'euro, Interdiscount ha ridotto i prezzi di oltre 4500 articoli. Negli ordini online il fatturato è cresciuto del 12,6%. Nel 2015 Interdiscount ha ampliato la propria offerta per i clienti business. Nel mese di ottobre, dopo aver ottenuto la concessione edilizia, sono iniziati i lavori di costruzione del nuovo centro di logistica presso la sede principale di Interdiscount a Jegenstorf. Il centro sarà operativo all'inizio del 2018.

Toptip/Lumimart: riapertura del flagship store

Sono durati un anno i lavori di ristrutturazione del flagship store di Toptip/Lumimart a Oberentfelden, con i suoi 10.000 m² di superficie di vendita di mobili e dispositivi di illuminazione. La riapertura è avvenuta nel mese di marzo del 2015. Toptip/Lumimart ha consolidato la propria competenza nel campo dell'arredamento, accogliendo nei propri assortimenti altri prodotti di marca propria e articoli di marca. Presso

l'Allmend Center di Frauenfeld è stato aperto un nuovo Toptip con Lumimart integrato. Altre due filiali sono inoltre state ristrutturate in base alla nuova strategia di layout per i negozi. Con i suoi 47 punti di vendita e gli shop online, Toptip/Lumimart ha acquisito nel 2015 nuove quote di mercato, generando un ricavo netto di 202 milioni di franchi. I fatturati degli shop online toptip.ch e lumimart.ch sono cresciuti rispettivamente del 44,3% e 88,1%.

Import Parfumerie cresce nel commercio online

Nel 2015 l'elevata quotazione del franco ha consentito a Import Parfumerie di abbassare permanentemente i prezzi di numerosi prodotti. Il numero uno delle profumerie di alta gamma ha consolidato la propria competenza nel settore della cura della persona anche introducendo nel proprio assortimento i prodotti della marca Clinique. Nel 2015 Import Parfumerie ha aperto tre nuove profumerie e ristrutturato cinque filiali. A fine 2015 Import Parfumerie contava complessivamente 124 punti di vendita con un ricavo netto di 147 milioni di franchi. Nel commercio online il fatturato è cresciuto del 28% circa.

Christ: la più vasta offerta online di gioielli

Christ Orologi & Gioielli ha ampliato nel 2015 il proprio assortimento online, vantando, con i suoi oltre 3000 articoli, la più vasta offerta di gioielli veri su Internet. Nel commercio online il fatturato è cresciuto del 26% circa. Il ricavo netto di Christ si è attestato nel 2015 a 91 milioni di franchi, mentre la rete di punti di vendita era composta, a fine anno, da 72 filiali. Presso il centro Jelmoli di Zurigo, Christ ha attuato una strategia di layout davvero unica: accanto ai prodotti classici vengono presentati orologi moda e gioielli di marche rinomate secondo il concept shop-in-shop.

Fust cresce e si aggiudica quote di mercato

L'azienda Ing. dipl. Fust SA guarda all'anno in esame come a un'annata di grande successo. Lo specialista degli elettrodomestici ha guadagnato quote di mercato in tutti i segmenti. Anche le affiliate Service 7000 AG e RS Vertriebs AG con i propri marchi Nettoshop e Schubiger hanno registrato una netta crescita. Fust ha generato un ricavo netto complessivo di 1,0 miliardi di franchi, il 2,4% in più rispetto all'anno precedente. Particolarmente positivo è stato ancora una volta l'andamento dal settore della ristrutturazione di bagni e cucine, oltre a quello della gestione edilizia. Dall'estate del 2015, i clienti possono ritirare e pagare gli oltre 50.000 articoli offerti nello shop online presso tutti i 162 punti di vendita Fust. I 6000 articoli più venduti sono addirittura disponibili nell'arco di pochi minuti.

Betty Bossi: tutto per una cucina gustosa

L'universo di Betty Bossi SA ruota attorno all'arte culinaria: l'azienda pubblica infatti libri di ricette, vende utensili per la cucina e la casa, distribuisce la rivista Betty Bossi e fornisce ai clienti consigli sui temi cucina e gestione della casa. La marca è nota anche per i suoi prodotti convenienze freschi, venduti in esclusiva da Coop. Nell'anno in esame, Betty Bossi ha potenziato il commercio online, sviluppato le attività B2B a livello nazionale e internazionale, ammodernato l'infrastruttura informatica e ottimizzato il proprio rapporto con la clientela grazie alle strategie di Customer Relationship Management. Oltre ad aver pubblicato quattro libri di ricette, l'azienda ha commercializzato numerosi utensili per la casa e la cucina e oltre 400 novità nel settore Food. Il ricavo netto di Betty Bossi SA si è attestato nel 2015 a 83 milioni di franchi.

Shop online per le farmacie Coop Vitality

Per il suo 15° anniversario, Coop Vitality AG ha aperto un proprio shop online. Con l'apertura di due nuove farmacie e l'acquisizione della farmacia Pilger di Basilea, la rete si è estesa a 64 filiali. L'azienda ha aumentato le proprie quote di mercato e incrementato il ricavo netto del 10,4% a 166 milioni di franchi. Coop Vitality ha integrato nell'assortimento dieci articoli di marca propria e dal 2015 propone ai propri clienti anche il servizio Medifilm: il confezionamento personalizzato di diversi medicinali in funzione delle dosi da somministrare al singolo paziente.

The Body Shop aumenta il fatturato online

Nell'anno in esame The Body Shop Switzerland SA ha dato nuova linfa al proprio assortimento con numerose novità, tra cui la collezione «Spa of the world» e la linea per la cura del viso «Oils of Life». Da fine 2015 quasi la metà delle 50 filiali si presenta in una nuova veste. Nel fatturato online, The Body Shop ha registrato una crescita di quasi il 60%. Il ricavo netto è aumentato dell'1,1% a 35 milioni di franchi.

Coop Mineraloel AG si conferma leader di mercato

Nel 2015 Coop Mineraloel AG è rimasto il numero uno del mercato svizzero nel segmento dei prodotti convenienze e dei carburanti. A fine anno, l'azienda gestiva 233 stazioni di servizio Coop, cui vanno aggiunte le attività degli shop Coop Pronto e della vendita di olio combustibile. Coop Mineraloel ha realizzato un ricavo netto complessivo di 2,2 miliardi di franchi. La contrazione rispetto all'anno precedente è da attribuire al marcato calo dei prezzi dei carburanti e dell'olio combustibile, nonché ai ribassi dei prezzi negli shop Pronto dovuti al cambio dell'euro.

Più prodotti regionali da Coop Pronto

I 281 shop Coop Pronto hanno realizzato nel 2015 un ricavo netto di 773 milioni di franchi. Coop Pronto ha esteso la gamma di birre e vini regionali e arricchito l'offerta di prodotti convenienze ultrafreschi. Presso 88 punti di vendita sono inoltre disponibili panini freschi preparati tutti i giorni, mentre in undici shop è possibile consumare spremute d'arancia fatte al momento. Alla fine del 2015 era inoltre fruibile in quasi tutti gli shop Pronto il servizio Coffee to go. Alcune ottimizzazioni introdotte nel design dei negozi hanno consentito a Coop Pronto di ampliare ulteriormente l'assortimento di generi alimentari di base in 50 shop.

Formati online

La nuova piattaforma per il commercio online Siroop.ch

Nel 2015, Coop ha lanciato insieme a Swisscom il sito Siroop.ch, la prima piattaforma di vendita online svizzera completamente aperta, che offre, in un unico portale, prodotti di commercianti locali, regionali e nazionali. Per gestire tale piattaforma, Coop ha fondato l'azienda Siroop AG, partecipata al 50% da Swisscom. Siroop ha avviato la propria attività a fine 2015 con un progetto pilota nella Svizzera tedesca e sarà accessibile in tutta la Svizzera nel 2016. Coop e Swisscom hanno fatto confluire nella startup le rispettive competenze nei settori digitalizzazione, e-commerce, distribuzione e commercio.

Strategia cross-channel per i formati specializzati

Coop arricchisce sistematicamente la propria offerta online collegandola a quella proposta nel commercio stazionario (cross-channel). Oltre ai punti di vendita, quasi tutti i formati specializzati di Coop dispongono anche di propri shop online. Al Gruppo Coop appartengono cinque formati online: Coop@home, Microspot.ch, Nettoshop.ch, la vendita online di olio combustibile di Coop Mineraloel AG e ITS Coop Travel. Nel settore del commercio al dettaglio, i 23 shop online hanno registrato nel 2015 una crescita del 13,7% rispetto all'anno precedente.

Coop@home prosegue la sua crescita

Coop@home è cresciuto anche nel 2015. Il ricavo netto è aumentato del 5,5% a 120 milioni di franchi. Circa il 26% degli ordini sono stati effettuati da dispositivi mobili. Il supermercato online ha conquistato circa 28.500 nuovi clienti. Nell'anno in esame, Coop@home ha istituito punti di ritiro presso otto supermercati Coop della Regione di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich. I prodotti ordinati entro le 9:00 o le 12:00 sono disponibili per il ritiro a partire rispettivamente dalle 13:00 e dalle 16:00.

Microspot.ch: crescita a due cifre

Nel 2015 Microspot.ch, il leader della vendita online di elettronica di consumo e apparecchi per la casa, ha realizzato ancora una volta una crescita straordinaria: il ricavo netto è aumentato del 17,8% a 172 milioni di franchi. Microspot.ch ha istituito nuovi punti di ritiro in quattro shop Coop Pronto. A fine 2015 lo shop online ha lanciato un sito web ottimizzato per dispositivi mobili.

Nettoshop.ch acquisisce nuovi clienti

Nel 2015 Nettoshop.ch ha incrementato la propria notorietà, conquistando nuovi clienti soprattutto nella Svizzera occidentale e in Ticino. Il principale rivenditore online di elettrodomestici ha migliorato le proprie prestazioni nella consulenza ai clienti tramite investimenti mirati nella tecnica di comunicazione. Ora, effettuare la scelta giusta tra oltre 17.000 elettrodomestici è ancora più semplice per i clienti. Nel 2015 Nettoshop ha conseguito un ricavo netto di 72 milioni di franchi, in termini nominali il 4,7% in più rispetto all'anno precedente. Considerando l'alto tasso di rincarico negativo e le razionalizzazioni dell'assortimento, la crescita del fatturato è stata dell'11,7%.

Crollo dei prezzi per l'olio combustibile

Nel 2015 l'eccesso di offerta di greggio ha causato un calo dei prezzi anche per l'olio combustibile. Dopo che la Confederazione aveva annunciato, nell'estate 2015, un aumento della tassa CO₂ per l'inizio del 2016, molti clienti hanno riempito i loro serbatoi assicurando così una buona domanda. Coop Mineraloel AG ha quindi potuto mantenere le proprie quote di mercato nel settore dell'olio combustibile. La percentuale di clienti che ha optato per l'olio combustibile ecologico, a basso contenuto di sostanze nocive, è salita al 54%.

Un anno impegnativo per ITS Coop Travel

ITS Coop Travel, l'agenzia di viaggi gestita in comune da Coop e dal gruppo tedesco Rewe, ha conseguito nel 2015 un ricavo netto di 56 milioni di franchi. Nonostante il calo dei prezzi, l'abolizione della soglia minima di cambio con l'euro ha prodotto ripercussioni negative. Dopo gli attentati in Tunisia, questa destinazione è praticamente scomparsa dalle scelte di viaggio. Altrettanto negative sono state le ripercussioni delle difficili condizioni politiche ed economiche dell'isola greca di Kos e della Turchia meridionale.

Gastronomia e settore alberghiero

Un nuovo look per i ristoranti Coop

«Vista» – la nuova strategia di immagine dei ristoranti Coop – si presenta accogliente e moderna nel suo tipico colore verde. Il primo a beneficiare del nuovo look è

stato il ristorante di Kaiseraugst (AG), aperto nel mese di marzo 2015, cui sono seguiti, entro fine anno, altri sette locali. Anche il formato Take-it è al momento oggetto di ammodernamento. Oltre ai 155 ristoranti Coop e agli shop Take-it situati in posizione di forte affluenza, fanno parte della Gastronomia Coop anche la gelateria originale italiana CremAmore e il bar-cafetteria Ca'Puccini. I 199 esercizi gastronomici hanno conseguito nell'anno in esame un ricavo netto complessivo di 242 milioni di franchi, che ha consentito loro di incrementare ulteriormente le proprie quote di mercato. Dall'autunno del 2015 i ristoranti Coop offrono un menu vegetariano che varia ogni giorno.

Bâle Hotels: crescita dei pernottamenti

I tre alberghi Baslertor, Victoria e Pullman Basel Europe di Bâle Hotels hanno registrato, nel 2015, una crescita dei pernottamenti a Basilea e guadagnato nuove quote di mercato. Un aumento costante dell'occupazione delle camere si è prodotto in particolare all'Hotel Pullman Basel Europe, riaperto nel 2014. I tre alberghi di Bâle Hotels hanno generato un ricavo netto complessivo di 27 milioni di franchi con una crescita del 5,9% rispetto all'anno precedente.

Marché: nuove sinergie all'interno del Gruppo Coop

Marché Ristoranti Svizzera SA è l'azienda leader nei servizi di ristorazione svizzeri per le autostrade e gestisce ristoranti in aree di servizio autostradali nonché presso l'aeroporto di Zurigo, per un totale di 30 esercizi alla fine del 2015. A marzo 2015 hanno aperto il Marché Bistro Neuenkirch West, appena ristrutturato, e il Burger King sulla A2 in direzione Lucerna. Il ricavo netto di Marché Ristoranti Svizzera SA si è attestato nel 2015 a 114 milioni di franchi. L'integrazione, nella primavera del 2014, di Marché nel Gruppo Coop ha già consentito di attuare alcune sinergie, tra cui, in particolare, la collaborazione istituita da Marché con la società affiliata Coop Transgourmet. È inoltre stata attuata una vasta opera di adeguamento dei processi dei settori informatica, finanze, reporting e acquisto alle relative procedure del Gruppo Coop.

Nuovamente premiati i ristoranti delle serre tropicali

Per la serra tropicale di Wolhusen l'anno in esame è trascorso non solo all'insegna dei festeggiamenti per il 5° anniversario, ma anche nel segno del caffè. Oltre a una mostra a tema, la serra tropicale di Wolhusen ha proposto diverse offerte speciali. Il ricavo netto del 2015 è stato di 3,2 milioni di franchi. Nello stesso anno, la serra tropicale di Frutigen ha raggiunto un ricavo netto di 5,4 milioni di franchi, ove la crescita più marcata è stata registrata nelle vendite di pesce e caviale. Entrambi i ristoranti delle serre tropicali sono stati premiati nel 2015 con rispettivamente 14 e 13 punti Gault Millau.

Offerta

Con gli oltre 40.000 prodotti di marca propria e articoli di marca, Coop ha l'offerta più adatta alle esigenze di ogni cliente. Come sempre, Coop è particolarmente competitiva nella gamma dei prodotti sostenibili. Quasi la metà dei prodotti bio venduti in Svizzera proviene da un negozio Coop.

Varietà dell'assortimento

La più grande varietà nel commercio alimentare svizzero

Con gli oltre 40.000 prodotti di marca propria e articoli di marca in tutte le fasce di prezzo, Coop ha l'offerta più adatta alle esigenze di ogni cliente. Questo le consente di offrire la più grande varietà nel commercio alimentare svizzero. Nel 2015 Coop ha esteso in tutta la Svizzera a circa 3000 articoli la gamma dei suoi prodotti regionali contrassegnati con il label di qualità La mia Terra, realizzando in tal modo un fatturato di oltre 140 milioni di franchi. Anche nell'anno in esame Coop ha proposto diverse novità: dopo i pomodori, i cetrioli e le melanzane CO₂ neutrali, da maggio 2015 Coop acquista da un fornitore svizzero anche peperoni CO₂ neutrali. Per quanto riguarda la carne, Coop sostiene il progetto Grassland Beef dei Paesi baltici con un apposito contrassegno sulle rispettive confezioni. L'allevamento al pascolo in mandrie di vacche madri è la forma più naturale di allevamento dei bovini. Con questa offerta, Coop propone un'alternativa all'importazione di carne bovina da oltreoceano. Nella gamma di prodotti Near Food, Coop ha lanciato la linea per l'igiene femminile «feel free» di Qualité & Prix in sostituzione della linea «Linda».

Marche proprie e label di qualità sostenibili

Naturaplan è ancora la marca leader di prodotti bio

Anche nel 2015, Naturaplan si è di gran lunga affermata come la principale marca bio in Svizzera. Il fatturato dei prodotti Naturaplan è cresciuto del 3,5% a circa 987 milioni di franchi, mentre l'assortimento di quasi 1800 prodotti è stato ampliato con

circa 90 innovazioni. Per la marca Naturaplan, Coop si orienta in maniera sistematica alla Gemma di Bio Suisse, anche per la lavorazione e i prodotti importati. Questo complica talvolta la ricerca di produttori idonei all'estero, in quanto viene loro richiesto di produrre secondo le ben più severe direttive Bio Suisse invece che semplicemente in conformità agli standard bio imposti dalla legge. Nel 2015, cinque prodotti Naturaplan hanno meritato l'ambito Gemma Gourmet che contraddistingue l'alta qualità dell'assortimento.

Naturafarm: l'eccellenza nel benessere degli animali

A Coop viene riconosciuta, sia a livello globale sia nel commercio alimentare svizzero, la migliore prestazione nella protezione degli animali. I programmi di allevamento Naturafarm contribuiscono in maniera considerevole a questa prestazione. La produzione delle aziende Naturafarm si orienta a standard che vanno ben oltre i requisiti minimi di legge. Il rispetto di questi standard è verificato mediante controlli periodici e senza preavviso da parte della Protezione svizzera degli animali PSA. Anche i fornitori di prodotti di marca che soddisfano i severi requisiti per il benessere degli animali possono contrassegnare i loro prodotti venduti da Coop con il label di qualità Naturafarm. Il fatturato di Naturafarm si è attestato nel 2015 a circa 443 milioni di franchi, pari a una quota di circa il 20% sul fatturato complessivo della carne e delle uova. Per la carne di manzo e di maiale la percentuale di Coop Naturafarm è pari addirittura al 60% circa.

Oecoplan raccomandato dal WWF

La marca propria sostenibile più longeva di Coop offre un'alternativa ecologica praticamente a ogni prodotto per la casa, il giardino, il bricolage o l'edilizia.

L'assortimento, giunto a oltre 2000 articoli e servizi tra Non Food e Near Food, è certificato da organizzazioni indipendenti come Bio Suisse o FSC. Dal 2015 la vasta offerta di prodotti ecologici Oecoplan è raccomandata dal WWF e può fregiarsi, sia nella pubblicità che sulle confezioni, del logo con il panda. Nel 2015 il fatturato di Oecoplan ammontava a circa 139 milioni di franchi.

Naturaline festeggia il proprio anniversario

Coop Naturaline è già da 20 anni sinonimo di produzione ecocompatibile e condizioni di lavoro socialmente eque. L'anno giubilare ha introdotto molte novità sia nel settore tessile, sia in quello cosmetico. Dopo la sua collezione donna di grande successo «Naturaline by Melanie Winiger», la stessa Winiger ha creato per la prima volta una collezione uomo. L'assortimento dei cosmetici è stato ampliato con 19 novità, tra cui articoli in formato viaggio. Per l'anniversario di Naturaline, Coop ha lanciato una nuova borsa in PET riciclato. Dal ricavato delle vendite sono stati devoluti in tutto 150.000 franchi alla Fondazione Biore. Nel 2015, Coop Naturaline ha generato un fatturato complessivo di 60 milioni di franchi.

Pro Montagna: tutto il buono delle montagne svizzere

I prodotti venduti da Coop con la marca Pro Montagna sono tutti realizzati e lavorati nelle regioni svizzere di montagna. Parte del ricavato della vendita di questi prodotti è devoluto al Padrinato Coop per le regioni di montagna. Nel 2015 è stata raccolta una cifra superiore a 1 milione di franchi a favore delle popolazioni svizzere di montagna. Il fatturato di Pro Montagna è aumentato nel 2015 del 4,9% raggiungendo 40 milioni di franchi. L'assortimento, arrivato a oltre 300 prodotti, è stato ampliato con l'orzo perlato dei Grigioni e con le confetture di lampone e fragola dalla Val Poschiavo.

Ünique con assortimento più vasto

Con la marca Ünique, Coop vende frutta e verdura di qualità ineccepibile ma dall'aspetto fuori norma. In tal modo Coop promuove con maggior vigore la valorizzazione dell'intero raccolto. L'assortimento è stato ampliato a febbraio 2015 con molti articoli destinati a circa 250 punti di vendita maggiori e comprende ora, tra l'altro, anche melanzane, limoni e kiwi nonché asparagi svizzeri e badensi. A giugno è stata inoltre effettuata una promozione di grande successo per le albicocche del Vallese segnate dalla grandine.

Pro Specie Rara: moltiplicate le superfici coltivate

Per preservare la biodiversità nell'agricoltura svizzera, Coop collabora dal 1999 con la Fondazione Pro

Specie Rara. Nel 2015 uno splendido sole estivo ha assicurato un ottimo raccolto, soprattutto di pomodori. L'incremento del fatturato Coop con i prodotti Pro Specie Rara è stato dell'1,7%. Il cavolo riccio, un'antica varietà di cavolo, ha continuato a essere oggetto di una massiccia domanda, portando di conseguenza a una moltiplicazione della superficie di coltivazione dedicata alle varietà Pro Specie Rara.

Slow Food: nuovi prodotti secondo antica tradizione

L'organizzazione no-profit Slow Food si impegna a favore di un consumo consapevole nonché della salvaguardia della biodiversità e degli antichi processi di produzione. Coop sostiene Slow Food sia accogliendo nel proprio assortimento circa 60 prodotti sia prestando il proprio contributo alla fondazione di Presidi in Svizzera. Finora ne sono stati istituiti 25. Nel 2015 l'assortimento è stato ampliato con nuovi prodotti dei Presidi, come il caffè Harenna originario dell'Etiopia.

Fairtrade Max Havelaar: una strategia sistematica

Forti organizzazioni di produttori, agricoltura ecologica e socialmente compatibile e condizioni commerciali eque: ecco cosa incarna il label di qualità Fairtrade Max Havelaar. Coop è il principale distributore svizzero di prodotti certificati Fairtrade grazie all'applicazione sistematica, già dal 2010, della strategia di crescita che contempla l'ampliamento e la sostituzione di interi assortimenti con prodotti del commercio equo e solidale. Dall'implementazione della strategia, il fatturato è raddoppiato e l'assortimento triplicato, raggiungendo oltre circa 570 prodotti certificati Fairtrade. Tra l'altro, dal 2015 ogni ananas fresco venduto da Coop proviene dal commercio equo. Il fatturato è aumentato di oltre il 20% a oltre 334 milioni di franchi.

Bio: Coop è ancora leader di mercato

Quasi la metà dei prodotti bio venduti in Svizzera proviene da un negozio Coop. L'assortimento comprende ora 2800 prodotti circa, quasi tutti certificati dalla Gemma di Bio Suisse, uno dei label di qualità più severi al mondo per i prodotti bio. Dell'assortimento fanno parte, oltre a quasi 1800 prodotti venduti con la marca propria Naturaplan, circa 240 articoli Oecoplan per il giardino bio e numerosi altri articoli di altre marche proprie quali Pro Specie Rara, Pro Montagna e Karma. Anche l'assortimento di articoli di marca bio si impone con forza sempre maggiore. L'ampliamento del proprio assortimento bio ha consentito a Coop di incrementare nel 2015 il proprio fatturato del 3% circa, realizzando oltre 1,1 miliardi di franchi con i prodotti bio.

MSC: cresce il fatturato del pesce sostenibile

Il label di qualità MSC del Marine Stewardship Council è sinonimo di pesce e frutti di mare pescati in modo sostenibile. MSC s'impegna tra l'altro a favore della protezione delle risorse, di un impatto minimo sull'ecosistema e di una gestione responsabile della pesca. Da Coop, circa il 62% dell'assortimento dei prodotti ittici di cattura è certificato MSC. Il fatturato registrato con pesce e frutti di mare MSC è aumentato dell'11,6% a 97 milioni di franchi.

FSC: cambiamenti nell'assortimento del legno

Da 13 anni Coop collabora con il Forest Stewardship Council (FSC) che si impegna in tutto il mondo a favore di una silvicoltura responsabile sotto il profilo ecologico, sociale ed economico. Nei supermercati Coop, nei grandi magazzini Coop City e nei centri Edile+Hobby, oltre il 68% dell'assortimento di legno è già certificato FSC e la tendenza è in aumento. Tra l'altro nel 2015 sono stati introdotti per la prima volta i pellet in legno Oecoplan certificati FSC. Il fatturato generato dai prodotti FSC è stato di circa 150 milioni di franchi.

Alto fusto Suisse: per la salvaguardia della biodiversità

L'associazione Alto fusto Suisse è impegnata nella salvaguardia e promozione dei frutteti svizzeri ad alto fusto. Questi alberi producono una grande varietà di frutti e offrono l'habitat ideale per alcune specie animali in via di estinzione. Coop collabora con Alto fusto Suisse dal 2008 e vanta un assortimento di 112 prodotti, provenienti al 100% da alberi da frutto ad alto fusto svizzeri, tra cui molte varietà regionali. Nell'anno in esame sono stati introdotti, tra l'altro, un aceto di Qualité & Prix e una composta di mele di Betty Bossi, entrambi prodotti con frutti di alberi ad alto fusto, il che ha consentito di far crescere del 2,8% il fatturato generato da prodotti Alto fusto Suisse.

Parchi svizzeri: specialità locali vendute da Coop

La Rete dei parchi svizzeri comprende attualmente 16 parchi, tra cui un parco nazionale e un parco naturale periurbano, con una grande varietà di specie animali e vegetali. Coop è partner della Rete dal 2013 e integra gradualmente nell'assortimento delle diverse Regioni di vendita prodotti provenienti dai parchi. Nel 2015 è stato lanciato, per esempio, la nuova varietà di gelato al caramello della fattoria Schintbühl della Biosfera UNESCO dell'Entlebuch.

Topten: efficienza energetica eccellente

I dispositivi di marca propria con un consumo energetico particolarmente basso e componenti innocui

per la salute sono contrassegnati da Coop con il label di qualità Topten dell'Agenzia svizzera per l'efficienza energetica. Oltre 1700 prodotti nei formati di vendita Coop soddisfano già i criteri Topten. Nel 2015, il fatturato del Gruppo Coop generato dai prodotti Topten è stato di 149 milioni di franchi.

Marche proprie per gruppi target specifici

Prix Garantie ora anche per piccoli nuclei familiari

La linea di prezzi bassi Coop offre un vasto assortimento di prodotti di buona qualità a prezzi bassissimi. Coop controlla regolarmente questo assortimento di 450 prodotti e lo adegua alle esigenze in continuo mutamento dei clienti. Dal 2015 alcuni articoli vengono infatti proposti in porzioni ridotte per rispondere alla crescente domanda da parte di piccoli nuclei familiari.

Fine Food: rilancio delle confezioni per l'anniversario

Per il suo decimo anniversario la linea di specialità a prezzi accessibili ha ricevuto un design moderno e fresco con un nuovo logo. L'assortimento di circa 300 prodotti Food è stato ampliato con 30 novità tra cui, in primavera, il primo Champagne Fine Food. Il fatturato di oltre 85 milioni di franchi si è mantenuto al livello dell'anno precedente.

Betty Bossi lancia alcune novità stagionali

La linea di prodotti freschi convenience di maggior successo in Svizzera si è concentrata nel 2015 sulla stagionalità. Tra le oltre 150 novità c'erano molti articoli con ingredienti tipicamente stagionali come aglio orsino e asparagi in primavera o zucca in inverno. A questi si sono aggiunte anche una nuova linea di insalate pronte e ulteriori pietanze da infornare. La linea «let's cook», lanciata lo scorso anno e composta da verdure già pronte per chi desidera cucinare da sé piatti sani, vanta sempre più estimatori ed è pertanto stata ampliata. Nel 2015 Coop ha incrementato il fatturato dei prodotti Betty Bossi del 3,2% a oltre 485 milioni di franchi.

Primagusto: grande successo del mango

Con la marca Primagusto, Coop vende frutta e verdura dal gusto particolarmente intenso. Nell'anno in esame, l'assortimento è stato ampliato con quattro novità, raggiungendo 44 prodotti stagionali. Di sempre maggior successo gode inoltre il mango Primagusto, che da quattro anni contribuisce in maniera notevole all'incremento del fatturato. La linea Primagusto ha superato nettamente il fatturato dell'anno precedente giungendo a oltre 88 milioni di franchi con una crescita del 24,0%.

Weight Watchers: fine della collaborazione

Coop è sempre impegnata a mantenere un tenore quanto più ridotto possibile di zuccheri e grassi nell'intero assortimento di prodotti di marca propria. Tale impegno è stato ribadito con la firma della cosiddetta Iniziativa di Milano, una strategia volta alla riduzione del contenuto di zuccheri in yogurt e cereali per la colazione. Visti i continui miglioramenti conseguiti nell'intero assortimento, Coop ha deciso di terminare entro la fine del 2015 la collaborazione con Weight Watchers, in essere dal 2005. I prodotti di un certo rilievo in termini di fatturato saranno integrati nell'assortimento di Qualité & Prix.

Jamadu: i bambini al primo posto

Un'alimentazione quanto più equilibrata possibile, ma anche divertimento e movimento per i bambini: ecco cosa incarna la marca propria Jamadu con i suoi circa 100 prodotti nei settori Food, Near Food e Non Food. Le novità sono testate dalla Kids Experts Jury di Jamadu come è accaduto anche per i cinque prodotti introdotti nell'anno in esame. A completare l'offerta anche numerose attività e una stretta collaborazione con il club Hello Family. Il fatturato è aumentato del 6,3% a oltre 18 milioni di franchi.

Karma introduce le zuppe nell'assortimento

Con la marca Karma, Coop offre un'alternativa sempre varia a tutti coloro che di tanto in tanto desiderano rinunciare alla carne. Degli oltre 70 prodotti attualmente in assortimento, tutti certificati da «Swissveg» con il marchio europeo per il vegetarianismo, 35 sono vegani e 15 insigniti della Gemma di Bio Suisse. L'offerta spazia dalle varianti di tofu ai piatti pronti e agli snack, e offre una varietà di pasti vegetariani con qualche piacere esotico per il palato. Nel 2015 Karma ne ha dato ulteriore prova introducendo, tra l'altro, nuove zuppe come la Indian Curry. Il fatturato raggiunto è stato di 23 milioni di franchi.

Délicorn: alta qualità in un design tutto nuovo

Con Délicorn, Coop propone da una decina d'anni gustose e valide alternative alla carne. Nel 2015 l'assortimento è stato rivisitato e la qualità ulteriormente aumentata. Grazie all'elevato tenore proteico, i prodotti costituiscono una componente importante di un'alimentazione vegetariana equilibrata. Oltre alla rielaborazione dell'assortimento, le confezioni di Délicorn sono state sottoposte a un restyling.

Free From: domanda in crescita

Sono sempre di più in Svizzera le persone che soffrono di intolleranze alimentari. Gli 80 prodotti attualmente presenti nelle linee Free From e Free From Schär offrono una soluzione specifica a questo

gruppo di clienti. Coop contrassegna inoltre sempre più prodotti senza glutine e lattosio di marca propria con il marchio ufficiale di IG Zöliakie o con il simbolo proprio di Coop per i prodotti privi di lattosio. Nell'ultimo anno hanno ottenuto la certificazione anche oltre 40 articoli del settore Near Food e Non Food. Completano l'offerta molti nuovi prodotti di marca senza allergeni. Nel 2015 Coop ha realizzato un fatturato complessivo di circa 135 milioni di franchi con i prodotti senza allergeni.

Marche proprie standard

Coop Qualité & Prix: i preferiti delle famiglie

La marca propria Coop Qualité & Prix offre oltre 5500 prodotti di qualità come alternativa più economica ai rispettivi articoli di marca. Con un fatturato di circa 2,0 miliardi di franchi, Qualité & Prix gode di grande fiducia presso i clienti. Ora alcuni prodotti selezionati dai soci del club Hello Family sono proposti a prezzi pensati per le famiglie e contrassegnati con il logo Hello Family Favorites.

Articoli di marca

Il maggior offerente di articoli di marca nel commercio al dettaglio

Da Coop i clienti trovano l'offerta di articoli di marca più vasta nel commercio al dettaglio svizzero. Anche nel 2015 Coop ha inserito nel proprio assortimento molte novità di marca tra cui le capsule Special T® di Nestlé o gli yogurt YoQua di Emmi a contenuto proteico particolarmente elevato. Coop è stato il primo commerciante al dettaglio in Svizzera a vendere la nuova Coca-Cola Life. Davvero tante sono le novità introdotte nell'assortimento di cioccolato, tra cui in primavera, estate e autunno due tipi di cioccolatini Lindor per ogni stagione in edizione limitata ed esclusiva per Coop.

Prezzo

Coop trasferisce costantemente i guadagni sui cambi

Dopo che la Banca nazionale svizzera (BNS) ha abolito, a metà gennaio 2015, la soglia minima di cambio di 1.20 franchi per euro, Coop ha richiesto ai propri fornitori di riflettere velocemente nei prezzi i vantaggi ottenuti con il nuovo cambio sull'euro. Già pochi giorni dopo, Coop è stato il primo commerciante al dettaglio ad abbassare i prezzi di oltre 1000 prodotti provenienti dall'area euro. A seguito della decisione della BNS, nei supermercati Coop sono stati venduti circa 14.000 articoli a un prezzo



Fatti, non parole N. 174



**Con noi il pesce
sulla tavola
non manca mai**

Dal 2006 siamo partner del WWF e membri cofondatori del WWF Seafood Group e ci impegniamo per una pesca sostenibile che tuteli gli ecosistemi marini. Il nostro pesce fresco e surgelato e i nostri frutti di mare provengono al 100% da fonti sostenibili. Il 99,5% del nostro fatturato di pesce e di frutti di mare viene raggiunto con prodotti provenienti da fonti sostenibili. Inoltre proponiamo l'assortimento di frutti di mare bio più ricco della Svizzera.



Per fare in modo che anche sulle tavole degli esercizi gastronomici arrivino prodotti ittici sostenibili, le imprese del Gruppo Transgourmet promuovono il pesce con label di sostenibilità, collaborando con organismi tecnici, in particolare con il Marine Stewardship Council (MSC) e con Aquaculture Stewardship Council (ASC).



Al banco del pesce fresco o dei surgelati, chi sceglie pesce e frutti di mare da Coop ha la certezza di acquistare prodotti da fonti sostenibili. Già nel 1997, Coop ha siglato un'alleanza strategica con il Marine Stewardship Council (MSC). Coop è stata così il primo rivenditore al dettaglio della Svizzera a schierarsi attivamente per la pesca di cattura sostenibile. Inoltre Coop promuove la vendita di pesce biologico proveniente da allevamenti, attuando così un importante provvedimento per contrastare il fenomeno dell'overfishing nei mari di tutto il mondo. Nel 2015, il 34,6% del pesce d'allevamento venduto da Coop soddisfaceva i requisiti di Bio Suisse. Coop si conferma così il rivenditore con il più ricco assortimento di pesce d'allevamento biologico nel commercio al dettaglio svizzero.



Anche Bell riserva massima importanza alla sostenibilità di pesce e frutti di mare: barracuda, ricciole e altri pesci vengono pescati «a mano» nelle Azzorre, i singoli esemplari vengono tirati fuori dall'acqua praticamente uno a uno e quelli di dimensioni più piccole, e quindi non commercializzabili, vengono rigettati in mare ancora vivi.



Nelle vasche della serra tropicale di Frutigen, che appartiene al Gruppo Coop, nuotano i primi storioni d'allevamento dell'area alpina. Questa itticoltura riduce la pesca di cattura e promuove il caviale da allevamenti rispettosi degli animali.





più basso entro la fine del 2015. Anche in tutti i canali specializzati e online di Coop sono stati ridotti i prezzi di molti prodotti. Le trattative condotte con i fornitori hanno prodotto perlopiù risultati positivi. Nei casi in cui non è stato possibile giungere a un accordo, Coop ha fatto ricorso a misure straordinarie, imponendo, ad esempio, uno stop alle vendite di importanti riviste straniere. Il provvedimento ha sortito in breve l'effetto desiderato: le case editrici di tali riviste hanno trasferito i vantaggi di cambio ai consumatori svizzeri e le riviste sono tornate in vendita.

Riduzioni di prezzo su numerosi articoli

In tutti i prodotti, Coop pone attenzione a un rapporto ottimale tra prezzo e prestazione. Grazie a investimenti mirati all'efficienza, in particolare nella logistica, Coop si ritaglia il margine di manovra necessario per ridurre i prezzi. Nell'ambito delle regolari procedure di modifica dei prezzi, oltre alle riduzioni legate ai corsi di cambio, nel 2015 Coop ha ridotto i prezzi di circa 2000 altri prodotti. Il motivo di tali riduzioni risiede, tra l'altro, nella diminuzione dei costi delle materie prime, ad esempio dello zucchero o del caffè. Coop ha tuttavia effettuato anche investimenti mirati sul mercato riducendo, in alcuni casi fino al 47%, i prezzi di oltre 100 prodotti per l'igiene femminile. Dopo alcune trattative insoddisfacenti con i fornitori, Coop ha deciso di importare in parallelo i prodotti della marca Neutrogena, riuscendo così a ridurre fino al 40% i prezzi di questi prodotti. Per qualche prodotto, Coop ha invece dovuto aumentare i prezzi a causa di un incremento dei costi delle materie prime, tra cui nocchie e cioccolato. Tutti questi adeguamenti sono stati pubblicati su Cooperazione. Nel 2015 Coop ha ridotto i prezzi di oltre 16.000 articoli, per un importo complessivo di oltre 200 milioni di franchi. Il rincaro negativo nel canale dei supermercati si è attestato all'1,3%. A causa del persistente crollo dei prezzi nel settore Non Food, Coop ha registrato nel commercio al dettaglio un rincaro negativo complessivo del 2,1% (senza combustibili e carburanti).

Osservatorio dei prezzi: Coop offre prezzi vantaggiosi

Dal 2008, un istituto di ricerche di mercato indipendente istituisce, su mandato di Coop, l'Osservatorio dei prezzi Coop assicurando la corretta selezione e la comparabilità di prodotti e prezzi. Esso confronta periodicamente oltre 2000 articoli di uso quotidiano venduti in tutta la Svizzera che fanno parte degli assortimenti di Coop e del suo principale concorrente. L'Osservatorio dei prezzi rileva i dati di quattro categorie: articoli dal prezzo più basso, articoli di marca propria, articoli di marca e articoli di marca

a prezzo discount. Nel 2015 Coop è stata in media dello 0,7% più conveniente rispetto al suo concorrente principale in tutte le fasce di prezzo. Coop pubblica regolarmente i risultati dell'Osservatorio dei prezzi Coop su Cooperazione.

Prestazioni supplementari

Il club Hello Family è in continua crescita e vanta, a fine 2015, circa 1,5 milioni di soci. Il laboratorio interno di Coop conduce 582.000 test di qualità. Coop dà il via all'iniziativa di sostenibilità «Fatti, non parole» e la stampa Coop con le sue pubblicazioni può rivendicare il proprio primato di testata più letta in Svizzera.

Servizi

Servizio consumatori: diretto e personalizzato

Il Servizio consumatori Coop offre ai clienti un'assistenza diretta e personalizzata per le loro esigenze. Nell'anno in esame, si è occupato di circa 780.000 casi di cui 200.000 direttamente via Internet. A farla da padrone sono state soprattutto questioni relative a prodotti e assortimento, qualità, promozioni e altre azioni di marketing, la Supercard, Hello Family, Mondovino e diversi quesiti sulle app o il Digital Couponing. Tutte le richieste dei clienti confluiscono in un reporting e incidono sulle future decisioni aziendali.

Ufficio stampa: tema centrale è stata la soglia minima dell'euro

Nel 2015 l'interesse dei media si è concentrato soprattutto sull'abolizione della soglia minima dell'euro e su questioni correlate come sconti e stop delle vendite. Fondamentali sono stati anche i temi legati alla sostenibilità, soprattutto in relazione all'iniziativa «Fatti, non parole». Nell'anno in esame, l'Ufficio Stampa di Coop ha inviato 78 comunicati stampa, spedito inviti per tre conferenze stampa, effettuato 14 spedizioni di prodotti e risposto a oltre 2000 richieste da parte dei media.

Club Hello Family: offerte interessanti per le famiglie

Alla fine del 2015, il club Hello Family vantava circa 1,5 milioni di soci registrati, di cui oltre 420.000 famiglie attive, facendo segnare una nuova crescita rispetto all'anno precedente. I soci godono di svariate offerte e promozioni come buoni digitali, campagne di raccolta punti e concorsi. In agosto,

50.000 alunni – più del doppio rispetto al 2014 – sono stati felici di ricevere per l'inizio della scuola un sacchetto sorpresa. Il club Hello Family organizza inoltre eventi per grandi e piccini e offre sul proprio sito web molte attività per il tempo libero. In autunno è stata anche lanciata la nuova rivista Hello Family.

Mondovino festeggia il primo compleanno

A maggio 2015, il club Coop per enoappassionati ha festeggiato il suo primo anno di vita offrendo ai propri soci, saliti nel frattempo a quota 100.000, molti vantaggi. Da agosto i soci di Mondovino possono ordinare il loro vino preferito online e ritirarlo, anche il giorno stesso, presso uno dei punti di vendita selezionati nella zona di Zurigo; un servizio in continuo sviluppo. La solida competenza di Coop in materia di vini si esprime anche nel nuovo reparto riservato alle rarità enologiche. Qui si trovano anche i consigli di Peter Keller, redattore enologico della NZZ am Sonntag, l'edizione domenicale del quotidiano NZZ.

Adesso la Supercard è dotata di funzione di pagamento

Nel 2015 la Supercard Coop è stata utilizzata da 3,2 milioni di famiglie, mantenendo così il primato di programma fedeltà più apprezzato della Svizzera. Gli utenti dell'app Supercard beneficiano dal 2015 dell'opportunità di effettuare i loro pagamenti senza contanti tramite app, grazie alla carta di pagamento integrata ricaricabile sia tramite contanti che con i superpunti. Nei mesi di agosto e settembre, si è svolta inoltre per cinque settimane «Rombano i superpunti», la più grande campagna di raccolta punti promossa fino a ora, con possibilità di utilizzare i punti maturati presso Coop e altri undici partner per un intero fine settimana.

Supercardplus: pagamenti senza contatto per molti clienti

La carta di credito gratuita Supercardplus – disponibile come Mastercard o Visa – ha consentito nel 2015 a oltre 400.000 clienti di accumulare automaticamente superpunti a ogni acquisto. La possibilità, già introdotta lo scorso anno, di pagare senza contatto (tecnologia NFC) è stata promossa con azioni di comunicazione mirata presso il terminale di pagamento. Questa procedura ha consentito di raggiungere una quota di transazioni senza contatto con la Supercardplus pari al 25%.

Nuove tariffe flat Coop Mobile

Nel 2015, circa 17.000 nuovi clienti hanno sottoscritto un abbonamento Coop Mobile, mentre 50.000 hanno optato per l'opzione prepagata. Per chi utilizza il cellulare principalmente in Svizzera, Coop Mobile ha lanciato in autunno l'offerta «Swissflat». L'offerta flatrate può essere sottoscritta presso Interdiscount, Fust, Coop@home e anche in oltre 400 grandi supermercati Coop oltre che presso Mobilezone e in tutti gli store Salt.

Nuove carte regalo ricaricabili individualmente

Dall'autunno 2015, tutte le carte regalo acquistate su supporto fisico possono essere caricate sulla relativa app risp. sul cellulare. In tutti i formati di vendita Coop, i clienti possono inoltre acquistare carte regalo senza valore predefinito stampato.

Cassa Depositi Coop: un'interessante opportunità per il cambio valuta

Nelle 27 filiali della Cassa Depositi distribuite su tutto il territorio svizzero, i clienti continuano a godere di tassi di cambio molto interessanti senza commissioni, il che ha consentito di aumentare ulteriormente la frequenza delle operazioni di cambio. Benché i depositi dei clienti siano lievemente diminuiti a causa del permanere di tassi di interesse generalmente bassi, continuano comunque a rappresentare oltre il 40% dei debiti finanziari del Gruppo Coop.

Gestione della qualità

L'assicurazione qualità lungo l'intera filiera

Per Coop, l'assicurazione qualità consiste in un processo che comprende l'intera catena produttiva, dall'estrazione delle materie prime fino al cliente. La gestione della qualità è orientata ai processi chiave di approvvigionamento, marketing, logistica e vendita e coordina tutte le attività rilevanti in materia di qualità. I rischi vengono valutati lungo l'intera catena di creazione del valore per poi essere

gestiti con misure appropriate. Gli esperti di Coop lavorano a stretto contatto con le autorità e la comunità scientifica. I fornitori sono tenuti a documentare la qualità dei loro prodotti. Nel quadro di una valutazione della partnership commerciale, Coop conduce inoltre audit mirati all'individuazione dei rischi e promuove procedure di classificazione. I laboratori di Coop effettuano test a campione che, all'occorrenza, sono integrati da ulteriori controlli eseguiti in laboratori esterni specializzati. A ciò si aggiungono il monitoraggio della catena del freddo e regolari controlli a sorpresa presso i punti di vendita. Nel 2015, Coop ha eseguito oltre 582.000 test su circa 30.000 campioni. Anche dai propri partner commerciali Coop esige che abbiano un sistema di gestione della qualità e soddisfino non solo standard qualitativi ma anche requisiti sociali, etici ed ecologici. I fornitori sono valutati da enti di controllo neutrali che garantiscono il rispetto degli standard ufficiali della Global Food Safety Initiative (GFSI). Per le merci che arrivano dall'Estremo Oriente, la società affiliata di Coop Eurogroup Far East Ltd. accerta direttamente in loco il rispetto delle prescrizioni di qualità. Le aziende di produzione di Coop sono anch'esse tenute all'adempimento dei medesimi severi requisiti imposti ai fornitori esterni, ma hanno la possibilità di usufruire dei servizi centralizzati dell'assicurazione qualità di Coop.

Punti di vendita certificati

Coop organizza corsi di formazione periodici per i propri collaboratori della vendita e della ristorazione in merito all'igiene aziendale, personale e dei prodotti; nel 2015 sono stati effettuati per la prima volta anche via e-learning. Coop garantisce in tal modo il rispetto degli standard qualitativi più elevati fino allo scaffale. Controlli regolari a sorpresa sono inoltre garanzia di una corretta applicazione delle prescrizioni. Dal 2012 tutti i negozi con vendita al banco sono controllati e certificati dall'ente di controllo indipendente q.inspecta in relazione al rispetto dei requisiti di qualità. Nel 2015, 433 punti di vendita in totale hanno superato con successo gli audit.

Pubblicità/Comunicazione

Pubblicità Coop: al centro dell'attenzione

«Fatti, non parole»

A febbraio è partita la nuova iniziativa di sostenibilità «Fatti, non parole», che illustra, sulla base di fatti concreti, l'impegno di Coop in materia di sostenibilità. Il fulcro dell'iniziativa risiede nella piattaforma Internet multimediale fatti-non-parole.ch, sulla quale Coop aveva pubblicato fino alla fine del 2015

già oltre 300 attività a favore dell'uomo, degli animali e della natura. L'iniziativa è accompagnata tra l'altro da spot, una campagna di affissioni e diversi mezzi pubblicitari per i punti di vendita. La campagna Grill con la canzone «Chill'n'Grill» ha riscontrato di nuovo un grande successo in estate. Nell'anno in esame, Coop ha inoltre attuato due delle campagne di raccolta più amate per i bambini: una sul tema «La natura, che avventura», in collaborazione con il WWF, e l'altra riguardante un calendario Disney per bambini. Insieme a dieci partner commerciali Coop ha realizzato a fine 2015 la più grande iniziativa fedeltà in Svizzera, regalando 500.000 pacchetti per ringraziare la clientela e i propri collaboratori.

Stampa Coop: Cooperazione ancora al numero uno

Nonostante la recessione del settore stampa, i tre settimanali Coopzeitung, Coopération e Coopération hanno mantenuto nel 2015 il loro primato di testate più lette in Svizzera, riuscendo persino a guadagnare piccole quote di mercato. La tiratura complessiva di 2.545.810 copie raggiunge ogni settimana circa 3,5 milioni di lettori. Il formato introdotto nel 2014 per la rivista è stato arricchito nel corso di quest'anno di nuove rubriche come «Automobile». Di ampio spazio hanno goduto i temi relativi alla famiglia, ma l'offerta si è ampliata anche con tre inserti di Svizzera Turismo con proposte esclusive per il tempo libero e altri inserti riguardanti ad esempio il giardinaggio e i viaggi. Per sette promozioni, tra l'altro relative all'iniziativa «Fatti, non parole» e alla famiglia, la stampa Coop ha pubblicato un'edizione speciale. La stampa Coop cura anche le pubblicazioni per il personale Coop Forte, Transgourmet e Coop Pronto Inside nonché le riviste per i clienti Coop Pronto e Jamadu.

La nuova piattaforma Internet dedicata alle ricette

Quasi il 40% degli accessi al sito di Coop sono effettuati da cellulari o tablet. Per far fronte a esigenze in continuo mutamento, nel 2015 Coop ha completamente rielaborato alcune sezioni del proprio sito per adeguarsi al nuovo utilizzo in mobilità. Un processo che si concluderà entro il 2016. La piattaforma di ricette, già perfezionata per le nuove tecnologie, è un grande successo per gli utenti, e comprende diversi universi culinari, un ricettario personale e una modalità di visualizzazione sul tablet che consente di seguire le istruzioni passo per passo.

Sponsorizzazioni: le famiglie al centro dell'attenzione

Con le proprie attività di sponsorizzazione, Coop vuole regalare ai propri clienti esperienze emotive. Il 2015 è stato l'anno della famiglia e dei bambini.

All'insegna del nuovo marchio «Eventi Hello Family» pensato per manifestazioni destinate alle famiglie, Coop ha presentato ad esempio diversi musical come «Pippi feiert Geburtstag» (il compleanno di Pippi), «Ronja Räubertochter» (Ronja, la figlia del brigante) o il teatro musicale per l'anniversario della band Schtärneföifi. Per promuovere lo sport e la vita attiva, Coop ha lanciato in autunno «Coop Andiamo» in collaborazione con Svizzera in movimento. I tre eventi dedicati soprattutto alle famiglie hanno richiamato circa 7500 partecipanti. Altre manifestazioni Coop Andiamo sono previste per il 2016. Un altro degli eventi top sponsorizzati da Coop è stato il musical Disney «The Lion King», che ha registrato oltre 300.000 spettatori.

Logistica, Informatica e Immobili

Coop è in dirittura d'arrivo con i suoi grandi progetti logistici di Schafisheim e Pratteln. Tramite l'affiliata Railcare, Coop trasferisce nuovamente più trasporti su rotaia. L'Informatica rende gli shop online ancora più user friendly e l'azienda Coop Immobilien AG segna una tappa importante nell'edilizia sostenibile.

Logistica

Strategia Logistica e Panetterie 2015+

Con la sua attuale strategia Logistica e Panetterie 2015+, Coop persegue tre obiettivi fondamentali: un'ulteriore ottimizzazione dei costi con risparmi annuali ricorrenti di circa 60 milioni di franchi, il sostegno decisivo degli obiettivi di sostenibilità di Coop e il costante miglioramento della qualità dei prodotti da forno Coop. Gli elementi chiave della strategia sono lo sviluppo dell'attuale centrale di distribuzione a Schafisheim (AG), che include un nuovo immobile per la panetteria industriale e la logistica nazionale dei surgelati, la costruzione di un nuovo centro di produzione e logistica a Pratteln (BL) e il costante sviluppo del trasporto combinato non accompagnato tramite l'affiliata di Coop Railcare.

Schafisheim: il più grande progetto edilizio nella storia di Coop

L'ampliamento della centrale di distribuzione di Schafisheim (AG) è il più grande progetto di costruzione nella storia di Coop. La centrale di distribuzione ampliata si estende su una superficie di 73.000 m². Da qui, in futuro, Coop fornirà merci ai punti di vendita delle Regioni Nordwestschweiz, Zentralschweiz e Zürich. Nel nuovo immobile di 164.000 m² si insedieranno un magazzino surgelati nazionale e la più grande panetteria e pasticceria della Svizzera. I lavori sugli involucri degli edifici sono conclusi e gli interni sono già a buon punto. Nel 2015 è stato raggiunto un traguardo importante con l'installazione del ponte in acciaio a due piani lungo 162 metri tra la centrale di distribuzione ampliata e il nuovo immobile. Questa passerella, del peso di 884 tonnellate, serve in primo luogo

al flusso di merci, ma anche al passaggio del personale tra il vecchio e il nuovo edificio. A novembre 2015 Coop ha potuto mettere in funzione l'impianto di preparazione automatica delle consegne per i prodotti surgelati, mentre a gennaio 2016 è stata la volta del magazzino verticale per le merci generiche. A partire da giugno 2016, Coop inizierà gradualmente a rifornire da Schafisheim i punti di vendita che in precedenza ricevevano le merci da Dietikon. Per la consegna si continua a puntare sistematicamente sulla combinazione ecologica di trasporto su rotaia e su strada. Il binario di raccordo di Schafisheim è stato ultimato ad agosto 2015. Anche l'installazione degli impianti di produzione procede bene: dopo la pasticceria, che inizierà la produzione ad aprile 2016, a maggio seguirà l'avvio della produzione nella panetteria industriale. La concentrazione della logistica nella sede di Schafisheim, il trasferimento di nuovi trasporti dalla strada alla rotaia e l'utilizzo di una centrale a biomassa per la produzione di calore consentiranno di ridurre di oltre 10.000 tonnellate le emissioni annue di CO₂ prodotte da Coop. Schafisheim sarà inoltre il primo immobile industriale in Svizzera conforme agli standard Minergie.

La costruzione grezza del grande progetto di Pratteln è pronta

Nell'area di Salina Raurica a Pratteln (BL) sta sorgendo un nuovo centro di produzione e logistica. Qui Coop riunirà sotto lo stesso tetto le sue aziende di produzione Chocolats Halba e Sunray e la cantina Cave insieme alla relativa logistica. Il nuovo immobile di 78.000 m² comprende anche il Centro qualità Coop con uno dei laboratori più moderni in Svizzera. L'involucro dell'edificio è stato ultimato a fine ottobre 2015. Da quel momento i lavori sono incentrati

sulla costruzione del magazzino verticale, che offrirà spazio per 42.000 pallet, e sull'installazione degli impianti tecnici e di produzione. Tra gli altri, saranno realizzati depositi di stoccaggio per 1000 tonnellate di cioccolato liquido. Sul tetto del magazzino verticale, Coop installerà un impianto fotovoltaico con una potenza di picco di 600 kilowatt. La nuova sede sarà inoltre dotata di un binario di raccordo per i trasporti di merci. In questo modo Coop riuscirà a ridurre considerevolmente le emissioni di CO₂ anche a Pratteln. La messa in servizio completa è prevista per il 2017.

Railcare realizza innovazioni tecniche

L'affiliata di Coop Railcare combina il trasporto su strada e su rotaia. Con il cosiddetto trasporto combinato non accompagnato (TCNA) trasporta merci dai fornitori alle centrali di distribuzione e da queste ultime ai punti di vendita. Nel 2015 Railcare AG è riuscita a incrementare del 12,7% il suo ricavo netto. Le casse mobili di Railcare hanno coperto un percorso di oltre 17,2 milioni chilometri su rotaia: il 5,1% in più rispetto all'anno precedente. Le cinque locomotive Railcare svolgono ogni giorno le prestazioni di trasporto di 140 camion. Grazie al maggiore impiego del TCNA, nel 2015 Coop ha ridotto tramite Railcare AG le sue emissioni di CO₂ di altre 2150 tonnellate rispetto al 2014. Nel 2016 Coop svilupperà ulteriormente il TCNA. A partire da giugno Railcare metterà in funzione l'hub di Schafisheim: la fase di startup durerà sino a fine 2016. Nell'anno in esame, Railcare ha realizzato varie innovazioni tecniche. Insieme al costruttore di veicoli Schmitz Cargobull, ha per esempio sviluppato una cassa mobile per la distribuzione di prodotti a temperatura controllata. La cassa è provvista di un gruppo di raffreddamento ad alimentazione esclusivamente elettrica. Questa innovazione nel TCNA contribuisce all'ulteriore riduzione delle emissioni di CO₂. Railcare punta ad aumentare l'efficienza non solo sotto l'aspetto ecologico, ma anche nelle procedure. Nel quadro di un progetto pilota condotto con successo nell'hub di Oensingen, a dicembre 2015 ha introdotto un nuovo sistema logistico di scalo merci. Analogamente al sistema di picking del magazzino, i conducenti e i collaboratori dello scalo merci ricevono gli incarichi di lavoro direttamente sullo smartphone tramite mobile app. L'obiettivo consiste nello svolgere le operazioni di trasbordo in modo efficiente e con il minor numero possibile di movimenti nella zona di stoccaggio. Attualmente Railcare sta collaborando allo sviluppo di innovativi carri portacontainer e sta valutando l'acquisto di moderne locomotive elettriche.

Informatica

Migrazione degli shop online su una nuova piattaforma

A causa della forte integrazione dei processi, Coop ha sviluppato la sua ampia offerta di shop online prevalentemente su SAP. Nel quadro dell'acquisizione di Hybris (leader mondiale tra le piattaforme di commercio omni-channel) da parte di SAP, Coop procederà a medio termine alla migrazione dei suoi shop online su questa piattaforma, che ha già dato prova di efficacia con Interdiscount e Microspot.ch. Con il passaggio a Hybris, Coop rende la navigazione ancora più user friendly semplificando la ricerca negli shop online. Il primo shop a essere trasferito su Hybris sarà il supermercato online Coop@home. Successivamente sarà la volta degli e-shop di Import Parfumerie e Toptip/Lumimart. Grazie a questo cambiamento sarà sempre possibile implementare nell'offerta online di Coop gli ultimi sviluppi in ambito cross channel e si potranno sfruttare maggiormente le sinergie tra i singoli shop.

Una piattaforma d'acquisto standardizzata per Transgourmet

Il Gruppo Coop standardizza le soluzioni informatiche per Transgourmet. Dopo il successo dell'introduzione della nuova contabilità in tutte le aziende del gruppo Transgourmet, ora è la volta di una piattaforma standardizzata per la gestione acquisti e anagrafiche per Transgourmet Central and Eastern Europe. La concezione e la realizzazione della nuova piattaforma sono state concluse a metà 2015. Transgourmet Germania è stata la prima azienda a collegare la propria amministrazione merci alla nuova piattaforma di gestione anagrafiche.

Immobili

Conclusione di numerosi lavori di costruzione e ristrutturazione

La Direzione Immobili gestisce il patrimonio immobiliare di Coop nel commercio al dettaglio. È responsabile della gestione del portafoglio, delle attività di costruzione e degli asset e del facility management. Possiede, dirige e gestisce inoltre vari centri commerciali: 37 sedi in tutta la Svizzera a fine 2015. I compiti nel settore della gestione edilizia spaziano dallo sviluppo dei progetti alla realizzazione di nuovi immobili e ristrutturazioni. Nell'anno in esame, la Direzione Immobili è riuscita a portare a termine vari progetti. A marzo sono stati aperti il Toptip ampliato di Oberentfelden e il supermercato Coop modernizzato di Saint-Ursanne, il 30 aprile il nuovo Aarberg Center appena costruito e il 27 ago-



Fatti, non parole N. 85



Un impegno continuo per diminuire le emissioni di CO₂

Nel 2008 ci siamo prefissi l'obiettivo di diventare CO₂ neutrali entro il 2023. Al fine di ridurre le emissioni di CO₂, diminuiamo in modo costante il nostro consumo energetico e usiamo sempre più le energie rinnovabili. Tra il 2008 e il 2015 siamo riusciti a diminuire le emissioni di CO₂ del 24,8% nei principali settori dell'azienda. Puntiamo a raggiungere entro il 2023 una riduzione annua del 50% (rispetto al 2008). Le restanti emissioni di CO₂ saranno compensate a partire dal 2023 mediante il finanziamento di importanti progetti.

Nel 2012 la nostra visione Energia/CO₂ è stata premiata con il riconoscimento EHI-Energiemanagement-Award (EMA), consegnato a Colonia, per il progetto più innovativo del settore, a cui è seguito a inizio 2016 il premio speciale Watt d'Or, di cui l'Ufficio federale dell'energia (BFE) ci ha insigniti per la nostra visione e la sua realizzazione.



Il carburante che serve a rifornire i camion Coop contiene più del 20% di rifiuti organici. Grazie all'impiego di biodiesel come carburante, Coop è riuscita ad abbattere drasticamente le emissioni di CO₂ nel trasporto merci. Alcuni camion funzionano già interamente con biodiesel.



Nella località vallesana di Fully, da ottobre 2015 esiste un supermercato senza precedenti nel suo genere: la costruzione in legno è uno dei progetti pilota del nuovo «Standard Costruzione Sostenibile Svizzera». La filiale Coop di Fully genera ogni anno solo una tonnellata di emissioni di CO₂, un risultato notevole che si deve anche ai collettori solari di 673 m² installati sul tetto dell'edificio e a una termopompa aria/acqua.



Per il trasporto merci, Coop e l'affiliata Railcare hanno scelto una soluzione che unisce il trasporto su rotaia a quello su gomma, creando così un impatto minore sull'ambiente e fornendo un prezioso contributo al raggiungimento della visione Coop «CO₂-neutrale entro il 2023».



La panetteria industriale Coop di Gossau è la prima nel suo genere ad ospitare un impianto di riscaldamento a cippato in Svizzera. Migliaia di trucioli in legno riscaldano l'olio termico a sua volta necessario a riscaldare i forni.





coop

Fährt mit Strom. Kein CO₂. Weniger Lärm.



sto il Kaiserhof-Hobbyland di Kaiseraugst dopo i lavori di ampliamento. Una novità in prima assoluta si è avuta in autunno: il 21 ottobre, con il supermercato Coop nel comune vallesano di Fully, è stato aperto il primo punto di vendita certificato secondo il nuovo Standard Costruzione Sostenibile Svizzera (SNBS). Il 29 ottobre i grandi magazzini Coop City di Olten hanno festeggiato la riapertura dopo i lavori di modernizzazione. Fully non è l'unico luogo in cui la gestione edilizia sostenibile gioca un ruolo prioritario: dal 2007 Coop ha già realizzato 239 nuove costruzioni e ristrutturazioni secondo lo standard Minergie. I tetti di 23 immobili Coop sono inoltre dotati di impianti fotovoltaici.

Altri progetti in fase di realizzazione

Alla fine del 2015, molti altri progetti della Direzione Immobili erano in fase di realizzazione. Tra essi rientrano la costruzione del nuovo Paradiso del giardinaggio Edile+Hobby a Volketswil, l'ampliamento del centro commerciale Thurmarkt a Weinfelden e la costruzione del nuovo immobile residenziale sulla Hohlstrasse nel Letzipark di Zurigo. Nell'estate 2016 si concluderanno i lavori di ampliamento e nuova costruzione della centrale di distribuzione di Schafisheim e quelli relativi alla sopraelevazione del silo di Swissmill a Zurigo.

Gruppo Transgourmet

Il 2015 è tutto all'insegna dell'espansione. Transgourmet approda in Austria con l'acquisizione del leader di mercato nella gastronomia all'ingrosso. Anche in Germania sono state rilevate tre aziende. In tal modo il gruppo Transgourmet consolida ulteriormente la propria posizione nel mercato europeo del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso.

Sviluppo del gruppo

Transgourmet cresce nonostante il difficile contesto generale

La Transgourmet Holding AG è il secondo principale soggetto attivo nel commercio europeo del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso. È presente in Svizzera, Francia, Germania, Polonia, Romania, Russia e ora anche in Austria, e serve clienti della gastronomia e dell'industria. Del gruppo fanno parte i marchi ombrello Transgourmet Central and Eastern Europe, Transgourmet Svizzera e Transgourmet France. Nel 2015 il gruppo Transgourmet ha realizzato un ricavo netto di 7,5 miliardi di franchi con una crescita, al netto degli effetti valutari, del 2,6% rispetto all'anno precedente. Alla luce del contesto difficile in molti Paesi, si tratta di un ottimo risultato. A fine 2015, il gruppo Transgourmet impiegava in tutta Europa 24.095 dipendenti.

Sviluppo sistematico delle competenze

Onde soddisfare in maniera ottimale le molteplici esigenze della propria clientela, Transgourmet amplia costantemente le proprie competenze. Il 1° gennaio 2015 il gruppo ha acquistato la quota maggioritaria di Sump & Stammer International Food Supply, un'azienda con sede ad Amburgo operante in tutto il mondo e specializzata nel rifornimento di navi da crociera e di catene alberghiere internazionali. Ad agosto 2015 Transgourmet ha rilevato anche il 100% delle azioni di EGV Unna AG, tra le aziende leader specializzate nel rifornimento di grandi consumatori in Germania. Con tale acquisizione Transgourmet ha consolidato la propria competenza nel settore dei prodotti lattiero-caseari. All'inizio del novembre 2015 Transgourmet

ha inoltre rilevato dalla ditta Dr. August Oetker KG il 100% delle quote del Gruppo Frischeparadies, il principale fornitore di generi alimentari e specialità gastronomiche nel settore del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso con otto mercati in Germania e due in Austria. Tale acquisizione consente a Transgourmet di rafforzare la propria competenza nel segmento premium.

Transgourmet si espande in Austria

Il 1° gennaio 2016 Transgourmet ha rilevato il 100% dell'austriaca C+C Pfeiffer, un'affiliata del gruppo commerciale Pfeiffer. C+C Pfeiffer è leader di mercato nel settore della gastronomia all'ingrosso in Austria. Gestisce dodici centri cash&carry (otto con il nome «C+C Pfeiffer» e quattro con il nome «Mein C+C»), oltre al grossista di vini e bevande Trinkwerk e all'azienda di torrefazione di caffè premium Javarei. C+C Pfeiffer punta in maniera sistematica sulla strategia multicanale già dal 1980 e, nei propri punti di vendita, offre ai clienti una combinazione tra cash&carry e servizio di consegna. Grazie a questa acquisizione, Transgourmet sbarca in Austria e sviluppa ulteriormente la sua posizione di numero due nel commercio del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso. Dal 2016 Transgourmet partecipa inoltre per il 50% alla ditta Top Team Zentraleinkauf GmbH. Con l'acquisizione di C+C Pfeiffer anche l'Austria entra ora a far parte dei mercati strategici del gruppo Transgourmet. Ai marchi ombrello già esistenti Transgourmet Svizzera, Transgourmet Central and Eastern Europe e Transgourmet France, si aggiunge ora anche Transgourmet Österreich. A gennaio 2016 la C+C Pfeiffer è stata ribattezzata in Transgourmet Österreich GmbH. Il cambio

della ragione sociale sarà concluso nel corso della primavera, dopodiché i mercati C+C Pfeiffer saranno presenti sul mercato con il nome Transgourmet e il logo del gruppo Transgourmet.

Transgourmet Svizzera

Prodega/Growa festeggia il suo 50° anniversario

Con i suoi marchi Prodega/Growa e Transgourmet, nonché con l'affiliata Valentin Pontresina AG operante in Engadina, Transgourmet Svizzera è leader in Svizzera nel cash&carry e nel rifornimento all'ingrosso. Nell'anno in esame Transgourmet Svizzera impiegava 1823 dipendenti. Dei circa 100.000 clienti del Gruppo fanno parte alberghi, ristoranti, case di riposo e di cura nonché il commercio al dettaglio e l'industria. Oltre a un'ampia gamma di prodotti di marca propria, Prodega/Growa/Transgourmet vanta la più vasta offerta della Svizzera nei comparti Food, in particolare prodotti freschi e bevande, e Non Food. L'assortimento comprende più di 30.000 articoli che i clienti possono acquistare presso i 30 mercati Prodega/Growa, con una superficie totale di vendita di 123.037 m², oppure ordinare comodamente presso lo shop online o il servizio clienti per poi farseli consegnare. Nell'anno in esame Prodega/Growa ha festeggiato il suo 50° anniversario, organizzando eventi per la clientela e promozioni mensili. Nel 2015 Transgourmet Svizzera ha aperto un mercato Prodega/Growa a Manno (TI) e uno a Rennaz (VD). In ognuna delle sedi di Rennaz, Berna e Winterthur ha inoltre inaugurato un magazzino regionale. Da fine ottobre 2015 il servizio di rifornimento è pertanto totalmente affidato ai sette magazzini regionali, ognuno dei quali gestisce attività di cash&carry e rifornimento.

Transgourmet Central and Eastern Europe

Fornitore multicanale per la ristorazione professionale

L'operatore multicanale Transgourmet Central and Eastern Europe è specializzato nel cash&carry e nel rifornimento per la ristorazione professionale nell'Europa centrale e orientale. In Germania l'azienda opera come fornitore all'ingrosso con il marchio Transgourmet. In Germania, Polonia, Romania e Russia gestisce 94 ipermercati cash&carry. In Germania, inoltre, Transgourmet propone un formato di distribuzione regionale con ritiro sotto il marchio Transgourmet Cash+Carry.

Germania: Transgourmet è «campione dei clienti»

Transgourmet Germania rifornisce di prodotti alimentari, beni di uso domestico e di consumo, nonché di arredi per cucine industriali, i grandi consumatori del settore alberghiero, della gastronomia, dei servizi mensa aziendali e delle istituzioni sociali. A Transgourmet Germania appartengono l'affiliata Transgourmet Immobilien GmbH, i due Contact Center di Wildeshausen e Berlino, due aziende di lavorazione della carne per la produzione propria di carni e insaccati, nonché la Transgourmet Seafood GmbH di Bremerhaven, una delle piattaforme logistiche leader per frutti di mare e prodotti ittici freschi. Lo specialista del pesce è stato premiato con la stella Seafood Star 2015 nella categoria Pesce affumicato al vertice dell'industria ittica ad Amburgo. Oltre alla propria centrale, Transgourmet Germania gestisce 15 sedi operative per il servizio di rifornimento e propone in Germania, con il marchio Transgourmet Cash+Carry, un formato di distribuzione regionale con ritiro presso le sedi di Magonza, Coblenza, Brema, Saarlouis e Münster. Transgourmet Germania offre ai suoi 55.000 clienti un assortimento di 39.000 articoli circa, con una superficie complessiva di stoccaggio pari a 168.605 m². Nel 2015 Transgourmet è stata insignita del riconoscimento «Deutschlands Kundenchampion» («Il campione dei clienti della Germania»), assegnato, in quattro diverse tipologie di aziende in base alle loro dimensioni, dall'istituto di ricerche di mercato Forum Marktforschung e dalla Società Tedesca per la Qualità. A Transgourmet è stato inoltre assegnato il premio speciale come migliore azienda della Renania-Palatinato.

Dopo la chiusura del mercato di Harburg presso Amburgo, Selgros Cash+Carry gestisce ora in Germania 43 mercati per una superficie totale di 403.010 m², il che ne fa uno degli specialisti leader nel settore del cash&carry. Nell'anno in esame sono stati ristrutturati e ammodernati i tre mercati di Amburgo-Altona, Norderstedt e Öjendorf, che hanno riaperto i battenti il 1° ottobre 2015. I tre mercati vantano ora tutti un reparto dedicato al pesce fresco; quello di Norderstedt offre anche il servizio di rifornimento ai clienti. L'assortimento di Selgros Cash+Carry comprende oltre circa 67.000 articoli Food e Non Food ed è tagliato su misura per le esigenze di circa 1,6 milioni di clienti, di cui fanno parte ristoratori, chioschi, dettaglianti e altri esercizi. Alla fine del 2015, Transgourmet impiegava in Germania 9450 collaboratori.

Polonia: avviate le attività di Foodservice

Con Selgros Cash+Carry Transgourmet Polska è la seconda azienda del paese specializzata nel cash&carry. L'azienda, che a fine anno impiegava

4015 dipendenti e ha la propria sede principale a Poznan, gestisce 16 mercati con una superficie complessiva di 152.615 m² e un assortimento di oltre 40.000 articoli Food e Non Food. A settembre Selgros ha inaugurato il mercato di Varsavia fresco di ristrutturazione. Nei prossimi due anni è prevista l'apertura, sempre a Varsavia, di altri due mercati Selgros. Dall'autunno del 2015 Transgourmet Polska opera anche nel settore del Foodservice. A tal fine è sorto nelle vicinanze di Varsavia un primo centro logistico da cui vengono riforniti i grandi consumatori.

Romania: vasta gamma di prodotti

Selgros Cash+Carry Romania gestisce 19 ipermercati in tutto il territorio nazionale con una superficie di vendita complessiva di 179.448 m². La sede amministrativa centrale si trova a Brasov. Nei prossimi due anni è inoltre prevista l'apertura di altri tre mercati in Transilvania. Nel mese di agosto del 2015 è stato aperto a Bucarest il primo magazzino di distribuzione, da cui parte il rifornimento dei clienti del settore gastronomico della città. L'assortimento comprende 41.000 articoli, di cui 24.000 prodotti Food e 17.000 articoli Non Food. A fine 2015, Selgros Cash+Carry impiegava in Romania 3844 dipendenti.

Russia: specialità regionali

L'assortimento di Selgros Cash+Carry Russia vanta circa 52.000 prodotti Food e Non Food. Oltre a una vasta scelta di prodotti nazionali di marca, l'azienda offre a 1,1 milioni di clienti anche un nutrito assortimento di specialità locali e regionali. A fine 2015 Selgros Cash+Carry gestiva in Russia otto mercati all'ingrosso con una superficie di vendita complessiva di 70.844 m² e impiegava 1619 dipendenti. Sono al momento in fase di realizzazione altri due mercati Selgros, la cui apertura è prevista per fine 2016.

Transgourmet France

Prodotti freschi, regionali e sostenibili

Transgourmet France riunisce diverse aziende: Transgourmet Opérations, Transgourmet Fruits & Légumes, Transgourmet Seafood, Transgourmet Export ed Eurocash. A inizio 2015 Transgourmet France ha ceduto l'azienda Pro Hygiène Service in funzione di un sistematico orientamento mirato al commercio all'ingrosso di generi alimentari. In Francia, Transgourmet rifornisce di generi alimentari circa 51.000 esercizi gastronomici, panetterie, pasticcerie e istituzioni sociali, con un assortimento di circa 27.000 articoli. Insieme alle proprie affiliate, Transgourmet France impiegava nel 2015 in totale 3344 collaboratori e gestiva 24 sedi

con una superficie complessiva di stoccaggio di 300.256 m². A marzo 2015 Transgourmet France ha pubblicato il suo primo rapporto di sostenibilità, che documenta i progressi dell'impegno profuso da tutte le aziende del gruppo in materia di sostenibilità e fissa ulteriori obiettivi da raggiungere.

Transgourmet Opérations è il principale fornitore di generi alimentari e prodotti per l'igiene a esercizi gastronomici, panetterie e pasticcerie. Nel 2015, Transgourmet Opérations ha ulteriormente ampliato l'offerta di prodotti freschi e di articoli delle marche proprie Transgourmet oltre che della marca propria di pasticceria Legave. L'azienda ha inoltre lanciato una nuova versione del proprio servizio online «e-Quilibre», che permette ai clienti della gastronomia industriale di farsi preparare proposte di menu concepite su misura per le esigenze dei loro ospiti e per il loro budget. Gli esperti nutrizionisti assicurano che i menu proposti contribuiscano a un'alimentazione equilibrata. Transgourmet fornisce infine tutti i prodotti necessari alla preparazione del menu.

A giugno 2015 All Fresh Logistique è stata ribattezzata in Transgourmet Fruits et Légumes. L'azienda rappresenta il principale fornitore di frutta e verdura dell'area metropolitana di Parigi. Nell'anno in esame essa ha consolidato ulteriormente la collaborazione con i produttori e ampliato la propria offerta di prodotti locali con il marchio «Jardins de Pays». Transgourmet Seafood è specializzata nella distribuzione e lavorazione personalizzata di pesce e frutti di mare. Nell'anno in esame, Transgourmet Seafood ha avviato una partnership con l'azienda ittica francese Scapêche e sottoscritto il programma Mister Goodfish.

La società affiliata Transgourmet Export, con sede a Rungis, è specializzata nell'esportazione di prodotti di gastronomia e panetteria/pasticceria in Medio Oriente, Asia e Africa, nonché nei Dipartimenti francesi d'oltremare («Départements et Territoires d'outre-mer»). Nel 2015 ha realizzato una partnership con DHL Global allo scopo di inaugurare nuovi mercati di sbocco in Asia e negli USA.

L'azienda Eurocash con sede in Alsazia rifornisce clienti della gastronomia, gestisce un centro cash&carry a Schiltigheim e vanta un nutrito assortimento di prodotti locali. Per il 2016 è previsto un riassetto dell'azienda che sarà ribattezzata in Transgourmet Cash+Carry.

Produzione

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

Gruppo Bell

Anno di esercizio soddisfacente nonostante le sfide

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

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

Bell Svizzera sulla buona strada

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

Bell Germania migliora il risultato operativo

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

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

Bell International mantiene la rotta

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

Bell detiene ora la maggioranza di Hilcona

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

Aziende di produzione Coop

Swissmill

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

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

Chocolats Halba

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

Steinfels Swiss

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

Reismühle Brunnen

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

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

Nutrex

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

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

Sunray

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

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

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

Pearlwater Mineralquellen

Prodotti: acqua minerale e bibite gassate

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

Cave

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

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

Centro di maturazione delle banane

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

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

Panetterie Coop

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

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



Fatti, non parole N. 112



Purtroppo nella foto non ci stavano gli altri 3404 apprendisti Coop

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



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



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



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





Collaboratori

Nonostante il contesto pieno di sfide, Coop aumenta nuovamente i salari minimi e continua a offrire le condizioni di impiego migliori nel commercio al dettaglio in Svizzera. I collaboratori seguono corsi di aggiornamento in 47.177 giornate e una nuova campagna apprendisti mostra la varietà della formazione di base presso Coop.

Formazione e aggiornamento professionale

Ampliata l'offerta dei corsi di formazione

Anche nel 2015 Coop ha investito circa 45 milioni di franchi, molto tempo e know-how nella formazione e nel perfezionamento dei collaboratori. Complessivamente i collaboratori Coop hanno partecipato a 47.177 giornate di formazione e perfezionamento. Nelle circa 550 giornate di corsi, i collaboratori del management addetti alla vendita hanno frequentato corsi interni per avanzamento di carriera al fine di perfezionare le proprie funzioni dirigenziali. Nell'anno in esame, 15 collaboratori hanno intrapreso l'impegnativa formazione esterna per ottenere il diploma federale di manager nel commercio al dettaglio. Nel contesto della nuova sede di Coop a Schafisheim e della sua modernissima impiantistica per la logistica e la panetteria industriale, Coop ha creato la nuova funzione di «assistente agli impianti». Al momento sono 40 i collaboratori che si stanno formando come assistenti agli impianti per essere pronti agli impegnativi incarichi tecnici quando sarà inaugurata la centrale di distribuzione di Schafisheim a metà 2016.

Efficiente trasferimento delle conoscenze grazie all'e-learning

Nel 2015 Coop ha adottato per la prima volta su vasta scala anche forme di apprendimento elettroniche. Tramite e-learning sono stati istruiti nei settori catena del freddo, igiene e tutela dei giovani quasi 15.000 collaboratori. Nei prossimi anni saranno affrontati con strumenti di e-learning i temi più svariati.

Programmi Trainee per diplomati universitari

Coop offre una varietà di prospettive di sviluppo a chi conclude gli studi universitari. Il programma di

formazione comprende, fra l'altro, lo stage formativo (traineeship) nella Vendita, offerto da Coop per la prima volta dall'autunno°2014 all'autunno°2015. I nove trainee del Retail hanno scoperto in prima persona il fascino e la varietà del commercio al dettaglio, assumendo già responsabilità in diversi settori e raccogliendo così preziose esperienze. Dopo la conclusione del programma Trainee, molti di loro lavorano come vicegerenti di un supermercato Coop. All'inizio di ottobre 2015 è iniziato il secondo stage nel Retail con dieci trainee con studi universitari alle spalle. Coop offre inoltre altri programmi all'interno della Direzione Trading e presso la Sede principale. Complessivamente, nell'anno in esame, hanno concluso la loro formazione presso Coop 17 trainee, l'80% dei quali ha poi assunto una funzione nell'azienda.

Giovani nella vita professionale

La nuova campagna apprendisti mostra la grande varietà di professioni da Coop

Il numero in calo di giovani che concludono la scuola dell'obbligo e l'accademizzazione del sistema scolastico inaspriscono la competitività sul mercato della formazione. Le campagne di comunicazione volte a reclutare apprendisti idonei e qualificati rivestono pertanto un'importanza vitale. La nuova campagna apprendisti riassume nel motto «Per il mio apprendistato. Per il mio futuro.» la molteplicità dei percorsi di formazione professionale e le appassionanti e straordinarie prospettive per il futuro in Coop. Nel quadro della campagna Coop ha revisionato tutti i mezzi pubblicitari come opuscoli, factsheet e volantini. Inoltre, Coop si presenta alle fiere di settore come interessante datore di lavoro, con un nuovo stand interattivo.

1203 giovani iniziano l'apprendistato da Coop

L'offerta di posti di apprendistato presso Coop è molto varia, con 30 professioni diverse nei settori Vendita, Amministrazione, Logistica e Produzione. Nell'agosto 2015, 1203 giovani hanno iniziato il loro apprendistato da Coop: 41 in più rispetto all'anno precedente. 32 responsabili apprendisti a tempo pieno e circa 2000 formatori professionali accompagnano e assistono gli apprendisti. Nell'anno in esame, la quota di apprendisti che hanno concluso la formazione si è attestata a un buon 96,7%. Per molti giovani, la conclusione della formazione di base coincide con l'inizio della carriera professionale. Nel 2015, il 63,3% dei giovani che hanno concluso l'apprendistato da Coop ha ottenuto un impiego fisso nell'azienda. Alla fine del 2015, il Gruppo Coop impiegava un totale di 3410 apprendisti, di cui 570 nel commercio all'ingrosso internazionale.

Politica salariale

Coop aumenta nuovamente i salari minimi

Nonostante il contesto economico pieno di sfide, Coop è riuscita a mantenere costante il suo organico nell'anno in esame e ha deciso di aumentare i salari minimi per il 2016. Si tratta del quinto aumento dei salari minimi in dieci anni. Per i collaboratori non qualificati, Coop ha previsto per inizio 2016 un incremento di 50 franchi del salario minimo, il che equivale a un aumento dell'1,3%. Anche gli impiegati che lavorano con salario orario minimo guadagneranno di più in futuro: 21.95 franchi anziché come finora 21.65 franchi. Per i collaboratori non qualificati soggetti al contratto collettivo di lavoro (CCL), il nuovo salario minimo lordo ammonterà quindi ai 3900 franchi. Il salario lordo mensile dei collaboratori con formazione di base di almeno due anni sarà compreso almeno fra i 4000 e i 4200 franchi. Coop riconosce 13 mensilità. Nel 2016 Coop concederà inoltre aumenti salariali individuali strutturali. Coop continua a proporre le migliori condizioni d'assunzione nel commercio al dettaglio. Lo attesta anche uno studio dell'agenzia di rating «Inrate» sulle condizioni di lavoro presso le grandi aziende del commercio al dettaglio. Negli ultimi dieci anni Coop ha finanziato aumenti salariali del 18,7%, nonostante il commercio al dettaglio nello stesso arco di tempo si trovasse in un contesto pieno di sfide e registrasse un rincaro negativo del 9,0%.

Previdenza professionale di Coop

La CPV/CAP offre tassi interessanti

Al 31.12.2015 il grado di copertura della cassa pensione CPV/CAP di Coop è stato del 113,1%, un valore

lievemente inferiore a quello dell'anno precedente (113,3%). In un anno di investimenti difficili, il rendimento ottenuto dell'1,9% ha permesso di superare sia il benchmark tattico sia quello strategico. Dopo le correzioni sui mercati azionari all'inizio del secondo semestre (dovute all'indebolimento dell'economia cinese) era inevitabile una performance negativa nel settore delle azioni estere. In seguito al perpetuarsi del basso livello dei valori nominali dei tassi di interesse e all'introduzione da parte della Banca Nazionale Svizzera, nel gennaio 2015, di tassi di interesse negativi sui depositi per le banche commerciali, non ci si poteva aspettare un rendimento positivo in questo settore. Per la prima volta, le casse pensioni hanno dovuto rivelare le proprie indicazioni di voto relative alle partecipazioni in aziende svizzere quotate in borsa. Oltre all'adeguamento del regolamento sugli investimenti, la CPV/CAP ha istituito una commissione sul diritto di voto che ha definito le linee guida. Il tasso d'interesse sugli averi di vecchiaia degli assicurati attivi per l'anno 2015 è stato fissato al 2,0%, cioè a un valore dello 0,25% superiore al tasso di interesse minimo previsto dalla LPP. Nel 2015 le rendite sono rimaste invariate e lo stesso vale per l'anno 2016. Il numero degli assicurati attivi nel 2015, con 36.440 persone, è stato lievemente superiore a quello dell'anno precedente, che ammontava a 36.314 assicurati attivi. Il numero dei pensionati è salito da 18.983 a 19.272 persone alla fine del 2015. Nel 2016 il Consiglio di fondazione esaminerà tra l'altro l'adeguatezza del tasso d'interesse tecnico.

Commercio all'ingrosso

Formazione e aggiornamento professionale presso Transgourmet Svizzera

Per i suoi 75 apprendisti, Transgourmet Svizzera ha organizzato anche nel 2015 un campo apprendisti per ciascun anno di corso. La formazione e il perfezionamento rivestono una grande importanza. Nell'anno in esame, ciascun collaboratore ha partecipato in media a 25 ore di formazione. Grazie alla gestione dei talenti e al progetto «Laboratorio per quadri, dirigenti e management» per le giovani leve, nel 2015 Transgourmet Svizzera è riuscita a coprire interamente il 74% delle sue posizioni chiave e di quadri.

Transgourmet France promuove i talenti

Nell'anno in esame, Transgourmet France ha allestito un centro competenze per accompagnare il percorso professionale dei collaboratori. L'obiettivo è poter elaborare un piano carriera individuale per ciascun collaboratore, tagliato su misura sulle sue potenzialità e i suoi talenti.

Corporate Governance

54	Struttura del gruppo
55	Struttura del capitale
55	Consiglio d'amministrazione
60	Direzione generale
63	Remunerazioni
63	Diritti di partecipazione
63	Cambio di controllo e misure di difesa
63	Ufficio di revisione
64	Politica dell'informazione
65	Management Gruppo Coop

Corporate Governance

La Corporate Governance si basa sul principio di una gestione aziendale all'insegna della trasparenza e della franchezza nei confronti di collaboratori e opinione pubblica. Nelle pagine seguenti, Coop fornisce uno spaccato della struttura aziendale.

Il Gruppo Coop Società Cooperativa professa franchezza e trasparenza nella gestione aziendale e si adopera per una buona Corporate Governance nell'interesse dei propri soci, clienti, collaboratori e altri stakeholder. Per la strutturazione si basa in larga misura sulle direttive della Borsa Svizzera SIX Swiss Exchange in materia di Corporate Governance. Queste direttive sono in vigore per le società anonime e le società con buoni di partecipazione o di godimento, di cui Coop, essendo una società cooperativa, non fa parte. Bell SA è l'unica azienda del Gruppo Coop i cui diritti di partecipazione sono quotati presso la borsa SIX. I dati specifici sulla Corporate Governance di Bell sono pubblicati sul suo rapporto di gestione e sul sito www.bell.ch.

1. Struttura del gruppo

Il Gruppo Coop Società Cooperativa è una società cooperativa con sede a Basilea. Alla fine del 2015, il numero dei soci cooperativi era oltre i 2,5 milioni. Possono diventare soci della società cooperativa tutte le persone residenti in Svizzera o nel Principato del Liechtenstein. Il Gruppo Coop Società Cooperativa partecipa a diverse aziende in Svizzera e all'estero. La struttura del gruppo è illustrata alle pagine 101 e 102 del rapporto di gestione (perimetro di consolidamento). Non vi sono partecipazioni incrociate all'interno del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop Società Cooperativa è responsabile della direzione suprema del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop comprende Coop Società Cooperativa con le sue società affiliate nonché le società affiliate del Gruppo Coop Società Cooperativa. Gli organi del Gruppo Coop Società Cooperativa sono i Consigli regionali, l'Assemblea dei delegati, il Consiglio d'amministrazione, la Direzione generale e l'Ufficio di revisione.

Organizzazione



Consigli regionali

Il Gruppo Coop Società Cooperativa è composto da sei Regioni (Suisse Romande, Bern, Nordwestschweiz, Zentralschweiz-Zürich, Ostschweiz incluso il Principato del Liechtenstein, Ticino). Queste Regioni non costituiscono una persona giuridica, ma fanno parte della struttura organizzativa di tipo cooperativo del Gruppo Coop. In ogni Regione, i soci cooperativi eleggono un Consiglio regionale, la cui composizione varia da 60 a 120 membri (Ticino: non più di 30 membri). I Consigli regionali mantengono i contatti con i soci e il pubblico. Ogni Consiglio regionale elegge, al suo interno, un Comitato di 12 membri (Ticino 6). Il Comitato si costituisce autonomamente e propone al Consiglio d'amministrazione, in occasione dell'Assemblea dei delegati, uno dei propri membri per l'elezione al Consiglio d'am-

ministrazione; tale membro del Comitato, una volta eletto, assume anche la presidenza del Consiglio regionale e del relativo Comitato. Gli altri membri del Comitato del Consiglio regionale costituiscono i delegati che rappresentano i membri della propria Regione nell'Assemblea dei delegati del Gruppo Coop Società Cooperativa. L'attuale composizione dell'Assemblea dei delegati è riportata nella sezione di testo seguente.

Il mandato dei Consigli regionali e dei Comitati dei Consigli regionali dura quattro anni. Il mandato attuale dura dal 2013 al 2017. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (65 anni).

Assemblea dei delegati

All'Assemblea dei delegati spettano i poteri assegnati per legge all'Assemblea generale nonché gli incarichi assegnati dagli Statuti. In particolare è responsabile per la definizione degli Statuti, la nomina e la revoca del Consiglio d'amministrazione e dell'Ufficio di revisione, l'accettazione del rapporto di gestione, l'approvazione dell'operato del Consiglio d'amministrazione nonché lo scioglimento della società. Il Consiglio d'amministrazione può inoltre presentarle altre questioni da decidere.

Ulteriori informazioni sul Consiglio regionale e l'Assemblea dei delegati si trovano negli Statuti e nel Regolamento elettorale del Gruppo Coop Società Cooperativa. Entrambi i documenti sono accessibili su Internet.

www.coop.ch/organizzazione

Al 31 dicembre 2015, l'Assemblea dei delegati era composta dai seguenti delegati:

Regione Suisse Romande	Regione Bern
Vincent Albasini	Sabine Boschung
Patrick Csikos	Patrick Bruni
Doris Grobéty	Chantal Gagnebin
Nicole Hosseini	Sandra Ghisoni Schenk
Zohra Ottoz	Fränzi Grunder
Benoît Santschi	Therese Ischi
Catherine Stern	Mario Kaiser
Marc Vauthey	Jürg Kradolfer
	Corinne Lehmann
	Sibylle Miescher
	Felix Truffer
	Annette Wisler Albrecht
	Zippora Wüthrich

Regione Nordwestschweiz	Regione Zentralschweiz-Zürich
Alexandra Abbt-Mock	Silvia Banfi Frost
Sibylle Bader Biland	Beatrice Bertschinger
Evelyn Borer	Renato Blum
Sandra Nicole Engeler	Kurt Feubli
Susanne Jäger	Anna Maria Forlano
Peter Jossi	Ronald Hauser
Pascal Konrad	Willy Rüegg
Luciana Maggetti	Alex Rutz
Heidi Straumann	Beda Schlumpf
Charles Suter	Liliane Waldner
Jörg Vitelli	

Regione Ostschweiz (Principato del Liechtenstein incluso)	Regione Ticino
Maria Bieri	Mauro Bazzi
Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Fridolin Eberle	Fiorenzo Robbiani
Markus Eugster	Gabriella Rossetti
Christa Flückiger	Raffaële Sartori
Michael Fuhrer	
Kurt Gansner	
Roberto Godenzi	
Richard Kübler	
Leonardo Longaretti	
Gabi Senn	

2. Struttura del capitale

La struttura del capitale del Gruppo Coop può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 83 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine 86–102). Il patrimonio netto del Gruppo Coop Società Cooperativa consiste solo in fondi autogenerati. I soci cooperativi non partecipano al patrimonio netto.

3. Consiglio d'amministrazione

3.1 Membri del Consiglio d'amministrazione

Ai sensi degli Statuti, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa è composto da un massimo di sei rappresentanti nominati dalle Regioni e da un numero massimo di altri cinque membri, tra cui un rappresentante della Suisse Romande e un rappresentante del personale. I membri del Consiglio d'amministrazione vengono eletti dall'Assemblea dei delegati su richiesta del Consiglio d'amministrazione. Attualmente nel Consiglio d'amministrazione siedono altri quattro membri oltre ai rappresentanti delle Regioni, per cui in complesso il Consiglio d'amministrazione è composto

da dieci persone. Ad eccezione del rappresentante del personale, i membri del Consiglio d'amministrazione non possono essere impiegati contemporaneamente presso Coop o una delle aziende da essa controllate (netta separazione dei poteri).

Al 31 dicembre 2015, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa è composto dai seguenti membri:

Nome	Anno di nascita	Funzione attuale	Primo anno di mandato	Eletto/a fino al
Hansueli Loosli ²	1955	Presidente	2011	2017
Peter Eisenhut	1955	Membro, rappresentante della Regione Ostschweiz/FL	2009	2017
Michela Ferrari-Testa	1963	Membro, rappresentante della Regione Ticino	2006	2017
Hans-Jürg Käser	1956	Membro, rappresentante del personale	2009	2017
Irene Kaufmann ¹	1955	Vicepresidente	2001	2017
Beth Krasna ²	1953	Membro	2005	2017
Roman Kuhn	1955	Membro, rappresentante della Regione Nordwestschweiz	2010	2017
Lillia Rebsamen-Sala	1953	Membro, rappresentante della Regione Zentralschweiz-Zürich	2009	2017
Bernard Rüeger	1958	Membro, rappresentante della Regione Suisse Romande	2009	2017
Giusep Valaulta	1951	Membro, rappresentante della Regione Bern	2001	2017

¹ Presidente del Comitato di revisione

² Membro del Comitato di revisione

3.2 Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

Il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa è al tempo stesso il Consiglio d'amministrazione di Coop Società Cooperativa e della Coop Immobilien AG.



Hansueli Loosli

Svizzero

Formazione: dipl. fed. Esperto finanze e controlling, KV Zurigo

Carriera professionale: 1982–1985 controller, vicedirettore della società Mövenpick Produktions AG, Adliswil; 1985–1992 Waro AG, Volketswil: da ultimo come direttore generale 1992–1996 direttore del servizio Approvvigionamento Non Food di Coop Svizzera, Wangen; 1992–1997 Managing Director di Coop Zurigo, Zurigo; 1997–2000 presidente della Direzione generale e della Direzione del gruppo di Coop Svizzera, Basilea; Gennaio 2001 – agosto 2011 presidente della Direzione generale di Coop Società Cooperativa, Basilea; da settembre 2011 presidente del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Bell SA, Basilea (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil (presidente); Swisscom SA, Ittigen (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea (presidente)

Altre funzioni e cariche: membro del comitato consultivo di Deichmann SE; membro del comitato direttivo di Economiesuisse



Peter Eisenhut

Svizzero

Formazione: lic. oec. Università di San Gallo

Carriera professionale: 1981–1991 insegnante principale di scienze economiche presso la scuola cantonale di Heerbrugg; 1987–1998 docente di economia politica all'Università di San Gallo; 1990–1993 membro della Direzione generale del Centro di ricerca sul futuro, San Gallo; 1993–1996 consulente indipendente di economia politica; 1997–2007 capo economista della Camera di commercio e industria di San Gallo-Appenzello; dal 2008 Managing Partner di Ecopol AG, San Gallo

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Rofima Holding AG, Horn; Säntis-Schwebbahn AG, Schwägalp

Altre funzioni e cariche: docente presso l'Executive School dell'Università di San Gallo; società di promozione (presidente) e comitato direttivo (vicepresidente) dell'Istituto svizzero per le piccole e medie imprese dell'Università di San Gallo; fondazione Zukunft.li (presidente); membro del comitato direttivo del Soccorso d'inverno Appenzello Esterno



Michela Ferrari-Testa

Svizzera

Formazione: lic. iur. Università di Zurigo, avvocato e notaio

Carriera professionale: dal 1990 proprio studio legale e notarile a Capriasca

Mandati in altri consigli d'amministrazione: avanex Assicurazioni SA, Dübendorf; Helsana SA, Dübendorf; Helsana Infortuni SA, Dübendorf; Helsana Assicurazioni SA, Dübendorf; Helsana Assicurazioni integrative SA, Dübendorf; Progrès Assicurazioni SA, Dübendorf; sansan Assicurazioni SA, Dübendorf

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione della Fondation Sana



Hans-Jürg Käser

Svizzero

Formazione: apprendistato di montatore elettricista

Carriera professionale: 1980–1991 responsabile Uscita merci Coop Svizzera; dal 1999 responsabile del Pool dei mezzi ausiliari di trasporto presso Coop, Basilea

Altre funzioni e cariche: Gruppo professionale Coop di Unia; Associazione degli impiegati Coop (presidente)



Irene Kaufmann

Svizzera

Formazione: dr. oec. publ. Università di Zurigo

Carriera professionale: 1980–2002 mandati di revisione e incarichi di consulenza per aziende del settore privato su incarico della Dr. Nabholz Treuhand AG, Zurigo; 1985–2008 Nabholz Beratung, Zurigo: Project Management nella consulenza di amministrazioni e imprese pubbliche focalizzata su finanze e organizzazione; 2000–2009 vicepresidente del Consiglio d'amministrazione di Coop Società Cooperativa, Basilea; 2009–2011 presidente del Consiglio d'amministrazione di Coop Società Cooperativa, Basilea; dal 2011 vicepresidente del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Bell SA, Basilea; Coop Mineraloel AG, Allschwil; Padrinato Coop per le regioni di montagna Società Cooperativa, Basilea (presidente); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; HWZ Scuola superiore di economia, Zurigo; Mobiliare Svizzera Società Cooperativa, Berna; Mobiliare Svizzera Holding SA, Berna; Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione della CPV/CAP Cassa pensione Coop (presidente); membro del consiglio di fondazione della ETH Zürich Foundation; membro del Consiglio di fondazione delle Scuole Juventus Zurigo (presidente)



Beth Krasna

Svizzera e statunitense

Formazione: ing. chim. dipl. PF Zurigo; MBA Sloan School at MIT, Cambridge, USA

Carriera professionale: 1977–2003 varie funzioni manageriali nel settore industriale e terziario in Svizzera e Thailandia, tra cui CEO del Groupe Valtronic di Les Charbonnières e CEO della società di apparecchiature per la trazione elettrica Sécheron SA, Ginevra; dal 2004 imprenditrice indipendente

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Alcosuisse SA, Berna; Raymond Weil SA, Grand-Lancy; Symbiotics SA, Ginevra

Altre funzioni e cariche: membro del Consiglio dei PF; membro del consiglio di fondazione della Fondation des Amis du Prix de Lausanne; membro del consiglio di fondazione della Fondation pour l'institut de hautes études internationales et du développement; membro del consiglio di fondazione della Fondation pour l'étude des relations internationales en Suisse (FERIS)



Lillia Rebsamen-Sala

Svizzera

Formazione: diploma di scuola commerciale

Carriera professionale: 1972–1980 funzionaria amministrativa presso le Ferrovie federali svizzere; 1980–1990 casalinga; 1990–1993 impiegata di commercio presso l'azienda Zollinger, Lucerna; dal 1991 responsabile Amministrazione presso Rebsamen Elektroplan AG e Rebsamen Technocasa AG, Lucerna

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Rebsamen Technocasa AG



Bernard Rüeger

Svizzero

Formazione: MBA, Losanna

Carriera professionale: dal 1986 in varie funzioni e dal 1992 al 2012 direttore commerciale presso la società Rüeger S.A., Crissier; dal 2013 presidente della Rüeger Holding S.A., Paudex

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Alpsens Technologies S.A., Crissier (presidente); CSS Holding SA, Lucerna; Lienhard Office Group AG, Degersheim; Lyncée Tec S.A., Ecublens; Socorex Isba S.A., Ecublens

Altre funzioni e cariche: membro del comitato direttivo di Economiesuisse; membro del consiglio di fondazione della Fondation de Beaulieu; Camera di commercio del Canton Vaud (presidente)



Roman Kuhn

Svizzero

Formazione: Executive MBA presso l'Università di Zurigo

Carriera professionale: 1980–1986 direttore commerciale di Neumühle Alb. Kuhn & Cie a Wohlen; 1988–1995 UBS a Zurigo e Brugg; 1995–2000 responsabile Private Banking a Brugg presso la Banca cantonale di Argovia; dal 2000 responsabile Institutional Banking e membro della direzione della Banca cantonale di Argovia, Aarau

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Circus Monti AG, Wohlen

Altre funzioni e cariche: membro del comitato direttivo dell'associazione Schloss Hallwyl; membro del comitato direttivo della fondazione Offene Hand «Swisshand»; membro del consiglio di fondazione della fondazione Fair Recycling



Giusep Valaulta

Svizzero

Formazione: lic. iur. Università di Friburgo

Carriera professionale: 1981–1991 responsabile del Servizio giuridico della Direzione federale delle misurazioni catastali presso l'Ufficio federale di giustizia, Berna; 1991–2010 vicedirettore del campo di prestazioni «Condizioni di lavoro» presso la Segreteria di Stato dell'economia (SECO), Berna; 2011–2013 consulente scientifico SECO, Berna; dall'agosto 2013 consulente legale indipendente a Ittigen

3.3 Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione

3.3.1 Principi della procedura elettorale

Il Consiglio d'amministrazione viene eletto dall'Assemblea dei delegati. Il mandato, uguale per tutti i membri, dura quattro anni. Un consigliere può essere rieletto. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (si può esercitare il mandato fino alla prima Assemblea ordinaria dei delegati dopo il compimento del 65° anno di età).

3.3.2 Prima elezione e restante durata del mandato

L'inizio del mandato risultante dalla prima elezione dei membri del Consiglio d'amministrazione è fissato al punto 3.1. Il mandato attuale è iniziato nella primavera del 2013 e terminerà nella primavera del 2017.

3.4 Organizzazione interna

3.4.1 Suddivisione dei compiti in seno al Consiglio d'amministrazione

Il Consiglio d'amministrazione si costituisce autonomamente eleggendo tra i propri membri il presidente e il vicepresidente. I membri assumono gli incarichi con pari responsabilità.

3.4.2 Comitato di revisione

Il Consiglio d'amministrazione ha costituito al suo interno un Comitato di revisione che consiglia il Consiglio d'amministrazione nella presentazione dei conti e nella rendicontazione, nelle attività di

revisione interna ed esterna, nel sistema di controllo interno e nella gestione dei rischi. È oggetto del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi anche la compliance. Fanno parte del Comitato di revisione Irene Kaufmann (presidenza), Hansueli Loosli e Beth Krasna. Il Comitato di revisione si riunisce almeno tre volte all'anno. Una riunione dura solitamente una mezza giornata. Alle riunioni prendono parte di norma il presidente della Direzione generale, il responsabile della Direzione Finanze/Servizi e il responsabile della Revisione interna con voto consultivo. A seconda dell'ordine del giorno vengono convocati i revisori esterni. I membri del Consiglio d'amministrazione vengono informati periodicamente in merito ai lavori del Comitato di revisione. La Revisione interna sottostà alla presidente del Comitato di revisione.

3.4.3 Modalità di lavoro del Consiglio d'amministrazione

Il Consiglio d'amministrazione si riunisce almeno quattro volte all'anno e con la frequenza necessaria per svolgere le attività incumbenti. Nel 2015, il Consiglio d'amministrazione ha tenuto otto riunioni con durate da una a due giornate. Alle riunioni del Consiglio d'amministrazione prendono solitamente parte il presidente e il vicepresidente della Direzione generale (per tutti i punti all'ordine del giorno) ed eventualmente gli altri membri della Direzione generale con voto consultivo. Il Consiglio d'amministrazione è in grado di deliberare in presenza della maggioranza dei membri. Per essere valida, una decisione dev'essere presa con la maggioranza dei voti espressi. In caso di parità di voti, il voto decisivo spetta al presidente del Consiglio d'amministrazione.

3.5 Regolamento delle competenze

Al Consiglio d'amministrazione spettano la massima direzione del Gruppo Coop Società Cooperativa e del Gruppo Coop (gestione strategica) e la vigilanza sulla gestione degli affari. I suoi incarichi e poteri descritti nell'art. 29 degli Statuti corrispondono alle prescrizioni per le società anonime (CO 716a), più severe rispetto a quelle in vigore per le società cooperative. Un regolamento organico emesso dal Consiglio d'amministrazione disciplina la ripartizione delle competenze tra Consiglio d'amministrazione e Direzione generale in tutti gli aspetti essenziali, come le finanze, le strategie aziendali, la gestione del personale e l'organizzazione. Un regolamento delle competenze redatto dalla Direzione generale illustra nei dettagli i poteri operativi dei singoli livelli di funzione.

3.6 Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale

Management Information System

Ogni mese, la Direzione generale redige un rapporto scritto destinato al Consiglio d'amministrazione, contenente i dati sull'andamento corrente delle attività commerciali e informazioni importanti provenienti da tutti i settori aziendali. Inoltre, il Consiglio d'amministrazione riceve per iscritto i rapporti e i bilanci quadrimestrali, che sono poi presentati e discussi in sede di riunione. Il presidente del Consiglio d'amministrazione prende regolarmente parte alle riunioni della Direzione generale.

Processo di pianificazione e definizione degli obiettivi/Balanced Scorecard

Coop applica un solido e continuo processo di pianificazione e definizione degli obiettivi, che comprende anche il reporting periodico al Consiglio d'amministrazione, tra l'altro attraverso il sistema della Balanced Scorecard.

Gestione dei rischi

Il Gruppo Coop dispone di un sistema di gestione dei rischi standardizzato. La Direzione generale e il Consiglio d'amministrazione identificano e analizzano ogni tre anni, l'ultima volta nell'anno 2015, i rischi principali e i rispettivi scenari e definiscono misure adeguate. Ogni anno un processo di revisione verifica lo stato di realizzazione delle singole misure. Sono definiti grandi rischi quelli che possono influenzare negativamente il margine di contribuzione 2 del Gruppo Coop per un importo superiore a 15 milioni di franchi entro tre anni.

Sistema di controllo interno

Nel quadro delle valutazioni annuali istituzionalizzate della qualità del Sistema di Controllo Interno a livello dei processi operativi, da un lato viene effettuata una valutazione dei rischi operativi nonché dei rischi legati ai rendiconti finanziari e alla compliance. Dall'altro viene valutata l'efficacia dei controlli implementati per coprire tali rischi. Sono oggetto di queste valutazioni anche i controlli informativi generali. La qualità dei controlli per tutta l'azienda viene verificata ogni due anni dai membri della Direzione generale. In conformità alla cadenza ciclica, nel 2015 è stata eseguita una valutazione dei controlli per tutta l'azienda. I risultati delle valutazioni del Sistema di controllo interno vengono riassunte ogni anno in una relazione esaustiva.

Revisione interna

In qualità di organo indipendente e obiettivo, la Revisione interna verifica per conto del Consiglio d'amministrazione e del Comitato di revisione, tra le altre cose, il rispetto delle direttive e dei regolamenti, nonché l'adeguatezza e l'efficacia del Sistema di controllo interno. Accompagna a titolo di controllo o di consulenza la creazione di nuovi processi operativi o la modifica di quelli esistenti, e affianca la Direzione generale nel raggiungimento dei suoi obiettivi, indicando delle proposte per migliorare i processi operativi.

In tale contesto, la Revisione interna applica un approccio di controllo orientato ai rischi. I risultati ottenuti da questi controlli vengono comunicati per iscritto alla presidente del Comitato di revisione, al presidente del Consiglio d'amministrazione e al presidente della Direzione generale. L'attuazione delle misure viene monitorata costantemente. La Revisione interna coordina le sue attività di controllo e mantiene uno stretto scambio di informazioni con l'Ufficio di revisione statutario. È membro dell'Associazione svizzera di audit interno (ASAI). Nell'anno in esame la direzione della Revisione interna di Coop ha incaricato l'azienda Ernst & Young AG di eseguire un Quality Assessment della Revisione interna, ai sensi della norma IIA 1312. Ernst & Young ha giudicato la Revisione interna come una funzione professionale e di elevata qualità che nell'insieme soddisfa ottimamente le norme IIA («Generally Conforms»).

4. Direzione generale

4.1 Membri della Direzione generale

Per la gestione diretta degli affari (gestione operativa) il Consiglio d'amministrazione nomina una Direzione generale; essa rappresenta l'organo esecutivo di Coop e agisce sotto la propria responsabilità, benché incarichi e competenze siano disciplinati da un regolamento organico emesso dal Consiglio d'amministrazione. La Direzione generale è presieduta da un presidente autorizzato a dare direttive agli altri membri della Direzione generale.

Al 31 dicembre 2015, la Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa è composta dai seguenti membri:

Nome	Anno di nascita	Funzione attuale	Membro dal
Joos Sutter	1964	Presidente della Direzione generale	2010
Jean-Marc Chapuis	1954	Membro	2001
Reto Conrad	1966	Membro	2012
Leo Ebnetter	1954	Membro	2007
Daniel Stucker	1964	Membro	2011
Philipp Wyss	1966	Vicepresidente della Direzione generale	2009

4.2 Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

La Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa è al tempo stesso la Direzione generale di Coop Società Cooperativa e della Coop Immobilien AG.



Joos Sutter

Svizzero

Formazione: lic. oec. Università di San Gallo; dipl. fed. Esperto contabile, Accademia della Camera fiduciaria svizzera, Zurigo

Carriera professionale: 1991–1996 esperto contabile presso PricewaterhouseCoopers, Zurigo; 1996–1999 responsabile Finanze/Risorse umane presso Import Parfümerien AG, Zurigo; 1999–2005 varie funzioni quali responsabile Finance/Services o capovendita presso Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2009 Direttore generale Interdiscount; 2010–2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Trading di Coop Società Cooperativa, Basilea; da settembre 2011 presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Retail di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Alliance Internationale de Distributeurs SA (Alidis), Vernier; Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (presidente); Marché Restaurants Schweiz AG, Lindau (presidente); Palink UAB, Lituania; Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche: Comunità d'interessi Commercio al dettaglio Svizzera (Presidente)



Jean-Marc Chapuis

Svizzero

Formazione: lic. ès sciences économiques et sociales, Università di Ginevra

Carriera professionale: 1981–1983 Sales Manager per alcuni mercati internazionali e responsabile della succursale fran-

cese della Zenith Movado AG, Le Locle; 1983–1985 vicedirettore di Coop La Chaux-de-Fonds; 1986–1993 direttore di Coop La Chaux-de-Fonds; 1994–2000 direttore di Coop Neuchâtel-Jura; dal 2001 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Immobili di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (presidente)



Reto Conrad

Svizzero

Formazione: lic. oec. Università di San Gallo; dipl. fed. Esperto contabile, Accademia della Camera fiduciaria svizzera, Basilea

Carriera professionale: 1990–1992 controller dell'UBS a Basilea; 1992–2001 varie funzioni nel settore della revisione dei conti presso PricewaterhouseCoopers a Basilea e San Francisco; 2001–2005 CFO e membro della direzione del gruppo Bachem, Bubendorf; 2006–2012 CFO e membro della direzione del gruppo Emmi, Lucerna; dal 2012 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e responsabile della Direzione Finanze/Servizi di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Banca Coop SA, Basilea; Centre Commercial Moncor S.A., Villars-sur-Glâne (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; Marché Restaurants Schweiz AG, Lindau; Panflor AG, Zurigo; nettoShop AG, San Gallo; RS Vertriebs AG, San Gallo; siroop SA, Zurigo; siroop trading SA, Basilea; Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny (presidente); Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (presidente); Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (presidente)

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione del Centro Seminari Coop, Muttenz (presidente); membro del consiglio di fondazione della CPV/CAP Cassa pensione Coop



Leo Ebnetter

Svizzero

Formazione: formazione di meccanico di macchine; diploma di commercio, corso di laurea in economia aziendale, Università di San Gallo

Carriera professionale: da Coop dal 1978; 1978–1981 vice responsabile di magazzino Merci generali, Gossau; 1981–1985 responsabile logistica Merci generali e responsabile Trasporti Coop Ostschweiz, Gossau; 1985–1987 responsabile Logistica Centrale di distribuzione di Gossau; 1987–1990 responsabile settore Approvvigionamento Food, produzione, logistica Coop Ostschweiz, Gossau; 1990–2000 vicedirettore Coop Ostschweiz e responsabile Approvvigionamento Food, produzione, logistica e informatica Coop Ostschweiz, Gossau; 2000–2007 responsabile Regione logistica Coop Ostschweiz-Ticino, Gossau; dal 2007 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Logistica di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Bell SA, Basilea; Kühlhaus Neuhof AG, Gossau; Railcare AG, Härkingen (presidente)

Altre funzioni e cariche: membro del comitato direttivo dell'associazione di promovimento Cargo sous terrain



Daniel Stucker

Svizzero

Formazione: ing. dipl. Informatica economica, Scuola d'ingegneria di Bienne; Executive MBA, Università di Zurigo

Carriera professionale: 1985–1986 Software Engineer PTT, Berna; 1989–1992 Management Consultant e responsabile della sede di Berna AF Consulting, Berna; 1992–1994 responsabile del Service-Center RESO, Soletta; 1994–1999 responsabile informatica e organizzazione presso la UEFA, Union of European Football Association, Nyon; 1999–2007

responsabile Informatica/Logistica, poi responsabile Finanze/Servizi, in seguito responsabile Approvvigionamento presso Interdiscount, Jegenstorf; 2007–2011 capo della Divisione Import Parfumerie/Christ Orologi & Gioielli, Winterthur; dal 2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Trading di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Coop Vitality AG, Berna (presidente); Coop Vitality Management AG, Berna (presidente); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren (presidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong; nettoShop AG, San Gallo (presidente); RS Vertriebs AG, San Gallo (presidente); Service 7000 AG, Netstal; siroop SA, Zurigo; siroop trading SA, Basilea (presidente); The Body Shop Switzerland SA, Uster (presidente)



Philipp Wyss

Svizzero

Formazione: apprendistato commerciale e tirocinio per macellaio

Carriera professionale: 1990–1992 responsabile vendite presso Sempione Gehrig AG, Klus; 1993–1997 Senior Product Manager presso la Federazione delle cooperative Migros, Zurigo; 1997–2003 Category Manager Carne, Pesce, Prodotti convenienze freschi presso Coop, Basilea; 2004–2008 responsabile Category Management Prodotti freschi presso Coop, Basilea; 2008–2009 capo vendita della Regione Zentralschweiz-Zürich di Coop; dal 2009 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea; 2009–2011 capo della Direzione Retail e responsabile Regione di vendita Zentralschweiz-Zürich di Coop Società Cooperativa, Basilea; dal 2012 capo della Direzione Marketing/Acquisti di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: AgeCore SA, Ginevra (presidente); Alliance Internationale de Distributeurs SA (Alidis), Vernier; Betty Bossi SA, Zurigo (presidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (presidente); Hilcona AG, FL-Schaan; Marché Restaurants Schweiz AG, Lindau; Palink UAB, Lituania; Retail Marketing Switzerland AG, Basilea (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione della Fondazione Biore

4.3 Contratti di management

I membri della Direzione generale non svolgono compiti operativi di management presso ditte esterne al perimetro di consolidamento del Gruppo Coop.

5. Remunerazioni

5.1 Contenuto e procedura di fissazione delle remunerazioni e dei programmi di partecipazione

Le remunerazioni dei membri del Consiglio d'amministrazione e della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa vengono proposte dal presidente e dalla vicepresidente del Consiglio d'amministrazione e stabilite dal Consiglio d'amministrazione.

Le remunerazioni delle attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa sono costituite da uno stipendio fisso a seconda delle funzioni ricoperte (presidente, vicepresidente, presidente del Consiglio regionale, membro), a cui si aggiunge un importo variabile sotto forma di gettone di presenza. Fanno eccezione il presidente e la vicepresidente del Consiglio d'amministrazione, che ricevono una remunerazione fissa (forfait annuale). Le remunerazioni dei membri della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa sono costituite da un salario lordo fisso concordato contrattualmente e una retribuzione variabile in funzione del risultato (partecipazione agli utili) in contanti. Quest'ultima ammonta al massimo al 20% del salario lordo, e l'importo dipende dal grado di raggiungimento del budget.

Nel 2015, per le attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa nonché di Coop Società Cooperativa e Coop Immobiliari AG sono state versate remunerazioni per un importo pari a 1,4 milioni di franchi (2014: 1,4 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2015 salari lordi per un importo pari a 3,8 milioni di franchi per 6,0 unità di personale (2014: 3,6 milioni di franchi per 6,0 unità di personale). Gli onorari per le attività del presidente e della vicepresidente del Consiglio d'amministrazione nonché dei membri della Direzione generale in seno ai consigli d'amministrazione delle società affiliate spettano al Gruppo Coop Società Cooperativa e a Coop Società Cooperativa.

Per il presidente e la vicepresidente del Consiglio d'amministrazione nonché per i membri della Direzione generale non vi sono regolamenti speciali per la cassa pensioni.

6. Diritti di partecipazione

6.1 Diritto di voto

I soci cooperativi del Gruppo Coop Società Cooperativa vengono rappresentati dai delegati delle rispettive Regioni. Il diritto di voto dei delegati si basa sul numero di soci Coop nella rispettiva Regione.

6.2 Quorum statuari

Le decisioni prese e le votazioni effettuate all'Assemblea dei delegati vengono approvate con la maggioranza assoluta dei voti validi espressi.

6.3 Convocazione dell'Assemblea dei delegati

Il Consiglio d'amministrazione convoca l'Assemblea dei delegati almeno 20 giorni prima del giorno dell'assemblea indicando i punti all'ordine del giorno e le proposte del Consiglio d'amministrazione. Un'assemblea straordinaria dei delegati ha luogo se viene richiesta da almeno un terzo dei delegati.

6.4 Inserimento di punti da trattare all'ordine del giorno

I delegati possono richiedere di far inserire un punto da trattare all'ordine del giorno. La richiesta dev'essere indirizzata al Consiglio d'amministrazione almeno 45 giorni prima dell'Assemblea ordinaria dei delegati.

7. Cambio di controllo e misure di difesa

Il Gruppo Coop Società Cooperativa non ha emesso quote di partecipazione. Non vi sono restrizioni e regolamentazioni statutarie.

8. Ufficio di revisione

8.1 Durata del mandato e durata in carica del revisore responsabile

Dal momento che la durata del mandato dell'Ufficio di revisione è limitata a un anno, l'Assemblea dei delegati elegge l'ufficio ogni anno. Il mandato di revisione per il Gruppo Coop Società Cooperativa e per la revisione contabile del conto annuale consolidato del Gruppo Coop è esercitato dal 1994 da PricewaterhouseCoopers (PwC). Il revisore capo responsabile, Dott. Daniel Suter, ha assunto il mandato nel 2010.

8.2 Onorari degli audit

Per adempiere al suo mandato legale per l'anno di esercizio 2015, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3,4 milioni di franchi (2014: 3,4 milioni di franchi).

8.3 Altri onorari

Per i servizi aggiuntivi che vanno oltre il mandato legale, PwC ha fatturato durante l'anno di esercizio 2015 un totale di 1,0 milione di franchi (2014: 0,5 milioni di franchi).

8.4 Strumenti informativi dell'Ufficio di revisione esterno

Il Comitato di revisione controlla per conto del Consiglio d'amministrazione le qualifiche, l'indipendenza e le prestazioni dell'Ufficio di revisione esterno e comunica al Consiglio d'amministrazione i risultati della sua valutazione. Esprime inoltre al Consiglio d'amministrazione e all'Assemblea dei delegati una raccomandazione relativa all'elezione o alla rielezione dell'Ufficio di revisione esterno. Nel 2015 il revisore responsabile ha preso parte a tre riunioni del Comitato di revisione. In quest'occasione sono stati discussi la pianificazione della revisione, i risultati dell'Ufficio di revisione esterno e la conseguente procedura da adottare. Inoltre, il revisore responsabile riferisce una volta all'anno a tutti i membri del Consiglio d'amministrazione. L'Ufficio di revisione esterno e la Revisione interna discutono anche la metodologia e lo sviluppo continuo del Sistema di controllo interno.

9. Politica dell'informazione

Il Gruppo Coop Società Cooperativa informa i suoi soci attraverso il settimanale Cooperazione e il sito Internet di Coop. I soci possono inoltre ordinare il rapporto di gestione del Gruppo Coop in formato cartaceo oppure consultarlo e scaricarlo dal sito web. I delegati si riuniscono nelle Assemblee dei delegati in primavera e autunno, durante le quali si forniscono informazioni in merito all'attuale andamento degli affari e si approfondiscono temi attuali. Insieme alla convocazione per l'Assemblea dei delegati in primavera, i delegati ricevono anche il rapporto di gestione del Gruppo Coop. Un rapporto quadrimestrale scritto informa inoltre i delegati sull'andamento delle attività commerciali correnti.

All'inizio di ogni anno vengono pubblicate le cifre salienti inerenti al fatturato dell'anno precedente. La conferenza stampa di bilancio del Gruppo Coop si svolge ogni anno a febbraio. Comunicati stampa a frequenza periodica forniscono indicazioni in merito ad altri eventi di rilievo in seno al Gruppo Coop.

 www.coop.ch/rapporto

Management Gruppo Coop

Il 1° marzo 2016

Coop Società Cooperativa

Direzione generale (DG)

Joos Sutter, presidente della DG
Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili
Reto Conrad, capo Direzione Finanze/Servizi
Leo Ebnetter, capo Direzione Logistica
Daniel Stucker, capo Direzione Trading
Philipp Wyss, capo Direzione Marketing/Acquisti

Presidenza della Direzione generale

Joos Sutter, presidente della DG
Nadine Gemblé, responsabile Personale/Formazione nazionale
August Harder, responsabile Informatica/Produzione
Alfred Hubler, responsabile Segretariato generale
Jörg Ledermann, responsabile Comunicazione/Qualità/
Sostenibilità
Heinrich Stamm, responsabile Revisione interna

Marc Haubensak, responsabile Bâle Hotels
Romeo Sciaranetti, responsabile Divisione Swissmill
Anton von Weissenfluh, responsabile Divisione Chocolats Halba

Direzione Retail

Joos Sutter, capo Direzione Retail
Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Roger Vogt, responsabile Regione di vendita NWZZ
Herbert Zaugg, responsabile Total Store

Regione di vendita Suisse Romande (SR)

Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Patrick Angéloz, capo vendita VD
Stéphane Bossel, responsabile EA/Controlling
Jean-Claude Chapuisat, responsabile Personale/Formazione
Claudio Marra, capo vendita GE
Bertrand Pasteur, capo vendita VD/FR/NE
Franck Truchot, capo vendita VS/VD
Laurent Voelin, capo vendita NE/JU/BE
Philippe Ziörjen, capo vendita VD/FR

Regione di vendita Bern (BE)

Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Stefano Alberucci, capo vendita Seeland/FR
Bernhard Friedli, responsabile EA/Controlling
Peter Jacobian, capo vendita Berna/Burgdorf
Willy Kuhn, capo vendita SO/Alta Argovia
Marcel Maurer, capo vendita Emmental/Thun
Peter Neuenschwander, capo vendita Oberland BE/VS
Bruno Piller, responsabile Personale/Formazione

Regione di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

Roger Vogt, responsabile Regione di vendita NWZZ
André Aerne, capo vendita Lago di Zurigo Nord
Cem Asci, capo vendita AG Ovest/Oiten
Urs Barmettler, capo vendita AG Est
Angelo Durante, responsabile EA/Controlling
Andreas Graf, capo vendita ZG/SZ
Markus Ingold, capo vendita Lago di Zurigo Sud
Sandro Janko, capo vendita BL e dintorni
Herbert Müller, capo vendita LU
Luc Pillard, responsabile Personale/Formazione
Jean-Claude Prosdocimo, capo vendita Zurigo Nord
Besim Ramadani, capo vendita Città di Zurigo
Monika Zander, capo vendita BS e dintorni

Regione di vendita Ostschweiz-Ticino (OT)

Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
Mario Colatrella, capo vendita TI
René Dörig, capo vendita SG Est/AI/AR/FL/GL
Rolf Gurtner, capo vendita GR
Shenasi Haziri, capo vendita SG Ovest/TG
Sven Herzog, capo vendita Winterthur/SH
Christine Noichl, responsabile Personale/Formazione
Dominique Vela, responsabile EA/Controlling

Marché Ristoranti Svizzera SA

Joos Sutter, presidente del Consiglio d'amministrazione
Mirko Schwarz, presidente della Direzione generale

Direzione Trading

Daniel Stucker, capo Direzione Trading
Nathalie Ravasio-Felice, responsabile Total Store/Espansione
Markus Schärer, responsabile EA/Controlling
Martin von Bertrab, responsabile Personale/Formazione

Coop City

Felix Kubat, responsabile Coop City
Christian Jochberg, responsabile Vendita Regione Centro
Daniel Tona, responsabile Vendita Regione Ovest
Bruno Veit, responsabile Vendita Regione Est

Coop Edile+Hobby

Christoph Theler, responsabile Edile+Hobby
Joe Wyss, responsabile CCM/Acquisti
Adrian Fuchs, CCM Casa/Tempo libero
Stefan Mundwiler, Pool acquisti Edile+Hobby
René Pauchard, CCM Artigianato/Utensili e materiale elettrici
Rainer Pietrek, CCM Piante
Michael Renninger, CCM Edilizia/Sanitari
Marc Rheia, CCM Giardinaggio

Interdiscount

Pierre Wenger, responsabile Divisione Interdiscount
Vito Armetta, responsabile Vendita
Roger Bühler, responsabile Logistica/Informatica/Servizi/Online
Martin Koncilja, responsabile Marketing
Peter Späni, responsabile Category Management/
Approvvigionamento

Toptip/Lumimart

Oliver Roth, responsabile Divisione Toptip/Lumimart

Import Parfumerie/Christ Orologi & Gioielli

Andreas Frischknecht, responsabile Divisione Import Parfumerie/
Christ Orologi & Gioielli

Coop Vitality AG

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Daniele Madonna, presidente della Direzione generale

Ing. dipl. Fust SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Thomas Giger, presidente della Direzione generale,
responsabile Vendita Commercio al dettaglio
Silvio Cioffi, responsabile comparto GU Novacasa
Giovanni De Mieri, responsabile comparto Multimedia
Peter Fankhauser, responsabile Finanze & Servizi
Marc Haselbach, responsabile comparto Impianti elettrici
Manfred Spiller, responsabile comparto Cucina/Bagno

RS Vertriebs AG

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Yves Haid, presidente della Direzione generale

The Body Shop Switzerland SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Angelika Lanen, presidente della Direzione generale

Siroop SA

Daniel Stucker, vicepresidente del Consiglio d'amministrazione
Constantin Hilt, presidente della Direzione generale

Direzione Marketing/Acquisti

Philipp Wyss, capo Direzione Marketing/Acquisti
Thomas Schwetje, responsabile Marketing/Servizi
Daniel Vonach, responsabile Controlling/Coordinamento CCM
e Acquisti
Kaspar Wittwer, responsabile Coop Gastronomia

CCM Prodotti freschi

Roland Frefel, responsabile CCM Prodotti freschi
Silvio Baselgia, CCM Prodotti convenienze freschi
Axel Dippold, CCM Frutta/Verdura
Oliver Krüsi, CCM Pane/Prodotti di panetteria
Marc Muntwyler, CCM Latticini/Uova
Fabian Schneider, CCM Carne
Pascal Seiler, CCM Pesce e CCM Surgelati

CCM Alimenti di base/Bevande

Philipp Schenker, responsabile CCM Alimenti di base/Bevande
Sylvia Berger, CCM Vini/Spumanti/Vendita diretta di vino
Marco Bertoli, CCM Colazione/Contorni/Prodotti per pasticceria/
Articoli per animali
Simon Grieder, CCM Bevande rinfrescanti/Superalcolici/
Articoli per fumatori
Andrea Kramer, CCM Prodotti dolciari/Snack salati
Philipp Nyffenegger, CCM Prodotti convenienze
a lunga conservazione

CCM Non Food

Pia Bracher, responsabile CCM Non Food
Jürg Birkenmeier, CCM Abbigliamento/Accessori
Olivier Compagnon, CCM Detersivi/Detergenti/Igiene
Kerstin Czermak, CCM Profumeria/Cura del corpo/Vita Shop
Simone Gössling, CCM Articoli di cancelleria/Stampa/
Articoli da viaggio/Gioielli/Orologi
Marc Helfenstein, CCM Cucina/Elettrodomestici/
Elettronica di consumo/E-Communication
Beatrix Kessler, CCM Articoli per la tavola e per la casa
Patrick Steiner, CCM Abbigliamento bambini/Articoli per bebè/
Giocattoli

Acquisti Food

Christian Guggisberg, responsabile Acquisti Food
Marcel Allemann, Pool acquisti (PA) Carne/Pesce/
Prodotti convenienze/Surgelati
Andreas Allenspach, PA Frutta/Verdura/Fiori/Piante
Daniel Giger, PA Pane/Latticini/Formaggi
Michael Sieber, PA Alimenti di base/Alimenti per animali
Martin Wullschleger, PA Vino/Bevande/Tabacco

Vladimir Cob, direttore Alifresca SA

Acquisti Non Food

Michael Susta, responsabile Acquisti Non Food
Emanuel Büchlin, PA Abbigliamento/Accessori
Robert Kronhofer, PA Casalinghi e tempo libero
Olivier Schwegler, PA Near Food

Supply Chain Management

Mauro Manacchini, responsabile Supply Chain Management
Rico Bossi, SCM Punti di vendita
Markus Schmid, SCM Approvvigionamento

Betty Bossi SA

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione
Lars Feldmann, CEO

Eurogroup Far East Ltd.

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione
Peter Hauser, CEO

Direzione Logistica

Leo Ebnetter, capo Direzione Logistica
Christoph Eigenmann, responsabile Regione logistica OT
Daniel Hintermann, responsabile Regione logistica NW
Sébastien Jacquet, responsabile Regione logistica SR
Domenico Repetto, responsabile Regione logistica BE
Lorenzo Pelucchi, responsabile Logistica nazionale Pratteln
Beat Zaugg, responsabile Logistica nazionale Wangen
Josef Zettel, responsabile Regione logistica ZZ

Railcare AG

Leo Ebnetter, presidente del Consiglio d'amministrazione
Philipp Wegmüller, presidente della Direzione generale

Direzione Finanze/Servizi

Reto Conrad, capo Direzione Finanze/Servizi
Hansjörg Klossner, responsabile Contabilità
Beat Leuthardt, responsabile Finanze
Stephan Rupprecht, responsabile Progetti Finanze/Servizi
Adrian Werren, responsabile Controlling

Tropenhaus Frutigen AG

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Marcel Baillods, CEO

Tropenhaus Wolhusen AG

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Pius Marti, CEO

Centro Seminari Coop

Reto Conrad, presidente del Consiglio di fondazione
Martin von Bertrab, delegato del Consiglio di fondazione

Société coopérative Centre de Formation «du Léman»

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Martin von Bertrab, delegato del Consiglio d'amministrazione

Direzione Immobili

Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili
Stefano Donzelli, responsabile EA/Controlling
Nicolas Kirsch, responsabile Regione immobiliare SR
Victor Manuel Martinez, responsabile Regione immobiliare BE
Klaus Sedlmeyer, responsabile Regione immobiliare OT
Philippe Sublet, responsabile Centri commerciali nazionale
Fritz Ulmann, responsabile Regione immobiliare NWZZ
Jan Zambaz, responsabile Progetti immobiliari nazionali

Altre società affiliate

Coop Mineraloel AG

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Roger Oser, presidente della Direzione generale
Andreas Parpart, responsabile Marketing & Acquisti
Oliver Reichert, responsabile Vendita & Approvvigionamento
Marc Salathe, responsabile Finanze & Informatica

Transgourmet Holding AG

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione

Transgourmet Svizzera

Daniel Böhny, presidente della Direzione generale
(fino al 31.10.2015)
Philipp Dautzenberg, presidente della Direzione generale
Gregor Bärtschi, responsabile Costruzioni e Immobili
Walter Fankhauser, responsabile Distribuzione & Vendita
Markus Heiniger, responsabile Marketing e Acquisti
Erich Joss, responsabile Risorse umane
Andrea Pellizzari, responsabile Finanze/Controlling
Claude Schneider, responsabile IT

Transgourmet Central and Eastern Europe

John Matthew, presidenza della Direzione generale,
direttore Europa dell'Est
Frank Seipelt, presidenza della Direzione generale,
direttore Foodservice Germania,
direttore Transgourmet Seafood
Xavier Buro, direttore Finanze
Manfred Hofer, direttore Acquisti
Holger Penndorf, direttore Cash&Carry Germania

Transgourmet Polska

Alexander Orłowski, Direzione/Presidenza
Piotr Kolodziejczak, direttore Amministrazione
Piotr Skłodowski, direttore Acquisti,
Category Management & Marketing

Selgros Romania

Alexandru Vlad, Direzione/Presidenza
Herwig Arvay, direttore Amministrazione

Selgros Russia

Michael Zipfel, Direzione/Presidenza
Patricia Rüster, direttore Acquisti,
Category Management & Marketing
Przemyslaw Switakowski, direttore Amministrazione & Espansione

Transgourmet France

Jean-Christophe Adouritz, presidenza della Direzione generale
(fino al 31.12.2015)
Eric Decroix, presidenza della Direzione generale (dal 01.01.2016),
direttore Transgourmet Opérations
Caroline Besselièvre, responsabile Risorse umane
Yves Cebron, direttore commerciale e responsabile dell'offerta
Edith Hertz, vicepresidente della Direzione generale e
responsabile Finanze
Serge Rey, responsabile Supply Chain

Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, direttore commerciale
Thomas Panholzer, direttore Vendita
Petra Andexlinger, capo reparto Human Resources
Stefan Buczolic, capo reparto Cook2.0
Manfred Edelbauer, capo reparto Informatica
Georg Fersch, Direzione generale «Mein C+C»
Alexandra Holzmann, capo reparto Marketing
Christine Keszner, capo reparto Logistica d'approvvigionamento
Jürgen Krizmanich, Direzione della sede nazionale
Karin Meisel, capo reparto Gestione sviluppo clientela
Florian Pfeiffer, capo reparto Gestione della qualità
Andreas Rendl, capo reparto Controlling
Gerald Santer, Direzione vendite nazionale
Georg Steibelmüller, capo reparto Finanze e contabilità
Michael Steinmair, capo reparto Logistica di distribuzione
Michael Vogl, capo reparto Category Management

Bell SA

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Lorenz Wyss, presidente della Direzione del gruppo, CEO
Daniel Böhny, membro della Direzione del gruppo
Christian Schröder, membro della Direzione del gruppo
Marco Tschanz, membro della Direzione del gruppo, CFO
Johannes Meister, responsabile HR Gruppo Bell

Bell Svizzera

Lorenz Wyss, responsabile della Divisione Bell Svizzera
Philipp Allemann, responsabile Produzione
Markus Bänziger, responsabile Acquisti/SCM
Christine Schlatter, responsabile Vendita/Marketing
Marco Tschanz, responsabile Finanze/Servizi

Bell Germania

Christian Schröder, responsabile della Divisione Bell Germania,
responsabile Vendita/Marketing
Markus von der Pütten, responsabile Produzione/Tecnica
Robert Blümel, responsabile Acquisti/SCM
Andreas Eder, responsabile Risorse umane
Nicolaj Steber, responsabile Bell Spagna
Thomas Studer, responsabile Finanze/Servizi
Steven Van Parijs, responsabile Bell Benelux

Bell International

Daniel Böhny, responsabile della Divisione Bell International
Stefano Bianchi, responsabile Bell Francia
Jens Günther Hillebrand, responsabile Bell Ungheria
David Kureš, responsabile filiali Novak
Eugeniusz Philip, responsabile Bell Polonia

Bell Finanze/Servizi

Marco Tschanz, responsabile della Divisione Finanze/Servizi

Hilcona

Martin Henck, presidente della Direzione generale

Parte finanziaria

70 Relazione sulla situazione finanziaria del Gruppo Coop

72 Il Gruppo Coop in cifre

- 72 Ricavo netto
- 74 Punti di vendita/Mercati
- 75 Investimenti
- 76 Conto economico a valore aggiunto
- 77 Unità di personale
- 78 Numero di persone
- 79 Numero di persone in formazione
- 80 Diversità collaboratori
- 81 Sviluppo del Gruppo Coop

82 Conto annuale consolidato del Gruppo Coop

- 82 Conto economico consolidato
- 83 Bilancio consolidato
- 84 Conto consolidato dei flussi finanziari
- 85 Prospetto di variazione del patrimonio netto
- 86 Allegato al conto annuale consolidato
- 103 Relazione dell'Ufficio di revisione

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

Le cifre indicative complementari si trovano nel **Rapporto di sostenibilità** del Gruppo Coop.

Relazione sulla situazione finanziaria del Gruppo Coop

Una panoramica del Gruppo Coop

Il Gruppo Coop, con la società madre Gruppo Coop Società Cooperativa, opera nei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. Il commercio al dettaglio comprende la Coop Società Cooperativa con i relativi supermercati e formati specializzati, nonché le affiliate operanti nel settore del commercio al dettaglio. L'attività del commercio all'ingrosso è gestita dal gruppo Transgourmet, mentre la produzione comprende il gruppo Bell e le aziende di produzione Coop.

Conto economico

Risultato operativo (EBIT)

Il ricavo netto del Gruppo Coop è composto dai ricavi netti dei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. Nel 2015 è sceso a 25.895 milioni di CHF (2014: 27.163 milioni di CHF) il che equivale a un calo nominale del 4,7% (1,1% al netto degli effetti valutari). Questo calo è essenzialmente attribuibile al ribasso del tasso di cambio per le attività all'estero e alle forti riduzioni dei prezzi nel commercio al dettaglio. Le spese per il personale ammontano a 4208 milioni di CHF e gli altri costi operativi a 2600 milioni di CHF. Il risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA) ammonta a 1933 milioni di CHF (2014: 2038 milioni di CHF) con un margine EBITDA del 7,5%, invariato rispetto all'anno precedente.

Gli ammortamenti, pari a 1217 milioni di CHF, si compongono di ammortamenti su immobili per 544 milioni di CHF, su altre immobilizzazioni materiali per 342 milioni di CHF e su altre immobilizzazioni immateriali per 78 milioni di CHF nonché di ammortamenti di avviamento (goodwill) per 253 milioni di CHF. Il risultato operativo, pari a 716 milioni di CHF, è inferiore rispetto all'esercizio precedente (828 milioni di CHF), con un margine EBIT del 2,8% (2014: 3,0%). Al netto dell'accantonamento di 60 milioni di CHF per il contributo straordinario del datore di lavoro alla CPV/CAP, l'EBITDA di 1993 milioni di CHF ha generato un margine EBITDA del 7,7%, ossia 0,2 punti percentuali in più rispetto al 2014, mentre con un EBIT di 776 milioni di CHF è risultato un margine EBIT del 3,0%, invariato rispetto al 2014.

Utile netto

Rispetto all'anno precedente, il risultato delle organizzazioni associate è sceso di 6 milioni di CHF a quota 12 milioni di CHF. Con una perdita di 72 milioni di CHF, il risultato da valute estere e il risultato finanziario sono migliorati di 25 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Una volta dedotti 39 milioni di CHF per un risultato estraneo all'esercizio, 163 milioni di CHF di imposte sul reddito e 115 milioni di CHF di partecipazioni minoritarie, risulta un utile netto di 416 milioni di CHF, ovvero 54 milioni di CHF in meno rispetto all'esercizio precedente. Al netto dell'accantonamento per il contributo straordinario del datore di lavoro alla CPV/CAP e dei relativi effetti fiscali, l'utile netto si attesta intorno al livello dell'anno scorso.

Situazione finanziaria e patrimoniale

Bilancio

La somma di bilancio del Gruppo Coop è aumentata di circa 213 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Sul lato degli attivi, in seguito a una riduzione delle liquidità l'attivo circolante è diminuito di 124 milioni di CHF a 5464 milioni di CHF. L'attivo fisso è passato a 12.191 milioni di CHF, con un incremento di 337 milioni di CHF. Agli ammortamenti si contrappongono maggiori investimenti e incrementi derivanti dalle acquisizioni effettuate. Il capitale di terzi, attestatosi a 9254 milioni di CHF, è diminuito di 98 milioni di CHF rispetto all'esercizio precedente. Il capitale di terzi a breve termine è sceso a 4471 milioni di CHF, mentre quello a lungo termine è salito a 4783 milioni di CHF. Nel capitale di terzi a lungo termine, il Gruppo Coop si è finanziato tramite prestiti e depositi. Il patrimonio netto, incluse le partecipazioni di minoranza, è salito a 8401 milioni di CHF. Al 31 dicembre 2015, la quota di patrimonio netto era pari al 47,6%, quindi nettamente al di sopra dell'obiettivo strategico del 40%; la crescita rispetto all'esercizio precedente è stata di 1,2 punti percentuali.

Rendiconto finanziario

Il flusso finanziario all'attività operativa pari a 1653 milioni di CHF è aumentato di 102 milioni di CHF rispetto al 2014. Il deflusso finanziario all'attività d'investimento pari a 1477 milioni di CHF era di 223 milioni di CHF in meno rispetto all'anno precedente. In questo contesto, le minori spese per acquisizioni si contrappongono ai maggiori investimenti netti in immobilizzi materiali. Sono stati investiti al netto 1419 milioni di CHF in immobilizzazioni materiali e immateriali, e altri 70 milioni di CHF in acquisizioni. Negli investimenti finanziari/titoli è stato registrato un disinvestimento netto di 12 milioni di CHF da cui è risultato un free cash flow di 234 milioni di CHF. Il deflusso finanziario all'attività di finanziamento ammonta a 301 milioni di CHF. Il Gruppo Coop Società Cooperativa ha acceso due prestiti obbligazionari per un totale di 500 milioni di CHF e rimborsato un prestito obbligazionario di pari importo. I debiti finanziari a breve e lungo termine hanno registrato un decremento netto di 223 milioni di CHF; sono inoltre stati versati dividendi agli azionisti minoritari per un importo di 80 milioni di CHF.

Analisi per segmento

Commercio al dettaglio

Il segmento Commercio al dettaglio è cresciuto dello 0,7% in termini reali, tenendo conto del forte tasso di rincaro negativo del 3,3%. Nel 2015 il ricavo netto ha registrato un calo nominale del 2,6% scendendo a quota 17.253 milioni di CHF (2014: 17.718 milioni di CHF). Questa evoluzione è imputabile da un lato al calo dei prezzi dei carburanti e dei combustibili e dall'altro alle riduzioni di prezzo nel settore alimentare e non alimentare. Questo effetto è ammontato complessivamente a quasi 600 mi-

lioni di CHF. Il numero dei punti di vendita è salito a 1998 unità (+20). Nel 2015 il Gruppo Coop impiegava 45.998 collaboratori (2014: 46.264) nel commercio al dettaglio. Coop Società Cooperativa, con un totale di 856 supermercati Coop (837 nel 2014), ha realizzato un ricavo netto di 10.487 milioni di CHF (2014: 10.627 milioni di CHF). Il calo nominale dell'1,3% è interamente imputabile al tasso di rincaro negativo. Per quanto riguarda le società affiliate, Dipl. Ing. Fust AG ha realizzato, insieme a Netto-shop.ch e Schubiger, un ricavo netto di 1009 milioni di CHF (2014: 985 milioni di CHF), e quindi una crescita nominale del 2,4% e reale dell'8,5%.

Con un ricavo netto di 2247 milioni di CHF (2014: 2521 milioni di CHF), Coop Mineraloel AG ha dovuto registrare un calo del fatturato nominale pari al 10,9%. In termini reali il calo è stato solo dello 0,5%. Con un ricavo netto di 166 milioni di CHF (2014: 151 milioni di CHF), Coop Vitality AG ha realizzato una crescita del 10,4%. Al contrario, Betty Bossi AG con un ricavo netto di 83 milioni di CHF (2014: 86 milioni di CHF) e Marché Restaurants Schweiz AG con un ricavo netto di 114 milioni di CHF (2014: 118 milioni di CHF) hanno subito un calo nominale rispettivamente del 3,5% e del 3,3%. In totale, i formati specializzati hanno realizzato un ricavo netto di 7534 milioni di CHF (2014: 7843 milioni di CHF).

Commercio all'ingrosso/Produzione

Nel 2015, il segmento Commercio all'ingrosso/Produzione, malgrado una spietata concorrenza sul mercato sia nazionale che internazionale e un corso di cambio nettamente inferiore, ha conseguito un ricavo netto di 10.611 milioni di CHF (2014: 11.193 milioni di CHF). Al netto degli effetti valutari, questo risultato corrisponde a una crescita del 3,8% con una flessione nominale del 5,2%.

Il gruppo Transgourmet, attivo nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso in Svizzera, Germania, Francia, Polonia, Romania, Russia e ora anche in Austria, ha realizzato un ricavo netto di 7468 milioni di CHF (2014: 8166 milioni di CHF). Benché in termini nominali abbia subito un calo dell'8,5%, al netto degli effetti valutari è cresciuto del 2,6%. Complessivamente il gruppo gestiva 124 (115 nel 2014) mercati Cash&Carry e impiegava 24.095 collaboratori (22.800 nel 2014).

Il gruppo Bell figura tra i leader nella lavorazione della carne in Europa. Con i marchi Bell, Abraham, Zimbo, M^ossieur Polette, Hoppe e ora anche Hilcona, opera nel commercio al dettaglio e all'ingrosso, nella gastronomia e nell'industria alimentare. Nel 2015 il gruppo Bell contava 8148 collaboratori (6299 nel 2014). Con 2781 milioni di CHF, in termini nominali il ricavo netto ha superato del 7,9% quello dell'anno precedente (2578 milioni di CHF). Al netto degli effetti valutari, l'aumento del ricavo netto è pari all'11,5%. A tale crescita ha contribuito anche il consolidamento integrale dell'azienda Hilcona nel 2015.

Ricavo netto degli shop online

Il Gruppo Coop ha conseguito con i suoi shop online nei segmenti Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione un ricavo netto di 1212 milioni di CHF (2014: 1124 milioni di CHF). Gli shop online nel commercio al dettaglio hanno ottenuto risultati particolarmente positivi registrando una crescita nominale del 13,7% e reale del 19,2% su un ricavo netto di 510 milioni di CHF. Il ricavo netto di Microspot.ch è salito a 172 milioni di CHF, registrando pertanto una crescita nominale del 17,8% e reale del 24,4%. Con una crescita nominale del 5,5% e reale del 6,8%, Coop@home ha realizzato un ricavo netto di 120 milioni di CHF.

Previsioni

Nel 2016, il Gruppo Coop persegue in modo sistematico le strategie avviate. La strategia aziendale è orientata a un risultato a lungo termine, il che si riflette in particolare nell'impegno di Coop a favore della sostenibilità.

Nel 2015, Coop ha gestito nel commercio al dettaglio un totale di 1998 punti di vendita tra supermercati e formati specializzati. Coop dispone quindi della più fitta rete di vendita in Svizzera ed è vicina alla gente. Anche nel 2016, la priorità nei supermercati è data alla sostenibilità e alla varietà. Grazie ai formati online Coop@home, Microspot.ch, Nettoshop.ch e ai numerosi altri shop online, il Gruppo Coop mira a conseguire anche in futuro una crescita superiore alla media. Il Gruppo Coop si prefigge l'obiettivo di collegare ancora più strettamente il commercio stazionario e il commercio online grazie al Cross Channel. Oltre ai prezzi in calo e alla situazione valutaria complessiva, costituisce una sfida anche il turismo degli acquisti che permane a un livello elevato.

Nel segmento Commercio all'ingrosso/Produzione, un altro potenziale di crescita risiede soprattutto nelle acquisizioni e nel connettere in rete tutte le attività a livello europeo. Un'altra sfida continua a essere l'evoluzione della situazione politica in Russia, con il rublo debole. Nel commercio all'ingrosso perdura il costante spostamento dal Cash&Carry al rifornimento all'ingrosso.

Il gruppo Transgourmet continua a perseguire la strategia multi-channel già avviata (la combinazione di rifornimento all'ingrosso e Cash&Carry), che comporta un ulteriore consolidamento del rifornimento all'ingrosso. Mettendo in atto una strategia di marca propria a livello internazionale, Transgourmet continua a potenziare la propria posizione di mercato.

Nonostante il mercato aspramente conteso, il Gruppo Coop punta anche nel 2016 a incrementare la redditività e conseguire una crescita sana. In questo contesto, il forte flusso finanziario all'attività operativa e la quota di patrimonio netto molto elevata costituiscono una base stabile e solida. I tratti distintivi di posizionamento continuano a essere la sostenibilità, la varietà, la qualità e la competenza in materia di prezzi.

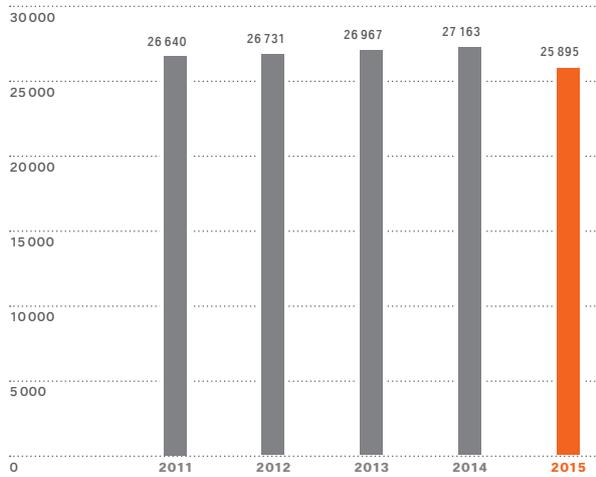
Il Gruppo Coop in cifre

Ricavo netto

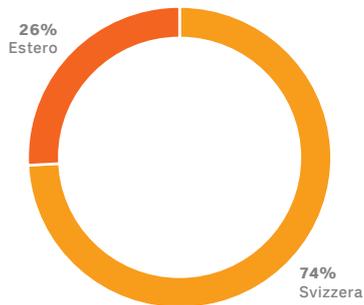
in milioni di CHF		2015	2014
Supermercati A	< 980 m ²	3 376	3 373
Supermercati B	980 – 1 890 m ²	3 025	3 109
Supermercati C	1 890 – 3 500 m ²	2 608	2 639
Ipermercati	> 3 500 m ²	1 478	1 506
Supermercati Coop		10 487	10 627
Interdiscount		945	983
Coop City		849	895
Coop Edile+Hobby		633	640
Toptip/Lumimart		202	205
Import Parfumerie		147	158
Coop@home		120	114
Christ Orologi & Gioielli		91	97
Coop Mineraloel AG		2 247	2 521
Dipl. Ing. Fust AG		1 009	985
Coop Vitality AG		166	151
Marché Restaurants Schweiz AG		114	118
Betty Bossi AG		83	86
The Body Shop Switzerland AG		35	35
Altre società		892	855
Formati specializzati		7 534	7 843
Consolidamento		-768	-752
Commercio al dettaglio		17 253	17 718
Transgourmet Svizzera		1 477	1 490
Transgourmet Central and Eastern Europe		4 741	5 177
Transgourmet France		1 250	1 498
Gruppo Transgourmet		7 468	8 166
Gruppo Bell		2 781	2 578
Coop Società Cooperativa Produzione		704	728
Altre società		6	2
Consolidamento		-348	-281
Commercio all'ingrosso/Produzione		10 611	11 193
Consolidamento Gruppo Coop		-1 969	-1 749
Ricavo netto		25 895	27 163
Altri ricavi operativi		1 037	1 011
Fatturato complessivo		26 932	28 174
di cui shop online		1 212	1 124
– Microspot.ch		172	146
– Coop@home		120	114
– Nettoshop.ch		72	69
– Altri shop online Commercio al dettaglio		145	119
Shop online Commercio al dettaglio		510	448
Shop online Commercio all'ingrosso/Produzione		703	675
di cui ricavo netto Svizzera		19 252	19 821
di cui ricavo netto Estero		6 643	7 341

Valori dell'anno precedente adattati

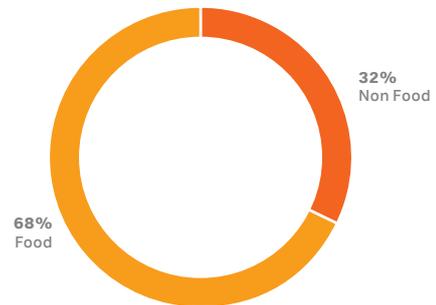
Ricavo netto da forniture e servizi
in milioni di CHF



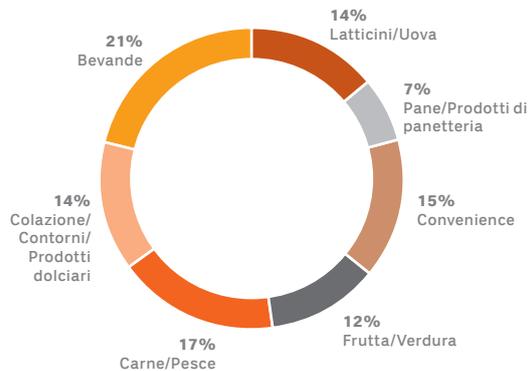
Ripartizione ricavo netto Svizzera ed Estero
in %



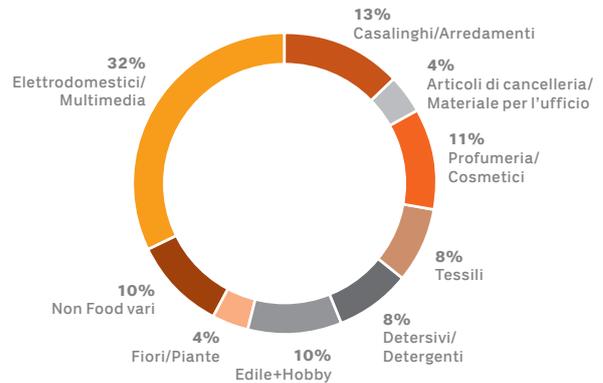
Ricavo netto Svizzera per categorie principali
in %



Quote Commercio al dettaglio Food
in %



Quote Commercio al dettaglio Non Food
in %



Punti di vendita/Mercati

		2015	Quantità al 31.12 2014	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2015	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2014
Supermercati A	< 980 m ²	533	521	305 491	298 295
Supermercati B	980 – 1 890 m ²	201	196	289 206	280 921
Supermercati C	1 890 – 3 500 m ²	91	90	254 329	250 502
Ipermercati	> 3 500 m ²	31	30	156 188	152 066
Supermercati Coop		856	837	1 005 214	981 784
Interdiscount		187	193	67 332	68 749
Coop City		31	32	135 975	138 453
Coop Edile+Hobby		74	74	303 519	301 941
Toptip/Lumimart		47	50	133 348	139 080
Import Parfumerie		124	123	10 154	10 068
Christ Orologi & Gioielli		72	73	5 776	5 739
Hotel		3	3		
Resto di Coop Società Cooperativa		2	2	440	440
Coop Mineraloel AG		294	284	33 843	32 398
Dipl. Ing. Fust AG		162	166	89 624	92 876
Coop Vitality AG		64	61	8 159	7 870
Marché Restaurants Schweiz AG		30	28	15 782	15 782
The Body Shop Switzerland AG		50	50	2 920	2 901
Tropenhaus Frutigen AG		1	1		
Tropenhaus Wolhusen AG		1	1		
Formati specializzati		1 142	1 141	806 872	816 297
Commercio al dettaglio		1 998	1 978	1 812 086	1 798 081
Transgourmet Svizzera		30	28	123 037	116 114
Transgourmet Central and Eastern Europe		94	87	811 477	817 051
Gruppo Transgourmet		124	115	934 514	933 165
Repubblica Ceca		91	97	4 254	5 118
Gruppo Bell		91	97	4 254	5 118
Commercio all'ingrosso/Produzione		215	212	938 768	938 283
Gruppo Coop		2 213	2 190	2 750 854	2 736 364

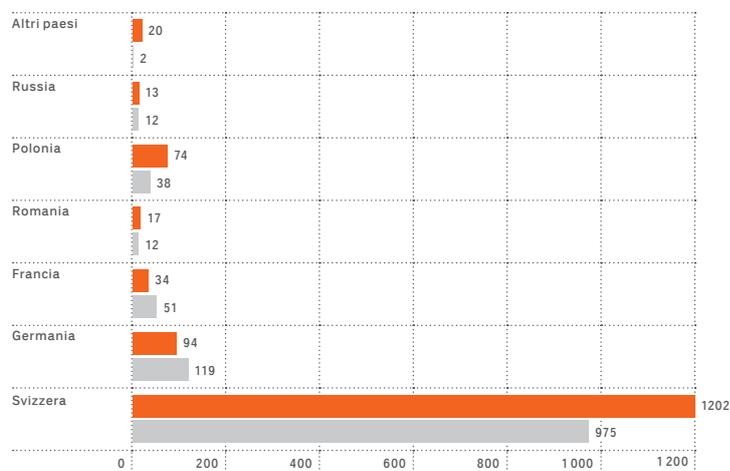
Valori dell'anno precedente adattati

Investimenti

in milioni di CHF	2011	2012	2013	2014	2015
Svizzera	986	651	862	975	1 202
Germania	188	129	81	119	94
Francia	30	17	49	51	34
Romania	38	11	8	12	17
Polonia	33	38	26	38	74
Russia	84	20	52	12	13
Altri paesi	0	0	4	2	20
Estero	373	216	219	233	253
Investimenti in immobilizzi materiali	1 360	867	1 081	1 209	1 455
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	152	37	92	41	105
Investimenti netti in immobilizzi materiali	1 208	829	989	1 167	1 350
Altri investimenti netti	1 908	121	-24	533	127
Investimenti netti	3 116	950	965	1 700	1 477

Investimenti in immobilizzi materiali per paese in milioni di CHF

■ 2015 ■ 2014



Conto economico a valore aggiunto

in milioni di CHF	2015	2014	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	25 895	27 163	95.3
Costo delle merci e altre prestazioni preliminari	18 682	19 948	93.7
Valore aggiunto lordo	7 213	7 215	100.0
Ammortamenti/Accantonamenti	1 280	1 207	106.1
Valore aggiunto netto	5 933	6 008	98.8
Collaboratori	4 251	4 119	103.2
Mano pubblica	1 165	1 243	93.7
Mutuanti	101	176	57.4
Utili trattenuti (autofinanziamento)	416	470	88.5
Ripartizione del valore aggiunto	5 933	6 008	98.8
Valore aggiunto lordo per unità di personale (in CHF)	106 269	109 110	97.4
Valore aggiunto netto per unità di personale (in CHF)	87 406	90 854	96.2

Valori dell'anno precedente adattati

Il conto economico a valore aggiunto del Gruppo Coop mostra il valore aggiunto creato dal gruppo in un anno e le voci per le quali viene impiegato. L'obiettivo del Gruppo Coop è di creare un valore aggiunto sostenibile garantendo così il mantenimento delle aziende del gruppo e dei posti di lavoro.

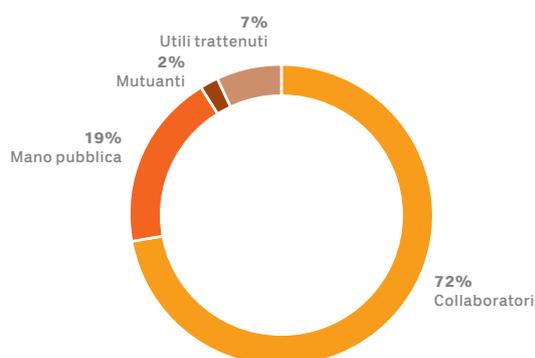
Con una quota del 72% (anno precedente: 68%), nel 2015 la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. Nel 2015, il Gruppo Coop contava 67.877 unità di personale (anno precedente: 66.124).

Il 19% è destinato al mano pubblica sotto forma di imposte, dazi doganali e tasse (anno precedente: 21%).

Il 2% (anno precedente: 3%) rappresenta gli interessi pagati ai mutuanti. A causa del basso livello dei tassi d'interesse, questi contributi si mantengono piuttosto bassi.

Il mantenimento di un utile adeguato per l'autofinanziamento serve ad assicurare la continuità aziendale e i posti di lavoro, come pure a trasferire parte del rendimento alla clientela in modo conforme al mercato.

Ripartizione del valore aggiunto in %



Unità di personale

	2015	2014	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	19 900	19 843	+57	100.3
Interdiscount	1 639	1 658	-19	98.8
Coop City	2 337	2 390	-52	97.8
Coop Edile+Hobby	1 615	1 635	-20	98.8
Toptip/Lumimart	570	574	-4	99.3
Import Parfumerie	480	478	+2	100.3
Coop@home	323	299	+24	107.9
Christ Orologi & Gioielli	307	321	-14	95.7
Coop Mineraloel AG	93	82	+10	112.6
Dipl. Ing. Fust AG	2 133	2 176	-43	98.0
Coop Vitality AG	554	515	+39	107.5
Marché Restaurants Schweiz AG	674	682	-7	99.0
Betty Bossi AG	95	86	+9	110.4
The Body Shop Switzerland AG	200	188	+12	106.1
Altre società	585	563	+23	104.0
Logistica/Settori centrali	4 992	4 910	+82	101.7
Commercio al dettaglio	36 497	36 399	+98	100.3
Transgourmet Svizzera	1 634	1 654	-20	98.8
Transgourmet Central and Eastern Europe	17 828	16 467	+1 362	108.3
Transgourmet France	3 212	3 656	-444	87.9
Gruppo Transgourmet	22 675	21 777	+898	104.1
Bell Svizzera	3 836	3 369	+467	113.9
Bell Estero	3 259	2 930	+329	111.2
Gruppo Bell	7 095	6 299	+796	112.6
Coop Società Cooperativa Produzione	1 599	1 642	-42	97.4
Altre società	12	8	+4	156.0
Commercio all'ingrosso/Produzione	31 380	29 725	+1 655	105.6
Unità di personale (persone in formazione incluse)	67 877	66 124	+1 753	102.7

Valori dell'anno precedente adattati

Numero di persone

	2015	2014	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	26 579	26 820	-241	99.1
Interdiscount	1 716	1 805	-89	95.1
Coop City	2 933	3 001	-68	97.7
Coop Edile+Hobby	2 000	2 024	-24	98.8
Toptip/Lumimart	659	652	+7	101.1
Import Parfumerie	699	692	+7	101.0
Coop@home	329	319	+10	103.1
Christ Orologi & Gioielli	424	445	-21	95.3
Coop Mineraloel AG	95	95	+0	100.0
Dipl. Ing. Fust AG	2 248	2 284	-36	98.4
Coop Vitality AG	757	695	+62	108.9
Marché Restaurants Schweiz AG	918	937	-19	98.0
Betty Bossi AG	122	119	+3	102.5
The Body Shop Switzerland AG	223	222	+1	100.5
Altre società	744	743	+1	100.1
Logistica/Settori centrali	5 552	5 411	+141	102.6
Commercio al dettaglio	45 998	46 264	-266	99.4
Transgourmet Svizzera	1 823	1 800	+23	101.3
Transgourmet Central and Eastern Europe	18 928	17 334	+1 594	109.2
Transgourmet France	3 344	3 666	-322	91.2
Gruppo Transgourmet	24 095	22 800	+1 295	105.7
Bell Svizzera	4 557	3 452	+1 105	132.0
Bell Estero	3 591	2 847	+744	126.1
Gruppo Bell	8 148	6 299	+1 849	129.4
Coop Società Cooperativa Produzione	1 699	1 716	-17	99.0
Altre società	13	8	+5	162.5
Commercio all'ingrosso/Produzione	33 955	30 823	+3 132	110.2
Persone (persone in formazione incluse) al 31.12	79 953	77 087	+2 866	103.7

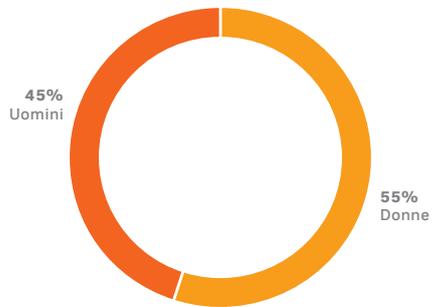
Valori dell'anno precedente adattati

Numero di persone in formazione

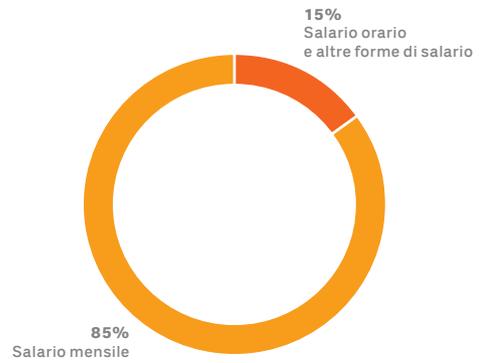
	2015	2014	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	1 505	1 535	-30	98.0
Interdiscount	346	371	-25	93.3
Coop City	171	172	-1	99.4
Coop Edile+Hobby	130	138	-8	94.2
Toptip/Lumimart	38	33	+5	115.2
Import Parfumerie	44	49	-5	89.8
Christ Orologi & Gioielli	32	35	-3	91.4
Coop Mineraloel AG	3	4	-1	75.0
Dipl. Ing. Fust AG	103	96	+7	107.3
Coop Vitality AG	111	100	+11	111.0
Marché Restaurants Schweiz AG	30	24	+6	125.0
The Body Shop Switzerland AG	4	6	-2	66.7
Altre società	27	20	+7	135.0
Logistica/Settori centrali	167	151	+16	110.6
Commercio al dettaglio	2 711	2 734	-23	99.2
Transgourmet Svizzera	77	84	-7	91.7
Transgourmet Central and Eastern Europe	388	277	+111	140.1
Transgourmet France	105	63	+42	166.7
Gruppo Transgourmet	570	424	+146	134.4
Bell Svizzera	69	59	+10	116.9
Bell Estero	33	20	+13	165.0
Gruppo Bell	102	79	+23	129.1
Coop Società Cooperativa Produzione	27	34	-7	79.4
Commercio all'ingrosso/Produzione	699	537	+162	130.2
Persone in formazione al 31.12	3 410	3 271	+139	104.2
Stage per neodiplomati al 31.12	71	87	-16	81.6

Diversità collaboratori

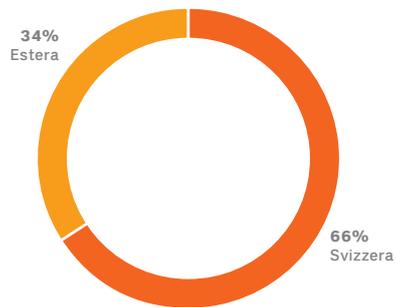
Sesso in %



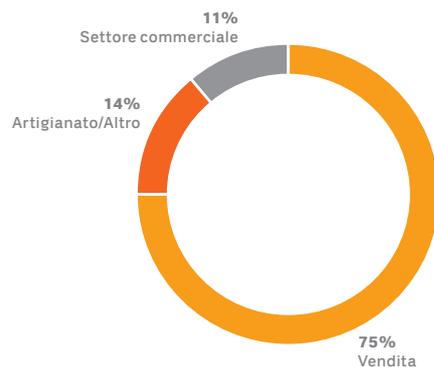
Rapporto di lavoro in %



Nazionalità¹ in %

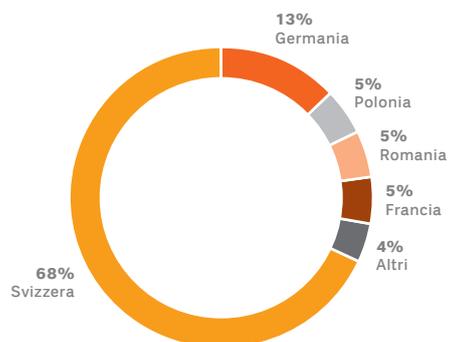


Persone in formazione in %



¹ Solo collaboratori con paese di lavoro Svizzera.

Paese di lavoro in %



Sviluppo del Gruppo Coop

in milioni di CHF o come indicato	2011	2012	2013	2014	2015
Commercio al dettaglio			17 379	17 718	17 253
Commercio all'ingrosso/Produzione			11 329	11 193	10 611
Consolidamento			-1 741	-1 749	-1 969
Ricavo netto da forniture e servizi	26 640	26 731	26 967	27 163	25 895
di cui ricavo netto Estero	7 451	7 490	7 478	7 341	6 643
in % del ricavo netto	28.0	28.0	27.7	27.0	25.7
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	1 917	1 930	1 937	2 038	1 933
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.2	7.2	7.2	7.5	7.5
Risultato operativo (EBIT)	713	737	760	828	716
in % del ricavo netto (margine EBIT)	2.7	2.8	2.8	3.0	2.8
Risultato del periodo	432	452	462	470	416
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.6	1.7	1.7	1.7	1.6
Flusso finanziario all'attività operativa	1 761	1 711	1 667	1 551	1 653
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	6.6	6.4	6.2	5.7	6.4
Flusso finanziario all'attività d'investimento	-3 116	-950	-965	-1 700	-1 477
in % del ricavo netto	11.7	3.6	3.6	6.3	5.7
Flusso finanziario all'attività di finanziamento	40	-275	-116	-166	-301
Free cash flow¹	518	842	628	327	234
Somma di bilancio	16 492	16 880	17 317	17 441	17 654
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza	6 786	7 262	7 738	8 089	8 401
Quota di patrimonio netto incluse le quote di minoranza in %	Obiettivo: > 40.0	41.1	43.0	44.7	46.4
Debiti finanziari	5 080	4 872	4 840	4 753	4 700
Indebitamento finanziario netto	4 509	3 855	3 305	3 560	3 614
Fattore di indebitamento	Obiettivo: < 3.0	2.4	2.0	1.7	1.9
Fattore di copertura degli interessi	Obiettivo: > 8.0	10.9	21.8	21.7	23.7
Unità di personale	64 402	64 458	64 498	66 124	67 877
Collaboratori al 31.12	75 361	75 309	74 955	77 087	79 953
Persone in formazione au 31.12	3 391	3 221	3 265	3 271	3 410
Punti di vendita/Mercati					
Numero Commercio al dettaglio al 31.12	1 897	1 917	1 933	1 978	1 998
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m² al 31.12	1 746 434	1 766 913	1 777 800	1 798 081	1 812 086
Numero Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	203	211	229	212	215
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m² al 31.12	918 255	915 734	924 591	938 283	938 768
Numero di soci al 31.12	2 643 536	2 595 065	2 537 859	2 500 036	2 536 800

Valori degli anni precedenti adattati

¹ Definizione di Free cash flow: flusso finanziario all'attività operativa con detrazione degli investimenti netti su immobilizzi materiali e immateriali.

Conto annuale consolidato del Gruppo Coop

Conto economico consolidato

in milioni di CHF	Spiegazione	2015	2014
Ricavo netto da forniture e servizi	1	25 895	27 163
Altri ricavi operativi	2	1 037	1 011
Costo delle merci		18 191	19 432
Costi del personale	3	4 208	4 075
Altri costi operativi	4	2 600	2 628
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)		1 933	2 038
Ammortamenti immobilizzi materiali	5	886	847
Ammortamenti immobilizzi immateriali	5	331	362
Risultato operativo (EBIT)	1	716	828
Risultato organizzazioni associate		12	18
Risultato da valute estere	6	-0	-11
Risultato finanziario	7	-72	-86
Risultato ordinario		655	749
Risultato estraneo all'esercizio	8	39	4
Risultato ante imposte sull'utile (EBT)		694	753
Imposte sull'utile	9	163	187
Risultato al netto delle imposte sull'utile		531	566
Quote di minoranza		115	96
Utile netto		416	470

Bilancio consolidato

in milioni di CHF	Spiegazione	31.12.2015	31.12.2014
Liquidità	10	1 080	1 178
Titoli		6	15
Crediti da forniture e servizi	11	893	888
Altri crediti a breve termine	12	309	343
Ratei e risconti attivi		351	354
Rimanenze	13	2 825	2 810
Attivo circolante		5 464	5 588
Immobilizzi materiali	14	10 911	10 251
Immobilizzi finanziari	15	185	294
Immobilizzi immateriali	16	1 095	1 309
Attivo fisso		12 191	11 854
Attivi		17 654	17 441
Debiti da forniture e servizi		1 792	1 882
Debiti finanziari a breve termine	17	1 017	1 041
Altri debiti a breve termine	18	389	385
Accantonamenti a breve termine	19	358	327
Ratei e risconti passivi		915	936
Capitale di terzi a breve termine		4 471	4 571
Debiti finanziari a lungo termine	20	3 683	3 712
Accantonamenti a lungo termine	21	1 100	1 069
Capitale di terzi a lungo termine		4 783	4 781
Capitale di terzi		9 254	9 352
Utili riportati		7 475	7 195
Utile netto		416	470
Patrimonio netto senza quote di minoranza		7 891	7 665
Quote di minoranza		510	424
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza		8 401	8 089
Passivi		17 654	17 441

Conto consolidato dei flussi finanziari

Fondo di liquidità in milioni di CHF	2015		2014	
Risultato al netto delle imposte sull'utile		531		566
Ammortamenti		1 117		1 131
Perdite per riduzioni durevoli di valore		119		84
Soppressione di riduzioni durevoli di valore		-11		-3
Utili (-)/Perdite da cessione attivo fisso		-52		-5
Risultato senza effetto sulla liquidità		29		45
Risultato delle organizzazioni associate		-3		-5
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine		11		39
Flusso finanziario prima delle variazioni dell'attivo circolante netto		1 741		1 852
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi		-18		16
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti a breve termine e dei ratei e risconti attivi		48		-9
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze		-32		-133
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi		-75		-84
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi		-35		-34
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine		24	-88	-57
Flusso finanziario all'attività operativa		1 653		1 551
Investimenti in immobilizzi materiali		-1 455		-1 209
Disinvestimenti in immobilizzi materiali		105	-1 350	41
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli		-30		-11
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli		43	12	14
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate		-71		-481
Ricavi dalla vendita di organizzazioni consolidate		1	-70	-481
Investimenti in immobilizzi immateriali		-72		-57
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali		3	-69	1
Flusso finanziario all'attività d'investimento		-1 477		-1 700
Accensioni di prestiti		500		400
Rimborso di prestiti		-500		-500
Dividendi agli azionisti minoritari		-80		-67
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine		-42		-4
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine		-181		4
Aumento (-)/Riduzione azioni proprie Bell		1		1
Flusso finanziario all'attività di finanziamento		-301		-166
Effetto della conversione monetaria		29		-19
Variazione netta della liquidità		-97		-335
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio		1 178		1 513
Liquidità alla fine del periodo d'esercizio		1 080		1 178

Prospetto di variazione del patrimonio netto

in milioni di CHF	Utili non distribuiti	Differenze di valuta accumulate	Totale utili riportati	Utile netto	Totale senza quote di minoranza	Quote di minoranza	Totale incluse quote di minoranza
Patrimonio netto al 1.1.2015	7 607	-412	7 195	470	7 665	424	8 089
Variazioni nel perimetro di consolidamento	-5		-5		-5	64	59
Utilizzo dell'utile netto 2014	470		470	-470			
Utile netto 2015				416	416	115	531
Dividendi						-80	-80
Differenze di valuta		-185	-185		-185	-12	-198
Patrimonio netto al 31.12.2015	8 072	-597	7 475	416	7 891	510	8 401

Patrimonio netto al 1.1.2014	7 146	-260	6 885	462	7 348	390	7 738
Variazioni nel perimetro di consolidamento						4	4
Utilizzo dell'utile netto 2013	462		462	-462			
Utile netto 2014				470	470	96	566
Dividendi						-67	-67
Differenze di valuta		-152	-152		-152	-1	-153
Patrimonio netto al 31.12.2014	7 607	-412	7 195	470	7 665	424	8 089

Allegato al conto annuale consolidato

Principi di consolidamento

Basi della rendicontazione

Il conto annuale consolidato si basa sui bilanci d'esercizio delle società del gruppo, redatti secondo principi unitari, al 31 dicembre 2015 e fornisce un quadro veritiero dello stato patrimoniale, finanziario ed economico. I conti del Gruppo Coop sono allestiti in conformità alle direttive globali delle Raccomandazioni professionali per l'allestimento dei conti annuali Swiss GAAP RPC e alle prescrizioni della legislazione svizzera.

La base di valutazione degli attivi è costituita dai costi di acquisto o di produzione. I passivi sono iscritti al valore storico. Il conto economico è rappresentato secondo il metodo dei costi per natura. I principi di valutazione sono stati applicati in modo invariato rispetto all'anno precedente.

Il conto annuale consolidato del Gruppo Coop è rappresentato in franchi svizzeri (CHF). Salvo indicazione contraria, tutti gli importi sono espressi in milioni di franchi svizzeri.

Modifiche ai principi contabili a partire dal 1° gennaio 2015

Swiss GAAP RPC 31 – Raccomandazione complementare per società quotate

All'interno del Gruppo Coop l'introduzione della nuova raccomandazione professionale comporta delle rettifiche rilevanti nella dichiarazione relativa ai debiti di carattere finanziario, all'informativa di settore e alle imposte sull'utile.

Rendiconto finanziario

Il fondo di liquidità costituisce la base per la presentazione del rendiconto finanziario. Il flusso finanziario all'attività operativa è calcolato sulla base del metodo indiretto.

Perimetro di consolidamento

Il conto annuale consolidato del Gruppo Coop si riferisce al Coop-Gruppe Genossenschaft e alle sue società partecipate. Le società partecipate (principali società) del Coop-Gruppe Genossenschaft sono elencate nel perimetro di consolidamento (spiegazione 31).

Per società consolidate integralmente s'intendono le società delle quali il Gruppo Coop detiene direttamente o indirettamente più del 50% dei diritti di voto.

Le organizzazioni associate sono aziende alle quali il Gruppo Coop partecipa con quote dal 20 al 50% e in cui esercita un'influenza notevole.

Le società partecipate con una quota inferiore al 20% non sono consolidate e sono iscritte negli immobilizzi finanziari al valore d'acquisto, al netto delle rettifiche di valore necessarie ai fini aziendali.

Metodo di consolidamento

Società consolidate integralmente

Gli attivi e i passivi nonché i costi e i ricavi sono rilevati con il metodo del consolidamento integrale. Il consolidamento del capitale avviene in base al metodo anglosassone del costo d'acquisizione, che compensa il patrimonio netto della società al momento dell'acquisto o del primo consolidamento con il valore contabile della partecipazione della casa madre. Le società di nuova acquisizione sono rivalutate in base ai principi unitari del gruppo e iscritte nel conto annuale consolidato a partire dalla presa di controllo effettivo. Se i costi d'acquisizione superano gli attivi netti acquisiti e rivalutati, il valore aggiunto residuo viene attivato come avviamento e ammortizzato in modo lineare. Un avviamento negativo (badwill) viene accreditato al conto economico nell'anno di acquisizione. Le società vendute sono considerate fino al momento della perdita del controllo, che di solito corrisponde al momento della vendita.

Le quote di minoranza del patrimonio netto consolidato e del risultato vengono indicate separatamente nel bilancio e nel conto economico. Le operazioni e le relazioni infragruppo, ossia i proventi e le spese nonché i crediti e i debiti tra le società consolidate, vengono compensati ed eliminati a vicenda. Gli utili infragruppo sulle operazioni interne, se considerati rilevanti, vengono eliminati.

Organizzazioni associate

Le società associate sono valutate con il metodo del patrimonio netto nel conto economico consolidato, nella misura in cui siano economicamente rilevanti. Per determinare la quota di partecipazione al patrimonio netto, i bilanci di queste società vengono impiegati secondo un principio «true and fair view».

Conversione in divisa estera

Gli attivi e i passivi dei bilanci redatti in divisa estera sono convertiti in franchi svizzeri al cambio in vigore nel giorno di chiusura del bilancio. I conti economici locali e i rendiconti finanziari sono convertiti al corso medio. Le differenze risultanti dall'applicazione dei diversi corsi di cambio summenzionati vengono contemplate direttamente nel patrimonio netto.

Corsi di conversione monetaria in CHF

		Corsi medi		Cambi del giorno	
		2015	2014	31.12.2015	31.12.2014
1	EUR	1.067	1.214	1.084	1.202
1	CZK	0.039	0.044	0.040	0.043
1	HKD	0.124	0.119	0.128	0.128
100	HUF	0.344	0.393	0.343	0.381
1	PLN	0.255	0.290	0.254	0.281
1	RON	0.240	0.273	0.240	0.268
1	RUB	0.016	0.024	0.013	0.017
1	USD	0.964	0.920	0.995	0.990

Variazioni nel perimetro di consolidamento

Nel 2015, il perimetro di consolidamento ha subito le seguenti variazioni:

Società	Variazione	Data	Quota ¹	Quota ¹
			31.12.2015	31.12.2014
			%	%
Eurogroup Far East Ltd., CN-Hong Kong	Aumento della quota di partecipazione e consolidamento integrale	01.01.2015	100.00	33.33
Richard Sump GmbH, DE-Hamburg	Acquisizione	01.01.2015	75.00	
Tropenhaus Frutigen AG, CH-Frutigen	Aumento di capitale / Aumento della quota di partecipazione	19.02.2015	99.74	72.88
Bell Nederland B.V., NL-Dr Houten	Aumento della quota di partecipazione	28.02.2015	66.29	50.38
siroop AG, CH-Zürich	Costituzione	23.04.2015	50.00	
Hilcona AG, FL-Schaan	Aumento della quota di partecipazione e consolidamento integrale	01.05.2015	33.81	32.48
Abraham France SARL, FR-Bussy-Saint-Georges	Fusione in Bell France SAS	30.06.2015	66.29	66.29
Transgourmet Seafood GmbH, DE-Bremerhaven	Fusione in OHG Transgourmet GmbH & Co.	01.07.2015	100.00	100.00
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG, DE-Unna	Acquisizione	01.08.2015	100.00	
siroop trading AG, CH-Basel	Costituzione	23.09.2015	100.00	
Transgourmet Polska Sp. z o.o., PL-Poznan (finora: SELGROS Sp. z o.o.)	Nuova ragione sociale	01.10.2015	100.00	100.00
Alifresca AG, CH-Basel	Costituzione	22.10.2015	100.00	
Zimbo Czechia s.r.o., CZ-Praha-Holesovice	Aumento della quota di partecipazione	26.10.2015	66.29	59.66
FrischeParadies GmbH & Co. KG, DE-Frankfurt	Acquisizione	01.11.2015	100.00	
Eurogroup SA, BE-Bruxelles	Vendita	31.12.2015	0.00	50.00

¹Le quote elencate sono calcolate in base alle quote detenute dal Gruppo Coop.

Nel 2014, il perimetro di consolidamento ha subito le seguenti variazioni (senza cambiamenti di ragione sociale e fusioni):

Società	Variazione	Data	Quota ¹	Quota ¹
			31.12.2014	31.12.2013
			%	%
Centre Commercial Moncor S.A., CH-Villars-sur-Glâne	Acquisizione	01.01.2014	100.00	
RS Vertriebs AG, CH-St. Gallen	Acquisizione	01.01.2014	100.00	
Valentin Pontresina AG, CH-Pontresina	Aumento della quota di partecipazione	01.01.2014	100.00	50.00
SC Swiss commercial GmbH, DE-Konstanz	Costituzione	04.02.2014	100.00	
Marché Restaurants Schweiz AG, CH-Kemptthal	Acquisizione	04.03.2014	100.00	
Elektronik Distribution AG, CH-Basel	Costituzione	11.04.2014	100.00	

¹Le quote elencate sono calcolate in base alle quote detenute dal Gruppo Coop.

Principi di valutazione

Liquidità

Le liquidità sono iscritte in bilancio al valore nominale. Comprendono le disponibilità di cassa, gli averi di conto corrente postale e bancari, i depositi a breve termine, gli assegni, i buoni e i Reka-Check. Queste posizioni si possono convertire in liquidità in qualsiasi momento e sottostanno a oscillazioni irrilevanti.

Titoli

Si tratta di titoli di mercato facilmente realizzabili, iscritti in bilancio al valore di mercato. I titoli non quotati sono valutati ai valori d'acquisto al netto delle rettifiche di valore necessarie ai fini aziendali.

Crediti da forniture e servizi e altri crediti a breve termine

I crediti sono valutati al valore nominale tenendo nella dovuta considerazione le rettifiche di valore necessarie ai fini aziendali.

Rimanenze

Le rimanenze sono iscritte al costo d'acquisto o di produzione o al valore netto inferiore del realizzo ottenibile. Il costo d'acquisto è composto dal prezzo d'acquisto netto e dal costo d'acquisto accessorio. Le rimanenze acquistate sono valutate al prezzo medio d'acquisto (prezzo medio ponderato). Le rimanenze di produzione propria sono valutate al costo di produzione. Se il valore netto del realizzo è inferiore al prezzo d'acquisto o di produzione, le rimanenze vengono valutate al valore netto inferiore del realizzo. Gli sconti sono trattati come una riduzione del prezzo d'acquisto.

Le merci non più utilizzabili o difficilmente vendibili sono soggette a rettifiche di valore specifiche.

Immobilizzi finanziari

Gli immobilizzi finanziari comprendono le partecipazioni alle organizzazioni associate valutate secondo il metodo del patrimonio netto. Inoltre, i prestiti a lungo termine e i valori detenuti a titolo di investimento a lungo termine sono dichiarati come immobilizzi finanziari. I titoli senza valore di mercato e i prestiti sono valutati al valore d'acquisto al netto delle rettifiche di valore necessarie ai fini aziendali.

Gli attivi da riserve di contributi del datore di lavoro sono iscritti in bilancio come immobilizzi finanziari.

Immobilizzi materiali

Gli immobilizzi materiali sono valutati sulla base del prezzo d'acquisto al netto degli ammortamenti necessari ai fini aziendali. I costi d'acquisto comprendono il prezzo d'acquisto e i costi direttamente imputabili per lo sfruttamento degli impianti. Gli ammortamenti sono distribuiti in maniera lineare sulla vita utile dei vari beni.

Durata dell'ammortamento in anni

Terreni ed edifici

Terreni	nessun ammortamento
Edifici	40 – 67

Installazioni	15 – 30
---------------	---------

Beni mobili, macchinari e informatica

Beni mobili/Attrezzatura	5 – 10
Arredamenti punti di vendita	10
Arredamenti mercati	15
Macchinari	3 – 15
Impianti di produzione	20 – 30
Informatica	3 – 8

Veicoli	3 – 10
---------	--------

La durata dell'ammortamento per gli immobili si estende da 40 anni per gli edifici industriali con un maggiore livello di sfruttamento fino a 67 anni per gli edifici a uso misto. Le installazioni vengono generalmente ammortizzate in 15 o 20 anni. Nelle aziende di produzione, gli specifici impianti di produzione vengono ammortizzati con una durata di utilizzo maggiore fino a 30 anni. Gli impianti presso i punti di vendita del commercio al dettaglio hanno di solito una durata di utilizzo inferiore rispetto a quelli nei mercati del commercio all'ingrosso.

I macchinari hanno di solito una durata di utilizzo fino a 15 anni, ma gli impianti di produzione formano una classe a sé stante e possono avere una durata di utilizzo da 20 a 30 anni.

I veicoli commerciali pesanti hanno un periodo di ammortamento massimo di 10 anni.

Gli impianti in costruzione comprendono i costi di progetto maturati attivabili. I costi di progetto non attivabili saranno iscritti al momento dell'allestimento del conto economico. Le rettifiche di valore sugli impianti in costruzione vengono costituite in presenza di deprezzamenti.

Leasing

I pagamenti derivanti da «leasing operativo» vengono iscritti in modo lineare nel conto economico per tutta la durata del leasing. I beni d'investimento acquistati sulla base di contratti di leasing, per i quali al momento della stipulazione del contratto i rischi e i benefici vengono trasferiti al Gruppo Coop, sono classificati come leasing finanziario. Di conseguenza, per i corrispettivi valori patrimoniali si iscrive in bilancio come attivo fisso e come debiti finanziari di leasing il valore venale o il valore attuale netto inferiore delle future rate leasing non disdebbabili. Gli immobilizzi in leasing finanziari vengono ammortizzati sulla vita utile stimata o sulla più breve durata del contratto.

Immobilizzi immateriali

Questa voce include software informatico, diritti di marchi, licenze, brevetti e l'avviamento da acquisizioni. Gli immobilizzi immateriali vengono attivati quando sono chiaramente identi-

ficabili, quando i costi si possono determinare in modo attendibile e quando portano all'azienda un beneficio tangibile per diversi anni.

Un avviamento da acquisizioni si ottiene dalla differenza tra il prezzo d'acquisto pagato per rilevare un'azienda e il valore degli attivi netti. Gli attivi netti rappresentano la somma dei singoli valori patrimoniali della società acquisita al netto dei debiti e dei passivi eventuali ai sensi delle Swiss GAAP RPC al momento dell'acquisizione. Un eventuale avviamento viene generalmente iscritto negli attivi e ammortizzato in modo lineare.

Durata dell'ammortamento in anni

Avviamento	fino a 20
Marchi	fino a 20
Brevetti/Licenze	5
Altri immobilizzi immateriali	3 – 8

Deprezzamenti (impairment)

Nel Gruppo Coop, l'attivabilità dei valori patrimoniali a lungo termine è soggetta a una valutazione annuale se vi sono i segnali di una svalutazione durevole. Il calcolo del valore realizzabile si basa sul modello Capital Asset Pricing, tenendo conto delle ipotesi di dati provenienti dalla pianificazione pluriennale, aggiornate rispetto al previsto sviluppo economico. Se il valore contabile supera il valore realizzabile, si registra una rettifica con influsso sul risultato tramite ammortamenti non programmati.

Capitale di terzi

Per capitale di terzi a breve termine s'intendono tutti i debiti con scadenza entro un anno nonché i ratei e risconti e gli accantonamenti a breve termine. Il capitale di terzi a lungo termine include i debiti con durata superiore a un anno.

Accantonamenti

Gli accantonamenti sono iscritti nel bilancio quando a causa di un evento nel passato sussiste un probabile e fondato obbligo di legge o di fatto il cui importo e/o la cui scadenza sono incerti ma stimabili. L'accantonamento è valutato in base a una stima delle probabili uscite monetarie.

Imposte sull'utile

Le imposte correnti sull'utile sono rilevate in base ai risultati d'esercizio dichiarati per l'anno in esame secondo il sistema postnumerando.

Le imposte differite sul reddito sono rilevate su tutte le differenze di valutazione imponibili temporanee o deducibili fiscalmente tra i valori fiscali e i valori Swiss GAAP FER secondo il metodo della passività dello stato patrimoniale. Le imposte differite sull'utile rilevate annualmente sono calcolate alla futura aliquota fiscale per il rispettivo soggetto d'imposta alla data di chiusura del bilancio.

Gli attivi e i passivi fiscali differiti sono compensati se si riferiscono al medesimo soggetto d'imposta e sono riscossi dalla stessa autorità fiscale.

Strumenti finanziari derivati

Il Gruppo Coop utilizza strumenti finanziari derivati per coprire i rischi dei tassi d'interesse e i rischi valutari. Gli strumenti finanziari derivati a titolo di copertura di voci di bilancio e quelli senza finalità di copertura sono registrati in bilancio al valore corrente. La modifica dei valori correnti dall'ultima valutazione è inclusa nel risultato del periodo in esame. Gli strumenti per la copertura di futuri flussi finanziari concordati per contratto non sono messi a bilancio ma comunicati nell'Allegato.

Gli strumenti finanziari derivati in essere alla data di chiusura del bilancio sono dichiarati nelle spiegazioni del conto annuale consolidato.

Impegni di previdenza

Il Gruppo Coop si assume la quota proporzionale delle spese della previdenza professionale di tutti i collaboratori nonché dei loro superstiti sulla base dei regolamenti, i quali prevedono prestazioni che in Svizzera superano nettamente il regime obbligatorio LPP. I contributi sono contenuti nel costo del personale alla voce Oneri sociali.

Ogni anno si valuta se dal punto di vista dell'organizzazione sussiste un beneficio economico o un obbligo economico nei confronti di un istituto di previdenza. Fungono da base il conto annuale dell'istituto di previdenza, redatto in Svizzera secondo Swiss GAAP RPC 26, e altri calcoli che rispecchiano l'attuale eccesso o deficit di copertura in base alla situazione reale. Il 31 dicembre 2015, la CPV/CAP presentava un grado di copertura del 113,1% (2013: 113,3%). Nell'ottica della RPC 16 non sussiste né sovracopertura né sottocopertura, in quanto il valore target della riserva di fluttuazione non è ancora stato raggiunto.

Transazioni con parti correlate

Per parti correlate s'intendono le società associate, gli istituti di previdenza nonché le persone fisiche come i membri della Direzione generale o del Consiglio d'amministrazione.

Le relazioni commerciali con le parti correlate si svolgono a condizioni di mercato. Vi sono reciproci contratti di fornitura e acquisto per i quali vengono applicate condizioni di mercato in considerazione del volume delle transazioni. Le essenziali voci del portafoglio relative alle organizzazioni associate e le altre transazioni con le parti correlate sono illustrate nelle spiegazioni sul conto annuale consolidato.

Attività fuori bilancio

I passivi eventuali quali fidejussioni, garanzie, costituzioni di pegni e altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio vengono valutati a ogni data di chiusura di bilancio e dichiarati al loro valore nominale. Gli altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio comprendono tutti gli impegni presi a lungo termine che non possono essere disdetti entro un anno. Occorre costituire un accantonamento se i passivi eventuali e altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio comportano un deflusso di fondi senza un afflusso di fondi utilizzabile e tali deflussi sono probabili e stimabili.

in milioni di CHF

1 Ricavo netto da forniture e servizi e risultato operativo (EBIT) per segmenti

2015	Commercio al dettaglio	Comm. all'ingrosso/ Produzione	Consolidamento	Gruppo Coop
Ricavo netto da forniture e servizi	17 253	10 611	-1 969	25 895
Risultato operativo (EBIT) prima del contributo straordinario del datore di lavoro alla CPV/CAP	492	283		776
Contributo straordinario del datore di lavoro alla CPV/CAP				60
Risultato operativo (EBIT)				716

L'adeguatezza del tasso d'interesse tecnico della Cassa pensioni Coop (CPV/CAP) è in fase di valutazione. Per attutire l'impatto sui collaboratori, il Consiglio d'amministrazione e la Direzione generale di Coop hanno deciso di mettere a disposizione 60 milioni di CHF in caso di riduzione del tasso d'interesse tecnico. A tal fine è stato costituito un accantonamento.

2014	Commercio al dettaglio	Comm. all'ingrosso/ Produzione	Consolidamento	Gruppo Coop
Ricavo netto da forniture e servizi	17 718	11 193	-1 749	27 163
Risultato operativo (EBIT)	587	241		828

Il settore «Commercio all'ingrosso/Produzione» è costituito dal gruppo Transgourmet, dal gruppo Bell nonché dalle aziende di produzione di Coop Società Cooperativa. La colonna Consolidamento comprende le forniture al commercio al dettaglio del segmento Commercio all'ingrosso/Produzione.

	2015	2014
2 Altri ricavi operativi		
Ricavi locativi operativi	189	191
Utile da cessione di attivo fisso operativo	7	3
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	20	13
Ricavi da servizi	820	804
Totale	1 037	1 011

La voce «Ricavi da servizi» comprende tra l'altro i ricavi relativi a toto, lotto, posteggi, pubblicità e provvigioni da crediti telefonici.

	2015	2014
3 Costi del personale		
Salari/Stipendi	3 189	3 149
Oneri sociali	808	732
Tasso oneri sociali in %	25.3	23.2
Altri costi del personale	212	194
Totale	4 208	4 075

La costituzione dell'accantonamento descritto nella tabella 1 per il contributo straordinario del datore di lavoro alla CPV/CAP comporta un aumento di 60 milioni di CHF degli oneri sociali iscritti a bilancio. Il tasso degli oneri sociali aumenta pertanto di 1,9 punti percentuali.

	2015	2014
4 Altri costi operativi		
Spese pubblicitarie	494	482
Spese di locazione	679	681
Spese di ufficio e di amministrazione	240	251
Tributi e assicurazioni cose	76	77
Imposte di esercizio	41	42
Manutenzione e sostituzione	360	351
Costi energetici e materiale di esercizio	395	413
Spese di trasporto	156	148
Spese varie	159	183
Totale	2 600	2 628

La voce «Imposte di esercizio» include le imposte sul capitale e sul passaggio di proprietà, le imposte di emissione e altri oneri fiscali.

La voce «Spese varie» comprende i danni non coperti, le perdite su crediti, le spese per chiusure fuori programma nonché varie spese di esercizio.

in milioni di CHF

	2015	2014
5 Ammortamenti		
Avviamento, ammortamenti programmati	250	277
Avviamento, ammortamenti non programmati	4	11
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	71	69
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati	7	6
Ammortamenti immobilizzi immateriali	331	362
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	795	786
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	102	65
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-10	-3
Ammortamenti immobilizzi materiali	886	847
Totale	1 217	1 210

Gli ammortamenti non programmati sulle immobilizzazioni materiali e immateriali nonché i ripristini di valore sugli immobili si verificano in seguito a rivalutazioni della situazione reddituale o a rettifiche dei prezzi di mercato. Nel rivalutare il portafoglio immobiliare sono stati registrati ammortamenti non programmati per un importo di 86 milioni di CHF. Nelle altre immobilizzazioni materiali sono stati registrati ammortamenti non programmati pari a 16 milioni di CHF.

	2015	2014
6 Risultato da valute estere		
Utili su cambi	18	68
Perdite su cambi	18	79
Totale	-0	-11

	2015	2014
7 Risultato finanziario		
Dividendi e guadagni di corso su titoli	0	1
Altri proventi da interessi	10	10
Costi finanziari	10	11
Perdite di corso su titoli	1	4
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	76	90
Ammortamenti sugli immobilizzi finanziari	5	3
Ricavi finanziari	83	96
Totale	-72	-86

	2015	2014
8 Risultato estraneo all'esercizio		
Ricavi locativi	1	1
Utile da cessione di attivo fisso non operativo	46	5
Altri ricavi non operativi	0	5
Ricavi non operativi	47	12
Spese/Ammortamenti immobiliari non operativi	4	2
Altri costi non operativi	4	5
Costi non operativi	8	7
Totale	39	4

Il risultato estraneo all'esercizio comprende le spese e i ricavi risultanti da eventi o procedure aziendali che si differenziano nettamente dalle consuete attività commerciali. A questo gruppo appartengono principalmente le spese non operative e i ricavi da immobili non commerciali.

in milioni di CHF

	2015	2014
9 Imposte sull'utile		
Imposte correnti sull'utile	169	167
Variazione delle imposte differite	-6	20
Totale	163	187
Aliquota d'imposta media in %	23.5	24.8

	Aliquota d'imposta in %	2015 Importo fiscale in milioni di CHF	Aliquota d'imposta in %	2014 Importo fiscale in milioni di CHF
Previsione delle imposte sull'utile				
Aliquota media d'imposta sull'utile da applicare	20.0	139	21.8	164
Perdite per l'anno in corso per le quali non sono state attivate imposte differite		10		26
Utilizzo di riporti di perdite non ancora registrati		-9		-13
Aliquota media d'imposta sull'utile da applicare al netto dei riporti di perdite	20.2	140	23.4	177

Le previste imposte sull'utile vengono calcolate sotto il presupposto che il risultato estraneo all'esercizio sia tassato allo stesso modo del risultato ordinario.

Nell'anno di esercizio attuale, sulle perdite riportate per un valore di 931 milioni di CHF (1037 milioni di CHF al 31.12.2014) non sono state attivate imposte differite attive.

	31.12.2015	31.12.2014
10 Liquidità		
Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancari	974	971
Reka-Check/Assegni/Buoni	32	18
Depositi a termine	74	188
Totale	1 080	1 178

	31.12.2015	31.12.2014
11 Crediti da forniture e servizi		
Crediti da forniture e servizi	937	932
Rettifiche di valore	-44	-44
Totale	893	888

	31.12.2015	31.12.2014
12 Altri crediti a breve termine		
Altri crediti	307	338
Acconti a fornitori	4	6
Rettifiche di valore	-2	-1
Totale	309	343

	31.12.2015	31.12.2014
13 Rimanenze		
Merci commerciali	2 466	2 523
Prodotti finiti (Produzione)	162	138
Semilavorati, prodotti in produzione	137	126
Materie prime	119	93
Materiale ausiliario e d'imballaggio	39	35
Acconti a fornitori	31	21
Rettifica di valore	-130	-127
Totale	2 825	2 810

14 Immobilizzi materiali

in milioni di CHF	Terreni ed edifici	Installazioni	Beni mobili, macchinari e informatica	Veicoli	Leasing finanziario	Impianti in costruzione	Totale
Immobilizzi materiali 2015							
Valori di acquisto 1.1.2015	11 428	3 054	4 224	424	26	709	19 865
Variazioni nel perimetro di consolidamento	342	100	232	10		23	706
Investimenti	448	157	279	61		510	1 455
Disinvestimenti	-182	-37	-172	-38	-1	-0	-430
Effetto valutario	-199	-64	-67	-19	-3	-6	-358
Riclassificazioni	68	38	39	3	-0	-149	-2
Stato 31.12.2015	11 904	3 248	4 535	441	22	1 087	21 237
di cui terreni non edificati	152						152
di cui anticipi						18	18
Ammortamenti cumulati al 1.1.2015	4 594	1 674	3 074	244	20	10	9 615
Variazioni nel perimetro di consolidamento	108	41	170	7	-0		327
Ammortamenti programmati	291	180	278	48	1		797
Ammortamenti non programmati	70	16	16	0		0	103
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-10						-10
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-133	-36	-170	-36	-0	-0	-375
Effetto valutario	-48	-24	-46	-11	-2	-0	-130
Riclassificazioni	1	1	-1	-0	-0	-0	
Stato 31.12.2015	4 873	1 852	3 322	252	18	9	10 326
di cui terreni non edificati	4						4
Valore contabile netto 31.12.2015	7 030	1 396	1 213	189	4	1 078	10 911
Immobilizzi materiali 2014							
Valori di acquisto 1.1.2014	11 102	2 860	4 137	397	31	434	18 960
Variazioni nel perimetro di consolidamento	182	47	30	3		0	261
Investimenti	303	152	252	52	0	450	1 209
Disinvestimenti	-83	-47	-189	-30	-1	-1	-351
Effetto valutario	-136	-34	-31	-5	-1	-5	-213
Riclassificazioni	61	76	26	8	-4	-168	-1
Stato 31.12.2014	11 428	3 054	4 224	424	26	709	19 865
di cui terreni non edificati	110						110
di cui anticipi						47	47
Ammortamenti cumulati al 1.1.2014	4 294	1 511	2 931	215	24	26	9 001
Variazioni nel perimetro di consolidamento	78	35	25	1			138
Ammortamenti programmati	285	175	288	54	1	-16	786
Ammortamenti non programmati	26	12	26	0		0	65
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-3						-3
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-63	-43	-180	-28	-1		-315
Effetto valutario	-24	-9	-17	-3	-0	-0	-54
Riclassificazioni	2	-6	1	4	-4	-0	-4
Stato 31.12.2014	4 594	1 674	3 074	244	20	10	9 615
di cui terreni non edificati	4						4
Valore contabile netto 31.12.2014	6 835	1 380	1 151	180	6	700	10 251

La voce «Terreni e immobili» comprende 29 milioni di CHF (2 milioni di CHF al 31.12.2014) per terreni e immobili non commerciali.

15 Immobilizzi finanziari

in milioni di CHF	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Altri immobilizzi finanziari	Organiz- zazioni associate	Totale
Immobilizzi finanziari 2015				
Valore contabile netto 1.1.2015	12	118	163	294
Variazioni nel perimetro di consolidamento		1		1
Aumento	0	29	1	30
Diminuzione	-1	-25	-8	-35
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		-4	4	-0
Effetto valutario	0	0	-2	-2
Riclassificazioni		-22	-80	-103
Stato 31.12.2015	11	97	77	185
Altri immobilizzi finanziari				
Prestiti alle organizzazioni associate				13
Prestiti a terzi				24
Vari immobilizzi finanziari				60
Stato 31.12.2015				97
Immobilizzi finanziari 2014				
Valore contabile netto 1.1.2014	12	138	153	304
Variazioni nel perimetro di consolidamento	2	5	5	11
Aumento	0	10		11
Diminuzione	-1	-13	-0	-15
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		-3	7	4
Effetto valutario	0	-0	-0	-0
Riclassificazioni		-19	-1	-21
Stato 31.12.2014	12	118	163	294
Altri immobilizzi finanziari				
Prestiti alle organizzazioni associate				35
Prestiti a terzi				19
Vari immobilizzi finanziari				64
Stato 31.12.2014				118

16 Immobilizzi immateriali

in milioni di CHF	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Totale
Immobilizzi immateriali 2015					
Valori di acquisto 1.1.2015	3 254	597	403	54	4 307
Variazioni nel perimetro di consolidamento	12	10	10	1	33
Investimenti	31	0	51	21	103
Disinvestimenti	-1		-29	-1	-32
Effetto valutario	-12	-3	-7	-1	-23
Riclassificazioni	0		4	-2	2
Stato 31.12.2015	3 285	604	432	71	4 390
Immobilizzi immateriali 2014					
Valori di acquisto 1.1.2014	2 865	594	360	54	3 873
Variazioni nel perimetro di consolidamento	4	1	4		9
Investimenti	388	4	40	12	443
Disinvestimenti	-0		-13	-1	-14
Effetto valutario	-3	-1	-2	-0	-5
Riclassificazioni	0	-1	13	-11	1
Stato 31.12.2014	3 254	597	403	54	4 307
Immobilizzi immateriali 2015 (ammortamenti)					
Ammortamenti cumulati al 1.1.2015	2 395	252	313	38	2 998
Variazioni nel perimetro di consolidamento	4	1	7	1	14
Ammortamenti programmati	250	29	40	1	321
Ammortamenti non programmati	4		7	0	11
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-1	-0	-27	-1	-29
Effetto valutario	-10	-2	-5	-1	-18
Stato 31.12.2015	2 642	280	335	38	3 296
Immobilizzi immateriali 2014 (ammortamenti)					
Ammortamenti cumulati al 1.1.2014	2 104	224	275	43	2 646
Variazioni nel perimetro di consolidamento	4	1	0		5
Ammortamenti programmati	279	28	39	2	348
Ammortamenti non programmati	11		6	0	17
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-0		-12	-1	-13
Effetto valutario	-2	-0	-1	-0	-4
Riclassificazioni			6	-6	0
Stato 31.12.2014	2 395	252	313	38	2 998
Valore contabile netto 31.12.2015	642	324	96	32	1 095
Valore contabile netto 31.12.2014	859	346	90	15	1 309

La quota di avviamento delle organizzazioni associate ammonta a 0 milioni di CHF (9 milioni di CHF al 31.12.2014); il rispettivo ammortamento di 1 milione di CHF (arrotondato per eccesso) è contenuto nel risultato delle organizzazioni associate. La perdita di 8 milioni di CHF risulta dal cambio del metodo di consolidamento per Hilcona (consolidamento integrale invece del metodo at equity).

in milioni di CHF

	31.12.2015	31.12.2014
17 Debiti finanziari a breve termine		
Conti correnti bancari	0	31
Prestiti bancari	34	1
Altri debiti finanziari a breve termine	20	18
Debiti verso istituti di previdenza	200	200
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine	762	791
Totale	1 017	1 041

I debiti nei confronti degli istituti di previdenza sono interamente nei confronti della CPV/CAP. Fruttano un interesse pari allo 0,25% e si possono disdire ogni anno.

	31.12.2015	31.12.2014
18 Altri debiti a breve termine		
Buoni in circolazione	66	64
Anticipi da clienti	125	118
Altre imposte	88	102
Altri debiti a breve termine	110	101
Totale	389	385

19 Accantonamenti a breve termine	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Supercard	Altri accantonamenti	Totale
Stato 1.1.2015	23	19	192	93	327
Variazioni nel perimetro di consolidamento				1	1
Costituzione di accantonamenti	81	2	186	29	298
Impiego di accantonamenti	-18	-13	-183	-27	-241
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-4	-0	-6	-23	-33
Effetto valutario	-0	-0		-3	-3
Riclassificazioni	1	7		1	9
Stato 31.12.2015	82	16	190	70	358
Stato 1.1.2014	22	3	200	140	364
Costituzione di accantonamenti	22	0	194	34	250
Impiego di accantonamenti	-22	-9	-214	-52	-297
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari			-3	-7	-10
Effetto valutario	-0	-0		-1	-1
Riclassificazioni	1	25	16	-22	21
Stato 31.12.2014	23	19	192	93	327

Gli altri accantonamenti a breve termine includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 28 milioni di CHF (25 milioni di CHF al 31.12.2014) e per i punti di vendita pari a 22 milioni di CHF (38 milioni di CHF al 31.12.2014).

20 Debiti finanziari a lungo termine	Valuta	Durata	Tasso d'interesse (ponderato)	31.12.2015	31.12.2014
Conti depositi	CHF		0.70%	1 754	1 798
Obbligazioni di cassa	CHF	2 – 8 anni	1.70%	269	293
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	giu. 2010 – 2016	2%	500	
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	set 2010 – 2017	2%	250	
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	lug 2012 – 2019	1.25%	250	
Bell AG	CHF	mag 2013 – 2018	1%	175	
Bell AG	CHF	mag 2013 – 2022	1.75%	175	
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	giu 2014 – 2021	0.875%	200	
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	set 2014 – 2023	1%	200	
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	lug 2015 – 2020	0.25%	300	
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	lug 2015 – 2024	0.88%	200	
Prestiti obbligazionari				2 250	2 250
Prestiti bancari				15	6
Ipoteche			3.91%	124	123
Leasing finanziario				1	2
Altri prestiti				32	30
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine				-762	-791
Totale				3 683	3 712

in milioni di CHF

21 Accantonamenti a lungo termine	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Imposte differite	Supercard	Altri accantonamenti	Totale
Stato 1.1.2015	90	47	777		155	1 069
Variazioni nel perimetro di consolidamento	7		25		1	33
Costituzione di accantonamenti	4	1	15		40	59
Impiego di accantonamenti	-1	-0			-16	-16
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-0		-24		-6	-30
Effetto valutario	-3		-3		-0	-6
Riclassificazioni	-1	-6			-2	-9
Stato 31.12.2015	97	41	789		172	1 100
Stato 1.1.2014	92		749	16	185	1 042
Variazioni nel perimetro di consolidamento			12		2	14
Costituzione di accantonamenti	3	15	30		31	79
Impiego di accantonamenti	-0	-9			-12	-21
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-2		-10		-7	-18
Effetto valutario	-1		-4		-0	-5
Riclassificazioni	-3	42		-16	-44	-21
Stato 31.12.2014	90	47	777		155	1 069

Gli altri accantonamenti a lungo termine includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 63 milioni di CHF (54 milioni di CHF al 31.12.2014) e per i punti di vendita pari a 11 milioni di CHF (14 milioni di CHF al 31.12.2014).

22 Istituti di previdenza	Valore nominale RCDL 31.12.2015	Bilancio 31.12.2015	Bilancio 31.12.2014	Variazioni RCDL nei costi del personale 2015 2014	
Riserva dei contributi del datore di lavoro (RCDL)					
Fondi padronali/Istituti di previdenza padronali	1	1	2	1	1
Istituti di previdenza	10	10	10		
Totale	11	11	12	1	1

Benefici economici/Debiti economici e oneri previdenziali	Copertura eccessiva/insufficiente 31.12.2015	Quota economica del Gruppo Coop 31.12.2015	Quota economica del Gruppo Coop 31.12.2014	Costo per la previdenza nei costi del personale 2015 2014	
Istituti di previdenza senza copertura eccessiva/insufficiente				272	252
Totale				272	252

Contributi regolamentari del datore di lavoro				272	252
---	--	--	--	-----	-----

23 Operazioni fuori bilancio	31.12.2015	31.12.2014
Fidejussioni, garanzie	88	37
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	272	205
Debiti garantiti	75	116
Altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio	131	141

A luglio 2014, il Bundeskartellamt (ufficio federale antitrust tedesco) ha inflitto a Bell Germania un'ammenda di circa 100 milioni di euro a causa di presunti illeciti coordinamenti dei prezzi negli anni precedenti l'acquisto di Abraham e ZIMBO. Non è stato costituito alcun accantonamento, in quanto il Gruppo Coop ritiene che la multa non sia giustificata né sul piano oggettivo né su quello materiale, e si difenderà contro questa decisione con tutti i mezzi a sua disposizione. Si prevede che il processo duri diversi anni. L'impegno eventuale è iscritto tra gli «altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio» (110 milioni di CHF).

in milioni di CHF

	31.12.2015	31.12.2014
24 Obblighi da leasing operativo non iscritto in bilancio		
scadenza entro un anno	9	8
scadenza entro 1 – 5 anni	29	30
scadenza dopo oltre 5 anni	32	25

	31.12.2015	31.12.2014
25 Debiti da contratti di locazione e di diritto di superficie a lungo termine		
scadenza entro un anno	723	718
scadenza entro 1 – 5 anni	2 574	2 614
scadenza dopo oltre 5 anni	3 793	3 910

26 Strumenti finanziari derivati in essere

Valore base	Scopo	Valori di contratto		31.12.2015	Valori attivi		Valori passivi	
		31.12.2015	31.12.2014		31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014	
Valuta	Copertura	714	499	2	0	6	0	
Altri valori di base	Copertura		22		1			
Totale riconciliato al bilancio		714	521	2	1	6	0	
Valuta	Copertura	637	442	2	5	5	3	
Tassi d'interesse	Copertura	28		0		1		
Strumenti di patrimonio netto	Senza copertura	4	3			0	1	
Totale non riconciliato al bilancio		669	446	2	5	6	4	

Valori dell'anno precedente adattati

Dipl. Ing. Fust AG detiene un'opzione di acquisto dal 2013 al 2023 per il 49,94% di Service 7000 AG a un prezzo determinato dalla situazione di redditività dell'azienda dei tre anni precedenti.

27 Transazioni con parti correlate

Transazioni con organizzazioni associate	2015	2014
Ricavo netto da forniture e servizi	27	48
Altri ricavi operativi	2	42
Costo delle merci	191	551
Spese di ufficio e di amministrazione	0	1
Spese di locazione	2	2
Spese varie	1	1
	31.12.2015	31.12.2014
Crediti da forniture e servizi	1	6
Altri crediti a breve termine		4
Ratei e risconti attivi	20	42
Prestiti	13	35
Debiti da forniture e servizi	12	33
Debiti finanziari a breve termine	5	9
Ratei e risconti passivi	0	6
Debiti finanziari a lungo termine	1	1

Non sussistono altre transazioni significative con altre parti correlate.

28 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni

Hilcona AG

Liquidità	23
Crediti	61
Rimanenze	42
Immobilizzi materiali	284
Debiti	61
Debiti finanziari	140

OOO Eurogroup Immobilien

Immobilizzi materiali	8
Debiti	6

EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG

Liquidità	4
Crediti	24
Rimanenze	10
Immobilizzi materiali	31
Debiti	26
Debiti finanziari	5
Accantonamenti	4

FrischeParadies GmbH & Co. KG

Liquidità	3
Crediti	12
Rimanenze	16
Immobilizzi immateriali	9
Immobilizzi materiali	57
Debiti	19
Debiti finanziari	41
Accantonamenti	4

Richard Sump GmbH

Crediti	5
Rimanenze	5
Debiti	8
Debiti finanziari	5

Centre Commercial Moncor S.A.

Immobilizzi materiali	84
Debiti finanziari	7
Accantonamenti	10

Marché Restaurants Schweiz AG

Liquidità	6
Crediti	23
Immobilizzi materiali	23
Immobilizzi finanziari	11
Debiti	42
Debiti finanziari	8

RS Vertriebs AG

Crediti	11
Rimanenze	9
Immobilizzi immateriali	3
Debiti	11

29 Componenti più importanti nella vendita di organizzazioni**Hygedis SAS**

Crediti	14
Rimanenze	12
Immobilizzi materiali	3
Debiti	20
Debiti finanziari	16

30 Eventi successivi alla chiusura del bilancio

Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento (con riserva dell'approvazione da parte delle autorità locali in materia di concorrenza):

- Il gruppo Transgourmet rileva in data 1.1.2016 l'azienda austriaca C&C Pfeiffer GmbH, Traun, che opera nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso.
- Il gruppo Bell rileva in data 1.3.2016 il gruppo Huber, specializzato nella produzione di carni di pollame in Germania e Austria.
- Il gruppo Bell rileva in data 1.4.2016 il gruppo Eisberg con sede a Dänikon, Svizzera. L'azienda è specializzata nella produzione di insalate a foglia fresche e di pietanze a base di insalata a foglia.

Il 17 febbraio 2016, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 14 aprile 2016.

31 Perimetro di consolidamento (principali società)

Quota di capitale¹ 31.12.2015 % Quota di capitale¹ 31.12.2014 % Capitale 31.12.2015 in milioni Inclusion

Coop-Gruppe Genossenschaft	CH-Basel	Società di partecipazione	Quota di capitale ¹ 31.12.2015 %	Quota di capitale ¹ 31.12.2014 %	Capitale 31.12.2015 in milioni	Inclusion
Coop Genossenschaft	CH-Basel	Commercio, produzione	100.00	100.00	CHF 0.0	□
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Casa editrice di riviste	100.00	100.00	CHF 0.2	□
Coop Immobilien AG	CH-Bern	Immobili	100.00	100.00	CHF 200.0	□
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Elettrodomestici, multimedia	100.00	100.00	CHF 10.0	□
RS Vertriebs AG	CH-St. Gallen	Commercio online elettrodomestici, multimedia	100.00	100.00	CHF 1.0	□
Service 7000 AG	CH-Netstal	Servizio riparazioni	50.06	50.06	CHF 1.6	□
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Sorgenti minerali	100.00	100.00	CHF 22.4	□
siroop AG	CH-Zürich	Commercio online	50.00	0.00	CHF	●
siroop trading AG	CH-Basel	Commercio online	100.00	0.00	CHF 0.1	□
Soc. Coopération de Collaboration Intern.	BE-Bruxelles	Società di acquisti	25.00	25.00	EUR	●
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Prodotti di bellezza e cosmetici	100.00	100.00	CHF 0.4	□
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Prodotti tropicali, acquicoltura	99.74	72.88	CHF 28.2	□
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Prodotti tropicali, acquicoltura	94.31	94.31	CHF 2.6	□
Alifresca AG	CH-Basel	Società di acquisti	100.00	0.00	CHF 0.1	□
Bell AG	CH-Basel	Holding	66.29	66.29	CHF 2.0	□
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	EUR 0.0	□
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	Salumi	100.00	100.00	EUR 1.0	□
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	EUR 0.1	□
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	Salumi	100.00	100.00	PLN 9.5	□
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Subholding	100.00	100.00	EUR 5.3	□
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	Commercio di prodotti di carne	100.00	100.00	EUR 0.6	□
Bell Nederland B.V.	NL-Dr Houten	Commercio di prodotti di carne	100.00	76.00	EUR 0.0	□
Sanchez Alcaraz S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Prosciutto crudo	100.00	100.00	EUR 0.6	□
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Commercio al dettaglio	100.00	90.00	CZK 30.0	□
ZIMBO Húspari Termelő Kft.	HU-Perbal	Carne e salumi	99.74	99.74	HUF 378.8	□
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	Subholding	100.00	100.00	EUR 20.6	□
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Salsicce crude	100.00	100.00	EUR 2.6	□
Bell Schweiz AG	CH-Basel	Carne fresca, salumi, pollame, frutti di mare	100.00	100.00	CHF 20.0	□
Centravo Holding AG	CH-Zürich	Lavorazione di sottoprodotti	29.80 ²	29.80 ²	CHF	●
Hilcona AG	FL-Schaan	Prodotti convenienze freschi	51.00	49.00	CHF 27.0	□
CapCo AG	FL-Vaduz	Società d'assicurazioni	100.00	100.00	CHF 5.0	□
Centre Commercial Moncor S.A.	CH-Villars-sur-Glâne	Immobili	100.00	100.00	CHF 1.2	□
Centre de formation «du Léman»	CH-Jongny	Formazione	100.00	100.00	CHF 0.0	□
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	Coltivazione del cacao	75.00	75.00	USD 0.1	□
Coop Tagungszentrum	CH-MuttENZ	Formazione	100.00	100.00	CHF 0.4	□
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	Agenzia viaggi	50.00	50.00	CHF	●
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	Stazioni di servizio con shop	51.00	51.00	CHF 10.0	□
Coop Vitality AG	CH-Bern	Farmacie	51.00	51.00	CHF 5.1	□
Elektronik Distribution AG	CH-Basel	Cooperazione di acquisti	100.00	100.00	CHF 0.1	□
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	Società di acquisti	100.00	33.33	HKD 0.1	□
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Prodotti da forno surgelati	40.00	40.00	CHF	●
Marché Restaurants Schweiz AG	CH-Kemptthal	Ristorante	100.00	100.00	CHF 8.0	□
Palink UAB	LT-Vilnius	Commercio al dettaglio	20.00	20.00	EUR	●
Panflor AG	CH-Zürich	Cereali e prodotti da macinazione	100.00	100.00	CHF 0.1	□

□ = Società consolidata integralmente

● = Società consolidata con il metodo del patrimonio netto (Equity)

¹ Quota della società detentrici² Quota sul capitale delle azioni in circolazione

			Quota di capitale ¹ 31.12.2015 %	Quota di capitale ¹ 31.12.2014 %	Capitale 31.12.2015 in milioni	Inclu- sione
railCare AG	CH-Härkingen	Impresa ferroviaria	100.00	100.00	CHF 1.0	□
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Basel	Commercio al dettaglio	100.00	100.00	CHF 0.1	□
SC Swiss commercial GmbH	DE-Konstanz	Società di distribuzione	100.00	100.00	EUR 0.0	□
Steinfels Swiss GmbH	DE-Konstanz	Società di distribuzione	100.00	100.00	EUR 0.0	□
Transgourmet Holding AG	CH-Basel	Holding	100.00	100.00	CHF 520.1	□
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Subholding	100.00	100.00	EUR 1.0	□
OOO Selgros	RU-Moskau	Cash&Carry	100.00	100.00	RUB 10.1	□
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basel	Subholding	100.00	100.00	CHF 0.1	□
OHG SELGROS C&C GmbH & Co.	DE-Neu-Isenburg	Cash&Carry	100.00	100.00	EUR 20.5	□
OHG Transgourmet GmbH & Co.	DE-Mainz	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR 0.0	□
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	Rifornimento all'ingrosso	100.00	0.00	EUR 0.6	□
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	Cash&Carry	100.00	0.00	EUR 0.0	□
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Neu-Isenburg	Subholding	100.00	100.00	EUR 17.7	□
Richard Sump GmbH	DE-Hamburg	Subholding	75.00	0.00	EUR 1.0	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	Rifornimento all'ingrosso	100.00	0.00	EUR 2.5	□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	Cash&Carry	100.00	100.00	RON 288.3	□
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	Cash&Carry	100.00	100.00	PLN 310.0	□
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR 486.9	□
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	CHF 66.4	□
Valentin Pontresina AG	CH-Pontresina	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	CHF 0.2	□

□ = Società consolidata integralmente

● = Società consolidata con il metodo del patrimonio netto (Equity)

¹ Quota della società detentrica



Relazione dell'Ufficio di revisione
all'Assemblea dei delegati della
Gruppo Coop Società Cooperativa
Basilea

Relazione dell'Ufficio di revisione sul conto annuale consolidato

In qualità di Ufficio di revisione abbiamo svolto il conto annuale consolidato della Gruppo Coop Società Cooperativa, costituito da conto economico, bilancio, conto dei flussi finanziari, prospetto di variazione del patrimonio netto e allegato (pagine 82-102) per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015.

Responsabilità del Consiglio d'amministrazione

Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto annuale consolidato in conformità agli Swiss GAAP FER e alle disposizioni legali. Questa responsabilità comprende la concezione, l'implementazione e il mantenimento di un sistema di controllo interno relativamente all'allestimento di un conto annuale consolidato che sia esente da anomalie significative imputabili a frodi o errori. Il Consiglio d'amministrazione è inoltre responsabile della scelta e dell'applicazione di appropriate norme contabili, nonché dell'esecuzione di stime adeguate.

Responsabilità dell'Ufficio di revisione

La nostra responsabilità consiste nell'esprimere un giudizio sul conto annuale consolidato sulla base della nostra revisione. Abbiamo svolto la nostra revisione conformemente alla legge svizzera e agli Standard svizzeri di revisione. Tali standard richiedono di pianificare e svolgere la revisione in maniera tale da ottenere una ragionevole sicurezza che il conto annuale consolidato non contenga anomalie significative.

Una revisione comprende lo svolgimento di procedure di revisione volte ad ottenere elementi probativi per i valori e le informazioni contenuti nel conto annuale consolidato. La scelta delle procedure di revisione compete al giudizio professionale del revisore, inclusa la valutazione dei rischi che il conto annuale consolidato contenga anomalie significative imputabili a frodi o errori. Nella valutazione di questi rischi il revisore tiene conto del sistema di controllo interno, nella misura in cui esso è rilevante per l'allestimento del conto annuale consolidato, allo scopo di definire le procedure di revisione appropriate alle circostanze, e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del sistema di controllo interno.

La revisione comprende inoltre la valutazione dell'adeguatezza delle norme contabili adottate, della plausibilità delle stime contabili effettuate, nonché un apprezzamento della presentazione del conto annuale consolidato nel suo complesso. Riteniamo che gli elementi probativi da noi ottenuti costituiscano una base sufficiente e appropriata su cui fondare il nostro giudizio.

Giudizio di revisione

A nostro giudizio, il conto annuale consolidato per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015 presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale in conformità agli Swiss GAAP FER ed è conforme alla legge svizzera.

Relazione in base ad altre disposizioni legali

Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale secondo la Legge sui revisori (LSR) e all'indipendenza (art. 906 CO congiuntamente all'art. 728 CO e art. 11 LSR), come pure che non sussiste alcuna fattispecie incompatibile con la nostra indipendenza.

Conformemente all'art. 906 CO congiuntamente all'art. 728a cpv. 1 cifra 3 CO e allo Standard svizzero di revisione 890, confermiamo l'esistenza di un sistema di controllo interno per l'allestimento del conto annuale consolidato, concepito secondo le direttive del Consiglio d'amministrazione.

Raccomandiamo di approvare il presente conto annuale consolidato.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Daniel Suter

Perito revisore
Revisore responsabile
Basel, 17 febbraio 2016

Pascal Bucheli

Perito revisore

Impressum

Tutte le dichiarazioni presenti in questo rapporto che non si basano su fatti storici sono dichiarazioni previsionali che non forniscono alcuna garanzia sulle prestazioni future. Esse comprendono rischi e incertezze, includendo, ma non solo, future condizioni dell'economia globale, tassi di cambio, disposizioni di legge, condizioni di mercato, attività della concorrenza e altri fattori che non rientrano nella sfera di controllo dell'azienda.

Il presente rapporto è disponibile in tedesco, francese, italiano e inglese. Fa fede la versione tedesca. Una versione elettronica è disponibile online all'indirizzo: www.coop.ch/rapporto

Editore: Coop Società Cooperativa, 4002 Basilea,
Jörg Ledermann (responsabile Comunicazione/Qualità/Sostenibilità),
Barbara Irrniger Furtwängler (responsabile Pubbliche relazioni)
Redazione/coordinamento: Andrea Schmitt, Nicole Stocker, Eva Kaufmann
Traduzione: Servizio linguistico Coop
Concept/layout: YJOO Communications AG, Zurigo
Realizzazione: gateB AG, Steinhausen/Zugo
Fotografia: Klaus Andorfer, Zurigo, altri fotografi
Stampa: W. Gassmann AG, Bienne
Legatoria: Scherrer AG Buchbinderei, Urdorf
Tiratura: 4500 ted./900 fr./400 it./600 ing.
Pubblicazione: aprile 2016

Informazioni/Contatti/Ordinazione

Coop
Servizio info
Casella postale 2550
CH-4002 Basilea
Tel. 0848 888 444
www.coop.ch



