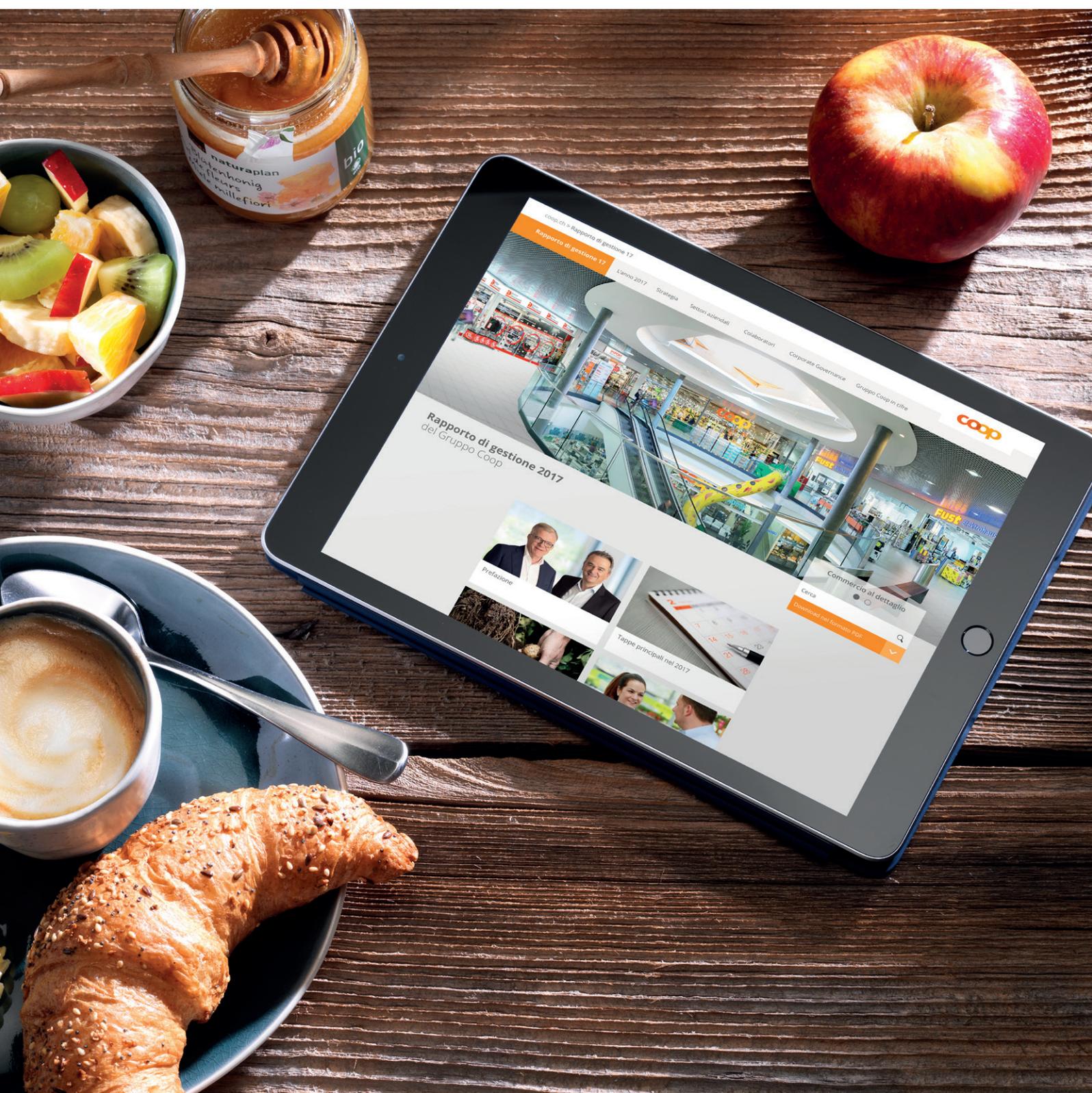


RAPPORTO DI GESTIONE 2017 DEL GRUPPO COOP

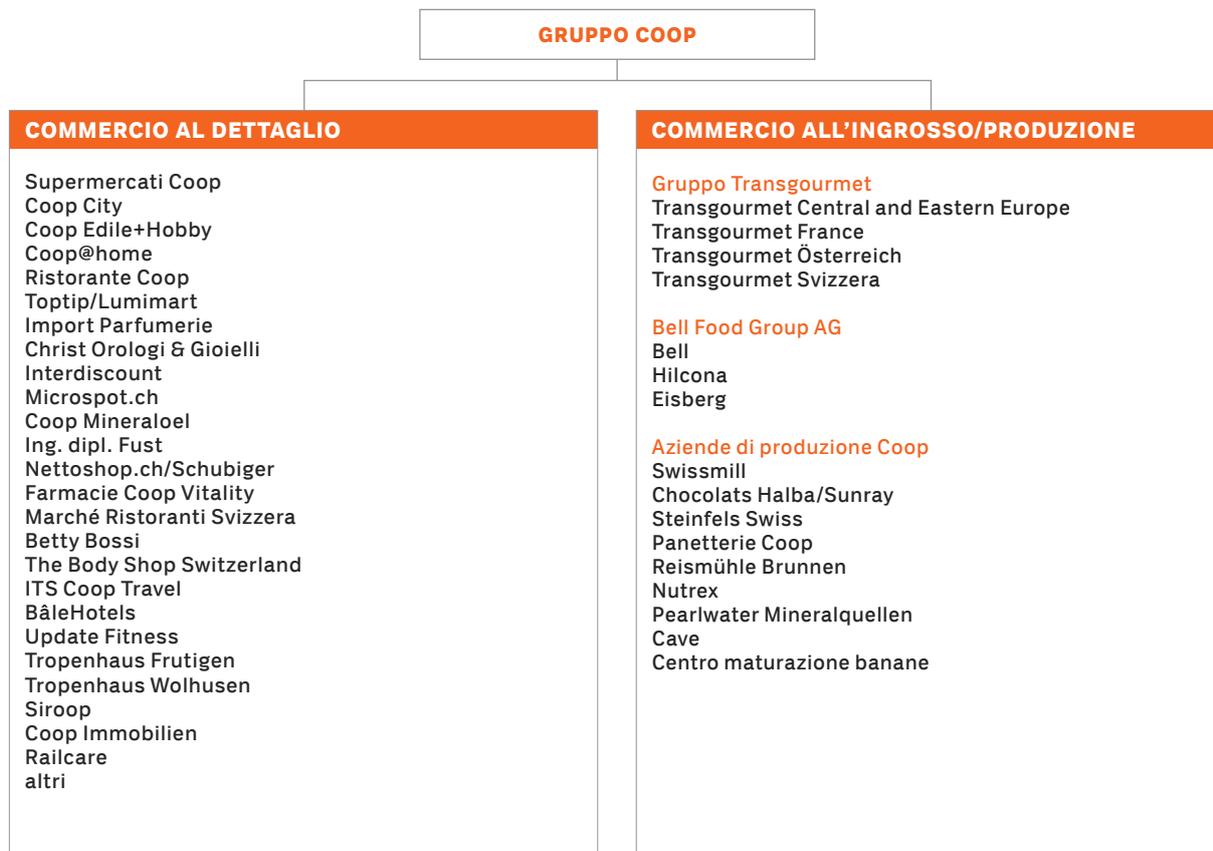


Rapporto di gestione 2017 del Gruppo Coop

Settori aziendali del Gruppo Coop	4
Cifre indicative importanti in sintesi	5
Prefazione	6
Tappe principali nel 2017	8
Strategia e contesto	10
Profilo aziendale	10
Strategie e obiettivi	10
Scenario economico e politico	12
Conquistare la leadership con la sostenibilità	14
Settore aziendale Commercio al dettaglio	17
Formati di vendita e offerta	18
Logistica, Informatica e Immobili	31
Prestazioni supplementari	32
Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione	36
Gruppo Transgourmet	37
Produzione	44
Collaboratori	49
Un datore di lavoro interessante	50
Formazione e sviluppo delle risorse umane	52
Change management	53
Corporate Governance	54
Il Gruppo Coop in cifre	73

Settori aziendali del Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2018



COMMERCIO AL DETTAGLIO

COMMERCIO ALL'INGROSSO

PRODUZIONE

Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

29 207 milioni di CHF

Ricavo netto Gruppo

28 152 milioni di CHF

di cui

19 476 milioni di CHF Svizzera

8 676 milioni di CHF Estero

Ricavo netto settori

17 405 milioni di CHF Commercio al dettaglio

13 006 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto commercio online

676 milioni di CHF Commercio al dettaglio

1 036 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Collaboratori al 31.12

46 604 Commercio al dettaglio

39 714 Commercio all'ingrosso/Produzione

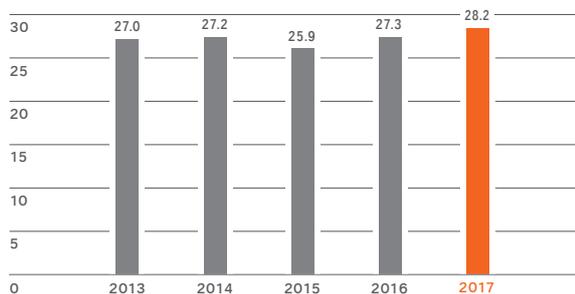
Apprendisti al 31.12

2 648 Commercio al dettaglio

836 Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto

in miliardi di CHF



Risultato operativo

1 994 milioni di CHF EBITDA
7,1% del ricavo netto

806 milioni di CHF EBIT
2,9% del ricavo netto

Risultato del periodo

485 milioni di CHF
1,7% del ricavo netto

Patrimonio netto

9 339 milioni di CHF
47,9% Quota di patrimonio netto

Free cash flow

99 milioni di CHF

Investimenti in immobilizzi materiali

920 milioni di CHF Svizzera

361 milioni di CHF Estero

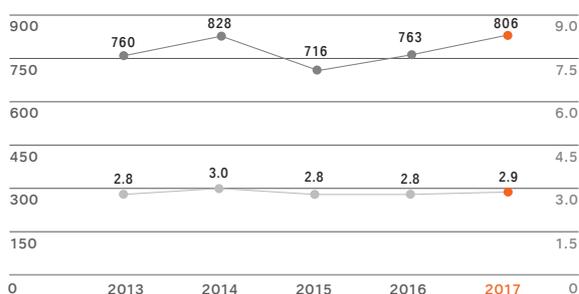
Punti di vendita/mercati

2 295 Commercio al dettaglio

142 Commercio all'ingrosso/Produzione

Risultato operativo (EBIT)

● in milioni di CHF ● in % del ricavo netto





Hansueli Loosli e Joos Sutter

Prefazione

Coop cresce e conquista nuove quote di mercato

Il Gruppo Coop ha registrato un ulteriore sviluppo nel 2017, ampliando continuamente la propria posizione: da un lato, nuovi formati e prodotti innovativi, insieme a una crescita organica, hanno permesso a Coop di rafforzare ulteriormente la propria posizione nel commercio al dettaglio svizzero. Dall'altro lato, i settori Commercio all'ingrosso e Produzione sono nettamente cresciuti. Nel complesso, il Gruppo Coop ha realizzato un fatturato di 29,2 miliardi di franchi, che equivale a una crescita del 3,1%. Il nostro fatturato con prodotti sostenibili è cresciuto del 10,4%, toccando quota 4,3 miliardi di franchi. Coop è diventata leader mondiale di sostenibilità, imponendosi in oltre 100 categorie su 147 rivenditori internazionali.

Il ricavo netto nel commercio al dettaglio ha toccato i 17,4 miliardi di franchi. Sia i supermercati sia i formati specializzati sono cresciuti ulteriormente, a causa di un evidente miglioramento delle quote di mercato: nei nostri supermercati abbiamo registrato un aumento notevole dell'afflusso di clienti pari al 5,7%.

Siamo riusciti a mantenere ancora una volta la nostra leadership di azienda innovatrice nel commercio al dettaglio svizzero. Con lo shop Karma abbiamo aperto un negozio di prodotti esclusivamente vegetariani e vegani con i più elevati standard culinari. Con Sapori d'Italia abbiamo consacrato alla cucina più amata in Svizzera un negozio tutto suo. Con Fooby abbiamo creato un formato innovativo che serve tutte le piattaforme: dal punto di vendita fino al dispositivo mobile, ora i nuovi trend del food sono consultabili sempre e ovunque. Con l'ipermercato Coop di

Seewen abbiamo trasformato l'acquisto di prodotti freschi e regionali in un'esperienza del tutto nuova, con atmosfere che ricordano i mercati regionali. Nel 2017 abbiamo lasciato un'impronta decisiva anche nei settori della logistica e della produzione: in ottobre è stata inaugurata la centrale di produzione Coop di Pratteln Salina Raurica, che ospita la produzione di Cave e Chocolats Halba/Sunray oltre che il più moderno laboratorio di qualità privato della Svizzera.

Il ricavo netto del nostro secondo pilastro, il settore Commercio all'ingrosso/Produzione, è aumentato del 6,2% raggiungendo quota 13 miliardi di franchi, con uno sviluppo straordinariamente positivo nel 2017. Il gruppo Transgourmet ha realizzato un ricavo netto di 9,1 miliardi di franchi, registrando una crescita del 6,3%. Il grossista gastronomico ha quindi proseguito il proprio cammino verso la leadership europea nel Cash & Carry e nel rifornimento all'ingrosso. Nel 2017, il gruppo Transgourmet ha continuato a concentrarsi sull'espansione del Foodservice. Con il rilevamento di Gastronovi, fornitore di soluzioni digitali per il settore gastronomico, e di Team Beverage, fornitore di servizi nel settore bevande, Transgourmet offre ora l'intera gamma di servizi nel settore della ristorazione all'ingrosso. Con l'introduzione della marca propria sostenibile Vonatur in Austria, Transgourmet è diventato inoltre il primo grossista gastronomico internazionale a offrire prodotti sostenibili su tutto il territorio in cui opera.

Nell'aprile 2017, il gruppo Bell ha deciso di ribattezzare la propria ragione sociale in Bell Food Group SA, confermando così il proprio riorientamento strategico degli ultimi anni. Il Bell Food Group si è trasformato da azienda svizzera di lavorazione della carne nel principale specialista europeo in materia di carne e prodotti convenience, ed è ora suddiviso nelle unità Bell, Hilcona e Eisberg. Con il rilevamento di Hügli Holding AG il 15 gennaio 2018, il Bell Food Group arricchisce la propria attività con il settore dei prodotti convenience a lunga conservazione.

Nel 2017 abbiamo continuato la nostra offensiva nell'e-commerce, ottenendo una crescita di fatturato del 18,5% a 1,7 miliardi di franchi. Grazie a un banco di vendita digitale di carne, pesce e formaggi, Coop@home ha ampliato fortemente la propria gamma di servizi. Gli shop online per l'elettronica di consumo hanno vissuto un forte incremento con una crescita del 25,8% e un fatturato di 432 milioni di franchi. Con oltre 1100 punti Pick-up, Coop possiede anche la più grande rete di stazioni di ritiro della Svizzera, che serve tutte le piattaforme.

Grazie alle numerose innovazioni, Coop fornisce già oggi l'immagine di come sarà il futuro del commercio al dettaglio. La digitalizzazione e l'ampliamento della sfera di attività nei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione garantiscono che in futuro i nostri prodotti finiranno nelle case dei clienti ancora più freschi e in modo ancora più veloce. A questo risultato contribuiscono gli oltre 86.000 collaboratori cui desideriamo esprimere il nostro sincero ringraziamento per l'impegno profuso.



Hansueli Loosli
Presidente del Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter
Presidente della Direzione generale

Tappe principali nel 2017



Gennaio

Per la quarta volta, Coop si aggiudica il 1° posto nella classifica mondiale per il benessere degli animali

Per la quarta volta consecutiva, Coop si aggiudica il primo posto nel rating sul benessere degli animali «Business Benchmark on Farm Animal Welfare» BBFAW. Per i suoi elevati standard di base, il suo programma per il benessere degli animali Naturafarm e l'ampio assortimento di prodotti biologici, Coop è stata premiata dal BBFAW come miglior azienda tra una rosa di 99 fornitori internazionali del settore alimentare.



Febbraio

Coop lancia la piattaforma gastronomica Fooby

Con la piattaforma gastronomica Fooby, Coop lancia una nuova offerta che informa regolarmente i clienti sulle ultime tendenze in fatto di ricette e alimentazione. In alcuni scaffali alimentari selezionati sono presenti ricette di Fooby adatte ai prodotti esposti. Tramite un'app con ricettario personalizzabile si possono creare liste della spesa e ordinare gli alimenti necessari direttamente da Coop@home.



Aprile

10 anni di Pro Montagna

Con tutta una serie di iniziative, nel 2017 Coop festeggia il decimo anniversario di Pro Montagna, la marca propria che promuove le specialità autentiche delle montagne svizzere.

Bell diventa Bell Food Group

L'11 aprile 2017 l'assemblea generale di Bell SA decide di ribattezzare la propria ragione sociale in Bell Food Group SA, suddivisa ora nelle unità Bell, Hilcona e Eisberg.

Nuovo concept di negozi per Christ

Nel mese di aprile, Christ Orologi & Gioielli lancia un nuovo concept di negozi all'interno dell'aeroporto di Zurigo, che sarà ora implementato negli altri punti di vendita.



Maggio

Apertura di uno shop Karma a Zugo

Con l'apertura del primo shop Karma, a maggio s'inaugura un concept di negozi completamente nuovo: lo shop Karma all'interno della stazione di Zugo propone l'offerta più ampia di prodotti esclusivamente vegetariani e vegani in Svizzera. Oltre ai prodotti freschi, l'assortimento comprende prodotti alimentari di base nonché cosmetici vegani e vegetariani.

In funzione il più grande forno a legna d'Europa

A maggio, Coop avvia a Schafisheim il più grande forno a legna d'Europa per produrre tipi di pane ancora più aromatici e dal gusto più intenso.



1100 punti Pick-up in Svizzera

A maggio sale a 1100 il numero dei punti Pick-up dove i clienti possono farsi recapitare la merce ordinata in diversi shop online di Coop, anche nei negozi di altri formati di vendita.

Transgourmet acquisisce la partecipazione di maggioranza di Team Beverage

Transgourmet Central and Eastern Europe acquisisce il 70% delle azioni di Team Beverage e fa il suo ingresso nel mercato delle bevande in Germania. Con un fatturato di sistema di oltre 1,5 miliardi di euro, Team Beverage occupa un ruolo di primo piano nel commercio all'ingrosso tedesco delle bevande.



Giugno

Coop diventa campione mondiale della sostenibilità

L'agenzia di rating Oekom Research nomina nuovamente Coop azienda al dettaglio più sostenibile del mondo. Coop si è imposta su 147 rivenditori internazionali in oltre 100 categorie ottenendo ottimi risultati in tutti i settori. La particolarità: in questo studio sono state valutate per la prima volta non solo le attività commerciali in Svizzera, ma anche quelle all'estero.



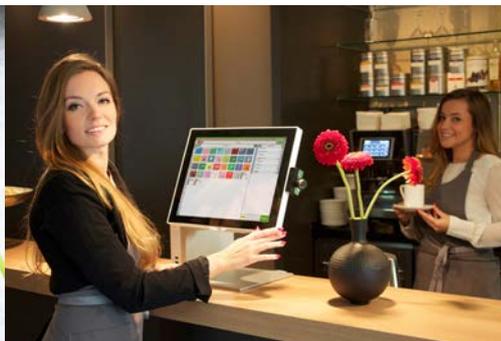
Agosto

In vendita i prodotti a base di insetti

Dall'agosto 2017, Coop propone in alcuni supermercati Coop selezionati e su Coop@home i prodotti «Insect Burger» e «Insect Balls» del marchio Essento. Coop è quindi il primo rivenditore svizzero al dettaglio a includere nel proprio assortimento prodotti alimentari gustosi e sostenibili a base di insetti.

Settembre

Ultimata la nuova costruzione della centrale di distribuzione Interdiscount a Jegenstorf Interdiscount completa la costruzione di una nuova centrale di distribuzione a Jegenstorf e mette in funzione la spedizione per posta e l'entrata merci. Seguirà nel 2018 la tecnologia di automazione.



Ottobre

Transgourmet rileva Gastronomi

Con effetto retroattivo all'1 gennaio 2017, Transgourmet rileva la partecipazione di maggioranza del fornitore di software tedesco Gastronomi. Il grossista gastronomico risponde così alla crescente domanda di soluzioni complete per i ristoratori, al fine di accompagnarli in futuro nella selezione e nell'introduzione di nuove tecnologie e soluzioni software, e fornire loro un supporto completo.

L'azienda russa Global Foods entra a far parte del Gruppo Transgourmet

A ottobre, Transgourmet rileva Global Foods, una delle aziende leader nel settore del rifornimento degli esercizi gastronomici in Russia.



Coop inaugura lo stabilimento di produzione a Pratteln

Il 26 ottobre 2017, Coop inaugura a Pratteln il suo più grande e moderno stabilimento di produzione. Oltre alla produzione di Chocolats Halba e all'impianto di imbottigliamento dei vini di Cave, il più grande in Svizzera, qui vengono prodotte miscele di noci e spezie Sunray per le marche proprie Coop. La sede di Pratteln ospita inoltre il più moderno laboratorio di qualità privato della Svizzera e un centro di distribuzione ultramoderno. La centralizzazione in un'unica sede semplifica i processi e offre un contributo importante alla riduzione delle emissioni di CO₂.



Novembre

Aperto negozio di specialità gastronomiche Sapori d'Italia

A novembre, Coop inaugura nella stazione di Aarau il suo primo negozio gastronomico italiano Sapori d'Italia, consacrandolo alla cucina più amata in Svizzera. Specialità italiane come focacce, cornetti al cioccolato e caffè espresso con crema perfetta vengono preparate al momento nel negozio. Sapori d'Italia offre inoltre numerose delizie culinarie dei nostri vicini d'oltralpe: dagli antipasti, ai peperoncini ripieni di formaggio fresco, alla pasta in tutte le sue forme, fino a specialità stagionali come il panettone.



Aperto a Seewen il primo Ipermercato Coop sulla base del concept Negozio 2025+

Più fresco, più moderno, più grande: ecco come Coop presenta a Seewen il futuro del commercio al dettaglio svizzero su una superficie di 3460 m². In un'atmosfera simile a una piazza del mercato, oltre a una cantina con 900 vini e un humidor per formaggi, da novembre l'Ipermercato Coop offre una nuova panetteria della casa e una salumeria che ricorda la macelleria di un villaggio. L'assortimento è stato ampliato a oltre 50.000 articoli per soddisfare ancora meglio le esigenze individuali dei clienti.



Dicembre

Transgourmet rileva Zanini SA e Vinattieri Ticinesi SA

A dicembre, Transgourmet Svizzera comunica l'acquisizione delle attività aziendali della società di commercializzazione di vini Zanini SA e di produzione di vini Vinattieri Ticinesi SA. La Vinattieri Ticinesi SA è una delle più rinomate aziende vinicole svizzere. Entrambe le società sono state trasferite nella neonata Zanini Vinattieri SA il 5 gennaio 2018.

Strategia e contesto

Nuovi formati e innovazioni nell'assortimento, insieme all'uso della digitalizzazione per nuove offerte cross-channel e nuovi servizi, consolidano la posizione di Coop nel commercio al dettaglio svizzero. Nel commercio all'ingrosso, il Gruppo Coop punta a ottenere con Transgourmet sia una crescita organica che un'espansione verso nuovi mercati. Con la Produzione, Coop punta alla verticalizzazione di merci d'importanza strategica.

Profilo aziendale

Attività nel commercio al dettaglio nonché nel commercio all'ingrosso e nella produzione

I settori aziendali del Gruppo Coop sono il commercio al dettaglio nonché il commercio all'ingrosso e la produzione. Nel commercio al dettaglio, Coop gestisce in Svizzera, oltre ai supermercati, vari formati specializzati. Con molti di questi formati, il Gruppo Coop si conferma leader di mercato. Nel commercio all'ingrosso, il Gruppo Coop opera con Transgourmet in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia, Austria e Svizzera. Il gruppo Transgourmet è la seconda azienda in Europa in ordine di grandezza nel settore Cash & Carry e Foodservice. Nel settore della produzione, il Bell Food Group, operante a livello internazionale, è la maggiore azienda del Gruppo Coop. Oltre a Bell, Coop gestisce altre aziende di produzione in Svizzera.

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. Sul piano organizzativo si articola in sei Regioni e conta circa 2,6 milioni di 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. Essendo una società cooperativa, il Gruppo Coop non mira alla massimizzazione dei profitti e può pertanto perseguire progetti a lungo termine e sostenibili.

Strategie e obiettivi

Orientamento alle linee guida

Il quotidiano operato di Coop e la sua cultura aziendale sono profondamente influenzati da una visione comune, da linee guida comuni e dalle missioni delle singole aziende. Oltre 86.000 collaboratori condividono un'unica visione: «Insieme verso la vetta». Anche le linee guida sono le stesse in tutti i formati di vendita e in tutte le aziende del Gruppo Coop. Esse sono espressione della nostra filosofia lavorativa improntata a vicinanza, varietà, immagine, innovazione e collaborazione. Definite tenendo conto dell'azienda specifica e del formato, le missioni perseguite riflettono il posizionamento all'interno del settore di riferimento e l'orientamento strategico. Con le rispettive missioni, le aziende e i formati contribuiscono a realizzare la visione del Gruppo e a integrare le linee guida.

Crescita e internazionalizzazione

In tema di crescita e internazionalizzazione, il Gruppo Coop segue due linee di orientamento. Nel commercio al dettaglio, Coop punta a ottimizzare in modo mirato la rete di vendita in Svizzera adeguando il proprio assortimento e lanciando nuovi formati con cui cogliere le tendenze più attuali. La digitalizzazione aiuta inoltre le aziende Coop a introdurre nuovi shop online e servizi, e ad ampliare la propria offerta cross-channel. In questo modo, il Gruppo Coop rafforza la propria posizione nel

mercato interno. Nel commercio all'ingrosso, il gruppo vuole accedere a nuovi mercati in Europa, per ampliare così la posizione di mercato del gruppo Transgourmet. Per riuscirci s'impegna sia a favore di una crescita organica sia sul fronte delle acquisizioni.

Verticalizzazione

Per le merci di particolare importanza strategica, Coop punta sulla verticalizzazione: ossia l'integrazione delle aziende di produzione nella propria attività commerciale. Che si tratti della carne del Bell Food Group, dell'acqua di Pearlwater, dei cereali di Swissmill o del riso di Reismühle Brunnen, con la verticalizzazione Coop è in grado di reagire velocemente ai nuovi trend di mercato e sfruttare le sinergie tra i settori aziendali Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. Un testimone speciale per la rilevanza strategica della verticalizzazione è la messa in servizio delle nuove sedi Coop a Pratteln (BL) e a Schafisheim (AG). In quest'ultima Coop ha completato già nel 2016 il più grande progetto edile della sua storia: oltre a una panetteria e pasticceria industriali con produzione di prodotti surgelati, il complesso architettonico ospita anche un impianto per la gestione dei vuoti a rendere e una centrale di distribuzione dei surgelati. Nel quadro della strategia Logistica e Panetterie LoBOS, Coop ha messo in funzione a Pratteln nel 2017 un centro di produzione e logistica con impianti di produzione per Chocolats Halba, Sunray e Cave. Questa stretta collaborazione consente una maggiore efficienza nell'approvvigionamento e nella logistica, il che favorisce prezzi vantaggiosi per i consumatori.

Digitalizzazione

Nell'ambito della digitalizzazione, Coop segue due orientamenti strategici. La digitalizzazione deve innanzitutto contribuire a soddisfare ancora meglio i bisogni individuali del cliente e semplificare il processo di acquisto. Al tempo stesso deve organizzare con maggior efficienza e a costi contenuti i processi in background. In questo contesto sono prioritarie le tematiche «Migliorare i processi digitali» e «Sfruttare le più moderne tecniche di automazione centralizzando la logistica». Per Coop, la digitalizzazione rappresenta però anche un'opportunità per adottare nuovi modelli commerciali. Coop sta raccogliendo per esempio importanti esperienze con la piattaforma di vendita online Siroop. L'importanza della digitalizzazione ha inoltre spinto Coop a diventare uno dei partner principali di Digital Switzerland.

Particolarmente degno di nota è anche l'approccio al cross-channel, ossia la combinazione tra il commercio online e quello stazionario. Nel 2017, le aziende Coop sono state tra le imprese svizzere leader nel commercio online. Quasi tutti i formati specializzati dispongono di uno shop online. La merce ordinata online può essere consegnata a casa oppure ritirata personalmente presso il punto di vendita del rispettivo formato specializzato o uno degli oltre 1100 punti Pick-up. Grazie all'estesa rete di vendita, il Gruppo Coop può incrementare il numero dei punti Pick-up sul territorio svizzero. Il Gruppo Coop gestisce complessivamente 42 shop online, di cui 24 nel settore Commercio al dettaglio e 18 nel settore Commercio all'ingrosso/Produzione.

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 particolare 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.

Il Gruppo Coop gestisce l'approvvigionamento di prodotti Food e Non Food in Asia attraverso la propria affiliata Eurogroup Far East Ltd., la quale aiuta anche i partner commerciali in Estremo Oriente nell'adottare standard ecologici e sociali. Dell'approvvigionamento di frutta e verdura da Italia e Spagna si occupa, invece, la società affiliata di Coop Alifresca. I clienti beneficiano non solo dell'assicurazione qualità di Alifresca: l'azienda consegna la merce a tutti i centri di distribuzione del Gruppo Coop in tutta Europa garantendo così l'approvvigionamento di quantità adeguate sui mercati. Anche Agecore, l'alleanza d'acquisti per la promozione dello sviluppo di attività transfrontaliere nel settore del commercio al dettaglio, intende liberare ulteriori sinergie negli acquisti. Oltre al Gruppo Coop, a questa alleanza partecipano anche la tedesca Edeka, la spagnola Eroski, la francese ITM (Mousquetaires/Intermarché) nonché l'italiana Conad e la belga Colruyt. Agecore è una delle più importanti alleanze d'acquisti internazionali in Europa.

Strategia di qualità

Da oltre 110 anni, Coop gestisce laboratori per soddisfare le sue elevate esigenze nei confronti della qualità dei prodotti. I prodotti sono testati non solo in base ai requisiti di qualità e sicurezza prescritti dalla legge, ma anche in particolare sulla base dei severi standard specifici di Coop, verificati in ogni fase della filiera produttiva. Data l'importanza strategica che Coop attribuisce al tema della qualità, nel 2017 è stato avviato presso la nuova centrale di produzione Coop di Pratteln un nuovo centro qualità con il più moderno laboratorio privato della Svizzera. Anche i partner commerciali e i collaboratori di Coop rivestono un'importanza centrale nel garantire la qualità. Coop seleziona partner commerciali affidabili, che soddisfano i requisiti di qualità e vantano processi produttivi certificati secondo standard internazionali. Per garantire il rispetto delle normative in vigore, Coop ha sviluppato, inoltre, progetti di controllo per le marche proprie e i label. Oltre alle attività di controllo interne svolte da esperti dell'assicurazione qualità, Coop collabora con organismi di controllo indipendenti.

Processo di definizione degli obiettivi

Affinché le strategie a lungo termine generino anno dopo anno misure efficaci, il Gruppo Coop ha adottato nel 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, sulla base dei quali sviluppa misure concrete a tutti i livelli operativi. Nell'ottica di intensificare costantemente il proprio impegno a favore della sostenibilità, il Gruppo Coop ha definito per tutti i settori aziendali obiettivi pluriennali in linea con i tre pilastri della strategia di sostenibilità.

Scenario economico e politico

L'attuale sviluppo del commercio al dettaglio svizzero

Il commercio al dettaglio svizzero non ha potuto beneficiare dell'aumento dei consumi in Svizzera e dell'immigrazione. Nel mercato svizzero, le vendite del commercio al dettaglio sono diminuite in termini sia nominali che reali. Il forte calo della domanda di generi alimentari nel 2017 è stato sorprendente. Nel complesso, il leggero aumento dei prezzi non è riuscito a compensare il calo della domanda. Per la prima volta dal 2010 sono aumentati i fatturati nominali del settore Non Food nel commercio al dettaglio svizzero, malgrado i prezzi più bassi. Anche in termini reali le vendite del settore Non Food stanno nuovamente aumentando: l'ultima volta era stato nel 2014.

Nel confronto diretto tra la Svizzera e l'Unione europea, l'UE ha registrato negli ultimi dieci anni un aumento significativo del livello dei prezzi pari quasi al 20%. Il livello dei prezzi in Svizzera, per contro, è rimasto pressoché invariato, il che lascia sperare in un'inversione di tendenza a lungo termine. Tutto questo ha fatto sì che gli acquisti all'estero non siano ulteriormente aumentati.

Sviluppi nel commercio all'ingrosso e nell'industria

Nel complesso, neanche il commercio all'ingrosso e l'industria hanno beneficiato della fase stabilizzante della domanda dei consumi in Svizzera. Il commercio all'ingrosso di generi alimentari ha risentito del calo delle vendite della gastronomia svizzera, mentre i produttori alimentari hanno accusato la forte concorrenza e la pressione sui margini di guadagno. In paesi come la Germania, la Francia e soprattutto la Polonia e la Romania, si è protratto l'andamento positivo dell'economia. Il mercato all'ingrosso e l'industria hanno beneficiato in questi paesi della crescita dei consumi privati. Anche la Russia è riuscita a invertire la tendenza: l'economia si è ripresa lentamente e anche i consumi privati sono tornati a crescere.

Coop promuove infrastrutture di trasporto efficienti e condizioni quadro liberali

Per Coop è di fondamentale importanza che in Svizzera i beni di prima necessità siano a disposizione della popolazione sempre al momento giusto, in quantità sufficiente e nella migliore qualità possibile. Per questo motivo, Coop s'impegna a favore di un sistema di trasporto e logistica efficiente e funzionante. A tal fine, è essenziale poter contare su un quadro normativo liberale ed efficiente e su un finanziamento sostenibile del trasporto stradale e ferroviario, conforme al principio di causalità. Con la sua affiliata railCare, Coop gestisce una propria azienda ferroviaria innovativa e partecipa a progetti lungimiranti come «Cargo Sous Terrain», inteso a collegare dal 2030 i centri logistici e le città svizzere attraverso una rete sotterranea completamente automatizzata.

Coop chiede l'ulteriore sviluppo sistematico di un'agricoltura sostenibile e orientata al mercato

Coop difende l'agricoltura svizzera e la «politica agricola 2014–2017», la quale va ulteriormente sviluppata in modo sistematico affinché l'agricoltura svizzera non perda il proprio vantaggio nella produzione sostenibile. In questo contesto, Coop stessa garantisce standard elevati e crea valore aggiunto per la nostra clientela. È quindi fondamentale che l'agricoltura svizzera si prefigga obiettivi ambiziosi in materia di sostenibilità e protezione degli animali, per esempio per quanto riguarda il piano d'azione sui prodotti fitosanitari o nell'ambito del benessere degli animali.

Per il consumo di zucchero, Coop punta sulla libertà di scelta e su un'informazione trasparente

Nel dibattito su una nuova legge federale sulle restrizioni di accesso a generi alimentari ad alto contenuto di zucchero e di energia, Coop si è pronunciata chiaramente a favore della libertà di scelta dei clienti. Dal punto di vista di Coop, un'attitudine responsabile nei confronti di alimenti contenenti zucchero può essere garantita solo attraverso una comunicazione trasparente. Grazie a una chiara dichiarazione del valore nutrizionale, Coop consente ai clienti di fare una scelta informata. Coop s'impegna inoltre da oltre dieci anni come sponsor dell'iniziativa sull'alimentazione e l'attività fisica «fit4future», oltre a sostenere l'iniziativa nazionale actionsanté per ridurre il tenore di zuccheri nei prodotti e il progetto «Gorilla» per promuovere uno stile di vita sano per gli alunni. Coop respinge qualsiasi imposta direttamente applicata sui prodotti in virtù di una legge federale, che rappresenterebbe una notevole violazione della libertà economica e potrebbe avere un impatto particolarmente negativo sulle famiglie a basso reddito.

Coop promuove una legislazione liberale e compatibile con l'UE in materia di protezione dei dati

Grazie all'elevato grado di digitalizzazione dell'economia, negli ultimi decenni la piazza economica svizzera è riuscita ad affermarsi. Negli ultimi anni, la digitalizzazione è diventata un tema centrale e strategicamente importante anche per il Gruppo Coop, con i suoi 42 shop online e diverse offerte online nel settore cross-channel. Nell'ambito della procedura di consultazione per la revisione totale della legge sulla protezione dei dati, Coop ha chiesto una soluzione compatibile con l'UE. L'attuale messaggio del Consiglio federale lascia sperare in un trattamento dei dati liberale e compatibile con l'UE, che garantisca un'adeguata sicurezza dei dati.

Conquistare la leadership con la sostenibilità

La sostenibilità fa parte del DNA aziendale di Coop e confluisce in tutte le strategie importanti. L'attenzione è rivolta in particolare ai prodotti sostenibili, all'ambiente, alla tutela del clima nonché all'impegno a favore dei collaboratori e di progetti a sfondo sociale. Con la gestione della sostenibilità, Coop intende fornire un contributo essenziale per il successo dell'azienda e per la collettività.

Forte radicamento della sostenibilità

Dopo 26 anni in cui Coop si è fortemente impegnata a favore della sostenibilità, quest'ultima è diventata parte integrante del DNA dell'azienda. Il Gruppo Coop ha radicato la sostenibilità nei propri Statuti, nelle proprie linee guida e nelle missioni, integrandola all'interno di tutte le strategie e dei processi rilevanti. Gli obiettivi di sostenibilità trovano per esempio espressione in un processo globale di definizione degli obiettivi, nella formazione del personale, nei processi e negli iter operativi.

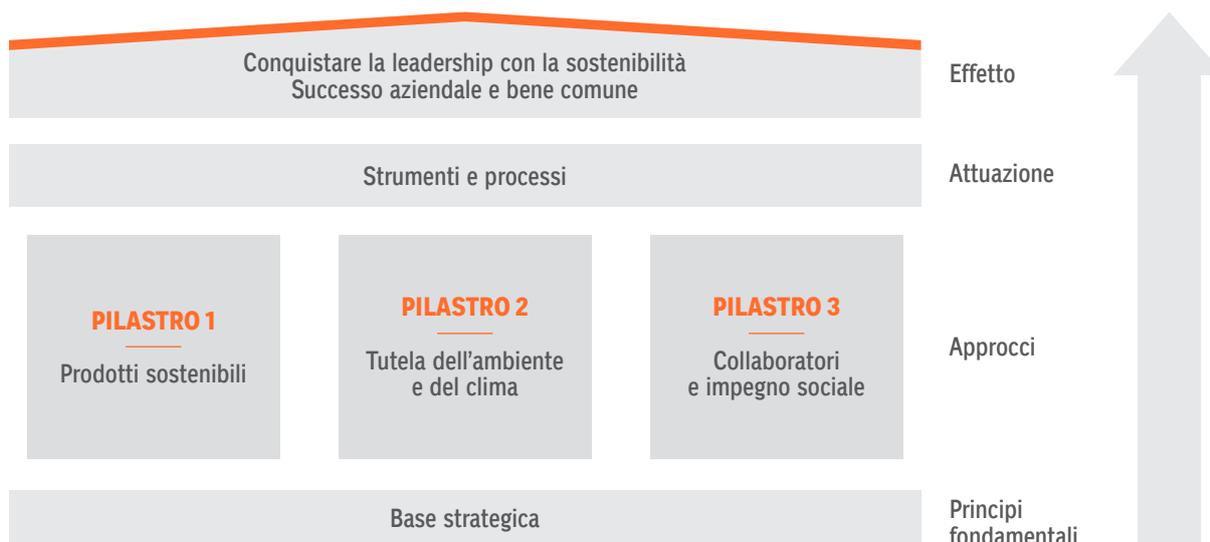
Con un approccio sostenibile di ampio respiro, il Gruppo Coop intende fornire prestazioni supplementari per distinguersi nei diversi mercati, assicurare l'accesso alle risorse e creare con la sostenibilità un valore condiviso in seno al Gruppo Coop. In questo modo, Coop garantisce inoltre che i crescenti standard in materia di sostenibilità imposti dalla società e dalla politica siano implementati con efficacia e credibilità in tutta l'attività aziendale in modo da fornire un contributo per la collettività.

Coop comunica le numerose misure intraprese nel settore della sostenibilità soprattutto nella rivista Cooperazione, sulla piattaforma Internet fatti-non-parole.ch e nel rapporto di gestione integrato del Gruppo Coop. Nel 2017 è stato pubblicato il primo Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità, che fornirà in futuro ogni anno un rendiconto sulle prestazioni di sostenibilità.

Integrazione totale e grande rilevanza

Gli sforzi nell'ambito della sostenibilità di Coop si concentrano su quei settori in cui è certa di poter ottenere un grande effetto leva. Tali settori sono determinati da analisi interne e presentano un'elevata rilevanza sociale, ecologica ed economica. Per definire i punti salienti sui quali intervenire, Coop si avvale di una pluralità di strumenti: screening dell'assortimento, bilanci ecologici, sistemi di controllo dei rischi o dialoghi con gli stakeholder. Anche le aspettative sociali e le richieste di natura politica rivestono un ruolo cruciale nella scelta dei settori nei quali agire.

I campi essenziali d'intervento si riflettono nel piano strategico Sostenibilità di Coop, rivisto nel 2017, che descrive come viene gestita la sostenibilità da Coop e come viene integrata globalmente nell'attuale sistema di gestione. La revisione del programma strategico si ispira ai tre pilastri del programma strategico di sostenibilità, che si basa sui suoi principi fondamentali. ovvero la base strategica. I tre pilastri rappresentano i principi che le società del Gruppo Coop integrano nelle loro attività imprenditoriali. L'interazione di tutti questi elementi si traduce in un'efficace attuazione degli obiettivi di sostenibilità e si riflette nel successo aziendale e nel benessere generale dell'uomo, degli animali e della natura.



La base strategica

Coop è una società cooperativa e promuove gli interessi economici e sociali dei propri soci e consumatori. I principi dell'economia di mercato, ecologici ed etici garantiscono la competitività e l'esistenza della società cooperativa. La sostenibilità è anche un elemento centrale della visione 2025+ con la quale Coop si distingue dalla concorrenza grazie ai suoi prodotti sostenibili e all'impegno a favore di progetti sostenibili. Anche i principi guida della sostenibilità contribuiscono a differenziare ulteriormente Coop, stabilendo le linee guida per l'attuazione degli obiettivi generali e favorendo la comunicazione interna nell'intero Gruppo Coop.

Pilastro 1: Prodotti sostenibili

Coop si adopera in tutti i segmenti d'assortimento per il rispetto di severi standard minimi lungo l'intera catena del valore. L'impegno di Coop si traduce anche in progetti d'approvvigionamento all'avanguardia e in partnership di lungo periodo a sostegno dell'agricoltura biologica, del commercio equo e solidale, della promozione del benessere degli animali e della conservazione della biodiversità. In tale contesto svolgono un ruolo importante le marche proprie e i label sostenibili, grazie ai quali Coop si distingue nel commercio al dettaglio svizzero applicando gli standard più elevati. Coop promuove la sostenibilità dei consumi attraverso una composizione responsabile degli assortimenti, un'informazione al consumatore mirata e misure pubblicitarie di diversa natura.

Pilastro 2: Tutela dell'ambiente e del clima

Anche lo sfruttamento efficiente di risorse ed energia concorre all'abbattimento dei costi. Gli sforzi di Coop si concentrano sulla riduzione dei consumi energetici e un maggior ricorso alle energie rinnovabili, nonché sull'attuazione sistematica della visione «CO₂ neutrale entro il 2023». Altri temi di rilievo sono l'ottimizzazione degli imballaggi, la riduzione del volume di rifiuti, il riciclaggio, una gestione idrica responsabile e un'edilizia sostenibile. Coop riserva particolare attenzione ai settori della logistica e del trasporto merci.

Pilastro 3: Collaboratori e impegno sociale

Il pilastro tre include l'impegno di Coop a favore dei collaboratori e i progetti a sfondo sociale rilevanti per la società. La formazione degli apprendisti, un moderno contratto collettivo di lavoro unificato su scala nazionale, ora con un maggior numero di prestazioni soprattutto per le famiglie, e piani previdenziali di ampio respiro sono solo alcuni dei principali vantaggi offerti da Coop come datore di lavoro. Attraverso il sostegno alle organizzazioni «Tavola Svizzera» e «Il Tavolino Magico», Coop fornisce un importante contributo a una gestione responsabile dei generi alimentari. Di centrale importanza sono anche l'impegno per il Padrinato Coop per le regioni di montagna e la collaborazione con partner strategici come la Croce Rossa Svizzera (CRS).

Strumenti e processi

Questa sezione riassume in sintesi gli strumenti aziendali che servono per realizzare gli obiettivi di sostenibilità in seno al Gruppo Coop. Gli strumenti e i processi si declinano dalla base, dagli obiettivi pluriennali e dai tre pilastri della sostenibilità. Il loro scopo è di realizzare gli obiettivi di sostenibilità nel modo più integrato ed efficiente possibile.

Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile

Tramite il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, Coop finanzia progetti attinenti a tutti e tre i pilastri. I clienti riscontrano i risultati di questi progetti non solo nell'assortimento Coop quando vanno a fare la spesa: gli approcci innovativi del Fondo per risolvere importanti questioni sociali ed ecologiche possono essere vissuti direttamente in occasione di iniziative ed eventi per il personale e il pubblico. Con prestazioni d'avanguardia nel campo della sostenibilità, Coop sensibilizza il pubblico verso il consumo sostenibile. Il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile dispone di almeno 17,5 milioni di franchi all'anno per sostenere questo tipo di progetti.

Radicalamento strategico nel commercio all'ingrosso e nella produzione

Tutte le aziende del gruppo Transgourmet, nonché le principali aziende di produzione Coop, hanno le proprie strategie di sostenibilità conformi al corrispondente piano strategico di Coop e tengono conto delle specificità dei settori alle quali si rivolgono, ma anche delle realtà dei mercati più importanti.

Temi generali nel campo della sostenibilità

Anche quest'anno le aziende del Gruppo Coop si sono distinte per il loro impegno a favore della sostenibilità. Qui di seguito abbiamo stilato una breve panoramica dei temi in materia di sostenibilità che l'intero Gruppo ha affrontato nel 2017. Le novità sui progetti sostenibili relative ai singoli settori aziendali sono riportate nei rispettivi capitoli.

Per la seconda volta, Coop diventa l'azienda di commercio al dettaglio più sostenibile del mondo

Nell'aprile 2017, Coop è stata eletta per la seconda volta ad azienda del commercio al dettaglio più sostenibile del mondo. L'agenzia di rating Oekom Research AG, riconosciuta a livello internazionale, ha confrontato in un apposito studio le prestazioni in materia di sostenibilità di 148 catene internazionali di vendita al dettaglio, esaminandone gli aspetti sociali, ecologici ed economici. Sono stati analizzati e valutati oltre 100 criteri per determinare il livello di sostenibilità di ogni singola azienda. Il risultato è stato particolarmente positivo perché il Gruppo Coop è stato valutato nel suo complesso: il rating ha infatti incluso anche il gruppo Transgourmet con le sue filiali internazionali e le aziende acquisite da Bell al di fuori della Svizzera. I buoni risultati ottenuti dal Gruppo Coop in questo studio dimostrano che Coop occupa una posizione di primo piano anche all'estero per quanto riguarda i propri standard di sostenibilità.

Adozione di un nuovo piano strategico

L'attuale piano strategico di sostenibilità è stato adottato già nel 2010. Negli ultimi sette anni è emerso che la strategia di sostenibilità si è rivelata un'ottima base per l'orientamento di Coop. Tuttavia, negli ultimi anni oltre al contesto è cambiato notevolmente anche il Gruppo Coop. Per questo motivo, nell'anno in esame il piano strategico è stato sottoposto a revisione e adeguato nell'ambito di un processo globale che ha coinvolto gli stakeholder. L'attenzione si è concentrata soprattutto sulla corretta integrazione della sostenibilità come missione trasversale in tutte le aree gestionali: la responsabilità di linea è stata rafforzata, il profilo della sostenibilità è stato perfezionato come elemento centrale per aumentare il successo aziendale e come contributo sociale per il bene comune. Inoltre, tutti gli strumenti sono stati rivisti e ottimizzati per raggiungere questi obiettivi.

Lo stato dell'attuazione viene comunicato nel Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità, pubblicato online ogni anno a maggio su www.coop.ch/sost-rapp.

Settore aziendale Commercio al dettaglio

Formati di vendita e offerta	18
Supermercati e Formati Food	18
Nuovo concept dei negozi: più mercato, più artigianalità, più freschezza	18
Nuovo formato di negozio per Karma	19
Lancio del nuovo formato di negozio Saperi d'Italia	19
Lanciata con successo la piattaforma gastronomica Fooby	19
L'attenzione di Coop al dialogo con i clienti	19
Vicini alle famiglie	20
I successi di Coop Take-It e dei ristoranti Coop	20
Varietà dell'assortimento	21
L'impegno di Coop per prezzi al consumo equi	21
Coop è la prima azienda di commercio al dettaglio a lanciare prodotti a base di insetti	21
Più prodotti vegetariani, vegani e privi di allergeni in assortimento	21
Cresce l'interesse verso le birre regionali	21
Pro Montagna festeggia il suo decimo anniversario	21
Coop consolida la sua leadership nel mercato dei prodotti sostenibili	22
Anniversari importanti nelle cooperazioni per la sostenibilità	23
Nuovi banchi di prodotti freschi online per Coop@home	23
Coop punta su prodotti tessili sostenibili	23
Coop sviluppa uno standard idrico	23
Analisi dell'impronta ambientale della soia	24
Tappe principali dei formati Food	24
Formati specializzati Non Food	26
Prosegue la modernizzazione dei punti di vendita	26
Digitalizzazione: servizi omni-channel e introduzione di «Track & Trace»	26
Primo e-day@Coop a Zurigo	27
Tappe principali dei formati specializzati Non Food	27
Logistica, Informatica e Immobili	31
Apertura della Coop centrale di produzione Pratteln	31
Nuovi punti di vendita allestiti con le più moderne tecnologie	31
Progetto di edilizia residenziale Letzipark	31
Grande riapertura dell'Hotel Savoy a Berna	31
Investimenti in soluzioni logistiche più rapide	31
Filiali dotate di etichette dei prezzi elettroniche	32
Riorganizzazione della distribuzione per migliorare l'efficienza	32
Riduzione delle emissioni di CO ₂ grazie a idrogeno e biodiesel	32
Prestazioni supplementari	32
Gestione della qualità a 360°	32
Impegno sociale	33
Supercard, Supercardplus, Coop Mobile e Mondovino	34
Pubblicità e comunicazione	34
Ufficio stampa: grande risalto al tema degli insetti	35
Successo sui social media	35

Settore aziendale Commercio al dettaglio

Coop punta sull'innovazione nell'ideare prodotti e punti di vendita. Con nuovi formati di negozio e l'unione tra gli acquisti tradizionali e i vantaggi dello shopping online, l'azienda di commercio al dettaglio si distingue nettamente dalla concorrenza, restando allo stesso tempo fedele alla sua filosofia di sostenibilità: nell'assortimento Coop spiccano alimentazione sostenibile, prodotti vegetariani e vegani nonché commercio equo e solidale.

Nel 2017, il Gruppo Coop ha realizzato un ricavo netto di 17,4 miliardi di franchi nel commercio al dettaglio, eguagliando così i livelli dell'anno precedente (esclusi carburanti e combustibili) nonostante numerose riduzioni di prezzo.

Formati di vendita e offerta

Il Gruppo Coop gestisce nel settore del commercio al dettaglio sia supermercati sia numerosi formati specializzati adatti alle esigenze di ogni cliente. A fine 2017, il Gruppo contava 2295 punti di vendita su tutto il territorio svizzero, 41 in più rispetto all'anno precedente. Coop si distingue inoltre per un'ampia offerta di shop online e per la sistematica integrazione tra commercio stazionario e commercio online (cross-channel). Oltre ai punti di vendita, quasi tutti i formati specializzati di Coop gestiscono anche i propri shop online. Nel settore del commercio al dettaglio, i 24 shop online hanno registrato nel 2017 una crescita del 19,7% rispetto all'anno precedente.

17,4 miliardi di CHF

**di ricavo netto nel
commercio al dettaglio**

Coop attribuisce particolare importanza strategica ai suoi assortimenti sostenibili. Nel 2017 il fatturato realizzato nel commercio al dettaglio con prodotti sostenibili è stato di ben 3,8 miliardi di franchi, con un aumento dell'8% rispetto all'anno precedente (maggiori dettagli su www.coop.ch/sost-rapp). Il solo fatturato dei prodotti biologici è stato di 1,3 miliardi di franchi, con un aumento del 6,3% rispetto all'anno precedente.

Supermercati e Formati Food

Nel 2017, i supermercati Coop hanno realizzato un ricavo netto di quasi 10,3 miliardi di franchi. Con 908 punti di vendita al dettaglio, Coop detiene la rete più fitta di tutta la Svizzera. Nel 2017 sono stati aperti 39 punti di vendita, mentre ne sono stati chiusi 6. Con un aumento della frequenza dei clienti pari al 5,7%, Coop è riuscita a conquistare molti nuovi clienti.

Nuovo concept dei negozi: più mercato, più artigianalità, più freschezza

Nel 2016, Coop ha sviluppato un nuovo concept dei negozi per tutti i supermercati di piccole e medie dimensioni fino a 2500 m² di superficie. Gusto e arte culinaria ne sono protagonisti assoluti, in una miscela perfetta di regionalità, artigianalità, sostenibilità e indicazioni chiare per i clienti. Altre compo-

menti centrali del concept sono i punti di ritiro e la digitalizzazione. A fine 2017 sono già 32 i punti di vendita allestiti secondo il nuovo concept dei negozi. Il primo ipermercato realizzato con il nuovo design è stato inaugurato a Seewen (SZ) in novembre. In un'atmosfera che ricorda quella di un mercato, i temi dell'artigianalità, della freschezza, del servizio e della produzione hanno tutto lo spazio che meritano, su una superficie di 3460 m². Sono così riuniti, nel fascino di un'area-mercato unica, la torrefazione integrata di caffè, l'humidor per i formaggi, la cantina dei vini e reparti ristrutturati come la panetteria della casa, l'isola della freschezza e i banchi dedicati a carne e pesce.

Nuovo formato di negozio per Karma

Karma può guardare con soddisfazione a una storia di successi: introdotta nel 2013, la marca propria di prodotti vegetariani e vegani ha raggiunto nel solo 2017 un fatturato di 71,1 milioni di franchi. Sulla base di quest'ottimo riscontro, il 30 maggio 2017 Coop ha inaugurato il primo negozio Karma della Svizzera alla stazione di Zugo. L'apertura è stata accolta con grande interesse dalla stampa nazionale. Con questo nuovo formato di vendita, i clienti possono accedere a un'offerta completa di prodotti vegetariani e vegani. Oltre a specialità take-away fatte in casa, un fiore all'occhiello dell'assortimento Food è la vendita di alimenti di base sfusi come legumi, frutta a guscio e cereali da colazione erogati da distributori fai da te, e le ispirazioni culinarie di Fooby: in questo modo, Karma soddisfa l'esigenza della clientela verso un uso ridotto degli imballaggi. Circa un terzo dei generi alimentari è biologico o certificato Max Havelaar. Ma lo shop offre anche prodotti Non Food, come ad esempio articoli di cancelleria e cartoleria, oppure una selezione di cosmetici vegani. Oltre che per il vasto assortimento, il nuovo formato conquista anche per la concezione giovane e trendy dei negozi: terminati gli acquisti, i clienti possono fermarsi nella piacevole area ristoro, in cui gustare non solo bevande di tendenza come il Golden Kurkuma Latte, ma anche un hot dog vegano o altre specialità.

Lancio del nuovo formato di negozi Sapori d'Italia

La cucina italiana è una delle più amate in Svizzera. Per questo motivo, all'inizio di novembre 2017 Coop ha inaugurato il primo negozio Sapori d'Italia alla stazione ferroviaria di Aarau. In un'atmosfera che ricorda quella di un mercato rionale, Sapori d'Italia offre un vasto assortimento di prelibatezze Made in Italy, insieme a frutta e verdura dalle terre dei nostri vicini del sud, e a cadenza stagionale anche dalla Svizzera. L'offerta è decisamente orientata al gusto: oltre a un'ampia selezione di pasta, sughi e oli d'oliva, qui è possibile trovare anche squisite focacce appena sfornate. E accanto a dolci italiani tipici come amaretti, cantucci alle mandorle o aromatici gelati, i clienti possono gustare ottimi espressi o cappuccini appena preparati da una macchina da caffè a pistone, con caffè torrefatto direttamente in negozio. Ma non finisce qui: Sapori d'Italia offre anche il meglio della salumeria del Bel Paese: i prosciutti e gli insaccati, come anche i formaggi, sono presentati interi e vengono affettati direttamente sul posto. Con la marca propria Sapori d'Italia, inoltre, Coop intende distribuire tanti squisiti prodotti italiani anche nei punti di vendita Coop.

Lanciata con successo la piattaforma gastronomica Fooby

Con Fooby, da febbraio 2017 Coop propone ai suoi clienti una piattaforma che abbraccia i temi del settore Food a 360 gradi. Con Fooby il piacere del cucinare, del mangiare e del gustare è a portata di mano, sia online che offline. Grazie alle ricette pubblicate ogni settimana su Cooperazione e sulla rivista Fooby, i clienti ricevono regolarmente nuove ispirazioni culinarie, direttamente nella propria bucalettere. All'interno dei punti di vendita, vivaci schede con ricette, ricette lampo settimanali e approfondimenti sul cibo presentati tra gli scaffali offrono continui spunti per provare nuovi piatti e conoscere meglio il cibo che mangiamo. Nel 2017, Fooby ha anche partecipato al festival «Food Zurich» come Presenting Partner con diversi eventi culinari. Qui i visitatori hanno potuto vivere e gustare esperienze gastronomiche in prima persona. Fooby offre anche diversi servizi digitali: da un'app dedicata, a un sito web e una newsletter, fino ai propri canali sui social media. Con l'app e sul sito Fooby.ch è possibile anche salvare ricettari digitali, creare liste della spesa e ordinare gli ingredienti per le ricette preferite direttamente da Coop@home. Nel 2017, l'app di Fooby è già stata scaricata 206.500 volte.

L'attenzione di Coop al dialogo con i clienti

Coop attribuisce la massima importanza all'opinione dei suoi clienti. Lo dimostra, non da ultimo, il sondaggio «La vostra opinione conta», condotto per la terza volta durante l'autunno 2017 nei supermercati Coop e nelle filiali Food Coop City di tutta la Svizzera. Due volte all'anno, i clienti titolari di una Supercard sono invitati a partecipare a un sondaggio online tramite un buono «check-out». In questo modo hanno la possibilità di valutare il punto di vendita Coop appena visitato e di fornire il loro feedback personale.

93%

di clienti soddisfatti dell'esperienza di acquisto

Il buono è stato consegnato a più di 2,4 milioni di clienti: di questi, oltre 30.000 hanno risposto al sondaggio, inviando quasi 14.000 commenti. I risultati sono stati ottimi: il 93% dei partecipanti si è dichiarato soddisfatto o molto soddisfatto della sua esperienza di acquisto.

Vicini alle famiglie

Anche quest'anno la famiglia è stata un importante gruppo target, per cui è stata al centro di numerosi progetti di Coop: l'azienda ha proseguito l'allestimento dei suoi punti di vendita con casse per famiglie e parcheggi per famiglie, oltre a introdurre il carrello Fun-Cabrio in ulteriori filiali. Come sponsor di diversi eventi sportivi e culturali su tutto il territorio nazionale, Coop ha permesso ai suoi clienti di vivere esperienze appassionanti per tutta la famiglia, come ad esempio gli eventi dedicati all'attività fisica Coop Andiamo, che hanno entusiasmato un totale di 34.500 partecipanti. Anche l'offerta per le famiglie su Internet è stata ampliata. Dal 2017, quattro blogger pubblicano contenuti sul tema della famiglia in un apposito blog ospitato sul portale Hellofamily.ch. Qui si trovano inoltre tante ricette per cucinare per e con i bambini, ideate anche in collaborazione con Fooby. La pagina Facebook di Hello Family conta oltre 35.000 membri.

I successi di Coop Take-It e dei ristoranti Coop

Nel 2017, dei 206 esercizi gastronomici Coop esistenti, 14 ristoranti Coop e una filiale Coop Take-It sono stati ristrutturati secondo il nuovo concept gastronomico «Vista». Salgono in questo modo a 32 gli esercizi già allestiti in base al nuovo concept. «Vista» introduce il principio della genuinità del mercato nella ristorazione commerciale. Il concept è caratterizzato innanzitutto da freschezza, alto livello gastronomico e autentico piacere della tavola, ma anche da un gradevole allestimento degli spazi, con un'illuminazione moderna e d'impatto e arredi a misura di bambino. Il 2017 ha celebrato anche l'anteprima del nuovo format di evento «Bimbi in cucina»: in 27 sedi selezionate, gruppi di 6-9 bambini hanno avuto la possibilità, sotto la guida del personale Coop, di fare la spesa, visitare la cucina e il magazzino e preparare tutti insieme un menu di ben 3 portate, con piatti sani e adatti ai bambini. Tutti gli stabilimenti modernizzati hanno registrato aumenti significativi delle vendite. Inoltre gli shop Coop Take-It e i ristoranti Coop hanno conquistato ancora una volta nuove quote di mercato rilevanti.

MARCHE PROPRIE E LABEL DI QUALITÀ SOSTENIBILI



MARCHE PROPRIE PER GRUPPI TARGET SPECIFICI



MARCHE PROPRIE STANDARD



➔ Per maggiori informazioni sulle marche proprie Coop, consultare la pagina www.coop.ch/it/labels

Varietà dell'assortimento

In tutti i formati di vendita, Coop offre non solo la più ampia selezione di articoli di marca nazionali e internazionali, ma anche tantissimi prodotti di marca propria adatti alle esigenze di ogni cliente. Nel solo commercio di generi alimentari offre la più grande varietà di assortimento di tutta la Svizzera con oltre 50.000 prodotti nel settore Food e Non Food. Parallelamente alle marche proprie e ai label di qualità sostenibili, Coop gestisce altre marche proprie che le consentono di soddisfare le variegate esigenze dei clienti e di offrire un rapporto qualità/prezzo ottimale.

L'impegno di Coop per prezzi al consumo equi

Anche nel 2017 Coop ha proseguito il suo impegno a favore di prezzi al consumo convenienti. Oltre agli investimenti per aumentare l'efficienza, sono state ripagate le rigorose strategie negoziali adottate con i fornitori. Nell'anno in esame, Coop è riuscita a individuare margini di riduzione dei prezzi in particolare nel settore logistico, mentre ha investito oltre 40 milioni di franchi in prezzi di vendita più bassi. La volatilità dei prezzi delle materie prime ha rappresentato una sfida nel 2017. Sono rincarati alcuni prodotti, tra cui vaniglia e latticini, mentre si sono abbassati i prezzi di diversi tipi di frutta a guscio, come le mandorle. Tutti questi adeguamenti di prezzo sono stati pubblicati su Cooperazione.

Coop è la prima azienda di commercio al dettaglio a lanciare prodotti a base di insetti

Per quanto riguarda lo sviluppo dell'assortimento, il 2017 è stato per Coop un anno nel segno dell'innovazione. Ad agosto, è stata la prima azienda svizzera del commercio al dettaglio a lanciare in alcune filiali selezionate prodotti a base di insetti come «Insect Burger» e «Insect Balls», dando un importante impulso a un'alimentazione sostenibile per il futuro. La startup «Essento» realizza i prodotti a base di insetti nella propria sede di Zurigo. Grazie a una vasta risonanza mediatica e alla copertura dell'informazione mondiale, le prime forniture dei prodotti sono andate immediatamente esaurite. Per il 2018 è prevista la fornitura a ulteriori punti di vendita nonché un ampliamento della gamma di prodotti.

Più prodotti vegetariani, vegani e privi di allergeni in assortimento

Il tema della nutrizione consapevole con prodotti vegetariani e vegani sta assumendo sempre maggiore importanza. Ecco perché nel 2013 Coop ha introdotto la marca propria di alimenti naturali e vegetariani Karma, che ha ottenuto una grande popolarità. Oggi l'assortimento Karma comprende circa 200 articoli, tutti certificati con il marchio V Label e quindi di qualità vegetariana garantita; circa il 70% sono prodotti vegani. Il successo della marca parla da sé: nel 2017, Karma ha aumentato il fatturato da 40,3 milioni a 71,1 milioni di franchi. L'anno trascorso è stato inoltre caratterizzato da un ulteriore sviluppo dell'assortimento e da prodotti innovativi. Anche la domanda di prodotti senza allergeni è in costante crescita, dato l'aumento generale nella società di allergie e intolleranze alimentari. Ma per garantire a chi ne è affetto di godere della buona tavola senza troppe rinunce, Coop ha lanciato nel proprio assortimento la linea di prodotti «Free From». Nel 2017 Coop ha visto crescere di oltre il 10% le vendite della linea di prodotti senza allergeni. Anche tra gli articoli di altre marche è stata ampliata la gamma di prodotti privi di lattosio e glutine. Per consolidare la fiducia nei suoi prodotti, Coop ha chiesto all'agenzia indipendente Service Allergie Suisse (SAS) di certificare ben 180 prodotti di marca propria. Inoltre, Coop ha pubblicato per la prima volta la brochure «Benessere per tutta la famiglia», ricca di trucchi e di suggerimenti utili per convivere con le intolleranze alimentari senza disagi.

Cresce l'interesse verso le birre regionali

L'attenzione di Coop per la regionalità è ormai una tradizione: nessun altro criterio, infatti, incarna allo stesso modo la varietà dei prodotti elvetici e la vicinanza di Coop ai suoi clienti. E il 2017 lo ha confermato con particolare evidenza nel settore delle birre: in occasione della promozione di luglio dedicata alle birre regionali, il numero 30 di Cooperazione è stato pubblicato con 21 copertine diverse, che a seconda della zona di vendita ritraevano i mastri birrai di ciascuna regione con la propria birra. Inoltre, presso alcuni punti di vendita selezionati sono state organizzate degustazioni e promozioni in collaborazione con birrifici regionali, presenti nell'assortimento Coop con ben 250 tipi di birra diversi. Anche per il nuovo concept dei negozi 2025+ l'attenzione per la regionalità riveste un'importanza particolare soprattutto nel caso della birra.

Pro Montagna festeggia il suo decimo anniversario

Con la marca propria Pro Montagna, Coop commercializza prodotti realizzati sulle montagne svizzere per creare e mantenere posti di lavoro nelle regioni montane e per sostenere contadini e aziende di

produzione nella salvaguardia del paesaggio culturale. Le montagne della Svizzera non sono soltanto il luogo d'origine degli ingredienti, ma anche della loro lavorazione. La linea Pro Montagna, introdotta nell'assortimento Coop nel 2007 con una cinquantina di prodotti, comprende attualmente circa 240 specialità, tutte caratterizzate da regionalità, artigianalità e gusto. Oggi contribuiscono al successo di Pro Montagna circa 250 aziende agricole e di lavorazione. Nel 2017, la marca ha festeggiato il suo decimo anniversario. Per l'occasione, i clienti hanno potuto conoscere più da vicino il mondo

48 milioni di CHF

per aiutare le regioni
montane

Pro Montagna sia nei punti di vendita sia nell'ambito di numerosi eventi sponsorizzati, con i giochi e le attività del simpatico bus itinerante Pro Montagna. Nell'anno del decennale, la marca propria solidale è riuscita a incrementare le vendite del 40,5%. Una delle maggiori attrattive dell'anniversario è stata la locomotiva FFS decorata in stile Pro Montagna, che Coop e il partner FFS hanno fatto viaggiare attraverso tutta la Svizzera per un tour di 365 giorni. Anche un treno della Wengernalpbahn è stato sottoposto a uno speciale restyling per l'occasione. Inoltre, la Festa dello jodel di Briga si è svolta nel segno di Pro Montagna.

Ma «Pro Montagna» non significa solo commercio equo e solidale con le regioni montane: la marca propria è strettamente legata al Padrinato Coop per le regioni di montagna, un'organizzazione indipendente senza fini di lucro che proprio nel 2017 ha celebrato il suo 75° anno di attività. Con la vendita di ogni prodotto Pro Montagna, un importo viene destinato al Padrinato Coop. Tramite Padrinato e donazioni, dal 2006 sono stati complessivamente raccolti quasi 48 milioni di franchi, utilizzati per sostenere numerosi progetti strutturali e migliorare così a lungo termine le condizioni di vita e di lavoro dei contadini svizzeri di montagna.

Coop consolida la sua leadership nel mercato dei prodotti sostenibili

Anche quest'anno, Coop ha consolidato la sua posizione di leader nel mercato dei prodotti sostenibili, applicando i più elevati standard di sostenibilità nel commercio al dettaglio. Con la marca propria di prodotti biologici Naturaplan, Coop ha realizzato nel 2017 un fatturato di circa 1,1 miliardi di franchi e una netta crescita del 4,1%. Questo risultato è stato realizzato anche grazie all'introduzione di quasi 140 nuovi prodotti Naturaplan, tra cui yogurt bio preparati con frutta e verdura, un tè freddo bio senza zucchero, oppure cioccolato equo e solidale bio proveniente da un progetto di coltivazione sostenibile in Ecuador. Coop gestisce ormai quasi 3200 prodotti bio nel proprio assortimento.

1,1 miliardi di CHF

di fatturato circa
con Naturaplan

Anche la partnership strategica con Demeter Svizzera, iniziata nel 2016, è stata ulteriormente rafforzata. Una selezione sempre più ampia di prodotti Naturaplan soddisfa, per esempio, oltre alle severe direttive della Gemma, anche le linee guida di Demeter. Nelle regioni, Coop ha ampliato l'assortimento Demeter nel 2017 con prodotti come latte, burro, yogurt, carne, pane, verdura e vino. E il 2017 ha anche segnato un debutto di Demeter in Coop@home: a fine dicembre, infatti il negozio online è stato ampliato con il mercato settimanale virtuale «Dal mercato». Qui, ad esempio, i clienti possono ordinare per ogni abbonamento tra quattro diversi

pacchetti di carne bio Demeter, contenenti ciascuno tagli di un unico animale. In questo modo, la sostenibilità dei consumi di carne non deriva soltanto da standard elevati di benessere degli animali, ma anche dall'utilizzo dell'animale nella sua interezza. In vista del 25° anniversario di Naturaplan nel 2018, a settembre 2017 è stata lanciata una nuova campagna pubblicitaria con un nuovo claim. Con il motto «naturale. giusto. buono.», Coop festeggerà il venticinquennale successo della sua marca bio con numerosi eventi e attività, insieme a clienti e collaboratori.

Anche le marche proprie sostenibili Oecoplan, Ünique e Pro Specie Rara continuano a riscuotere grande successo. Nel 2017, Oecoplan ha raggiunto un aumento delle vendite superiore al 3,8%. Un risultato dovuto, tra l'altro, a una vasta campagna nel settore della legna da ardere, che Coop ha proposto come alternativa ecologica e CO₂ neutrale all'uso dei combustibili fossili. Nell'ambito della lunga collaborazione strategica tra Coop e WWF, quest'anno si è svolta anche una serie di iniziative dedicate al panda, dove alcuni collaboratori travestiti da panda andavano in giro per i punti di vendita. Il WWF, promotore di uno stile di vita sostenibile, raccomanda i prodotti Oecoplan

in esclusiva. Per questo tutti i prodotti Oecoplan sono contrassegnati con il panda del WWF. La marca propria Pro Specie Rara, che come l'omonima organizzazione no profit si impegna per preservare la biodiversità in Svizzera, ha registrato in cinque anni un incremento del 30% nelle vendite di sementi di specie regionali e a rischio di estinzione. E dal 2012 la marca Ünique è riuscita a triplicare le vendite di frutta e verdura fuori norma.

Anniversari importanti nelle cooperazioni per la sostenibilità

Quest'anno Coop ha festeggiato ben due importanti anniversari nel settore dei prodotti sostenibili. Da ormai 25 anni Coop collabora fianco a fianco con l'organizzazione Fairtrade Max Havelaar. E il Seafood Group, fondato da Coop in collaborazione con WWF e altri partner, ha festeggiato il suo decimo anniversario.

Era il 1992 quando Coop introdusse nel suo assortimento il primo prodotto certificato Fairtrade Max Havelaar: il caffè. Oggi l'azienda di commercio al dettaglio offre 875 prodotti Fairtrade, e quindi la più grande offerta del commercio equo e solidale di tutta la Svizzera. Dall'inizio della collaborazione, Coop ha erogato un totale di 49,9 milioni di dollari in premi Fairtrade. In tutto il mondo sono 1,6 milioni i piccoli agricoltori e lavoratori che usufruiscono dei vantaggi di Fairtrade. Nel 2017, in occasione del venticinquennale della collaborazione, Coop ha comunicato l'intenzione di raggiungere con il marchio di sostenibilità una crescita annua del 5% e un fatturato di 545 milioni di franchi entro il 2025.

Il Seafood Group è stato fondato già nel 2007 da Coop, WWF e altri partner per promuovere la sostenibilità nella cattura e nell'allevamento di pesce e frutti di mare. Insieme, i partner del progetto hanno voluto dare un segnale chiaro alle aziende di pesca, agli allevatori e al mercato: in futuro, pesce e prodotti ittici dovrebbero provenire esclusivamente da fonti sostenibili. E in occasione del decimo anniversario del Gruppo Seafood, Coop ha raggiunto questo obiettivo.

Nuovi banchi di prodotti freschi online per Coop@home

Nel 2017, Coop è riuscita ad ampliare il supermercato online Coop@home che offre ora uno shop online completo, con tutta la scelta di prodotti freschi e Non Food di un supermercato tradizionale. È stata lanciata la prima macelleria online della Svizzera. E la formaggeria Chäs Hüsli, il primo banco di formaggi online in Svizzera, in grado di offrire complessivamente circa 90 tipi diversi di formaggio. A ottobre, infine, la gamma dei prodotti freschi è stata completata da un banco del pesce online: con ben 65 prodotti provenienti al 100% da fonti sostenibili e certificati WWF, il banco del pesce offre una vasta scelta di pesce e frutti di mare. Le filiali Coop di Silbern Dietikon e Crissier lavorano le merci e le consegnano direttamente presso il domicilio dei clienti senza alcuna interruzione della catena del freddo, garantendo il massimo della freschezza dal primo all'ultimo momento. Alla fine di dicembre è stato lanciato online il mercato settimanale virtuale «Dal mercato», in cui i clienti possono ordinare diversi prodotti Demeter, come ad esempio pacchetti selezionati di carne. I banchi di prodotti freschi online hanno ricevuto un'ottima accoglienza da parte dei clienti.

Coop punta su prodotti tessili sostenibili

In collaborazione con Greenpeace, nel 2017 Coop ha adottato ulteriori misure per eliminare le sostanze tossiche dall'intera filiera delle marche proprie del settore tessile. Oltre alla divulgazione di tutti i rispettivi fornitori, delle tintorie e dei responsabili del finissaggio, i partner commerciali e fornitori diretti hanno dovuto seguire un programma di formazione intensiva con esperti del settore. Sono stati inoltre effettuati, senza preavviso, accertamenti fiscali e analisi delle acque reflue. Un test sui prodotti effettuato nell'autunno del 2017 ha dimostrato che Coop è riuscita a eliminare dai suoi prodotti molte delle sostanze chimiche presenti nella lista Detox di Greenpeace. Questo significa che Coop si posiziona già ben oltre i requisiti legali in vigore, compiendo un passo importante verso il raggiungimento dell'obiettivo di una filiera tessile priva di sostanze tossiche. Inoltre, nel 2017 Coop ha incaricato Quantis, ufficio di elaborazione di bilanci ambientali, di redigere un bilancio ambientale sulle misure in atto per il riciclaggio e lo smaltimento dei vecchi tessuti.

Coop sviluppa uno standard idrico

Circa il 70% del consumo mondiale di acqua viene assorbito dall'agricoltura. Perciò chi produce e commercializza prodotti agricoli ha una responsabilità particolare. Quest'anno, Coop è stata la prima azienda di commercio al dettaglio al mondo a mettere a punto, in collaborazione con il WWF e l'organizzazione GlobalG.A.P., un proprio standard idrico: un sistema di certificazione per regolamentare un utilizzo sostenibile dell'acqua nelle produzioni agricole. Lo standard idrico di Coop prevede, tra l'altro,

il ricorso a fonti idriche legali, la documentazione del consumo idrico e un continuo miglioramento della gestione dell'acqua. Coop applica tale standard presso i produttori di frutta e verdura di paesi e regioni in cui le risorse idriche scarseggiano. Nella prima fase lo standard verrà applicato in Spagna e Marocco, per estendersi successivamente ad altri paesi e regioni come il Sudafrica, il Perù, il Sud-Italia o il Messico. Con tali misure, Coop contribuirà a garantire che anche in futuro queste regioni abbiano a disposizione acqua a sufficienza per i consumi domestici, l'industria e l'agricoltura.

Analisi dell'impronta ambientale della soia

La soia ha un ruolo di rilievo come mangime per gli animali da reddito, ma anche nell'alimentazione umana. Sempre più spesso, tuttavia, per ottenere nuovi terreni coltivabili vengono distrutti in tutto il mondo ecosistemi preziosi. Per questo è tanto più importante sottoporre a rigorosi controlli l'origine e la coltivazione della soia. Nel 2017, al fine di determinare la quantità di soia presente nell'intero assortimento Food dei Supermercati Coop e l'eventuale necessità di intervenire in termini di sostenibilità delle colture, Coop è stata tra i primi rivenditori al dettaglio al mondo a determinare l'impronta ambientale della sua soia. I risultati sono stati ottimi: quasi il 70% delle 41.000 tonnellate di soia utilizzate nell'assortimento Food di Coop proviene già oggi da coltivazioni responsabili e certificate. Ciò significa che i produttori di soia utilizzano con parsimonia fertilizzanti e pesticidi, che non disboscano né distruggono ecosistemi o foreste per sostituirli con piantagioni di soia e che la produzione rispetta gli standard sociali minimi. L'obiettivo, ora, è di incrementare continuamente tale quota.

Tappe principali dei formati Food

La tabella seguente illustra le tappe principali dell'anno in esame, oltre a un factsheet relativo a ogni formato specializzato. Per maggiori informazioni sui formati specializzati del Gruppo Coop, consultare la pagina www.coop.ch/acquisti.



I supermercati Coop dispongono della più fitta rete di punti di vendita della Svizzera

- 10° anniversario di Pro Montagna con forte crescita del fatturato
- Assortimento Karma ampliato e portato a più di 200 articoli
- 40 milioni di franchi investiti in prezzi più bassi e azioni sui prodotti freschi
- Introduzione di prodotti Demeter nella marca propria sostenibile Naturaplan
- Pane cotto in forno a legna lanciato in tutta la Svizzera
- Apertura del primo ipermercato basato sul concept dei negozi 2025+
- Integrazione nei supermercati della nuova piattaforma gastronomica Fooby
- 93% dei clienti soddisfatti nel sondaggio «La vostra opinione conta»
- Introduzione di prodotti a base di insetti
- Introduzione di sacchetti riutilizzabili per frutta e verdura da cellulosa certificata FSC

▼ Factsheet



Il numero uno sul mercato svizzero dei prodotti convenienze

- Ampliamento della gamma di sandwich fatti in casa
- Nuovi punti di vendita Pronto nelle stazioni ferroviarie di Morges, Sargans, Sierre e Sion e in otto stazioni di servizio
- Ampliamento degli assortimenti di frutta «Snacking on the go»
- Assortimento delle bevande refrigerate orientato verso bevande «Ready to drink» a basso contenuto di zucchero
- Ampliamento delle superfici refrigeranti in oltre undici sedi e conseguente ampliamento dell'assortimento di prodotti freschi surgelati
- Presse per succhi freschi introdotte in una ventina di sedi

▼ Factsheet



Coop to go offre prodotti take-away esclusivi, che non sono in vendita in nessun altro formato Coop

- Apertura nel 2017 di sette nuovi punti di vendita: numero totale delle filiali Coop to go salito a 14
- Lancio sul mercato di 60 nuovi prodotti Coop to go
- Introduzione di oltre 20 novità
- Picchi di fatturato per m², con la sede più attiva a oltre 70.000 CHF per m²

▼ Factsheet



Il supermercato online con la più grande scelta e la consegna direttamente a domicilio

- Introduzione di un banco delle carni a gennaio 2017
- Introduzione di un banco dei formaggi a giugno 2017
- Lancio a luglio 2017 con 350 punti Pick-up in Svizzera
- Banco del pesce online da settembre 2017
- Lancio del formato di mercato online «Dal mercato».
- Introduzione di articoli per animali a ottobre 2017

▼ Factsheet



Il nuovo formato di negozio per prodotti vegetariani e vegani

- Inaugurazione del primo negozio Karma il 30 maggio 2017 alla stazione ferroviaria di Zugo; nuove aperture previste per il 2018.
- Vendita sfusa di prodotti alimentari quali legumi, frutta a guscio e cereali da colazione erogati da distributori fai da te (riduzione degli imballaggi)
- Vasta selezione di prodotti esclusivamente vegetariani e vegani in Svizzera; il negozio offre un assortimento completo di prodotti vegani e vegetariani (con tutti i gruppi di prodotti alimentari rappresentati).
- Ampio assortimento di prodotti convenience fatti in casa (insalate, bowl per la colazione, smoothie e sandwich)

▼ Factsheet



Il negozio di Coop dedicato alla gastronomia italiana

- Prima filiale Sapori d'Italia inaugurata il 2 novembre 2017 alla stazione di Aarau
- Specialità italiane su 200 m²
- Focacce, cornetti al cioccolato e caffè espresso preparati freschi in negozio
- Dalle specialità italiane più amate ai prodotti di uso quotidiano
- Marca propria di specialità Sapori d'Italia lanciata nell'assortimento Coop

▼ Factsheet



La buona tavola, ogni giorno, a prezzi imbattibili

- Conquista di significative quote di mercato in un settore altamente competitivo
- Ristrutturazione secondo il nuovo concept gastronomico «Vista» di 14 ristoranti e uno shop Take-it 2017
- Acquisizione della Gastronomia al Mercato Cattori, Losone
- Apertura della Gastronomia del personale presso la nuova sede Coop di Pratteln
- Lancio del nuovo format di eventi «Bimbi in cucina»

▼ Factsheet



Leader della ristorazione con prodotti freschi in luoghi ad alta frequenza

- Sviluppo positivo delle vendite presso le filiali di Burger King e Marché Airport Zürich
- Marché Catering si aggiudica l'appalto per l'organizzazione del Calanda Oktoberfest, Coira, dal 2017 al 2019
- Introduzione della bevanda «Infused Water» preparata con acqua, frutta fresca ed erbe aromatiche
- Riapertura prevista per il 2018 di Marché Bellinzona Sud, Hotel Bellinzona Sud (ex Mövenpick Albergo BenjamInn) e Marché Bellinzona Nord, con totale ricostruzione dei ristoranti Marché e ristrutturazione dell'albergo
- Ulteriore sviluppo dei marchi Marché e Cindy's

▼ Factsheet



Il formato take-away per la treccia di pane in tutte le sue varianti

- La filiale di Berna gode di grande popolarità e mostra un forte potenziale di espansione
- Ulteriori sedi in Svizzera previste entro il 2020
- Schoggi-Chnopf è il prodotto Zöpfli di maggior successo
- Introduzione di specialità stagionali: treccia pomodoro e mozzarella in estate, treccia raclette in inverno
- Lancio di trecce a tema per San Nicolao, Mercato delle Cipolle, San Valentino e Festa della mamma
- Speciale bevanda al cioccolato e specialità al caffè freddo sviluppate per Zopf & Zöpfli

▼ Factsheet

Betty Bossi

Il numero uno in Svizzera, sinonimo di gusto e di deliziose specialità

- Lancio del servizio di consegna «Ready to cook» di «Betty bringt's», con ingredienti e ricette
- Lancio della rivista di cucina «Betty Bossi mix» con ricette appositamente create per l'elettrodomestico Thermomix (Bimby)
- Lancio dell'esperienza per famiglie «Kochwerkstadt» nell'ambito dell'evento gastronomico «Food Zurich»
- Ampliamento della distribuzione internazionale di utensili innovativi per la cucina

▼ Factsheet

Formati specializzati Non Food

Per quasi tutti i formati specializzati, l'esercizio 2017 è stato caratterizzato dalla simbiosi tra commercio stazionario e commercio online. L'importanza strategica di questo sviluppo si riflette nel successo dei formati specializzati: con i soli formati specializzati, il Gruppo Coop ha conseguito nel 2017 un ricavo netto complessivo di oltre 7 miliardi di franchi. Il Gruppo Coop è riuscito a mantenere o addirittura espandere la propria quota di mercato in tutti i settori. In particolare, Coop ha mantenuto una posizione forte nel settore dell'elettronica di consumo, in cui rientrano i formati specializzati Interdiscount, Microspot.ch, Ing. dipl. Fust e Nettoshop.ch. Il ricavo netto totale dei quattro formati è stato di circa 2 miliardi di franchi, con un aumento del 2,6% rispetto all'anno precedente. Anche in questo settore, quindi, il Gruppo Coop è stato in grado di ampliare la propria leadership di mercato.

Prosegue la modernizzazione dei punti di vendita

Anche nel 2017, i formati specializzati si sono concentrati sulla modernizzazione dei punti di vendita nel commercio stazionario. Nell'anno in rassegna, la filiale Coop City di Zurigo St. Annahof e il piano terra della filiale di Winterthur sono stati ristrutturati secondo il concept «Bellacasa», portando a sette il numero delle filiali Coop City in linea con il nuovo concept dei negozi. Nell'ambito della ristrutturazione di Winterthur, è stato integrato per la prima volta in un grande magazzino Coop City un ristorante Coop to go, con effetti decisamente positivi sulla frequenza dei clienti. Presso le filiali Coop City di Winterthur, Friburgo, Zurigo St. Annahof e Zurigo Bellevue, i reparti di articoli per la casa, cosmetica, profumeria e prodotti per la cura personale sono stati provvisti di casse self-checkout. A Berna Ryfflihof è stato lanciato il concept «Camiceria di qualità», caratterizzato da un'ampia selezione di marche diverse e da una concentrazione su ambiti d'assortimento forti. Nel suo processo di modernizzazione, Christ ha ristrutturato la filiale nell'aeroporto di Zurigo applicando per la prima volta il suo nuovo concept di layout dei negozi. Sono quindi seguite l'apertura di un nuovo punto di vendita nello Shopville della stazione FFS di Zurigo e lavori di ristrutturazione a Zurigo Sihlcity e Basilea Pfauen. Import Parfumerie ha continuato a sviluppare il proprio concept dei negozi presentando punti di vendita ricchi di luce e colore, ispirati al mondo dei cosmetici e dei profumi: nel 2017 sono quattro le filiali che hanno assunto la nuova veste. Edile+Hobby ha introdotto un nuovo sistema di orientamento per i clienti, punti informativi, un nuovo concept di servizi d'assistenza e nuovi abiti da lavoro. Fust ha modernizzato nel corso di quest'anno dieci filiali, e Interdiscount oltre 70. A Villeneuve è stata inaugurata una nuova filiale Toptip, mentre a Spreitenbach è stata riaperta una filiale ristrutturata.

Digitalizzazione: servizi omni-channel e introduzione di «Track & Trace»

Anche nel 2017, Coop ha continuato ad ampliare la propria sfera di attività nel commercio online. I nuovi shop online di Microspot, Christ Orologi & Gioielli e Coop Vitality hanno conquistato la clientela con un look nuovo e modernizzato. Gli shop online nel settore dell'elettronica di consumo hanno realizzato un fatturato di circa 432 milioni di franchi. In particolare il sito Microspot è stato elogiato da diversi blog di riferimento per la sua progettazione audace e di tendenza, contraddistinta da un design responsivo indipendente dalla piattaforma, da una struttura di navigazione innovativa e da tempi di caricamento estremamente rapidi. Rispetto all'anno precedente, Microspot è riuscita a incrementare il fatturato del 17,2%.

oltre **432** milioni di CHF

di fatturato nel commercio online
con l'elettronica di consumo

Anche l'integrazione tra commercio online, commercio stazionario e oltre 1100 punti Pick-up raggiunge da Coop una nuova dimensione: ora, infatti, gli shop online di Coop Edile+Hobby, Import Parfumerie, Toptip, Lumimart, Coop@home, Siroop, Coop Vitality, Christ Orologi & Gioielli e The Body Shop possono consegnare i prodotti ordinati anche presso i punti di vendita di altri formati. In questo modo, ad esempio, i clienti possono ordinare un profumo da Import Parfumerie e ritirarlo in un supermercato Coop durante gli orari di apertura. Nei negozi Fust, Christ Orologi & Gioielli e Import Parfumerie sono stati introdotti nel 2017 tablet per supportare i servizi di consulenza e vendita. I clienti di Fust, grazie a una pianificazione informatizzata degli itinerari, possono inoltre essere serviti senza impiego di carta e ricevere informazioni precise al minuto sulla consegna dei loro ordini.

Gli acquisti online sono stati resi ancora più trasparenti grazie all'app «Track & Trace»: nel 2017, ad esempio, tutti i negozi con punto di ritiro sono stati dotati di appositi smartphone «Track & Trace» per registrare le singole fasi di elaborazione all'interno dei punti di vendita, come ad esempio entrata e consegna di pacchi. In questo modo, i collaboratori possono visualizzare in qualsiasi momento lo stato di un ordine, tenere traccia delle singole fasi di spedizione e fornire ai clienti informazioni più precise. Non appena il pacco è scansionato e pronto per il ritiro presso un punto di vendita, l'acquirente riceve una notifica via e-mail o SMS. Le informazioni sono gestite da un server in background con cui l'app comunica in tempo reale. Lo stesso server aggiorna regolarmente lo stato dell'ordine anche sul sito web Pick-up. Inoltre, il sistema fornisce al personale Coop ulteriori informazioni per assistere ancora meglio i clienti nelle loro richieste.

Primo e-day@Coop a Zurigo

A giugno si è svolto a Zurigo il primo e-day@Coop, con un centinaio di responsabili di negozi online e del digital marketing del Gruppo Coop. L'evento ha avuto inizio presso la sede Google di Zurigo ed è quindi proseguito con produttivi workshop e stimolanti tavole rotonde al Castello di Sihlberg. L'attenzione si è concentrata principalmente sulle tendenze e sugli sviluppi più importanti nel settore del commercio elettronico, sullo scambio di esperienze e sulla conoscenza delle migliori pratiche in varie discipline del commercio elettronico.

Tappe principali dei formati specializzati Non Food

La tabella seguente illustra le tappe principali dell'anno in esame, oltre a un factsheet relativo a ogni formato specializzato. Per maggiori informazioni sui formati specializzati del Gruppo Coop, consultare la pagina www.coop.ch/acquisti.

	<p>Il numero uno in Svizzera nel mercato dell'elettronica di consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conquista di nuove quote di mercato • Circa il 42% di crescita del fatturato nelle ordinazioni online • Rinnovo di oltre 70 filiali • Rinnovo a 360° e modernizzazione dell'immagine pubblicitaria • Forte crescita dei fatturati con i clienti business • Ampliamento della gamma di servizi grazie alla collaborazione con Mila • Completamento del nuovo centro logistico a Jegenstorf • Valutazione positiva dei clienti secondo Mystery Shopping e da sondaggio (Net Promoter Score)
<p>▼ Factsheet</p>		
	<p>La seconda più grande catena di grandi magazzini in Svizzera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conquista di nuove quote di mercato • Applicazione del nuovo concept dei negozi «Bellacasa» a Zurigo St. Annahof e al piano terra di Winterthur • Rilancio della marca propria Nulu • Ampliamento dell'assortimento di cosmetici naturali • Nuova immagine pubblicitaria e nuovo concept tipografico • I clienti valutano positivamente Coop City secondo Mystery Shopping • Introduzione di casse self-checkout per i prodotti cosmetici e per la cura personale a Zurigo St. Annahof, Bellevue, Friburgo e Winterthur • Nuovo concept Camiceria
<p>▼ Factsheet</p>		



Il principale mercato edile in Svizzera

- Consolidamento della posizione di mercato come numero 1 dei mercati edili svizzeri
- Aumento del fatturato
- Ampliamento dello shop online a oltre 57.000 prodotti e netto incremento delle vendite del 47%.
- Lancio del nuovo concept dei punti di vendita (nuovo sistema informativo e di orientamento per i clienti, punti informativi e comunicazione con il servizio dopo vendita)
- Introduzione di nuovi abiti da lavoro nei punti di vendita
- Realizzazione di un concorso per abbellire un asilo nido per bambini con lo slogan «Vi diamo una mano».
- Modernizzazione/ampliamento dei due flagship store di Rickenbach e Heimberg; nuova costruzione dei punti di vendita a Rümlang e Feuerthalen
- Feedback positivo dei clienti secondo Mystery Shopping per tutte le posizioni rilevanti nel colloquio di vendita

▼ Factsheet



Il centro di arredamento competente



- Crescita del fatturato del 39% per gli shop online
- Massiccio incremento dell'andamento del fatturato dei prodotti personalizzabili
- Introduzione di configuratori digitali di mobili nello shop online Toptip.ch
- Apertura di un nuovo punto di vendita a Villeneuve e riapertura della filiale ristrutturata e modernizzata di Spreitenbach
- Lumimart festeggia il suo 25° anniversario
- Una ricerca di mercato (sondaggio sulla soddisfazione dei clienti) assegna a Toptip/Lumimart una valutazione positiva da parte dei clienti

▼ Factsheet



Il principale operatore in Svizzera nella vendita di profumi di prestigio

- Leader di mercato nel segmento dei profumi
- Crescita del fatturato del 63,9% nello shop online
- Crescita del fatturato dei prodotti per la cura personale e del maquillage: ampliamento dell'assortimento (Lancôme) e nuova marca (Estée Lauder)
- Introduzione del concept multi-channel, con ordini online effettuati nei negozi tramite personale di vendita, Click & Collect e punti Pick-up; ampliamento di linee e assortimenti nelle filiali
- Introduzione di tablet come strumenti elettronici di aiuto alle vendite
- Nuovo concept dei negozi introdotto in altre quattro filiali
- Nuova immagine pubblicitaria
- Da un sondaggio tra i clienti emerge una valutazione positiva

▼ Factsheet



Il punto di riferimento per orologi e gioielli

- Crescita del fatturato del 75,7% nel commercio online
- Rilancio dello shop online e introduzione di Click & Collect e Click & Reserve nelle filiali
- Implementazione riuscita di un nuovo concept dei negozi all'aeroporto di Zurigo
- Nuova apertura presso la stazione FFS di Zurigo e ristrutturazione delle filiali di Zurigo Sihlcity e Basilea Pfauen
- Da un sondaggio emerge un giudizio positivo dei clienti

▼ Factsheet



Leader sul mercato svizzero, con una vasta rete di stazioni di servizio Coop

- Conquista di nuove quote di mercato
- Presentazione di domande di costruzione di stazioni di rifornimento di idrogeno a Frenkendorf, Dietlikon e Berna Eymattstrasse
- Installazione dei primi impianti fotovoltaici a Frenkendorf, Root e Magliaso in preparazione di eventuali nuove disposizioni in materia di energia nell'ambito della Strategia energetica 2050

▼ Factsheet



olio combustibile

Calore e benessere

- Introduzione di un nuovo shop online; numero di ordini online salito al 34,9% (+ 7,4%)
- Crescita al 58,6% della quota di clienti che acquista l'olio combustibile ecologico, a basso contenuto di sostanze nocive
- Nuovi servizi grazie a cooperazioni nell'ambito della pulizia e bonifica delle cisterne

Factsheet



E funziona.

E funziona:
il numero uno negli elettrodomestici e per la ristrutturazione della vostra cucina o del vostro bagno

- Conquista di nuove quote di mercato
- Il ricavo netto supera ancora una volta il miliardo: 1,1% di aumento di fatturato rispetto all'anno precedente
- Netta crescita del commercio online del 69,5% con possibilità di ritiro diretto in tutte le filiali Fust
- Introduzione di una pianificazione digitale degli itinerari nel servizio a domicilio
- Realizzazione della nuova infrastruttura informatica basata su SAP
- Inizio dei lavori di ampliamento del centro logistico di Oberbüren
- Altri dieci punti di vendita ristrutturati
- Valutazione positiva dei clienti secondo la ricerca di mercato di GfK e il sondaggio interno tra i clienti (Net Promoter Score)

Factsheet



vitality

Tutto quello che fa bene alla salute: dai medicinali soggetti a ricetta medica fino ai prodotti di bellezza

- Conquista di nuove quote di mercato
- Crescita del ricavo netto del 4,1%
- Crescita del fatturato superiore al 129,5% nel commercio online
- Introduzione di Click & Collect anche per i medicinali senza ricetta
- Ampliamento della rete di farmacie con sei nuove sedi a Winterthur, Rorschach, Wohlen, Mendrisio, Flims e Lenzburg
- Introduzione del servizio Check dell'orecchio
- Lancio esclusivo dei marchi Phyto e Lierac
- Da un sondaggio tra i clienti emerge una valutazione positiva

Factsheet



THE BODY SHOP

L'azienda di cosmetici naturali e sostenibili

- Crescita del fatturato superiore al 25% nel commercio online
- Lancio del club «#LYB25» per le clienti Under 25
- L'Oréal vende l'affiliata britannica The Body Shop International a Natura Cosméticos SA
- Ristrutturazione di un altro punto di vendita
- Lancio della campagna «Forever Against Animal Testing»
- Lancio della mission «World Bio Bridges»
- 25° anniversario della linea Bodybutter
- The Body Shop Svizzera ottiene ottimi risultati complessivi nel sondaggio sulla soddisfazione dei clienti

Factsheet

BâleHotels

La catena alberghiera di Coop

- Riapertura dell'Hotel Savoy di Berna, completamente modernizzato, dopo 16 mesi di lavori di ristrutturazione
- Ricertificazione di tutti e tre gli hotel secondo lo standard ISO 9001:2015 e prima certificazione dell'Hotel Savoy a giugno 2017
- Attuazione degli investimenti nel parcheggio dell'Hotel Europe/misure antincendio sulla facciata dell'Hotel Victoria
- Partecipazione al progetto di sostenibilità della fondazione Sapocycle: il sapone viene riciclato e messo a disposizione di famiglie bisognose per migliorare l'igiene

Factsheet



Il tour operator di Coop e Rewe: il numero uno in Svizzera nella vendita diretta di vacanze al mare

- Crescita del ricavo netto del 6,5%
- Rilancio delle «Vacanze da sogno», con ampliamento di viaggi di scoperta e crociere
- Lancio del nuovo sito web con design responsivo per dispositivi mobili
- Introduzione della produzione dinamica e del collegamento elettronico di un ampio portafoglio di voli e hotel

▼ Factsheet



L'azienda leader nel settore del fitness nella Svizzera tedesca

- Conquista di nuove quote di mercato
- Apertura di altre otto nuove sedi
- Filiali in dieci cantoni
- Crescita delle iscrizioni pari al 23,7%, con oltre 32.100 membri
- 200 nuovi collaboratori

▼ Factsheet



Serre tropicali con ristoranti

- Assegnazione di 14 punti Gault Millau ciascuno ai ristoranti delle serre tropicali di Wolhusen e Frutigen. Wolhusen è inoltre stata insignita del Bib Gourmand della Guida Michelin
- Frutigen: crescita del fatturato con prodotti ittici e caviale del 15%; crescita del ricavo netto del 3%; costruzione di un nuovo impianto di quarantena per gli avannotti in arrivo; sostituzione delle lampade alogene con lampade a LED
- Wolhusen: successo della mostra speciale «Jambo Afrika»; posizionamento consolidato come location esotica per eventi; sviluppo dei prodotti: rilancio riuscito perfettamente, ulteriore espansione dell'assortimento, primo prodotto Fine Food

▼ Factsheet



Il portale di vendita online leader nell'elettronica di consumo e negli elettrodomestici

- Espansione della posizione di mercato
- Aumento delle vendite online del 17,2%
- Lanciato con successo il nuovo shop online, con funzioni ottimizzate ed eccezionale velocità
- Nuovo consolidamento della leadership sui prezzi nel commercio online
- Integrazione dell'offerta sulla piattaforma Siroop.ch, sotto microspot.ch
- Completamento del nuovo centro logistico a Jegenstorf
- Da un sondaggio tra i clienti emerge un feedback positivo

▼ Factsheet



Il più grande shop online di elettrodomestici con consulenza e assistenza personalizzata

- Conquista di nuove quote di mercato
- Crescita del ricavo netto superiore al 10,5%
- Introduzione di consegne a domicilio di sera e di sabato
- Ampliamento dell'offerta nella Svizzera romanda e in Ticino
- Secondo una ricerca di mercato della GfK, i clienti valutano positivamente NettoShop

▼ Factsheet



Prima piattaforma di vendita online aperta della Svizzera

- Ampliamento della posizione di mercato nella Svizzera tedesca
- 500 commercianti e circa 1 milione di prodotti disponibili su Siroop.ch
- Il più ampio assortimento di prodotti da commercianti locali, regionali e nazionali della Svizzera
- Ampliamento dell'offerta nella Svizzera romanda
- Rafforzamento del grado di notorietà della marca
- Valutazione positiva dei clienti in un sondaggio (Net Promoter Score)

▼ Factsheet

Logistica, Informatica e Immobili

Apertura della Centrale di produzione Pratteln

Con l'entrata in funzione della Centrale di produzione Pratteln, nel 2017 Coop ha completato in appena tre anni di lavori uno dei più grandi progetti edilizi della sua storia: il nuovo sito di Pratteln Salina Raurica comprende gli stabilimenti di produzione di Cave, Chocolats Halba e Sunray, la centrale di distribuzione nazionale di vini e superalcolici con un magazzino verticale per lo stoccaggio di oltre 40.000 pallette e il più moderno centro di controllo della qualità della Svizzera. La Centrale di produzione e distribuzione Pratteln comprende quasi 870.000 m³ di spazio e 108.000 m² di superficie. I lavori hanno visto l'impiego di 200.000 tonnellate di calcestruzzo, 9200 tonnellate di acciaio, 56 km di tubazioni per riscaldamento e refrigerazione e 36 km di tubazioni antincendio. Sulla facciata troneggia il più grande logo Coop della Svizzera, largo 21 metri e del peso di 5,5 tonnellate. Il tetto è stato dotato di un impianto fotovoltaico di 3500 m². Già a fine gennaio 2017 è iniziata la preparazione dettagliata delle consegne di vini e bevande

40.000

pallett trovano posto nel nuovo magazzino verticale di Pratteln

alcoliche ai supermercati Coop, agli shop Coop Pronto e per la vendita diretta di vini a terzi (tra cui la compagnia aerea Swiss e i membri del club Coop Mondovino) dalla centrale di distribuzione. La maggior parte delle merci destinate ai supermercati e agli shop Coop Pronto sarà spedita in futuro su rotaia e con il traffico combinato non accompagnato (TCNA) effettuato dall'affiliata Coop Railcare. A tal fine, nella centrale di distribuzione nazionale è stato costruito uno scalo merci con due binari e, su ciascun binario, spazio per sei vagoni. L'inaugurazione della centrale di produzione e distribuzione è avvenuta il 26 ottobre con una cerimonia ufficiale.

Nuovi punti di vendita allestiti con le più moderne tecnologie

Nel 2017, l'attenzione si è concentrata sull'adozione di misure strutturali per modernizzare e aumentare l'efficienza energetica. L'impiego di involucri edilizi di alta qualità, sistemi di refrigerazione commerciale ad alta efficienza e luci a LED ha consentito di ridurre i consumi di energia elettrica del 50%. Il ricorso a fonti energetiche rinnovabili come il legno, a sistemi di recupero del calore e a pompe di calore ha premesso di ridurre quasi del 100% le emissioni di CO₂. Ne sono un ottimo esempio i nuovi punti di vendita di Savièse e Kleinandelfingen, dotati di pannelli fotovoltaici su una superficie di circa 1400 m². Questi pannelli da soli producono quasi 230.000 kWh all'anno, pari al consumo medio annuo di energia elettrica di 65 famiglie svizzere. Coop continuerà a eseguire tutti i nuovi lavori di costruzione e ristrutturazione secondo il nuovo standard Minergie, nonostante i requisiti più severi.

Progetto di edilizia residenziale Letzipark

Dopo neanche tre anni di lavori, all'inizio di febbraio è stato inaugurato a Zurigo il complesso residenziale Letzipark, nelle immediate vicinanze del centro commerciale. Il progetto comprende 176 appartamenti concessi in affitto, una residenza per anziani con altri 45 appartamenti, un ristorante McDonald's con McDrive, una stazione di servizio Coop e 19 atelier.

Grande riapertura dell'Hotel Savoy a Berna

Dopo 16 mesi di lavori di ristrutturazione è stato riaperto nel centro storico di Berna il Garni-Hotel Savoy del Gruppo BâleHotels. L'albergo a quattro stelle dispone di 64 camere e ha un tasso di occupazione cumulativo dell'88%, che ne fa uno degli hotel più ricercati di Berna. Altri fiori all'occhiello del Gruppo BâleHotels sono l'Hotel Pullman Basel Europe, l'Hotel Victoria e l'Hotel Baslertor a Muttenz.

Investimenti in soluzioni logistiche più rapide

Nell'ambito della strategia per la digitalizzazione, Interdiscount e Microspot hanno costruito un magazzino ultramoderno e completamente automatizzato a Jegenstorf, per un volume d'investimento pari a quasi 70 milioni di franchi. Ad aprile 2018, nel nuovo edificio della centrale di distribuzione entrerà in funzione un sistema logistico orientato al commercio omni-channel su oltre 22.000 m² di superficie. Il cuore dello stabilimento è uno dei magazzini automatici con sistema a shuttle più efficienti e all'avanguardia in Europa, con 65.000 cassette e quasi 30.000 articoli. Grazie all'inserimento di oltre 15.000 articoli nell'assortimento di elettronica di consumo, i clienti possono beneficiare della massima efficienza possibile: gli ordini effettuati entro le ore 20 sono consegnati già il giorno successivo. Fust ha iniziato

ad ampliare il centro logistico a Oberbüren. L'assortimento sarà quadruplicato rispetto alle dimensioni attuali. La progressiva entrata in funzione del nuovo centro logistico di Fust e Nettoshop.ch è prevista per la primavera del 2019.

Filiali dotate di etichette dei prezzi elettroniche

Le etichette elettroniche basate su e-paper facilitano la gestione dei cartellini dei prezzi da parte del personale e aumentano la certezza dei prezzi per i clienti. Finora le variazioni di prezzo dovevano essere caricate dal sistema informatico, stampate su carta e quindi applicate manualmente agli scaffali. Le etichette elettroniche eliminano questa fatica, garantendo allo stesso tempo prezzi sempre aggiornati.

Riorganizzazione della distribuzione per migliorare l'efficienza

La consegna di prodotti surgelati a oltre 850 supermercati Coop e 300 shop Coop Pronto distribuiti su tutto il territorio svizzero è stata centralizzata a Schafisheim. Di norma, tutti i punti di vendita situati a più di 90 chilometri da Schafisheim sono raggiunti mediante traffico combinato non accompagnato (TCNA) su treni e camion di Railcare. Rispetto al trasporto su strada, Coop risparmia così ogni anno oltre due milioni di chilometri su strada e 2000 tonnellate di emissioni di CO₂. Nel 2017, l'affiliata di Coop Railcare si è dotata della prima nuova locomotiva elettrica, caratterizzata da velocità elevate e da una notevole riduzione dei consumi energetici.

2000 tonnellate
di emissioni di CO₂ in meno
grazie ai trasporti di prodotti
alimentari surgelati
nel traffico combinato

Del rifornimento degli shop Pronto si occupano ora le centrali di distribuzione regionali. L'organizzazione ispirata a quella dei supermercati Coop consente di semplificare i processi. Dal 12 settembre 2017, quindi, gli shop Pronto sono riforniti dalle centrali di distribuzione regionali nelle stesse modalità seguite per i supermercati. I prodotti freschi e i prodotti con un elevato tasso di rotazione vengono preparati nelle centrali di distribuzione regionali per essere distribuiti ai punti di vendita. Gli articoli di altre categorie merceologiche, nonché gli articoli specifici per gli shop Pronto, vengono raccolti per la distribuzione alle filiali in un'apposita piattaforma presso la centrale di distribuzione

di Dietikon, e da qui consegnati agli shop Pronto attraverso le centrali di distribuzione regionali.

Riduzione delle emissioni di CO₂ grazie a idrogeno e biodiesel

Nel 2017, l'utilizzo dell'idrogeno su dodici autovetture e su un camion a celle a combustibile ha consentito di risparmiare circa 55 tonnellate di CO₂. Tali risparmi sono stati ottenuti in particolare grazie all'utilizzo delle autovetture con celle a combustibile, che nell'anno in esame hanno percorso quasi 330.000 chilometri senza alcun particolare problema. Anche il camion con celle a combustibile si è distinto nei viaggi di prova per la guida semplice e intuitiva. I primi viaggi hanno dimostrato che il livello delle prestazioni del motore elettrico soddisfa le esigenze della logistica. A questo va aggiunto il fatto che il veicolo può essere rifornito in poco meno di dieci minuti. Tanto la produzione di idrogeno quanto la disponibilità della stazione di rifornimento di idrogeno non hanno presentato problemi. Nel corso dei test sono anche stati individuati diversi potenziali miglioramenti.

Nel 2017 è aumentato l'impiego del biodiesel nella flotta dei camion di Coop. In totale sono stati utilizzati oltre 3,6 milioni di litri di biodiesel: quasi un milione di litri in più rispetto all'anno precedente. Tale consumo corrisponde al 40% dei consumi totali di carburante dei camion di Coop. L'utilizzo del biodiesel ha consentito di risparmiare l'emissione di circa 8300 tonnellate di CO₂.

Prestazioni supplementari

Gestione della qualità a 360°

Nella sede di Pratteln, Coop ha inaugurato un nuovo capitolo della sua storia nel campo dell'assicurazione qualità che dura da oltre 110 anni. In aprile, infatti, è entrato in funzione il più moderno laboratorio privato di assicurazione qualità alimentare della Svizzera, affinché i clienti possano continuare a fidarsi di prodotti impeccabili e di alta qualità. Utilizzando metodi come la spettrometria di massa, il personale del laboratorio controlla annualmente oltre 40.000 campioni di prodotti alimentari con

l'aiuto di laboratori esterni e mediante analisi basate sul rischio, al fine di garantire la qualità dalla materia prima al prodotto finale.

Il 1° maggio 2017, in Svizzera è entrata in vigore la nuova legislazione in materia di derrate alimentari. Il Management della qualità ha posto quest'anno l'accento sull'attuazione della nuova legislazione, che dovrà essere completata entro un periodo di transizione di quattro anni. La nuova legislazione impone anche un adeguamento dell'etichettatura di tutti i prodotti. Qui la maggiore sfida consiste nel fatto che nel commercio online i dati dovranno presentare le nuove informazioni sui prodotti già dal 1° maggio 2018: un adeguamento che richiederà numerose modifiche nel sistema di gestione dei dati di base.

Anche nel 2017, tutti i negozi con vendita al banco sono stati sottoposti a un audit di certificazione esterno, in aggiunta ai circa 2500 audit effettuati dall'assicurazione qualità interna di Coop.

34.000

campioni di generi alimentari analizzati ogni anno nel laboratorio di Pratteln

Nel settore della qualità dei prodotti, Coop ha intensificato la gestione dei rischi per quanto riguarda la sicurezza della catena di approvvigionamento, le frodi alimentari e la conformità degli imballaggi. Inoltre, nell'ambito della direttiva imposta da Coop ai fornitori per ottimizzare la qualità dei prodotti Non Food, Coop ha concretizzato i requisiti relativi a gruppi di prodotti critici. Coop ha controllato a campione nel proprio laboratorio circa 34.000 campioni di prodotti Food e Non Food per verificare il rispetto delle disposizioni. Per i controlli sono stati applicati oltre 729.000 criteri.

Impegno sociale

Nel 2017, Coop ha preso parte ancora una volta a tantissimi progetti a sfondo sociale. Attraverso il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, il gruppo ha investito oltre 17,5 milioni di franchi in progetti di pubblica utilità, ad esempio sostenendo le organizzazioni sociali «Tavola Svizzera» e «Tavolino magico», che si occupano di fornire generi alimentari ai bisognosi. «Tavola Svizzera» distribuisce generi alimentari a 500 istituzioni sociali presenti su tutto il territorio nazionale, quali rifugi di emergenza, enti assistenziali o cucine popolari, mentre «Tavolino Magico» con i suoi oltre 120 centri di distribuzione in tutta la Svizzera, fa arrivare generi alimentari a circa 18.000 indigenti.

Per la seconda volta consecutiva, Coop e Bio Suisse hanno realizzato l'iniziativa «Scuola in fiore» a tutela delle api e della biodiversità. Il progetto scolastico del Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile vede Coop e Bio Suisse impegnate fianco a fianco per una natura all'insegna della varietà delle specie. Insieme a Bio Suisse, Coop ha donato erbe aromatiche e sementi biologiche a oltre 1600 scolaresche in tutta la Svizzera. 25.000 scolari hanno quindi utilizzato i set ricevuti per progettare oasi per le api e cortili fioriti per la ricreazione, integrando anche nelle loro lezioni approfondimenti dedicati alle api e alla biodiversità: oltre al set di piante, costituito da 24 piantine bio e da un sacchetto contenente sementi bio di fiori selvatici misti, alle classi è stato fornito materiale didattico sul tema «Api e biodiversità», preparato in collaborazione con la Scuola universitaria professionale Svizzera nordoccidentale (FHNW). Dopo il grande successo del 2017, l'iniziativa «Scuola in fiore» proseguirà anche nel 2018 e 2019.

Nell'ambito del «Company Programme» di Young Enterprise Switzerland (YES), quest'anno Coop ha assegnato per la quarta volta un premio per la sostenibilità a un progetto scolastico. Per partecipare al premio, i giovani devono sviluppare un'idea progettuale innovativa e quindi creare una vera e propria impresa con l'aiuto di esperti. Il vincitore dell'edizione 2017 è stato il progetto di upcycling «Watarproof», che si è affermato su oltre 200 concorrenti.

75

anni

di Padrinato Coop per le regioni di montagna

Di vitale importanza è anche l'impegno profuso dall'organizzazione no-profit Padrinato Coop per le regioni di montagna, che nel 2017 ha celebrato il suo 75° anniversario. Nell'anno giubilare, Coop ha sostenuto 140 progetti di autoaiuto devolvendo un totale di 5,7 milioni di franchi. Quest'anno ha riscosso particolare successo l'azione dei panini del 1° Agosto per la Festa Nazionale svizzera. Da 16 anni, una parte del ricavato ottenuto dalla vendita dei panini e dei cervelas del 1° Agosto viene devoluta al Padrinato

Coop per le regioni di montagna. Nel 2017 è stato così raccolto un importo di 150.000 franchi, che Coop ha prontamente raddoppiato portandolo a 300.000 franchi. Con tale importo, l'azienda ha sostenuto gli urgenti lavori di costruzione del nuovo alpe Stafelschwand, nel Canton Obvaldo, e dell'edificio residenziale connesso.

Nell'ambito di una mostra interattiva al Castello di Wildegg, Coop e l'organizzazione no-profit Pro Specie Rara hanno unito le loro forze per promuovere la biodiversità in Svizzera: con quasi 200.000 franchi, Coop ha finanziato una mostra interattiva che da giugno consente ai visitatori di conoscere meglio i giardini del castello e le attività di Pro Specie Rara. Coop favorisce inoltre l'integrazione nel mondo del lavoro delle persone disabili, assegnando diversi incarichi a laboratori protetti: nel 2017 sono stati destinati a tali istituzioni ordini per un valore complessivo di oltre tre milioni di franchi. A settembre 2017, su proposta di un proprio delegato, Coop ha realizzato presso i punti di vendita ticinesi la campagna di raccolta fondi «Dammi una spinta». Al prezzo di un franco, i clienti potevano acquistare borse di carta stampate con disegni realizzati da ospiti della Fondazione Provvida Madre di Balerna, istituto sociale che accoglie persone disabili. La campagna ha raccolto circa 20.000 franchi devoluti a favore della Fondazione.

Nel 2018, Coop introdurrà inoltre il marchio «Solidarité», che evidenzierà la collaborazione di Coop con istituzioni e laboratori che forniscono assistenza e occupazione a persone disabili. Ad oggi, 200 prodotti provengono già da tali cooperazioni.

Come partner della Croce Rossa Svizzera (CRS), Coop, insieme alla CRS e ad altri partner, ha intensificato nell'anno in esame il suo impegno a favore del progetto «2 x Natale», iniziativa di solidarietà con i meno fortunati. Inoltre, dal 2016 Coop è il partner principale della piattaforma online della CRS dedicata alle famiglie: un portale che offre alle famiglie numerosi corsi e aiuti concreti come un motore di ricerca per la ricerca di baby-sitter e servizi simili.

Supercard, Supercardplus e Mondovino

Coop premia la fedeltà dei suoi clienti offrendo loro numerosi servizi, assistenza e offerte esclusive. Con Supercard, l'azienda di commercio al dettaglio gestisce il più grande programma di fidelizzazione della clientela in Svizzera. Anche nel 2017 la carta è stata utilizzata da oltre 3,2 milioni di famiglie. E nel 2017 riscuotere i superpunti è diventato ancora più entusiasmante: i titolari della Supercard, infatti, possono ora convertire direttamente i loro superpunti in una carta regalo fedeltà presso le casse dei Supermercati Coop, Grandi Magazzini Coop City e centri Coop Edile+Hobby, ma anche dei ristoranti Coop, di Toptip/Lumimart, Import Parfumerie, Christ, Interdiscount o Fust. Il credito può essere quindi utilizzato per il pagamento degli acquisti presso tutti i punti di vendita di cui sopra. Gli importi vengono convertiti in carte regalo di valore compreso tra 10 e 100 franchi, a incrementi di dieci. Attraverso l'app Supercard è possibile anche convertire direttamente i punti fedeltà in credito sulla carta digitale di pagamento, da utilizzare poi per gli acquisti.

A fine 2017, la carta di credito gratuita Supercardplus contava 32.000 nuovi clienti e quindi circa 442.000 utilizzatori complessivi.

Mondovino, il club Coop per gli enoappassionati, ha superato nel 2017 i 138.000 iscritti. Mondovino punta su una strategia cross-channel: i clienti possono vivere l'esperienza del club su Internet, in oltre 870 punti di vendita Coop, presso le Fiere del vino annuali di Mondovino e, per un periodo di tempo limitato, nei pop-up-store Mondovino al Tägipark di Wettingen e al Letzipark di Zurigo. Per migliorare l'esperienza di acquisto individuale, a fine 2017 il club ha introdotto anche un chatbot sulla piattaforma online mondovino.ch. Con Casa del Vino e Riegger, inoltre, sono stati lanciati per la prima volta all'interno del negozio online due negozi di marca. La gamma Mondovino comprende oggi oltre 1800 vini, tra cui più di 100 rarità. Il Club ha riscosso l'entusiasmo dei suoi iscritti anche nel 2017, come dimostrano i risultati positivi delle ricerche di mercato.

Pubblicità e comunicazione

Nel 2017 il sito web coop.ch ha fatto molto parlare di sé: per rispondere ancora meglio alle esigenze dei diversi gruppi target (clienti, persone che cercano lavoro o operatori dei media), nel 2017 la presenza di Coop sul web è stata ristrutturata. Il sito web stabilisce nuovi standard di riferimento soprattutto nel settore della reattività. In una classifica stilata dalle società di consulenza internazio-

nali Lundqvist e Comprend, Coop si è classificata al primo posto tra le più importanti 40 società svizzere non quotate in borsa. È stata sottolineata in particolare la trasparenza nel settore della sostenibilità con la rubrica «Fatti, non parole». Nel 2017, Coop ha portato avanti con successo l'iniziativa di sostenibilità «Fatti, non parole». Il programma globale per l'impegno a favore dell'uomo, degli animali e della natura contava, al termine del terzo anno di attività, 355 azioni dedicate alla sostenibilità. Al centro della strategia di comunicazione si trovano la rubrica settimanale «Fatti, non parole» pubblicata su Cooperazione e l'omonima piattaforma Internet. Anche nel 2017 è stato pubblicato per la terza volta consecutiva lo speciale di 66 pagine «SI Green», in collaborazione con la rivista «Schweizer Illustrierte». L'iniziativa di sostenibilità ha raggiunto un vasto pubblico anche attraverso spot televisivi, numerosi annunci stampati e mezzi pubblicitari online.

Nel 2017, le attività di sponsorizzazione di Coop si sono concentrate sul tema della famiglia. Nel complesso, Coop sostiene circa 60 progetti per famiglie su tutto il territorio nazionale. In estate, ad esempio, più di 34.000 persone hanno partecipato alle sette giornate del ciclo di eventi «Coop Andiamo di Svizzera in movimento», giunto alla sua terza edizione dal 2015. Nel 2017 si è invece tenuta la prima edizione del Cinema Open Air Coop (ex Open Air Luna), che ha visto la partecipazione di più di 200.000 visitatori a 563 serate cinematografiche organizzate da Coop in 20 località.

In un contesto in cui l'utilizzo dei media stampati è in calo, anche nel 2017 la Stampa Coop è riuscita a consolidare la sua posizione di rivista con la tiratura più alta e più letta in Svizzera. Questo risultato è quanto emerso dall'indagine condotta ogni anno dall'istituto di ricerca svizzero indipendente Wemf AG. Con una tiratura complessiva di 2.588.060 copie, le tre riviste settimanali Cooperazione, Coopération e Coopzeitung sono lette da oltre 3,4 milioni di persone. L'e-paper della Stampa Coop è stato completamente rivisto e pubblicato in una nuova veste da luglio 2017. Anche i prospetti della settimana in corso sono ora disponibili come file PDF da scaricare. E per la prima volta nella sua storia, in occasione della promozione evento che ha visto come protagonista la Svizzera, Cooperazione ha regionalizzato sia la copertina sia l'articolo di copertina: in ciascuna delle 21 sottoregioni, infatti, è stato presentato un diverso caseificio, che produce esclusivamente per la propria regione. In un sondaggio di Brand Predictor, Cooperazione si è classificata al secondo posto tra i primi 10 media svizzeri più popolari dopo il quotidiano «20 minuti». Cooperazione è stata attiva anche sui social media: su Facebook i direttori delle tre riviste Coop pubblicano ogni settimana una rassegna video dedicata al nuovo numero.

Ufficio stampa: grande risalto al tema degli insetti

Nel 2017, numerosi media nazionali e internazionali hanno diffuso la notizia che Coop è stata la prima azienda europea di vendita al dettaglio a proporre prodotti contenenti insetti. Le conferenze stampa relative all'inaugurazione di Karma, il sito di produzione di Pratteln e Saponi d'Italia hanno dato inoltre avvio a un'ampia copertura mediatica. Nell'anno in esame, l'Ufficio Stampa di Coop ha inviato 47 comunicati stampa, spedito inviti per 6 conferenze stampa, effettuato 11 spedizioni di prodotti e risposto a 2308 richieste da parte dei media.

Successo sui social media

Dopo l'apertura degli account di Coop sui social media nel 2016, le attività social del 2017 possono già vantare notevoli successi. Il tasso di interazione è risultato perfino significativamente superiore alla media del settore. Particolarmente degna di menzione per l'anno appena trascorso è la riuscita integrazione dei social media in campagne importanti come la campagna grill di Coop «Tsch, Tsch». Con il video autoprodotta «Toblerone Prank», Coop ha anche raggiunto il primo successo virale: il video ha raggiunto oltre un milione di utenti sui canali Coop e complessivamente ben oltre 8,9 milioni di visualizzazioni. Quest'anno ha segnato anche il lancio di nuove campagne sui social media: Karma ha promosso la campagna Instagram #StepOut per invitare a uscire dalla zona di comfort, mentre gli alunni delle scuole hanno documentato la loro vita quotidiana sul canale Snapchat «coop.zukunft». Fooby, Hello Family e Mondovino, nonché Coop@home, ITS Travel e il Centro Seminari Coop gestiscono dal 2017 i propri canali social.

Settore aziendale Commercio all'ingrosso/ Produzione

Gruppo Transgourmet	37
Transgourmet continua a espandersi	37
Transgourmet amplia la propria sfera di attività legata alle bevande	38
Transgourmet pone le basi per il futuro con nuovi progetti edili	38
Ampliamento del settore Foodservice di Transgourmet	38
Molteplici progetti online per Transgourmet	39
Impegno a favore dell'approvvigionamento sostenibile	39
Transgourmet punta sulla sostenibilità nella logistica	39
L'impegno sociale di Transgourmet	39
Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet	40
Produzione	44
Bell Food Group	44
Rilevamento completo di Hilcona e acquisizione di Hügli	44
Strategia di sostenibilità per tutto il gruppo	44
Tappe principali del Bell Food Group	45
Aziende di produzione Coop	46
Moderne aziende di produzione – inaugurazione della sede di Pratteln	46
Produzione centralizzata di pasta surgelata per prodotti da forno a Schafisheim	46
Prodotti dal forno a legna	46
Il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile promuove la coltivazione di riso sostenibile	46
Tappe principali delle aziende di produzione Coop	47

Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

Il gruppo Transgourmet si espande nel settore Food-service e offre l'intera gamma di prestazioni nel settore cross-channel. Dall'azienda Bell SA nasce il Bell Food Group, che grazie a diverse acquisizioni potenzia le proprie attività nei settori prodotti freschi e convenience. Gli stabilimenti produttivi di Chocolats Halba/Sunray diventano operativi. A Schafisheim entra in funzione il più grande forno a legna d'Europa.

13,0 miliardi di CHF

di ricavo netto nel
commercio all'ingrosso
e nella produzione

Il settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione del Gruppo Coop ha realizzato nel 2017 un ricavo netto di 13 miliardi di franchi, che corrisponde a una crescita del 6,2%. Al netto delle acquisizioni, il settore è riuscito a crescere del 4,9%.

Gruppo Transgourmet

Con la società affiliata Transgourmet Holding AG, il Gruppo Coop opera nel settore del Cash & Carry e del rifornimento all'ingrosso in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia, Austria e Svizzera. Nel 2017, il gruppo Transgourmet, con 142 mercati Cash & Carry e il rifornimento all'ingrosso, ha realizzato un ricavo netto di 9,1 miliardi di franchi, che rappresenta una crescita del 6,3% rispetto all'anno precedente. Questo gli ha consentito di rafforzare ulteriormente la propria posizione come seconda azienda europea nel settore del commercio all'ingrosso. Nel 2017, Transgourmet ha realizzato un fatturato di 257 milioni di franchi con gli assortimenti di prodotti sostenibili, un risultato reso possibile solo grazie a un impegno straordinario se si pensa che il livello di sviluppo degli assortimenti sostenibili nel commercio all'ingrosso è di gran lunga inferiore rispetto, ad esempio, a quello nel commercio al dettaglio.

Transgourmet continua a espandersi

Nel 2017, il gruppo Transgourmet è riuscito a portare avanti il suo processo di crescita grazie a varie acquisizioni e alla conquista di nuovi mercati. A ottobre, Transgourmet Central and Eastern Europe ha rilevato il 100% dell'azienda russa «OOO Targovy Dom Global Foods» con sede a Mosca. L'azienda, con i suoi 250 collaboratori, svolge un ruolo leader nel settore e rifornisce clienti della gastronomia e dell'industria alberghiera. Transgourmet Svizzera ha rafforzato la propria posizione in Ticino rilevando, in data 1° gennaio 2017, l'azienda Ipergros con tutta la sua clientela. A gennaio 2018, Transgourmet Svizzera SA rileva l'attività commerciale di Polar AG con sede a Reinach (BL), che sarà gestita autonomamente sotto il marchio Polar, e le aziende Zanini SA e Vinattieri Ticinesi SA, trasferite nella neonata Zanini Vinattieri SA. Transgourmet Central and Eastern Europe ha rilevato in data 1° gennaio 2018 l'azienda Niggemann Food Frischemarkt GmbH di Bochum per consolidare le proprie attività di consegna e ritiro di prodotti freschi.

Transgourmet amplia la propria sfera di attività legata alle bevande

Transgourmet ha consolidato il proprio vantaggio anche nel campo delle bevande. A maggio, Transgourmet Deutschland ha rilevato il 70% delle azioni di Team Beverage AG, entrando così nel commercio delle bevande tedesco. Con una rete di 39.000 punti di distribuzione e un fatturato di sistema di oltre 1,5 miliardi di euro, Team Beverage figura tra i fornitori di servizi e i distributori leader nel mercato delle bevande in Germania. Con Team Beverage, Transgourmet Deutschland ha acquisito «Gastivo», la piattaforma online che offre servizi digitali in sintonia con i trend del settore gastronomia. Transgourmet Svizzera ha ampliato ulteriormente le sue attività in campo enologico con il rilevamento di Weinkeller Riegger AG il 6 gennaio 2017. L'azienda con sede a Birrhard viene gestita autonomamente e offre un assortimento di quasi 1000 vini selezionati. Transgourmet Österreich ha stipulato un contratto di licenza con Keli Limonaden e ora imbottiglia, commercializza e distribuisce le gazzose e i succhi Keli.

Transgourmet pone le basi per il futuro con nuovi progetti edili

Nel 2017, Transgourmet ha posto le basi per un'ulteriore crescita con numerosi progetti immobiliari. Il 7 luglio 2017 è stato aperto a Schwarzach, nel Vorarlberg, il cantiere per la costruzione della nona sede di Transgourmet in Austria. Con il nuovo mercato, che sarà inaugurato a maggio 2018, Transgourmet Österreich crea un ponte di collegamento con l'ovest per continuare ad ampliare la sua presenza su quasi tutta la regione. Per quanto riguarda Transgourmet Deutschland, è sorta a Eichenau, nella regione metropolitana di Monaco di Baviera, una nuova sede centrale con un moderno centro logistico annesso. Le filiali di Chieming e Schweitenkirchen vengono integrate nella nuova centrale di distribuzione. Ad Amburgo è in costruzione una nuova sede in cui Transgourmet si trasferirà a marzo 2018 insieme alla società affiliata Sump & Stammer. A Bistrita, in Romania, è stato inaugurato il 22° mercato Selgros del Paese.

Anche la sostenibilità è un elemento chiave dei progetti edili di Transgourmet. La nuova sede di Amburgo è stata dotata infatti di un sistema di refrigerazione a CO₂ e di un impianto fotovoltaico. Per Transgourmet France, il 2017 ha segnato l'inizio dei lavori di costruzione di un nuovo magazzino a Saint-Loubès, nella regione di Bordeaux. Si tratta di un progetto pilota atto a testare tanti innovativi sistemi ambientali, tra cui il recupero dell'acqua piovana per le toilette, le lampadine a LED con sensori di presenza e dimmer per gli uffici, i refrigeranti sostenibili come l'ammoniaca o il CO₂ e le stazioni di ricarica per automobili elettriche.

Ampliamento del settore Foodservice di Transgourmet

Il Foodservice svolge un ruolo strategico per Transgourmet. L'ampliamento delle attività online e il potenziamento dei servizi per i gastronomi sono stati infatti i temi centrali nel 2017 per l'azienda di Cash & Carry e rifornimento all'ingrosso. Lo dimostra soprattutto il fatto che Transgourmet ha rilevato a ottobre l'azienda di software tedesca Gastronovi con effetto retroattivo al 1° gennaio 2017. L'azienda di Brema, che conta 40 collaboratori, è specializzata in soluzioni informatiche complete per il settore gastronomico e offre sistemi di cassa oltre che per la prenotazione di tavoli, la gestione merci e il marketing. In futuro, il sistema di Gastronovi sarà offerto in tutte le società nazionali. «Menümanager» è lo strumento utilizzato da Transgourmet Deutschland per supportare le cucine industriali nella preparazione dei menù per la ristorazione per comunità con oltre 10.000 ricette. Consente una programmazione sicura dei costi, un controlling trasparente e una documentazione con aggiornamento giornaliero.

Nel 2017, Transgourmet France ha ampliato il suo innovativo strumento di gestione dei generi alimentari «e-Quilibre» con l'aggiunta della soluzione «e-Quilibre Gourmet» per la gastronomia commerciale. Il sistema calcola i quantitativi esatti per le ricette e il prezzo per la singola porzione e fornisce direttamente informazioni sui valori nutrizionali e sugli allergeni. Tramite un'interfaccia nel sistema di cassa, sviluppato da Transgourmet insieme alla start-up «Tiller», «e-Quilibre» può inoltre generare direttamente un ordine presso Transgourmet. Con Transgourmet Solutions, Transgourmet France intende alleggerire il lavoro dei gastronomi. Dal 2017, l'azienda offre i tre pacchetti di servizi «Simplicité», «Urgence» ed «Expert». Con «Simplicité» i gastronomi ricevono una consulenza personale in materia di ottimizzazione e digitalizzazione, mentre il pacchetto «Urgence» crea capacità in casi di emergenza: Transgourmet Solutions propone soluzioni per l'organizzazione del personale o dei materiali a breve termine e consegna gli ordini in tempi brevissimi. Il pacchetto «Expert» permette agli operatori del settore gastronomico di avere accesso a servizi come i sistemi «Tiller» ed «e-Quilibre Gourmet» così come a servizi open innovation di aziende start up. Nei laboratori di cucina Cook2.0 di Transgourmet Österreich, gli operatori del settore gastronomico ricevono una consulenza professionale da parte di

cuochi e informazioni mirate nell'ambito di eventi chiamati «Cook's Tables». Il mercato regionale Cash & Carry «mein c+c» offre in Austria anche un servizio completo per il settore gastronomico che spazia dall'assistenza nella sistemazione delle merci al servizio eventi fino al servizio di refrigerazione.

Molteplici progetti online per Transgourmet

Dal 2017, Transgourmet Deutschland e Transgourmet Svizzera offrono un nuovo shop online, interfacce ancora più a misura di utente, strutture chiare e funzioni di ricerca perfezionate. Nello shop online di Transgourmet Svizzera, ora i clienti hanno la possibilità di accedere a una panoramica dei loro ordini, bollettini di consegna e fatture. Il rilancio del sito web di Transgourmet Österreich il 1° ottobre 2017 ha segnato l'inizio del processo di uniformazione internazionale di tutti i siti Internet di Transgourmet Central and Eastern Europe.

Impegno a favore dell'approvvigionamento sostenibile

Nel 2017, Transgourmet Deutschland ha implementato la direttiva «Approvvigionamento sostenibile» relativa all'utilizzo di materie prime critiche come pesce/prodotti ittici e olio di palma; la direttiva si orienta alle direttive sulla sostenibilità di Coop ed è stata adeguata alle condizioni quadro del commercio all'ingrosso tedesco. Nell'attuare la nuova direttiva, i collaboratori dei settori Category Management e Acquisti hanno ricevuto un'apposita formazione e i fornitori sono stati informati per iscritto. Transgourmet ha richiesto inoltre a questi ultimi di confermare per iscritto l'osservanza della direttiva. Le società affiliate ed estere di Transgourmet Central and Eastern Europe hanno avuto la possibilità di adottare la direttiva di Transgourmet Deutschland o di crearne una propria. Transgourmet Österreich ha lanciato la marca propria sostenibile Transgourmet Vonatur e, come Transgourmet Deutschland, si è occupata del tema dell'approvvigionamento sostenibile: con il passaggio all'olio di palma certificato, dal 2017 Transgourmet Österreich offre nuove marche proprie con grasso di palma certificato RSPO. Inoltre, il settore del pesce fresco ha ricevuto la certificazione MSC. Transgourmet Svizzera ha ampliato il proprio assortimento con un valore aggiunto sul piano della sostenibilità, soprattutto in relazione alla marca propria sostenibile Origine. Oltre a vari latticini e prodotti alimentari, nel 2017 ha introdotto per la prima volta nel suo assortimento la carne di suino Origine. Transgourmet France ha integrato nel proprio assortimento alcuni prodotti Transgourmet Origine, come la faraona, il tacchino, il Fleur de Sel, le lenticchie e il riso della Camargue.

Transgourmet punta sulla sostenibilità nella logistica

Al momento di acquistare nuovi camion, nel 2017 Transgourmet Deutschland ha puntato alla refrigerazione puramente elettrica, rispondendo così ai crescenti standard in materia di efficienza energetica e tutela del clima. Transgourmet France ha dato inizio al processo di conversione della sua flotta di camion alla refrigerazione puramente elettrica e da febbraio 2017 utilizza un camion alimentato a biogas nella regione Midi-Pirenei per evitare la produzione di rumore e di emissioni di CO₂. In futuro, Transgourmet France vorrebbe ricavare il proprio biogas dai rifiuti biologici tramite un processo di

31%

di energia risparmiata
con i nuovi caricatori
per carrelli elevatori di
Transgourmet Österreich

fermentazione anaerobica, al fine di alimentare i propri camion. A dicembre 2017 è stato messo in circolazione un camion da 16 tonnellate alimentato a biodiesel. Transgourmet Österreich ha sostituito tutti i 420 caricatori per i carrelli elevatori in tutte le sue sedi. Con questa misura è riuscita a ridurre il consumo energetico annuo del 31% passando così da 1430 a quasi 991 megawatt ore. L'azienda di commercio all'ingrosso austriaca ha puntato anche sul perfezionamento professionale degli autisti, che possono acquisire uno stile di guida efficiente partecipando ad appositi e-training. In aggiunta, dal 2017 Transgourmet Österreich è partner dell'iniziativa «klimatektiv».

L'impegno sociale di Transgourmet

Nel 2017, Transgourmet si è impegnata a favore della sostenibilità anche in ambito sociale, ad esempio con la Settimana della sostenibilità, un programma svoltosi in tutte le sedi di Transgourmet Deutschland dal 29 maggio al 5 giugno. Proponendo varie iniziative, Transgourmet ha promosso una gastronomia e una ristorazione di comunità più sostenibili con prodotti del commercio equo e solidale. Transgourmet France sostiene l'associazione «Tremplin», che aiuta gli studenti con disabilità a intraprendere una carriera accademica superiore.

Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet

La tabella seguente illustra le tappe principali delle singole società nazionali e delle aziende del gruppo Transgourmet durante l'esercizio in esame, oltre a un factsheet per ogni società nazionale. Per maggiori informazioni sul gruppo Transgourmet, consultare il sito www.transgourmet.com.



Transgourmet Central and Eastern Europe

▼ Factsheet

Germania



- Rilevata la maggioranza di Team Beverage AG
- Rilevata la maggioranza di Gastronomi, un produttore di software per sistemi di cassa per la gastronomia
- Rilancio dello shop online
- Primo camion elettrico in uso
- Passaggio al sistema di refrigerazione puramente elettrica nell'acquisto di nuovi camion
- Uniformazione delle pagine Facebook dei mercati Cash & Carry Selgros.
- Attivazione di un sistema di refrigerazione a CO₂ e di un impianto fotovoltaico nella nuova sede di Transgourmet ad Amburgo
- Settimana della sostenibilità per collaboratori e clienti con varie iniziative per attività più ecologiche nella gastronomia e nella ristorazione per comunità
- Implementazione di una direttiva per l'approvvigionamento sostenibile
- Insediamento nella nuova sede a Eichenau, regione metropolitana di Monaco di Baviera, con centro logistico; le filiali di Chieming e Schweitenkirchen vengono integrate nella nuova centrale di distribuzione
- Nuova sede per Transgourmet e Sump & Stammer ad Amburgo

Polonia



- Presente da 20 anni sul mercato polacco
- Inaugurazione del 18° mercato Selgros con installazione di un impianto sostenibile di refrigerazione e di recupero del calore (quarto mercato all'ingrosso a Varsavia)
- Realizzazione della Brasserie sul modello della sede Frischeparadies di Varsavia
- Assicurazione dei terreni per un'ulteriore espansione a Siedlce, Slupsk (Cash & Carry) e Gliwice (Foodservice)
- Avvio della collaborazione con Markant nella gestione dei pagamenti
- Ulteriore ampliamento delle attività nella gastronomia

Romania



- Conclusione del processo di modernizzazione di tutti i mercati Selgros
- Ampliamento dei servizi di rifornimento
- Inaugurazione del terzo mercato Selgros in formato compatto (Bistrita), dotato di un moderno sistema di refrigerazione a CO₂ e di un impianto di recupero del calore
- Introduzione delle etichette elettroniche nel mercato di Bistrita
- Prosecuzione del programma «La salute inizia nel piatto»
- Introduzione di un programma di fidelizzazione per clienti privati

Russia



- Inaugurazione di un mercato Cash & Carry a Tula
- Crescita di fatturato del 30% nei servizi di rifornimento
- Inizio dei lavori di costruzione dei mercati di Odintsovo e Selenograd
- Rilevamento del 100% di «Global Foods», una delle aziende leader in Russia specializzata in alberghi, ristoranti e catering
- Progetto «Formazione duale per la professione di macellaio» nella Federazione Russa in collaborazione con la Camera tedesca per il Commercio con l'estero
- Illuminazione a LED introdotta nel mercato di Altufjevo e in altri nuovi esercizi a Selenograd e Odintsovo
- Introduzione del modulo SAP SDM nel reparto Acquisti

Aziende specializzate

- EGV AG: buon fatturato nel primo anno intero di commercializzazione della carne fresca con l'azienda di lavorazione della carne Transgourmet di Hildesheim e integrazione di Der Milchbauer
- Andamento del fatturato nuovamente positivo per il Gruppo Frischeparadies e crescita nei servizi di rifornimento per il settore alberghiero e della ristorazione
- Risultati positivi nel commercio al dettaglio nei mercati Cash & Carry Frischeparadies
- Nuovo programma: apertura di una nuova sede di Frischeparadies con concessione per la vendita al dettaglio presso il mercato Selgros di Fürth
- Sump & Stammer si trasferisce nel 2018 in un nuovo edificio moderno ad Amburgo insieme a Transgourmet
- Crescita di fatturato del 25% nel settore delle crociere marittime per Sump & Stammer
- Sump & Stammer online con un nuovo sito web
- Transgourmet Seafood vince il «Seafood Star 2017» nelle categorie «Prodotti streetfood» e «Premio supplementare per il prodotto più innovativo» al quarto vertice dell'industria ittica
- Transgourmet acquisisce la maggioranza dell'azienda Team Beverage AG
- Transgourmet acquisisce la maggioranza dell'azienda Gastronovi
- In data 01.01.2018 Transgourmet Central and Eastern Europe rileva l'azienda Niggemann Food Frischemarkt GmbH di Bochum





Transgourmet France

▼ Factsheet

Francia



- Partnership esclusiva avviata con Vranken Pommery per la distribuzione di vini e champagne
- Lancio dei centri di distribuzione Transgourmet Premium a Parigi, Lione, Nantes e Bordeaux
- Inizio dei lavori di costruzione del nuovo impianto Transgourmet Aquitaine a giugno 2017
- Introduzione della soluzione digitale «e-Quilibre Gourmet» in supporto alla gestione dei generi alimentari
- Certificazione ISO 22000 per le sedi di Coulommiers e Aquitaine
- Lanciato insieme a una start-up il centro d'innovazione per la gastronomia e i modelli di business «La Frégate», che permette di accedere a nuovi settori di attività e programmi culinari per gastronomi
- Avviamento della campagna «e-move» e sottoscrizione della «Charte Mobilité» per promuovere la mobilità interna
- Introduzione del primo camion da 7,5 t alimentato a biogas e del primo camion da 16 t a biodiesel
- Utilizzo di rifiuti organici per produrre biogas da usare per alimentare i camion
- Introduzione di vari prodotti sostenibili Transgourmet Origine: faraona, tacchino, Fleur de Sel, lenticchie e riso della Camargue
- Fluidi refrigeranti utilizzati nelle unità di refrigerazione dei magazzini convertiti in gas sostenibili, come l'ammoniaca, nella nuova sede di Aquitaine

Aziende specializzate

- Offerta di Transgourmet Seafood messa a disposizione in tutta la Francia
- Azienda Eurocash ribattezzata in Transgourmet Cash & Carry
- Avvio di un'innovativa partnership tra Transgourmet Fruits & Légumes e l'azienda di produzione Jardins de Pays nella «coltivazione in pieno campo»





Transgourmet Österreich

▼ Factsheet

Austria



- Primo colpo di piccone il 07.07.2017 per la costruzione della nona sede di Transgourmet a Schwarzach, nel Vorarlberg
- Lancio della marca propria sostenibile Transgourmet Vonatur
- Transgourmet Österreich diventa licenziatario della marca Keli
- Prima campagna d'immagine sotto il nome di Transgourmet Österreich
- Transgourmet Österreich è presente per la prima volta nelle sale cinematografiche austriache con un proprio spot
- Certificazione MSC per il pesce fresco
- Sostituzione dei caricatori per i carrelli elevatori in tutte le sedi di Transgourmet Österreich; risparmio energetico del 31%
- Introduzione dei fogli paga elettronici dall'01.01.2017 per risparmiare carta e tutelare l'ambiente

Aziende specializzate

- Cook2.0 compie 10 anni
- Rifornimento di 246 aziende rinomate nel campo della ristorazione attraverso Cook2.0
- Transgourmet Österreich diventa licenziatario di Keli
- Java introduce Cafemobile
- Ristrutturazione della sede «mein c+c» Hochsteiermark
- Integrazione dei punti di vendita Schlacher di Feldbach e Oberwart in «mein c+c»
- Inaugurazione del deposito Trinkwerk a Spielberg



Transgourmet Svizzera

▼ Factsheet

Svizzera



- Conquista di nuove quote di mercato sia nel settore del Cash & Carry che del rifornimento all'ingrosso
- Primo colpo di piccone per la costruzione di un nuovo edificio con magazzino regionale a Kriens
- Ampliamento dell'assortimento nei settori Care, panetteria e sostenibilità (marca propria Origine)
- Ampliamento dell'assortimento delle marche proprie
- Rilevamento dei collaboratori, della clientela e delle scorte di merci di Ipergros all'01.01.2017
- Rilevamento dei collaboratori, della clientela e delle scorte di merci di Polar Comestibles AG al 02.01.2018
- Rilevamento della Zanini SA e della Vinattieri Ticinesi SA al 05.01.2018, trasferite nella neonata Zanini Vinattieri SA

Aziende specializzate

- Rilevamento di Weinkeller Riegger AG con un assortimento di quasi 1000 vini
- La Zanini Vinattieri SA rileva le attività commerciali della Zanini, rinomata azienda di importazione di vini italiani, e della Vinattieri, azienda produttrice di vini ticinesi di qualità
- Ampliamento dell'assortimento di prodotti freschi di Valentin Pontresina



Produzione

Fanno parte del settore Commercio all'ingrosso/Produzione anche le numerose aziende di produzione del Gruppo Coop, prima tra tutte il Bell Food Group, di cui Coop è azionista di maggioranza. Il Bell Food Group rappresenta per Coop un importante pilastro internazionale.

41,2%
di fatturato in più nella
produzione di assortimenti
sostenibili

Nel 2017 il ricavo netto delle aziende di produzione del Gruppo Coop è salito a 759 milioni, quello del Bell Food Group a 3,5 miliardi di franchi. Nel 2017, il fatturato complessivo della produzione degli assortimenti sostenibili si è attestato a quota 1,1 miliardi di franchi, il che ha consentito al settore Produzione di Coop di incrementare del 41,2% il proprio fatturato sostenibile rispetto all'anno precedente.

Bell Food Group

Bell, una delle aziende leader in Europa nella lavorazione della carne e dei prodotti convenienza, nel primo semestre 2017 ha dovuto fare i conti con un forte rincaro dei prezzi delle materie prime di origine animale in tutta Europa e di origine vegetale in Spagna. L'andamento dei prezzi ha esercitato una pressione sui margini, in quanto solo in minima parte è stato possibile trasferire gli aumenti dei prezzi ai clienti. Nel secondo semestre la situazione si è distesa. Questo sviluppo si ripercuoterà tuttavia in parte sui margini solo in un secondo momento, soprattutto nel settore della carne e degli affettati. Ciononostante, il Bell Food Group è riuscito anche nel 2017 a registrare ricavi netti di oltre 3,5 miliardi di franchi.

All'Assemblea generale dell'11 aprile 2017 è stato deciso il cambio della ragione sociale da Bell SA a Bell Food Group SA. In questo modo, l'azienda tiene conto della strategia adottata negli scorsi anni che le ha permesso di trasformarsi da azienda svizzera specializzata nella lavorazione della carne a uno dei principali operatori in Europa per la lavorazione della carne e dei prodotti convenienza. Ora il settore dei prodotti convenienza genera quasi un quinto del fatturato del Bell Food Group. Contestualmente al cambio della ragione sociale sono stati sviluppati un nuovo logo e un nuovo corporate design per il Bell Food Group. Il Bell Food Group è ora suddiviso nei settori aziendali Bell, Hilcona e Eisberg.

Rilevamento completo di Hilcona e acquisizione di Hügli

Il 1° gennaio 2017, il Bell Food Group ha rilevato da Toni Hilti Familientreuhänderschaft il restante 49% del pacchetto azionario di Hilcona, che in questo modo è stata acquisita completamente dal Bell Food Group. Con effetto retroattivo al 1° gennaio, Hilcona ha rilevato completamente l'azienda Frostag specializzata nella produzione di paste alimentari e prodotti vegetariani. Hilcona collabora intensamente con Frostag già da anni e deteneva già una quota dell'azienda pari al dieci per cento. Il 15 gennaio 2018 il Bell Food Group ha inoltre rilevato la quota di maggioranza della Hügli Holding AG e annunciato un'offerta d'acquisto per le restanti azioni detenute dal pubblico.

Strategia di sostenibilità per tutto il gruppo

In seguito al cambiamento della struttura aziendale, nell'aprile 2017 la strategia di sostenibilità risalente al 2013 è stata rielaborata e approvata dal Consiglio d'amministrazione e viene applicata per la prima volta in tutte le aziende del Bell Food Group. Inoltre, sono stati definiti nuovi obiettivi vincolanti con misure concrete per il loro raggiungimento. La strategia di sostenibilità si basa sui tre pilastri «Prodotti e approvvigionamento», «Ambiente e risorse» nonché «Collaboratori e società», rispecchiando così la strategia aziendale del Bell Food Group. Oltre agli obiettivi strategici come la riduzione di CO₂ e l'eliminazione dei rifiuti, la strategia prevede anche una «lista di cose da non fare» con prodotti e forme di prodotti evitati dall'azienda. Anche nel 2017 l'azienda Bell Food Group si è impegnata a favore della sostenibilità e si è orientata alle procedure seguite da Coop per rispondere alle crescenti aspettative dei consumatori svizzeri in tema di benessere degli animali. In stretta collaborazione con i fornitori esteri e la Protezione svizzera degli animali PSA, Bell ha avviato diversi progetti affinché gli animali da reddito allevati presso le aziende fornitrici estere vivessero in condizioni simili a quelle garantite in Svizzera. Per quanto riguarda il pollame (polli e tacchini), Bell ha avviato un allevamento sul modello del programma federale

svizzero SSRA (sistemi di stabulazione particolarmente rispettosi degli animali), che prevede più spazio, luce naturale e posatoi sopraelevati nelle stalle così come la possibilità di uscire all'aria aperta in un giardino d'inverno. Dopo il passaggio a questo programma per la carne di tacchino fresca importata per conto di Coop, da maggio 2017 anche la carne di pollo fresca importata proviene da aziende conformi allo standard SSRA (ad eccezione di Prix Garantie e delle azioni). Nel medio termine, anche le azioni saranno adeguate ai requisiti del programma SSRA e contrassegnate di conseguenza. In Svizzera, l'indicazione del metodo di allevamento dei prodotti a base di pollame fresco è regolamentata dall'ordinanza sulla caratterizzazione del pollame. Dopo che all'inizio del 2016 è stata certificata la produzione di carne di tacchino e pollo estera proveniente da allevamenti conformi agli standard SSRA, nella primavera 2017 sono stati certificati ai sensi dell'ordinanza svizzera sulla caratterizzazione del pollame i primi prodotti a base di pollame importati. Il Bell Food Group assume così un ruolo pionieristico in questo campo.

Tappe principali del Bell Food Group

La tabella seguente illustra le tappe principali dei singoli settori aziendali del Bell Food Group SA nell'anno in esame. Per maggiori informazioni sul Bell Food Group consultare il factsheet in basso o la pagina www.bellfoodgroup.com.

 Bell Food Group SA	
	 Factsheet
Settore aziendale Bell 	<ul style="list-style-type: none">• Posa della prima pietra per una nuova azienda di produzione del Jamón Serrano a Fuensalida, vicino a Madrid, nell'aprile 2017; volume d'investimento pari a 40 milioni di euro• Inizio dei lavori di costruzione di una nuova azienda di produzione a Marchtrenk (Alta Austria); produzione di lattughe da taglio, frutta e verdure pronte per essere cucinate, sandwich e prodotti convenienza con un volume d'investimento di 30 milioni di euro• Rilevamento degli stabilimenti produttivi di un'azienda specializzata nella produzione del Jamón ibérico e di salumi spagnoli nell'aprile 2017 nell'Estremadura, la roccaforte spagnola del prosciutto iberico• Vendita della filiale in Cechia al precedente direttore in data 31.03.2017 tramite management buyout; il retail in Cechia non rappresenta un settore di attività strategico per il Bell Food Group• Sviluppo positivo dello specialista di pollame Hubers e conquista di nuove quote di mercato; crescita sia nel retail che Foodservice; sviluppo positivo nella vendita di polli e tacchini bio• Nel 2017, Bell ha continuato a incrementare il proprio volume in Polonia; andamento positivo sia nel retail che nel mercato gastronomico• Progetto di costruzione e ristrutturazione nelle due principali sedi svizzere a Basilea e Oensingen in corso; inizio dei lavori di costruzione di un autosilo a Basilea; avanzamento dei lavori di progettazione a Oensingen
Settore aziendale Hilcona 	<ul style="list-style-type: none">• Rilevamento dell'azienda Frostag Food-Centrum AG, specializzata nella produzione di paste alimentari e prodotti vegetariani a Landquart, in data 01.01.2017• Andamento sempre positivo della domanda di prodotti convenienza in tutti i mercati di vendita; trend a favore degli assortimenti di prodotti convenienza ultrafreschi• Collaborazione proficua con Transgourmet nel settore Food Service
Settore aziendale Eisberg 	<ul style="list-style-type: none">• Ottimo anno di esercizio 2017 in Svizzera, Romania e Ungheria• Forte rincaro dei prezzi e disponibilità limitata di materie prime a causa delle cattive condizioni meteorologiche in Spagna all'inizio dell'anno; situazione distesa da aprile• Apertura di un cantiere per la costruzione di un nuovo edificio per prodotti convenienza regionali e freschi nelle vicinanze di Linz, in Austria, il 15.09.2017

Aziende di produzione Coop

Moderne aziende di produzione – inaugurazione della sede di Pratteln

Nel 2017 è stato raggiunto un traguardo importante per le aziende di produzione Coop. Il 26 ottobre sono stati inaugurati ufficialmente i nuovi impianti produttivi di Chocolats Halba, Sunray e Cave presso il nuovo centro di produzione Coop a Pratteln Salina Raurica. La messa in servizio dei nuovi impianti produttivi a Pratteln si è svolta in modo più rapido ed efficiente del previsto. La produzione di prodotti al cioccolato, l'imbottigliamento dei vini della cantina Cave, la produzione di miscele di spezie, frutta secca e noci così come la tostatura delle arachidi e l'imbottigliamento di oli alimentari ora si svolgono in una delle aziende di produzione più moderne della Svizzera. Nei nuovi impianti di Chocolats Halba è stato possibile produrre i primi prodotti al cioccolato per l'esportazione e per le attività stagionali svizzere con un anticipo di circa sei mesi. I nuovi processi ora sono ancora più snelli ed efficienti. Quest'anno, Chocolats Halba ha registrato una crescita delle esportazioni del 50%. Oltre ai clienti già esistenti ne sono stati acquisiti di nuovi, soprattutto in Germania, negli Stati Uniti, ma anche in Cina e Giappone. Anche le miscele in polvere, come ad esempio le miscele per torte e la polvere per creme, vengono prodotte presso la sede di Pratteln. Con il Centro qualità Coop, uno dei laboratori di assicurazione qualità privati più moderni della Svizzera messo in funzione nell'aprile 2017, la sede di Pratteln riunisce sotto un unico tetto un centro logistico, aziende di produzione e l'assicurazione qualità, offrendo così un importante contributo alla verticalizzazione. Dall'accorpamento delle tre aziende di produzione in un'unica sede scaturiscono sinergie a livello di approvvigionamento, produzione, tecnica e logistica che permettono una concentrazione dei processi, raggiungendo così un livello di efficienza ancora maggiore e prezzi ancora più vantaggiosi per i consumatori.

Produzione centralizzata di pasta surgelata per prodotti da forno a Schafisheim

Finora la pasta surgelata per prodotti da forno sfornati nei supermercati Coop e negli shop Coop Pronto veniva prodotta e surgelata da aziende esterne e poi portata nelle tre centrali di distribuzione surgelati di Coop per la distribuzione ai punti di vendita. Nel 2017, la produzione centralizzata presso la panetteria industriale e il centro logistico di Schafisheim è stata portata a pieno regime. Da qui partiranno in futuro oltre 70 tipi di prodotti da forno precotti e surgelati. Grazie alla centralizzazione della produzione si possono ridurre i trasporti via camion tra i vari stabilimenti produttivi e le centrali di distribuzione, il che contribuisce a un calo delle relative emissioni di CO₂. Con l'integrazione della produzione di tutta la pasta surgelata per prodotti da forno si conclude l'implementazione della Strategia Panetterie 2015+.

Prodotti dal forno a legna

Con l'installazione e la messa in funzione del più grande forno a legna d'Europa presso la sede di Schafisheim, inizia un nuovo capitolo nella produzione industriale dei pani speciali tradizionali. I prodotti da forno rustici di Coop provengono direttamente dal forno a legna a partire dal 2017. Nel forno a legna vengono preparate dapprima le tre specialità Coop pane pugliese cotto a legna, pane campagnolo scuro cotto a legna e pane bianco cotto a legna. L'assortimento sarà continuamente ampliato. Il piano di cottura del forno, fatto in pietra, viene riscaldato con pellet ricavati dal legno proveniente dalle foreste svizzere. Con il forno a legna, Coop ha la possibilità di produrre pani dagli aromi e dai sapori ancora più intensi e con una crosta eccezionale.

Il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile promuove la coltivazione di riso sostenibile

La collaborazione tra Reismühle Brunnen ed Helvetas continua a essere promossa dal Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile. Grazie a questo progetto, tutto il riso Coop proveniente dall'Asia è stato convertito ai label bio e Fairtrade, e le condizioni di vita delle famiglie dei piccoli coltivatori in India e Thailandia sono state migliorate in maniera duratura. Assicurarsi l'approvvigionamento di riso bio e Fairtrade ha un'importanza strategica per Coop e Reismühle Brunnen. Per questo motivo, il progetto passerà alla terza fase dal 2018 al 2021. L'obiettivo è acquistare 6000 tonnellate di riso da produzione sostenibile da 5200 coltivatori. Il progetto prevede anche il raggiungimento di altri obiettivi, come diversificare la coltivazione, aumentare la commercializzazione dei prodotti ottenuti dalla successione delle colture come quella dei legumi, produrre sementi proprie, migliorare la produttività idrica e aumentare l'efficienza nella coltivazione.

Tappe principali delle aziende di produzione Coop

La tabella seguente illustra le tappe principali dell'anno in esame e un factsheet riguardante le singole aziende di produzione Coop. Per maggiori informazioni, consultare la pagina www.coop.ch/produzione.



Farina, miscele di farina, semola di grano duro, polenta, fiocchi d'avena, prodotti da estrusione

- Crescita nei segmenti cruciali e ampliamento delle quote di mercato
- Ottimizzazione della logistica di approvvigionamento con il nuovo silo per cereali di Zurigo
- Ottimo risanamento del silo 1962 e conclusione dei lavori di ampliamento della struttura intermedia silo 1924 e silo per cereali
- Crescita a due cifre per il label di fiducia Panflor per panetterie artigianali
- Attuazione di altri investimenti per innovazioni e ottimizzazioni dei processi nel segmento avena e farro
- Rinnovo del sistema di compressori con effetto positivo sugli obiettivi di Coop in materia di CO₂

▼ Factsheet



Tavolette di cioccolato, articoli di confetteria, assortimenti per le feste, cioccolato industriale

- Messa in servizio di un nuovo impianto a Pratteln sei mesi prima del previsto
- Ottimo avvio dell'unione di Chocolats Halba e Sunray sul piano organizzativo
- Crescita di fatturato del 50% nelle esportazioni di Chocolats Halba



Frutta secca, noci, semi, funghi e verdure secchi, legumi, spezie ed erbe aromatiche, zucchero, oli alimentari, miscele per torte, dessert, ingredienti per prodotti da forno

- Conquista di nuove quote di mercato in Svizzera nel settore dei prodotti sostenibili; l'azienda diventa così leader nel settore bio/Fairtrade
- Potenziamento dell'approvvigionamento diretto nei paesi di origine
- Incremento della qualità, dell'approvvigionamento e del valore aggiunto
- Aumento della produttività e del reddito dei coltivatori nei paesi di origine grazie a innovativi progetti di coltivazione e agroforestazione

▼ Factsheet



Cosmetici, detersivi e detergenti, prodotti per l'igiene

- Ampliamento degli assortimenti Naturaline da Coop con le linee per neonati, bambini e uomini
- Lanciata con successo Naturaline Swiss Cosmetic nel Regno Unito, in Taiwan e in Polonia
- Andamento del fatturato molto positivo delle categorie principali di Coop grazie alla crescita di Naturaline e dei liquidi lavavetri invernali per automobili
- Due clienti acquisiti con prodotti cosmetici trattanti di alta qualità / prima produzione avviata
- Forte crescita di fatturato nel settore Professional Care e incremento della quota di fatturato dei prodotti sostenibili
- Acquisizione di nuove quote di mercato nel settore Professional Care
- Sviluppo e introduzione di oltre 100 nuovi prodotti per Coop e clienti terzi
- Investimenti nell'imbottigliamento automatizzato
- Diversi clienti di prova all'estero per ampliare la clientela per i prodotti cosmetici naturali

▼ Factsheet

Panetterie Coop	Pane fresco (pane, panini, trecce), pane surgelato, dolci e biscotti, torte e pasticcini nonché pasta destinata alla vendita	<ul style="list-style-type: none">• Installazione e messa in funzione del più grande forno a legna d'Europa• Insourcing riuscito per la produzione di 70 diversi prodotti da forno precotti e surgelati• Chiusura delle panetterie di Wallisellen e Basilea; integrazione totale della produzione nella nuova panetteria di Schafisheim• Inizio della produzione e della consegna di impasti freschi dalla panetteria di Schafisheim ai punti di vendita
 Factsheet		
	Riso bio e Fairtrade, specialità a base di riso e miscele di riso	<ul style="list-style-type: none">• Il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile estende al 2021 la promozione dei progetti dedicati al riso in India e Thailandia• Nuova crescita delle esportazioni di prodotti bio e Fairtrade rispetto all'anno precedente• Riso Koshihikari del Giappone per sushi e riso Sadri dell'Iran inseriti nell'assortimento Premium• Ricevuti i primi legumi dai progetti Fairtrade• Acquisito nuovo grande cliente nei Paesi Bassi• Prima riseria in Svizzera che offre prodotti in confezioni realizzate con un cartone riciclato specifico per i generi alimentari / Risparmio annuo di circa 178 tonnellate di cartone a base di fibre vergini
 Factsheet		
	Aceto e specialità a base di aceto	<ul style="list-style-type: none">• Crescita di fatturato del 7%• Azienda leader svizzera nella produzione di aceto con una quota di mercato di oltre il 60%• Nuovo prodotto creato nel segmento bio che consentirà di raddoppiare la percentuale di aceto sostenibile nel 2018• I residui di produzione possono essere venduti e riutilizzati / Riduzione dei rifiuti fino a 50 tonnellate• Nuova specialità nel settore dell'aceto balsamico / Sviluppato il primo aceto di riso bio e Fairtrade• 75 anni di produzione di aceto a Busswil
 Factsheet		
	Acqua minerale e bibite gassate	<ul style="list-style-type: none">• Avviata la produzione della nuova marca di acqua minerale «Aquina»• Consegna di acqua minerale e bibite a Transgourmet• Assortimento della marca «Swiss Alpina» ampliato con l'aggiunta della bottiglia per lo sport da 0,75 litri
 Factsheet		
Cave	Vini bianchi, rosé, rossi, dolci, spumanti	<ul style="list-style-type: none">• Messa in servizio della più grande cantina svizzera presso la nuova sede di Pratteln Salina Raurica• Imbottigliamento delle bottiglie in PET nel formato da 187 ml per il consumo in aereo• Introduzione del nuovo tappo a vite per esempio per le bottiglie dei vini vodesi (375 ml) o le bottiglie di Bordeaux (100 cl)• Vinificazione dell'annata 2017 con la modernissima fermentazione controllata nella nuova cantina
 Factsheet		

Collaboratori

Un datore di lavoro interessante	50
Campagna di comunicazione per l'assunzione di personale specializzato	50
Nuovo contratto collettivo di lavoro con molti miglioramenti e aumenti salariali	50
La cassa pensioni CPV/CAP poggia su solide basi	51
Sondaggio Veritas fra i collaboratori	51
Corsi Coop per una conduzione del personale orientata alla salute	51
Sconti generosi per collaboratori, pensionati e loro familiari	52
Salute dei collaboratori e servizio di baby parking da Transgourmet	52
Formazione e sviluppo delle risorse umane	52
Coop Campus: Formazione pratica ed efficace	52
Il workshop sul futuro con gli apprendisti ha ispirato nuove iniziative	52
Con l'e-learning, ogni luogo diventa un centro di formazione	52
Prima giornata degli studenti da Coop	53
Gli apprendisti mostrano il futuro di Coop su Snapchat	53
Transgourmet Österreich investe in misure di formazione e perfezionamento	53
Change-Management	53
Il Job Center sostiene chi cambia posto di lavoro	53

Collaboratori

Il sondaggio Veritas fra i collaboratori conferma l'elevata soddisfazione e l'identificazione dei collaboratori con Coop. Un nuovo contratto collettivo di lavoro porta vari miglioramenti per i collaboratori. La moderna immagine comunicativa mostra Coop come un datore di lavoro poliedrico, interessante e sostenibile.

Nel 2017, il Gruppo Coop contava complessivamente 86.318 collaboratori nei settori aziendali Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione, di cui 3484 apprendisti. Il 64,1% dei posti di lavoro si trova in Svizzera, il resto all'estero.

86.318

collaboratori
nel Gruppo Coop

A causa degli attuali sviluppi sul mercato del lavoro, la gestione sostenibile del personale è una sfida. I punti fondamentali sono la carenza di personale specializzato, la sempre maggiore concorrenza per attrarre collaboratori qualificati e il rapidissimo progresso tecnologico. Anche i cambiamenti demografici, in particolare in relazione alle fasce caratterizzate da un ridotto tasso di natalità e al pensionamento della generazione del «baby boom», richiedono un'elevata capacità di adattamento da parte delle imprese. L'occupazione femminile ha acquisito un'importanza notevole e il mondo del lavoro è sempre più

multiculturale e richiede sempre più flessibilità. In questo contesto, il Gruppo Coop si presenta come un datore di lavoro poliedrico, interessante e sostenibile. Questo è particolarmente importante per attrarre e anche mantenere i candidati più qualificati.

Nella gestione del personale, il Gruppo Coop si concentra sui seguenti aspetti strategici: un profilo interessante come datore di lavoro, imprenditorialità e leadership nonché change management. Oltre al reclutamento di nuova forza lavoro, uno degli obiettivi principali di Coop nella gestione del personale è individuare collaboratori qualificati e interessati alle nuove tecnologie e alla digitalizzazione.

Un datore di lavoro interessante

Campagna di comunicazione per l'assunzione di personale specializzato

Per comunicare meglio agli specialisti qualificati le molteplici opportunità e le buone condizioni di impiego presso Coop, nel febbraio 2017 l'azienda ha lanciato la campagna di Employer Branding «Un mondo pieno di opportunità». Nell'ambito di questa campagna è stata ridisegnata la piattaforma dedicata alla carriera sul sito Internet di Coop ed è stata sviluppata una nuova immagine per le fiere, per presentare Coop in diverse fiere del lavoro. Nella campagna video «Dietro le quinte» su Facebook, Coop ha presentato diversi profili professionali della famiglia aziendale di Coop: in un'intervista, amici e parenti raccontano come si immaginano la vita quotidiana della collaboratrice o del collaboratore, e alla fine si vede come si svolge davvero la sua giornata. Coop è stata attiva anche su Snapchat. Sul canale «coop.zukunft» gli apprendisti hanno documentato le proprie esperienze di formazione.

Nuovo contratto collettivo di lavoro con molti miglioramenti e aumenti salariali

Le contrattazioni per il contratto collettivo di lavoro (CCL) si sono concluse con successo nel 2017. Il nuovo CCL, che resterà in vigore per i prossimi quattro anni, contiene numerosi miglioramenti per i collaboratori. Il congedo di paternità retribuito è stato prolungato di due settimane. In questo modo, i collaboratori da poco diventati papà hanno ora diritto a tre settimane di congedo retribuito e due

di congedo non retribuito. Il nuovo CCL amplia inoltre il programma Coop Child Care, grazie al quale i collaboratori beneficiano di un importante sostegno finanziario da parte di Coop se, mentre lavorano da Coop, affidano il proprio figlio alle cure di una baby-sitter o di un asilo nido. Il salario massimo che dà titolo al sostegno finanziario è stato fortemente aumentato e ancorato nel CCL. Anche il congedo di maternità è stato ampliato: le collaboratrici hanno ora diritto a 16 settimane di congedo di maternità già a partire dal terzo anno di assunzione. Coop offre inoltre alle madri una compensazione salariale del 100% superando nettamente, con entrambe queste misure, i requisiti di legge. I tre adeguamenti nel CCL ampliano ulteriormente le condizioni di lavoro a misura di famiglia offerte da Coop. Nel nuovo CCL è ancorato anche il Servizio sociale Coop. In tutte le regioni della Svizzera, in caso di problemi privati o di tipo professionale, i collaboratori Coop possono ricorrere a una consulenza gratuita e confidenziale da parte di assistenti sociali professionisti. Questo diritto è ora stabilito in modo vincolante nel nuovo CCL.

A fine ottobre, con il nuovo CCL è stata comunicata anche la trattativa salariale per l'anno 2018, che si è conclusa anch'essa in accordo con le parti sociali. Il 1° gennaio 2018, Coop aumenta dell'1% la massa salariale e garantisce che almeno due terzi dei collaboratori ottengano un aumento salariale. Sia le trattative salariali sia quelle per il CCL si sono svolte in un'atmosfera di cooperazione. Il buon dialogo fra Coop e le parti sociali ha contribuito sostanzialmente ai risultati molto positivi per entrambi.

La cassa pensioni CPV/CAP poggia su solide basi

Al 31 dicembre 2017 il grado di copertura della CPV/CAP Cassa pensione Coop era del 114%, con un miglioramento di un punto percentuale, raggiungendo così un valore lievemente superiore all'esercizio precedente (113%). Questo risultato molto soddisfacente è dovuto soprattutto al buon rendimento da investimenti.

Nel 2017 la CPV/CAP, nonostante il contesto ancora difficile, ha realizzato un rendimento del 7,8%. Il risultato supera sia il benchmark strategico che quello tattico. Sull'aver di vecchiaia degli assicurati attivi, per l'anno 2017 è stato applicato un tasso di interesse del 2,5%: l'1,5% in più rispetto al saggio minimo d'interesse stabilito dalla LPP. Il tasso d'interesse provvisorio previsto per il 2018 è pari al 2,0%. Nel 2017 le rendite sono rimaste invariate e lo stesso vale per l'anno 2018.

Il numero degli assicurati attivi è salito da 36.796 nell'anno precedente a 37.063 nel 2017. Alla fine del 2017 il numero dei pensionati era aumentato di 336 unità, per un totale di 19.780 persone. Nell'anno in esame, il consiglio di fondazione ha rivisto la strategia d'investimento. Grazie ai risultati in anni relativamente buoni, ha deciso di attuare solo una correzione marginale: le quote delle azioni e degli immobili all'estero saranno entrambe aumentate di due punti percentuali a scapito delle obbligazioni in valuta estera.

Sondaggio Veritas fra i collaboratori

Per la quinta volta, Coop ha condotto fra i suoi collaboratori un sondaggio dal titolo Veritas. Per garantire l'anonimato dei partecipanti, per Veritas 2017 Coop ha lavorato in stretta collaborazione con una società di ricerche di mercato esterna, che ha valutato le risposte dei collaboratori. Al sondaggio hanno partecipato complessivamente 21.745 collaboratori. Rispetto all'ultimo sondaggio, la percentuale di risposte è aumentata del 6,5%. La soddisfazione dei collaboratori, misurata con un punteggio da 0 a 100, è risultata complessivamente positiva, con 71 punti. Il valore è rimasto invariato rispetto al 2013. Il punteggio più alto (87 punti) è stato attribuito dai partecipanti alla disponibilità a dare il massimo, ossia alla motivazione sul posto di lavoro. I collaboratori hanno dimostrato una particolare fedeltà al datore di lavoro, valutata con 79 punti. Anche l'identificazione con Coop è stata valutata altrettanto positivamente, con 80 punti, così come sono risultati positivi i temi sviluppo delle risorse umane (78 punti) e contenuti lavorativi (77 punti). Coop comunica i risultati su tutti i livelli e definisce provvedimenti per tutti i punti che richiedono un intervento.

Corsi Coop per una conduzione del personale orientata alla salute

Nel 2017, Coop ha lanciato un progetto pilota nella Regione di vendita Ostschweiz-Ticino: sulla base dei corsi interni di Coop sul tema «Conduzione orientata alla promozione della salute» alcuni trainer tengono workshop con i gerenti di un settore di vendita. Partendo da casi esemplificativi, preparati e raccolti dai partecipanti nella gestione quotidiana del lavoro, sono state elaborate idee per possibili soluzioni e discusse questioni specifiche. I partecipanti hanno inoltre sviluppato, in base agli esempi, metodi per la conduzione di colloqui e discusso il tema delle possibilità di riconoscimento precoce.

Sconti generosi per collaboratori, pensionati e loro familiari

Coop garantisce ai collaboratori numerose agevolazioni nei settori Retail e Trading e nelle sue affiliate. Per ogni acquisto nei supermercati Coop, i collaboratori e i loro partner conviventi ricevono superpunti quintuplicati sui generi alimentari e il 10% di ribasso per il personale sull'assortimento Non Food. Sugli acquisti in quasi tutti i formati Trading sono inoltre concessi sconti fra il 5 e il 20%. Nell'anno in esame, con la Update Fitness AG, Coop ha aggiunto un'altra affiliata che offre a tutti i collaboratori del Gruppo Coop uno sconto del 10% sull'abbonamento annuale. I collaboratori di Coop beneficiano poi di offerte agevolate presso le aziende partner e possono acquistare Reka-Check con uno sconto del 20%.

Salute dei collaboratori e servizio di baby parking da Transgourmet

Per Transgourmet France, il 2017 è stato un anno all'insegna della salute dei collaboratori. Fra maggio e agosto, 329 collaboratori in 20 sedi della società francese hanno partecipato con successo alla cosiddetta «Global Challenge». L'obiettivo della campagna internazionale per la salute era fare almeno 10.000 passi al giorno. I 47 team sono riusciti a percorrere in tutto 236.010 km o 368.765.108 passi, corrispondenti a una media giornaliera di 13.198 passi. In agosto 2017, a Traun, Transgourmet Österreich ha organizzato per la prima volta sotto il nuovo nome un servizio di baby parking ai collaboratori. I bambini di età compresa fra 3 e 10 anni sono stati affidati a pedagogisti, con orari adattati in base ai desideri dei genitori. Oltre alle diverse attività in loco e a numerose gite, i bambini hanno ricevuto tutti i giorni un pasto creato su misura per le loro esigenze dal ristorante aziendale «chilly». Il progetto, svoltosi in collaborazione con l'OÖ Familienbund, nel 2018 sarà proposto all'occorrenza in altre sedi di Transgourmet Österreich.

Formazione e sviluppo delle risorse umane

Coop Campus: Formazione pratica ed efficace

Con il Coop Campus, Coop gestisce il principale centro di formazione del commercio al dettaglio svizzero. I collaboratori hanno a disposizione oltre 350 corsi interni e numerose offerte esterne in 17 sedi.

45 milioni di CHF

**di investimento
annuale in formazione
e perfezionamento**

Per poter offrire programmi di formazione personalizzati per ogni livello dirigenziale e su tutti gli argomenti specifici, Coop investe annualmente circa 45 milioni di franchi nel Coop Campus. Numerosi corsi si svolgono direttamente in loco, ossia per esempio nel punto di vendita o presso il fornitore. Dando ai corsi una struttura chiara, suddivisa in quattro livelli (Profi, Expert, Master e Leader), Coop aumenta la motivazione dei collaboratori. Per garantire che quanto appreso venga messo in pratica nel lavoro di tutti i giorni, Coop svolge a distanza di alcune settimane dal corso una verifica delle competenze, sia per i corsi di formazione specializzata sia, dal 2017, anche per i corsi di formazione dirigenziale.

Il workshop sul futuro con gli apprendisti ha ispirato nuove iniziative

Nel giugno 2017, a Basilea, gli apprendisti di Coop e Transgourmet si sono incontrati in un workshop per sviluppare insieme nuove idee per il futuro del commercio al dettaglio sostenibile. Il workshop aveva l'obiettivo di creare in modo mirato progetti concreti per il futuro: oltre a scrivere insieme una canzone sulla sostenibilità, i giovani hanno sviluppato un formato di negozio sostenibile, «Coop to chill», e hanno proposto scatole riutilizzabili per i negozi Karma e una linea di moda sostenibile per i giovani.

Con l'e-learning, ogni luogo diventa un centro di formazione

L'apprendimento da Coop avviene sempre più spesso in modo multimediale. Oltre alla formazione quotidiana sul posto di lavoro, le molteplici offerte del programma dei corsi del Coop Campus sono integrate step by step da metodi di apprendimento moderni. Nel solo 2017 si sono svolti oltre 55.000 corsi di training online sui temi più diversi. Che si tratti di aspetti più complessi come i corsi di perfezionamento sull'igiene o sulla registrazione delle fatture o corsi pratici sulla tutela dei giovani, l'e-learning permette di trasmettere i contenuti rapidamente, in modo uniforme, indipendentemente dalla sede e in modo interessante e ponderato dal punto di vista metodologico.

Prima giornata degli studenti da Coop

Anche gli studenti universitari svolgono un ruolo importante per il Gruppo Coop. Per dare loro un'idea dell'universo Coop, nel 2017 è stata organizzata una giornata di formazione apposita per gli studenti. Alla prima edizione della giornata degli studenti, il 6 maggio 2017, svoltasi al Centro di formazione Coop di Jongny, hanno preso parte 100 persone che, durante vari workshop, si sono confrontati con i temi e i valori più cari a Coop e hanno così assunto le prime informazioni su come iniziare a lavorare per Coop. Nella Svizzera romanda, nel 2017 si sono svolte addirittura tre giornate degli studenti, e l'idea è stata adottata anche da altre Regioni di vendita del Gruppo Coop.

Gli apprendisti mostrano il futuro di Coop su Snapchat

Dal febbraio 2017, Coop gestisce il proprio canale Snapchat per gli apprendisti con il nome «coop.zukunft». Questo social, utilizzato regolarmente da circa il 52% dei giovani tra i 13 e i 25 anni in Svizzera, consente infatti a Coop di comunicare alla pari con i giovani. Per periodi di due settimane, ogni apprendista riceve l'accesso all'account, in modo da poter raccontare senza filtri il suo lavoro quotidiano in azienda o a scuola. In tal modo, questo importante gruppo target riceve uno spaccato dei diversi profili professionali e settori. Un messaggio Snapchat raggiunge in media 2000 persone interessate («amici»), che in questo modo scoprono la quotidianità da Coop.

Transgourmet Österreich investe in misure di formazione e perfezionamento

Dal 2017, gli apprendisti di Transgourmet Österreich hanno la possibilità di sfruttare un coach per apprendisti. Nell'ambito dell'iniziativa «Lehre statt Leere» del Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI, Istituto per la promozione economica) i giovani ricevono sostegno in situazioni difficili. I coaching sono individuali, anonimi, confidenziali, personali e gratuiti. Transgourmet Österreich offre sei diversi tipi d'apprendistato, durante i quali, a seconda della formazione, applica anche la rotazione degli incarichi per fornire ai suoi apprendisti uno spaccato dei vari settori aziendali di Transgourmet Österreich. Per la formazione degli apprendisti, Transgourmet Österreich punta su seminari di studio espressamente concepiti per gli apprendisti dal titolo «Fit für Transgourmet – fit für's Leben. Gemeinsam an die Spitze» (In forma per Transgourmet – in forma per la vita. Insieme verso la vetta). Per migliorare ulteriormente la qualità della formazione, la società austriaca di Transgourmet promuove la formazione di formatori certificati. Nei corsi di aggiornamento dei collaboratori, Transgourmet Österreich punta sui cosiddetti «etraining», il cui numero nel 2017 è aumentato di tre corsi. Transgourmet Österreich ha ampliato anche la formazione offline. La società austriaca punta per esempio sul training «Optimierung Kraftstoffverbrauch und Wirtschaftliches Fahren» (ottimizzazione del consumo di carburante e guida economica), per sensibilizzare gli autisti a una guida a impatto ambientale ridotto. È già stata posta la prima pietra per la riapertura della Transgourmet-Akademie di Traun, prevista per l'inizio del 2018.

Change Management

Il Job Center sostiene chi cambia posto di lavoro

Anche nel 2017 i collaboratori coinvolti negli spostamenti di sede o in cambiamenti organizzativi sono stati affidati al Job Center e sottoposti a diversi interventi di change management. L'integrazione del personale della logistica che nel 2017 si era spostato dalle sedi di Wallisellen, Dietikon e Hinwil a Schafisheim o Dietikon ha avuto molto successo grazie all'assistenza fornita dal Job Center.

Il Job Center ha inoltre fornito un aiuto continuo anche nell'ambito del trasferimento di Chocolats Halba a Pratteln. Nel 2017 sono stati poi supportati dal Job Center anche collaboratori dei settori amministrativi. Nell'ambito dello Shared Service Center Economia aziendale, che aprirà nel 2018 a Dietikon, presso il Job Center sono stati consigliati e accompagnati soprattutto i collaboratori che non vogliono spostarsi nella nuova sede. Anche in questo caso, Coop mira a presentare a tutti i collaboratori un'offerta alternativa all'interno del Gruppo Coop.

Corporate Governance

Struttura del gruppo	55
Struttura del capitale	56
Consiglio d'amministrazione	57
Membri del Consiglio d'amministrazione	57
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	57
Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione	61
Organizzazione interna	61
Regolamento delle competenze	61
Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale	62
Direzione generale	63
Membri della Direzione generale	63
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	63
Contratti di management	66
Remunerazioni	67
Diritti di partecipazione	67
Cambio di controllo e misure di difesa	67
Ufficio di revisione	68
Politica dell'informazione	68
Management Gruppo Coop	69
Coop Società Cooperativa	69
Altre società affiliate	71

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 informazioni sulla 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. La Bell Food Group 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 del Bell Food Group SA sono pubblicati sul suo rapporto di gestione e sul sito www.bellfoodgroup.com.

Struttura del gruppo

Il Gruppo Coop Società Cooperativa è una società cooperativa con sede a Basilea. Alla fine del 2017, il numero dei soci cooperativi ammontava a circa 2,6 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 108 e 109 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. 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'amministrazione; 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 dei membri dell'Assemblea dei delegati è riportata nella sezione «Assemblea dei delegati».

Il mandato dei Consigli regionali e dei Comitati dei Consigli regionali dura quattro anni. Il mandato attuale dura dal 2017 al 2021. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (65° anno di età).

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/organi

Al 31 dicembre 2017, l'Assemblea dei delegati era composta dai seguenti delegati:

Regione Suisse Romande	Regione Bern	Regione Nordwestschweiz	Regione Zentralschweiz-Zürich	Regione Ostschweiz (incluso il Liechtenstein)	Regione Ticino
Vincent Albasini	Sabine Boschung	Alexandra Abbt-Mock	Silvia Banfi Frost	Maria Bieri	Lucia Gianoli
Patrick Csikos	Patrick Bruni	Sibylle Bader Biland	Stefan Baumann	Suzanne Blaser	Fiorenzo Robbiani
Yvan Délèze	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Beatrice Bertschinger	Fridolin Eberle	Gabriella Rossetti
Olivier Grangier	Sandra Ghisoni Schenk	André Dalla Vecchia	Kilian D'Alberto	Markus Eugster	Raffaele Sartori
Doris Grobéty	Fränzi Grunder	Sandra Nicole Engeler	Anna Maria Forlano	Christa Flückiger	
Nicole Hosseini	Jürg Kradolfer	Adrian Fankhauser	Susanne Giger	Michael Fuhrer	
Nadine Maier Vinas	Corinne Lehmann	Susanne Jäger	Alexander Gossauer	Kurt Gansner	
Zohra Ottoz	Sibylle Miescher	Peter Jossi	Ronald Hauser	Roberto Godenzi	
Benoît Santschi	Felix Truffer	Pascal Konrad	Cornelia Luchsinger	Richard Kübler	
Catherine Stern	Annette Wisler Albrecht	Daniel Mürger	Alex Rutz	Leonardo Longaretti	
Marc Vauthey	Zippora Wüthrich	Heidi Straumann	Beda Schlumpf	Gabi Senn	

Struttura del capitale

La struttura del capitale del Gruppo Coop può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 89 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine 92–109). Il patrimonio netto del Gruppo Coop Società Cooperativa consiste solo in fondi autogenerati. I soci cooperativi non partecipano al patrimonio netto.

Consiglio d'amministrazione

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. Eccetto il 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 2017, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa è composto dai seguenti membri:

Nome	Classe	Funzione attuale	Primo anno di mandato	Eletto/a fino al
Hansueli Loosli ²	1955	Presidente	2011	2021
Peter Eisenhut	1955	Membro, rappresentante della Regione Ostschweiz/FL	2009	2021
Michela Ferrari-Testa	1963	Membro, rappresentante della Regione Ticino	2006	2021
Petra Jörg Perrin	1964	Membro, rappresentante della Regione Bern	2017	2021
Hans-Jürg Käser	1956	Membro, rappresentante del personale	2009	2021
Irene Kaufmann ¹	1955	Vicepresidente	2001	2021
Beth Krasna ²	1953	Membro	2005	2021
Roman Kuhn	1955	Membro, rappresentante della Regione Nordwestschweiz	2010	2021
Lillia Rebsamen-Sala	1953	Membro, rappresentante della Regione Zentralschweiz-Zürich	2009	2021
Bernard Rüeger	1958	Membro, rappresentante della Regione Suisse Romande	2009	2021

¹ Presidente del Comitato di revisione

² Membro del Comitato di revisione

Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

(Scadenza 31.12.2017)

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 managing director; 1992–1996 direttore del servizio Approvvigionamento Non Food Coop Svizzera, Wangen; 1992–1997 managing director Coop Zurigo, Zurigo; 1997–2000 presidente della Direzione generale e della Direzione del gruppo 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 Food Group 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 Ecolpol AG, San Gallo

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Rofima Holding AG, Horn; Säntis-Schwebbahn AG, Schwägalp

Altre funzioni e cariche:

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



Petra Jörg Perrin

Svizzera

Formazione:

dr. rer. oec. Università di Berna

Carriera professionale:

dal 1989 redattrice, autrice e docente nonché manager di progetti; dal 2006 Managing Director e dal 2015 CEO presso Rochester-Bern Executive Programs.

Altre funzioni e cariche:

professoressa incaricata presso l'Università di Berna



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 Food Group 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 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)



Roman Kuhn

Svizzero

Formazione:

Executive MBA 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; associazione Melodyaarau (presidente); Consiglio di fondazione della Fondazione Töpferhaus Aarau



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; Lyncée Tec S.A., Ecublens; Fondation Banque Cantonale Vaudoise deuxième pilier, Losanna; Socorex Isba S.A., Ecublens

Altre funzioni e cariche:

Economiesuisse (vicepresidente); membro del consiglio di fondazione della Fondation de Beaulieu; Camera di commercio del Canton Vaud (presidente); Comitato direttivo dell'associazione «Sion 2026. The Games in the Heart of Switzerland» (vicepresidente)

Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione

Principi della procedura elettorale

Il Consiglio d'amministrazione viene eletto dall'Assemblea dei delegati. Il mandato, uguale per tutti i membri, dura quattro anni. La rielezione è possibile. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (si può esercitare il mandato solo fino alla prima Assemblea ordinaria dei delegati dell'anno civile dopo il raggiungimento del 65° anno di età).

Prima elezione e restante durata del mandato

L'inizio del mandato risultante dalla prima elezione dei membri del Consiglio d'amministrazione è fissato nel capitolo «Membri del Consiglio d'amministrazione». Il mandato attuale è iniziato nella primavera del 2017 e terminerà nella primavera del 2021.

Organizzazione interna

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.

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 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. Nel 2017, il Comitato di revisione ha tenuto cinque riunioni.

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 incombenti. 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 consultativo. 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.

Nel 2017, il Consiglio d'amministrazione ha tenuto sette riunioni con durate da una a due giornate. Non sono stati coinvolti consulenti esterni.

Regolamentazione 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'articolo 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.

Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale

Sistema di informazione del management

Il presidente del Consiglio d'amministrazione e il presidente della Direzione generale si riuniscono una o due volte al mese per discutere di questioni fondamentali relative al Gruppo Coop. Il presidente del Consiglio d'amministrazione prende regolarmente parte alle riunioni della Direzione generale. In occasione di ogni seduta ordinaria del Consiglio d'amministrazione, il presidente della Direzione generale informa dettagliatamente il Consiglio d'amministrazione sull'andamento delle attività commerciali, su progetti e avvenimenti importanti nonché sulle misure adottate. Ogni mese, il Consiglio d'amministrazione riceve un rapporto scritto 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.

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 informatici 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 2017 è stata eseguita una valutazione dei controlli per tutta l'azienda. I risultati delle valutazioni del Sistema di controllo interno vengono riassunti 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).

Direzione generale

Membrî 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 2017, la Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa è composta dai seguenti membri:

Nome	Classe	Funzione attuale	Membro dal
Joos Sutter	1964	Presidente della Direzione generale	2010
Reto Conrad	1966	Membro	2012
Christian Coppey	1965	Membro	2017
Daniel Hintermann	1970	Membro	2017
Daniel Stucker	1964	Membro	2011
Adrian Werren	1969	Membro	2016
Philipp Wyss	1966	Vicepresidente della Direzione generale	2009

Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

(Scadenza 31.12.2017)

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. Universit  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 Parf merien AG, Zurigo; 1999–2005 varie funzioni quali responsabile Finance/Services o capovendita presso Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2009 responsabile Divisione Interdiscount; 2010–2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Societ  Cooperativa e capo della Direzione Trading di Coop Societ  Cooperativa, Basilea; da settembre 2011 presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Societ  Cooperativa e capo della Direzione Retail di Coop Societ  Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

AgeCore SA, Ginevra; Palink UAB, Lituania; Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche:

Comunit  d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera (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, Basilea; 2012–2016 capo della Direzione Finanze/Servizi di Coop Società Cooperativa, Basilea; da maggio 2016 capo della Direzione Informatica/Produzione/Servizi di Coop Società Cooperativa, Basilea.

Mandati in consigli d'amministrazione:

Bell Food Group SA, Basilea; Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (presidente); Centre Commercial Moncor S.A., Villars-sur-Glâne (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon; Panflor AG, Zurigo; Nettohop AG, San Gallo; RS Vertriebs AG, San Gallo; Siroop SA, Zurigo; Siroop Trading SA, Basilea; Société coopérative Centre de Formation «du Léman», Jongny (presidente); Update Fitness AG, Uzwil (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



Christian Coppey

Svizzero

Formazione:

dipl. architetto ETH Zurigo, Advanced Master in Urban Planning ENPC Parigi

Carriera professionale:

1992–1995 assistente del Prof. D. Schnebli, ETH Zurigo; 1993–2005 responsabile di progetto Coppey & Coppey Architectes, Martigny; 2003–2006 responsabile Corporate Real Estate Svizzera Romanda Credit Suisse, Losanna; 2006–2016 responsabile Real Estate & Shopping Management Maus Frères SA, Ginevra; dal 2017 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)

Altre funzioni e cariche:

Consorzio dei committenti privati professionali (CCP)



Daniel Hintermann

Svizzero

Formazione:

lic. rer. pol. Università di Berna; dipl. fed. Capo di logistica

Carriera professionale:

1997–2001 consulente e responsabile di progetto Abegglen Management Consultants AG, Volketswil; 2001–2005 responsabile assistenza tecnica di Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2010 responsabile logistica, informatica, assistenza tecnica di Interdiscount AG; 2010–2016 responsabile della Regione logistica Coop Nordwestschweiz, Schafisheim; dal 2017 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Logistica di Coop Società Cooperativa, Basilea.

Mandati in consigli d'amministrazione:

Cargo Sous Terrain SA, Basilea; Railcare AG, Härkingen (presidente).



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 Health Care GmbH, Niederbipp (presidente della Direzione generale); Coop Vitality Management AG, Berna (presidente); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren (presidente); Elektronik Distribution AG, Basilea (presidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong; Nettoshop AG, San Gallo (presidente); RS Vertriebs AG, San Gallo (presidente); Service 7000 AG, Netstal (presidente); Siroop SA, Zurigo; Siroop Trading SA, Basilea (presidente); The Body Shop Switzerland SA, Uster (presidente)



Adrian Werren

Svizzero

Formazione:

Lic. rer. pol. Università di Basilea

Carriera professionale:

1995–1996 ufficio di revisione Coop Svizzera, Basilea; 1997–2000 responsabile di progetto Coop Svizzera, Basilea; 2001–2008 responsabile team Controlling Coop, Basilea; 2009–2010 responsabile Controlling Coop, Basilea; 2011–2016 responsabile Controlling Coop e responsabile Economia aziendale/Controlling Transgourmet in u.p.; dal 2016 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Finanze di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

Coop Vitality AG, Berna; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp; Coop Vitality Management AG, Berna; Railcare AG, Härkingen; The Body Shop Switzerland SA, Uster; Transcoop GmbH, Colonia; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Basilea; Transgourmet Holding AG, Basilea; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Svizzera SA, Basilea



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 freschi convenienze 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 e vicepresidente della Direzione generale di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

AgeCore SA, Ginevra; Betty Bossi SA, Zurigo (presidente); Casa del Vino SA, Zurigo; Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (presidente); Hilcona SA, FL-Schaan; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon (presidente); Palink UAB, Lituania; Peter Riegger Holding AG, Zugo; Retail Marketing Switzerland AG, Basilea (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche:

GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing (membro del comitato direttivo); membro del consiglio di fondazione della Fondazione Biore

Contratti di management

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

Remunerazioni

Contenuto e modalità di determinazione 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 2017, per le attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa nonché di Coop Società Cooperativa e Coop Immobiliare AG sono state versate remunerazioni per un importo pari a 1,3 milioni di franchi (2016: 1,3 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2017 salari lordi per un importo pari a 4,4 milioni di franchi per 7,6 unità di personale (2016: 4,0 milioni di franchi per 6,7 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.

Diritti di partecipazione

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.

Quorum statuari

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

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.

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.

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.

Ufficio di revisione

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, Bruno Rossi, ha assunto il mandato nel 2016.

Onorari degli audit

Per adempiere al suo mandato legale per l'anno di esercizio 2017, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3 milioni di franchi (2016: 3,3 milioni di franchi).

Onorari supplementari

Per i servizi aggiuntivi che vanno oltre il mandato legale, PwC ha fatturato durante l'anno di esercizio 2017 un totale di 0,7 milioni di franchi (2016: 0,9 milioni di franchi).

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 2017, il revisore responsabile ha preso parte a quattro 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.

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 consultare e scaricare dal sito web il rapporto di gestione del Gruppo Coop.

➔ report.coop.ch

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. Il conto annuale del Gruppo Coop Società Cooperativa è parte integrante del presente rapporto di gestione. 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/media

Management Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2018

Coop Società Cooperativa

Direzione generale (DG)

Joos Sutter, presidente della DG
Reto Conrad, capo della Direzione Informatica/Produzione/Servizi
Christian Coppey, capo della Direzione Immobili
Daniel Hintermann, capo della Direzione Logistica
Daniel Stucker, capo della Direzione Trading
Adrian Werren, capo della Direzione Finanze
Philipp Wyss, capo della Direzione Marketing/Acquisti

Presidenza della Direzione generale

Joos Sutter, presidente della DG
Frank Bertisch, responsabile Revisione interna
Nadine Gemblé, responsabile Personale/Formazione nazionale
Alfred Hubler, responsabile Segretariato generale
Jörg Ledermann, responsabile Comunicazione/Qualità/Sostenibilità

Direzione Retail

Joos Sutter, capo della Direzione Retail
Stefano Alberucci, responsabile Regione di vendita BE
Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
Philippe Huwyler, responsabile Coop@home
Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Peter Schmid, responsabile Regione di vendita NWZZ
Herbert Zaugg, responsabile Total Store

Regione di vendita Suisse Romande (SR)

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

Regione di vendita Bern (BE)

Stefano Alberucci, responsabile Regione di vendita BE
André Wenger, responsabile EA/Controlling
Frederik Heller, capo vendita Seeland/FR
Peter Jacobian, capo vendita Berna/Burgdorf
Willy Kuhn, capo vendita SO/Alta Argovia
Marcel Maurer, capo vendita Oberland bernese/Vallese
Bruno Piller, responsabile Personale/Formazione
Vacante, capo vendita Emmental/Thun

Regione di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

Peter Schmid, responsabile Regione di vendita NWZZ
Dominique Vela, responsabile EA/Controlling
André Aerne, capo vendita Lago di Zurigo Nord
Urs Barmettler, capo vendita ZG/SZ
Besim Dushica, capo vendita AG Ovest/Olten
Marc Ellena, capo vendita Lago di Zurigo Sud
Martin Fürst, capo vendita AG Est
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 Ramadan, 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
Johannes Hummel, responsabile EA/Controlling
Patrick Wiler, responsabile Personale/Formazione
Mario Colatrella, capo vendita TI
Rolf Gurtner, capo vendita SG Est/AI/AR/FL/GL
Shenasi Haziri, capo vendita SG Ovest/TG
Sven Herzog, capo vendita Winterthur/SH
Dario a Marca, capo vendita GR

Direzione Trading

Daniel Stucker, capo della Direzione Trading
Martin Meier, responsabile EA/Controlling
Martin von Bertrab, responsabile Personale/Formazione
Vacante, responsabile Total Store/Espansione

Coop City

Christian Staub, responsabile Coop City (dall'01.04.2018)
Christian Jochberg, responsabile Vendita Regione Centro
Claudia Schreen, responsabile Vendita Regione Est
(dall'01.04.2018)
Daniel Tona, responsabile Vendita Regione Ovest

Coop Edile+Hobby

Christoph Theler, responsabile Edile+Hobby
Joe Wyss, responsabile CM/Acquisti Edile+Hobby
Marco Bertoli, CM Giardinaggio/Piante
Adrian Fuchs, CM Tempo libero/Sport/Decorazione
Robert Kronhofer, CM Bricolage/Utensili e materiali elettrici
Michael Renninger, CM Edilizia/Arredamento
Marc Rheia, CM Giardinaggio

Interdiscount

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

Toptip/Lumimart

Oliver Roth, responsabile Divisione Toptip/Lumimart

Import Parfumerie

Michael Susta, responsabile Divisione Import Parfumerie

Christ Orologi & Gioielli

Nina Müller, responsabile Divisione Christ Orologi & Gioielli

Coop Vitality AG

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Virginie Emmanuelle Pache Jeschka, presidente della Direzione generale (dall'01.04.2018)

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
Reto Furrer, presidente della Direzione generale

The Body Shop Switzerland SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Daniel Stucker, presidente della Direzione generale a.i.

Siroop SA

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

Direzione Marketing/Acquisti

Philipp Wyss, capo della Direzione Marketing/Acquisti
Kaspar Wittwer, responsabile Gastronomia Coop

CM/Acquisti Prodotti freschi 1

Andreas Allenspach, CM/Acquisti Frutta e verdura/Fiori recisi
Silvio Baselgia, responsabile CM/Acquisti Prodotti freschi 1
Axel Dippold, CM/Acquisti Prodotti freschi convenience
Oliver Krüsi, CM/Acquisti Pane/Prodotti di panetteria

Vladimir Cob, direttore Alifresca SA

CM/Acquisti Prodotti freschi 2

Roland Frefel, responsabile CM/Acquisti Prodotti freschi 2
Yves Grüninger, CM/Acquisti Latticini/Uova
Fabian Schneider, CM/Acquisti Carne
Pascal Seiler, CM/Acquisti Prodotti surgelati/Pesce

CM/Acquisti Alimenti di base/Prodotti per la pulizia

Andrea Kramer, responsabile CM/Acquisti Alimenti di base/Prodotti per la pulizia
Daniel Böni, CM/Acquisti Prodotti dolciari/Snack salati
Olivier Compagnon, CM/Acquisti Detersivi e detergenti/Igiene
Philipp Nyffenegger, CM/Acquisti Colazione/Pasticceria
Michael Sieber, CM/Acquisti Prodotti convenience a lunga conservazione/Contorni

CM/Acquisti Bevande/Prodotti speciali

Christian Rüttimann, responsabile CM/Acquisti Bevande/Prodotti speciali
Sylvia Berger, CM/Acquisti Vini/Spumanti
Lukas Frey, CM/Acquisti Articoli per animali
Simon Grieder, CM/Acquisti Bevande rinfrescanti/Birra/Superalcolici
Daniel Vonach, CM/Acquisti Prodotti speciali/Chiosco

CM/Acquisti Near Food/Non Food

Pia Bracher, responsabile CM/Acquisti Near Food/Non Food
Karena Breitenbach, CM/Acquisti Cosmetici/Vitashop
Simone Gössling, CM/Acquisti Articoli di cancelleria/Articoli da viaggio/Biancheria per la casa/Articoli per la festa
Marc Helfenstein, CM/Acquisti Elettrodomestici/Cucina/Articoli per la tavola
Roy Mor, CM/Acquisti Abbigliamento/Gioielli
Patrick Steiner, CM/Acquisti Articoli per bebè/Abbigliamento per bambini/Giocattoli/F&F

Servizi CM/Acquisti

Marc Muntwyler, responsabile Servizi CM/Acquisti
Rico Bossi, responsabile SBO/SCM Punti di vendita
Mauro Manacchini, Responsabile Servizi Acquisti

Marketing/Servizi digitali

Thomas Schwetje, responsabile Marketing/Servizi digitali
Philipp Schenker, responsabile Elaborazione del mercato/Studi di mercato

Betty Bossi SA

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

Marché Ristoranti Svizzera SA

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione
Mirko Schwarz, presidente della Direzione generale

Eurogroup Far East Ltd.

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

Direzione Logistica

Daniel Hintermann, capo della Direzione Logistica,
responsabile Regione logistica BE
Christoph Eigenmann, responsabile Regione logistica OT
Sébastien Jacquet, responsabile Regione logistica SR
Domenico Repetto, responsabile Regione logistica NWZZ
Beat Zaugg, responsabile Logistica nazionale

Railcare AG

Daniel Hintermann, presidente del Consiglio d'amministrazione
Philipp Wegmüller, presidente della Direzione generale

Direzione Finanze

Adrian Werren, capo della Direzione Finanze, responsabile Controlling
Hansjörg Klossner, responsabile Contabilità
Beat Leuthardt, responsabile Servizi finanziari
Martin Meier, responsabile Shared Service Center BW

Direzione Immobili

Christian Coppey, capo della Direzione Immobili
Claudio Casal, responsabile Regione immobiliare SR
Stefano Donzelli, responsabile EA/Controlling
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

Direzione Informatica/Produzione/Servizi

Reto Conrad, capo della Direzione Informatica/Produzione/Servizi
August Harder, responsabile Informatica
Marc Haubensak, responsabile BâleHotels
Benedetto Pachlatko, responsabile Cooperazioni/Servizio clienti
Stephan Rupprecht, responsabile Progetti
Romeo Sciaranetti, responsabile Swissmill
Anton von Weissenfluh, responsabile Chocolats Halba/Sunray

Update Fitness AG

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Michael Ammann, direttore

Coop-ITS-Travel AG

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Andi Restle, direttore

Centro Seminari Coop

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

Société coopérative Centre de Séminaires «du Léman»

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

Altre società affiliate

Coop Mineraloel AG

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

Transgourmet Holding AG

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione

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 Polonia

Alexander Orlowski, Direzione/Presidenza
e direttore Vendite Cash & Carry
Piotr Kolodziejczak, direttore Amministrazione
Piotr Sklodowski, direttore Acquisti & Category Management

Selgros Romania

Alexandru Vlad, Direzione/Presidenza
Herwig Arvay, direttore Finanze/IT
Robert Hellwagner, direttore Acquisti & Marketing

Selgros Russia

Michael Zipfel, Direzione/Presidenza
Jens Frerichs, direttore Acquisti & Category Management
Maximilian Von Blanquet, direttore Amministrazione & Espansione

Transgourmet France

Eric Decroix, presidenza della Direzione generale
Caroline Besselièvre, responsabile Risorse umane
Yves Cebron, responsabile Marketing/Acquisti
Edith Hertz, responsabile Finanze/Servizi
Serge Rey, responsabile Supply Chain

Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, direttore commerciale
Thomas Panholzer, direttore Vendita
Stefan Buczolic, capo reparto Cook2.0
Georg Fersch, Direzione generale «mein c+c»
Gerald Santer, capo reparto Trinkwerk
Manfred Edelbauer, capo reparto Informatica
Bettina Fleiss, capo reparto Marketing
Markus Hinterplattner, capo reparto immobiliare e costruzione
Martina Kaffenda, capo reparto Gestione della qualità
Christine Keszner, capo reparto Logistica d'approvvigionamento
Jürgen Krizmanich, Direzione della sede nazionale
Karin Meisel, capo reparto Servizi alla clientela e
gestione dello sviluppo
Andreas Rendl, capo reparto Controlling
Petra Scherrer, capo reparto Human Resources
Georg Steibelmüller, capo reparto Finanze e contabilità
Michael Steinmair, capo reparto Logistica
Michael Vogl, capo reparto Category Management

Transgourmet Svizzera

Philipp Dautzenberg, presidente della Direzione generale
Markus Heiniger, responsabile Marketing e Acquisti
Erich Joss, responsabile Risorse umane
Andrea Pellizzari, responsabile Finanze/Controlling/Immobili
Claude Schnider, responsabile IT
Ralph Zigerlig, responsabile Vendita Svizzera

Bell Food Group AG

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

Bell Svizzera

Lorenz Wyss, responsabile della Divisione Bell Svizzera
Philipp Allemann, responsabile Produzione/Acquisti
Christoph Schatzmann, responsabile Gestione della Qualità/
Sostenibilità/Allevamento
Christine Schlatter, responsabile Vendita/Marketing
Marco Tschanz, responsabile Finanze/Servizi

Bell Germania

Christian Schröder, responsabile della Divisione Bell Germania,
responsabile Vendita/Marketing
Gunnar Bauer, responsabile Acquisti strategici
Nicolaj Steber, responsabile Bell Spagna
Steven Van Parijs, responsabile Bell Benelux
Markus von der Pütten, responsabile Produzione/Tecnica

Bell International

Daniel Böhny, responsabile della Divisione Bell International
Stefano Bianchi, responsabile Bell Francia
Johannes Huber, responsabile Hubers/SÜTAG
Eugeniusz Philip, responsabile Bell Polonia
Hedvig Szakács, responsabile de Bell Ungheria

Bell Finanze/Servizi

Marco Tschanz, responsabile Divisione Finanze/Servizi

Hilcona

Martin Henck, presidente della Direzione generale

Eisberg

Christian Guggisberg, presidente della Direzione generale

Hügli

Thomas Bodenmann, presidente della Direzione generale

Il Gruppo Coop in cifre

Le cifre indicative	74
Cifre indicative importanti in sintesi	74
Sviluppo del Gruppo Coop	75
Ricavo netto	76
Punti di vendita/Mercati	77
Investimenti	78
Conto economico a valore aggiunto	79
Collaboratori	80
Sostenibilità	84
Rendiconto sull'anno di esercizio	86
Conto annuale consolidato	88
Conto economico consolidato	88
Bilancio consolidato	89
Rendiconto finanziario consolidato	90
Prospetto di variazione del patrimonio netto	91
Allegato al conto annuale consolidato	92
Relazione dell'ufficio di revisione	110

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

Le cifre indicative

Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

29 207 milioni di CHF

Ricavo netto Gruppo

28 152 milioni di CHF

di cui

19 476 milioni di CHF Svizzera

8 676 milioni di CHF Estero

Ricavo netto settori

17 405 milioni di CHF Commercio al dettaglio

13 006 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto commercio online

676 milioni di CHF Commercio al dettaglio

1 036 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Collaboratori al 31.12

46 604 Commercio al dettaglio

39 714 Commercio all'ingrosso/Produzione

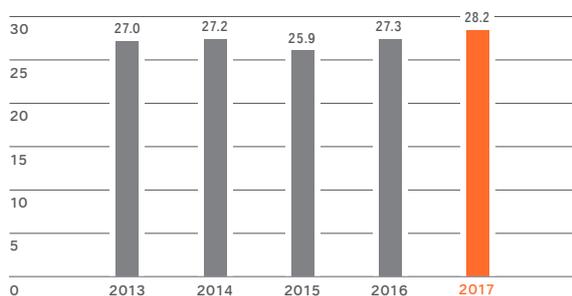
Apprendisti al 31.12

2 648 Commercio al dettaglio

836 Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto

in miliardi di CHF



Risultato operativo

1 994 milioni di CHF EBITDA
7,1% del ricavo netto

806 milioni di CHF EBIT
2,9% del ricavo netto

Risultato del periodo

485 milioni di CHF
1,7% del ricavo netto

Patrimonio netto

9 339 milioni di CHF
47,9% Quota di patrimonio netto

Free cash flow

99 milioni di CHF

Investimenti in immobilizzi materiali

920 milioni di CHF Svizzera

361 milioni di CHF Estero

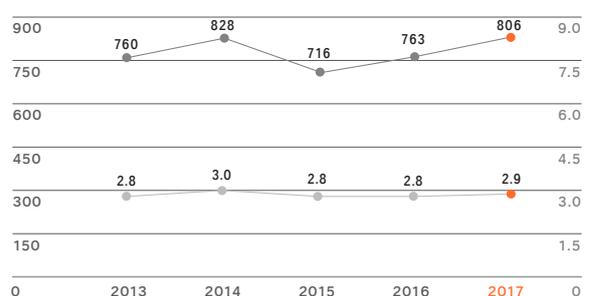
Punti di vendita/mercati

2 295 Commercio al dettaglio

142 Commercio all'ingrosso/Produzione

Risultato operativo (EBIT)

● in milioni di CHF ● in % del ricavo netto



Sviluppo del Gruppo Coop

in milioni di CHF o come indicato	2013	2014	2015	2016	2017
Fatturato complessivo	27 950	28 174	26 932	28 322	29 207
Commercio al dettaglio	17 379	17 718	17 253	17 162	17 405
Commercio all'ingrosso/Produzione	11 329	11 193	10 611	12 248	13 006
Consolidamento	-1 741	-1 749	-1 969	-2 151	-2 259
Ricavo netto da forniture e servizi	26 967	27 163	25 895	27 259	28 152
di cui ricavo netto Svizzera	19 489	19 822	19 252	19 251	19 476
in % del ricavo netto	72.3	73.0	74.3	70.6	69.2
di cui ricavo netto Estero	7 478	7 341	6 643	8 008	8 676
in % del ricavo netto	27.7	27.0	25.7	29.4	30.8
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	1 937	2 038	1 933	2 044	1 994
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.2	7.5	7.5	7.5	7.1
Risultato operativo (EBIT)	760	828	716	763	806
in % del ricavo netto (margine EBIT)	2.8	3.0	2.8	2.8	2.9
Risultato del periodo	462	470	416	475	485
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.7	1.7	1.6	1.7	1.7
Flusso finanziario da attività operative	1 667	1 551	1 653	1 582	1 453
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	6.2	5.7	6.4	5.8	5.2
Flusso finanziario da attività d'investimento	-965	-1 700	-1 477	-1 939	-1 473
in % del ricavo netto	3.6	6.3	5.7	7.1	5.2
Flusso finanziario da attività di finanziamento	-116	-166	-301	238	-238
Free cash flow¹	628	327	234	61	99
Somma di bilancio	17 317	17 441	17 654	18 663	19 482
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza	7 738	8 089	8 401	8 928	9 339
Quota di patrimonio netto incluse le quote di minoranza in % Obiettivo > 40.0	44.7	46.4	47.6	47.8	47.9
Debiti finanziari	4 840	4 753	4 700	5 043	5 096
Indebitamento finanziario netto	3 305	3 560	3 614	4 061	4 368
Fattore di indebitamento Obiettivo < 3.0	1.7	1.7	1.9	2.0	2.2
Fattore di copertura degli interessi Obiettivo > 8.0	21.7	23.7	26.7	27.3	33.6
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	64 498	66 124	69 039	73 451	74 532
Collaboratori (persone in formazione incluse) al 31.12	74 955	77 087	79 954	85 001	86 318
Apprendisti al 31.12	3 265	3 271	3 410	3 505	3 484
Punti di vendita/mercati Commercio al dettaglio al 31.12	1 933	1 978	2 198	2 254	2 295
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m² al 31.12	1 777 800	1 798 081	1 814 469	1 852 653	1 870 025
Punti di vendita/mercati Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	229	212	214	226	142
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m² al 31.12	924 591	938 283	938 768	1 004 472	1 007 102
Numero di soci al 31.12	2 537 859	2 500 036	2 536 800	2 542 848	2 582 309

Valori dell'anno precedente adattati

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

Ricavo netto

in milioni di CHF	2017	2016
Supermercati Coop	10 326	10 274
Interdiscount	975	935
Coop City	773	778
Coop Edile+Hobby	625	622
Toptip/Lumimart	192	200
Import Parfumerie	145	149
Coop@home	142	129
Christ Orologi & Gioielli	81	87
Coop Mineraloel AG	2 279	2 159
Ing. dipl. Fust SA	1 040	1 029
Coop Vitality AG	186	179
Coop Ristorante	249	254
Marché Ristoranti Svizzera SA	110	114
Betty Bossi SA	78	84
The Body Shop Switzerland SA	30	33
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	174	137
Formati specializzati	7 080	6 888
Commercio al dettaglio	17 405	17 162
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 668	5 284
Transgourmet France	1 335	1 262
Transgourmet Österreich	568	536
Transgourmet Svizzera	1 518	1 471
Gruppo Transgourmet	9 087	8 551
Bell Food Group	3 537	3 346
Coop Società Cooperativa Produzione	759	705
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	-377	-354
Commercio all'ingrosso/Produzione	13 006	12 248
Consolidamento Gruppo Coop	-2 259	-2 151
Ricavo netto	28 152	27 259
Altri ricavi operativi	1 055	1 063
Fatturato complessivo	29 207	28 322
di cui ricavo netto commercio online	1 712	1 445
Commercio online Elettronica di consumo	432	344
– Microspot.ch	212	181
– Nettoshop.ch	90	81
– Altri	131	82
Coop@home	142	129
Altro commercio online, Commercio al dettaglio	102	93
Commercio online, Commercio al dettaglio	676	565
Commercio online, Commercio all'ingrosso/Produzione	1 036	880
di cui ricavo netto Svizzera	19 476	19 251
di cui ricavo netto Estero	8 676	8 008

Valori dell'anno precedente adattati

Punti di vendita/Mercati

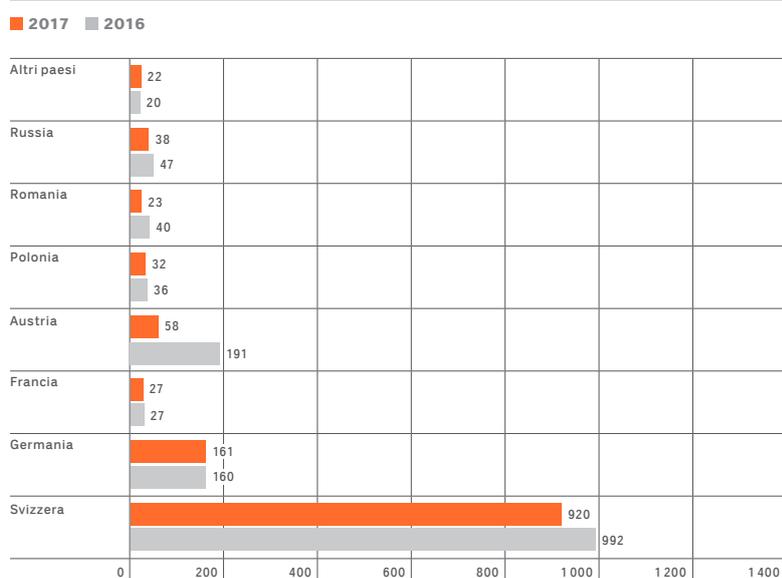
	2017	Quantità al 31.12 2016	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2017	2016
Supermercati Coop	908	875	984 119	972 229
Interdiscount	188	192	64 981	65 892
Coop City	31	31	128 454	127 692
Coop Edile+Hobby	74	74	307 087	305 786
Tooptip/Lumimart	44	46	122 650	130 425
Import Parfumerie	121	123	10 042	10 151
Christ Orologi & Gioielli	69	70	5 549	5 652
Hotel	4	3		
Coop Mineraloel AG	305	298	35 659	34 723
Ing. dipl. Fust SA	156	160	88 999	89 801
Coop Vitality AG	75	69	9 567	8 833
Coop Ristorante	205	206	59 965	58 621
Marché Ristoranti Svizzera SA	33	32	15 481	15 276
The Body Shop Switzerland SA	49	50	2 881	2 949
Update Fitness AG	31	23	34 591	24 623
Tropenhäuser	2	2		
Formati specializzati	1 387	1 379	885 906	880 424
Commercio al dettaglio	2 295	2 254	1 870 025	1 852 653
Transgourmet Central and Eastern Europe	100	97	831 767	825 814
Transgourmet Österreich	12	12	51 915	51 655
Transgourmet Svizzera	30	30	123 419	123 037
Gruppo Transgourmet	142	139	1 007 102	1 000 506
Bell Cechia		87		3 966
Bell Food Group		87		3 966
Commercio all'ingrosso/Produzione	142	226	1 007 102	1 004 472
Gruppo Coop	2 437	2 480	2 877 127	2 857 125

Valori dell'anno precedente adattati

Investimenti

in milioni di CHF	2013	2014	2015	2016	2017
Svizzera	862	975	1 202	992	920
Germania	81	119	94	160	161
Francia	49	51	34	27	27
Austria				191	58
Polonia	26	38	74	36	32
Romania	8	12	17	40	23
Russia	52	12	13	47	38
Altri paesi	4	2	20	20	22
Estero	219	233	253	517	361
Investimenti in immobilizzi materiali	1 081	1 209	1 455	1 509	1 281
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	92	41	105	107	59
Investimenti netti in immobilizzi materiali	989	1 167	1 350	1 402	1 222
Altri investimenti netti	-24	533	127	537	251
Investimenti netti	965	1 700	1 477	1 939	1 473

Investimenti in immobilizzi materiali per paese in milioni di CHF



Conto economico a valore aggiunto

in milioni di CHF	2017	2016	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	28 152	27 259	103.3
Altri servizi operativi	1 097	1 105	99.2
Costo merci e altre prestazioni preliminari	21 547	20 832	103.4
Valore aggiunto lordo	7 701	7 532	102.2
Ammortamenti/altro	1 150	1 206	95.3
Valore aggiunto aziendale	6 551	6 326	103.6
Collaboratori			
Salari e stipendi	3 509	3 410	102.9
Oneri sociali/altri oneri	1 149	1 073	107.1
Mano pubblica	1 194	1 151	103.8
Mutuanti	83	92	89.9
Interessi di minoranza (azionisti terzi)	131	125	104.6
Utili non distribuiti (autofinanziamento)	485	475	102.2
Ripartizione del valore aggiunto	6 551	6 326	103.6

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 71,1% (anno precedente: 70,9%), la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop contava 74.532 FTE (anno precedente: 73.451).

Il 18,2% (anno precedente: 18,2%) è destinato alla mano pubblica sotto forma di imposte, dazi doganali e tasse.

Il 1,3% (anno precedente: 1,5%) rappresenta gli interessi pagati ai mutuanti. A causa del minor livello dei tassi, gli interessi continuano a essere 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.

Collaboratori

FTE

	2017	2016	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	18 690	18 769	-79	99.6
Interdiscount	1 626	1 647	-21	98.7
Coop City	2 071	2 054	17	100.8
Coop Edile+Hobby	1 597	1 607	-10	99.4
Toptip/Lumimart	550	573	-23	96.0
Import Parfumerie	507	515	-8	98.4
Coop@home	347	333	15	104.4
Christ Orologi & Gioielli	293	303	-10	96.6
Coop Mineraloel AG	103	100	3	103.4
Ing. dipl. Fust SA	2 153	2 156	-3	99.9
Coop Vitality AG	629	577	53	109.1
Coop Ristorante	1 626	1 642	-15	99.1
Marché Ristoranti Svizzera SA	601	672	-72	89.4
Betty Bossi SA	97	100	-3	96.7
The Body Shop Switzerland SA	170	193	-23	88.2
Altre società	887	809	78	109.6
Logistica/Settori centrali	5 258	5 226	32	100.6
Commercio al dettaglio	37 206	37 277	-71	99.8
Transgourmet Central and Eastern Europe	20 024	18 926	1 098	105.8
Transgourmet France	3 131	3 150	-19	99.4
Transgourmet Österreich	1 541	1 487	54	103.7
Transgourmet Svizzera	1 703	1 623	80	104.9
Gruppo Transgourmet	26 400	25 186	1 214	104.8
Bell Svizzera	4 613	4 474	139	103.1
Bell Estero	4 459	4 799	-340	92.9
Bell Food Group	9 072	9 273	-201	97.8
Coop Società Cooperativa Produzione	1 841	1 700	142	108.3
Altre società	13	16	-3	81.3
Commercio all'ingrosso/Produzione	37 326	36 174	1 152	103.2
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	74 532	73 451	1 081	101.5

Collaboratori

	2017	2016	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	24 586	24 789	-203	99.2
Interdiscount	1 730	1 729	1	100.1
Coop City	2 585	2 571	14	100.5
Coop Edile+Hobby	2 004	1 998	6	100.3
Toptip/Lumimart	632	659	-27	95.9
Import Parfumerie	689	694	-5	99.3
Coop@home	357	344	13	103.8
Christ Orologi & Gioielli	391	414	-23	94.4
Coop Mineraloel AG	106	101	5	105.0
Ing. dipl. Fust SA	2 235	2 239	-4	99.8
Coop Vitality AG	869	795	74	109.3
Coop Ristorante	2 078	2 091	-13	99.4
Marché Ristoranti Svizzera SA	849	916	-67	92.7
Betty Bossi SA	122	127	-5	96.1
The Body Shop Switzerland SA	216	238	-22	90.8
Altre società	1 445	1 238	207	116.7
Logistica/Settori centrali	5 710	5 694	16	100.3
Commercio al dettaglio	46 604	46 637	-33	99.9
Transgourmet Central and Eastern Europe	21 423	20 134	1 289	106.4
Transgourmet France	3 240	3 269	-29	99.1
Transgourmet Österreich	1 631	1 571	60	103.8
Transgourmet Svizzera	1 873	1 818	55	103.0
Gruppo Transgourmet	28 167	26 792	1 375	105.1
Bell Svizzera	4 947	4 831	116	102.4
Bell Estero	4 649	4 950	-301	93.9
Bell Food Group	9 596	9 781	-185	98.1
Coop Società Cooperativa Produzione	1 933	1 773	160	109.0
Altre società	18	18	0	100.0
Commercio all'ingrosso/Produzione	39 714	38 364	1 350	103.5
Collaboratori (persone in formazione incluse) al 31.12	86 318	85 001	1 317	101.5

Apprendisti

	2017	2016	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	1 447	1 490	-43	97.1
Interdiscount	344	347	-3	99.1
Coop City	174	164	10	106.1
Coop Edile+Hobby	116	126	-10	92.1
Toptip/Lumimart	37	38	-1	97.4
Import Parfumerie	43	44	-1	97.7
Coop@home	1	1	0	100.0
Christ Orologi & Gioielli	30	31	-1	96.8
Coop Mineraloel AG	4	3	1	133.3
Ing. dipl. Fust SA	87	97	-10	89.7
Coop Vitality AG	130	115	15	113.0
Coop Ristorante	24	28	-4	85.7
Marché Ristoranti Svizzera SA	15	20	-5	75.0
The Body Shop Switzerland SA	1	2	-1	50.0
Altre società	30	28	2	107.1
Logistica/Settori centrali	165	171	-6	96.5
Commercio al dettaglio	2 648	2 705	-57	97.9
Transgourmet Central and Eastern Europe	432	428	4	100.9
Transgourmet France	103	93	10	110.8
Transgourmet Österreich	77	88	-11	87.5
Transgourmet Svizzera	78	74	4	105.4
Gruppo Transgourmet	690	683	7	101.0
Bell Svizzera	70	61	9	114.8
Bell Estero	48	34	14	141.2
Bell Food Group	118	95	23	124.2
Coop Società Cooperativa Produzione	28	22	6	127.3
Commercio all'ingrosso/Produzione	836	800	36	104.5
Apprendisti al 31.12	3 484	3 505	-21	99.4

Diversità collaboratori

in %	Commercio al dettaglio		Commercio all'ingrosso/ Produzione 2016		Gruppo Coop	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Rapporto di lavoro						
Collaboratori a tempo pieno	56.9	57.1	81.9	82.7	68.4	68.6
Collaboratori a tempo parziale	43.1	42.9	18.1	17.3	31.6	31.4
Quota di donne	62.3	62.6	42.7	43.6	53.3	54.0
con grado di occupazione a tempo pieno	44.0	44.8	38.3	39.3	40.9	41.8
con grado di occupazione a tempo parziale	86.4	86.3	62.6	64.2	80.1	80.8
nel management	41.4	40.9	25.1	31.0	35.3	36.7
nel CdA e nella DG del Gruppo Coop Società Cooperativa					26.3	21.1
Quota di collaboratori sopra i 50 anni	26.3	25.9	24.9	24.3	25.6	25.2
Apprendisti						
Vendita	81.6	86.9	31.2	33.9	69.5	74.8
Settore commerciale	9.5	4.4	38.0	37.9	16.4	12.1
Artigianato/Altro	8.9	8.7	30.8	28.2	14.1	13.1
Paese di lavoro						
Svizzera	99.8	99.8	22.0	22.0	64.0	64.7
Germania			30.1	29.0	13.8	13.1
Polonia			12.1	12.2	5.6	5.5
Romania			11.5	11.3	5.3	5.1
Francia			9.1	9.6	4.2	4.3
Austria			6.7	6.7	3.1	3.0
altri	0.2	0.2	8.5	9.2	4.0	4.3
Nazionalità¹						
Svizzera	68.6	69.4	44.3	45.1	64.9	65.8
Estero	31.4	30.6	55.7	54.9	35.1	34.2

Valori dell'anno precedente adattati

¹ solo di settori con sede sociale in Svizzera

Sostenibilità

Prodotti sostenibili

	2013	2014	2015	2016	2017
Fatturato assortimenti sostenibili					
in milioni di CHF					
Fatturato assortimenti sostenibili Gruppo Coop			3 543	3 855	4 256
di cui bio ¹	1 061	1 082	1 174	1 255	1 389
di cui fairtrade ¹	219	260	373	462	500

Valori dell'anno precedente adattati

¹ 2013–2014 solo commercio al dettaglio

Imballaggi

in tonnellate

Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio al dettaglio	1 285	1 045	85	230	145
Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio all'ingrosso/Produzione		1 306	145	334	287

Tutela dell'ambiente e del clima

	2013	2014	2015	2016	2017
Consumo energetico					
in megawattore					
Commercio al dettaglio	1 146 711	1 116 389	1 127 499	1 134 156	1 167 296
Commercio all'ingrosso/Produzione	1 252 099	1 255 910	1 441 986	1 527 834	1 602 460
Consumo energetico totale	2 398 810	2 372 299	2 569 485	2 661 990	2 769 756

Vettori energetici rinnovabili

Quota in %

Commercio al dettaglio	65.0	66.6	66.8	68.0	68.5
Commercio all'ingrosso/Produzione	32.8	33.2	37.0	36.3	39.6
Quota di vettori energetici rinnovabili	48.2	48.9	50.1	49.8	53.5

Emissioni di biossido di carbonio (CO₂)

in tonnellate

Commercio al dettaglio	112 541	106 356	107 135	103 849	105 751
Commercio all'ingrosso/Produzione	331 881	338 992	350 062	367 049	309 806
Emissioni totali di biossido di carbonio (CO ₂)	444 422	445 348	457 197	470 898	415 557

2013 2014 2015 2016 2017

Consumo idrico

in migliaia di metri cubi

Commercio al dettaglio	1 118	1 154	1 060	1 282	1 300
Commercio all'ingrosso/Produzione	2 476	3 030	5 632	5 902	6 115
Consumo idrico totale	3 594	4 184	6 692	7 184	7 415

Rifiuti

Quota di riciclaggio

in %

Commercio al dettaglio	79.5	80.8	80.0	80.2	80.7
Commercio all'ingrosso/Produzione	73.0	68.0	70.1	73.4	76.9

Valori dell'anno precedente adattati

Quantità di rifiuti

in tonnellate

Commercio al dettaglio	125 494	126 598	129 896	134 145	139 445
Commercio all'ingrosso/Produzione	57 527	65 610	65 409	84 085	109 551
Quantità totale di rifiuti	183 021	192 208	195 305	218 230	248 996

Valori dell'anno precedente adattati

Collaboratori e impegno sociale

2013 2014 2015 2016 2017

Impegno sociale

in migliaia di CHF

Gruppo Coop: Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile	15 309	16 550	17 000	18 655	17 511
Commercio al dettaglio: Padrinato Coop per le regioni di montagna	1 088	939	860	827	700
Commercio al dettaglio: Altri contributi per progetti di natura sociale	7 989	6 341	6 496	6 053	5 782

Valori dell'anno precedente adattati

Rendiconto sull'anno di esercizio

Conto economico

Ricavo netto da forniture e servizi

Il ricavo netto del Gruppo Coop è composto dai ricavi netti dei segmenti Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. Nel 2017 è salito a 28.152 milioni di CHF (anno precedente: 27.259 milioni di CHF), il che equivale a un incremento del 3,3%. Il fatturato complessivo del Gruppo Coop ammontava a 29.207 milioni di CHF (anno precedente: 28.322 milioni di CHF). Con il commercio online, il Gruppo ha conseguito un ricavo netto di 1712 milioni di CHF (anno precedente: 1445 milioni di CHF). Ciò corrisponde a una crescita del 18,5%, cui entrambi i segmenti hanno contribuito con tassi di crescita a due cifre.

Risultato operativo (EBIT)

Le spese per il personale ammontano a 4616 milioni di CHF e gli altri costi operativi a 2857 milioni di CHF. Il risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA) ammonta a 1994 milioni di CHF (2016: 2044 milioni di CHF) con un margine EBITDA del 7,1%, lievemente inferiore rispetto all'anno precedente. Gli ammortamenti, pari a 1188 milioni di CHF, si compongono di ammortamenti su fabbricati/terreni e impianti per 498 milioni di CHF, altre immobilizzazioni materiali per 387 milioni di CHF, avviamento per 180 milioni di CHF e altre immobilizzazioni immateriali per 123 milioni di CHF. Il risultato operativo (EBIT), pari a 806 milioni di CHF, è superiore rispetto all'anno precedente (763 milioni di CHF), con un margine EBIT del 2,9%, leggermente più elevato rispetto all'anno precedente.

Risultato del periodo

Il risultato delle organizzazioni associate ammonta a 7 milioni di CHF (anno precedente: 12 milioni di CHF). Con una perdita di 54 milioni di CHF, il risultato da valute estere e il risultato finanziario sono migliorati rispetto alla perdita di 75 milioni di CHF dell'anno precedente. Una volta dedotti 3 milioni di CHF per un risultato estraneo all'esercizio, 145 milioni di imposte sul reddito e 131 milioni di partecipazioni minoritarie, risulta un utile netto di 485 milioni di CHF, ovvero 10 milioni di CHF in più rispetto all'anno precedente.

Analisi per settore

Commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio, Coop ha fatto registrare nel 2017 un tasso di crescita superiore alla media pari all'1,4% realizzando un ricavo netto di 17.405 milioni di CHF.

Nei supermercati Coop l'afflusso dei clienti è aumentato del 5,7% e con 10.326 milioni di CHF è stato superato il ricavo netto dell'anno precedente. È positivo il fatto che i supermercati Coop sono riusciti a guadagnare terreno in termini di quote di mercato, in particolare nell'ambito dei prodotti freschi.

Il ricavo netto dei formati specializzati è salito a 7080 milioni di CHF (+2,8%). Interdiscount, Microspot.ch, Ing. dipl. Fust e Nettoshop.ch hanno registrato un ricavo netto di 2016 milioni di CHF, il che corrisponde a un aumento di circa 51 milioni di franchi. In questo modo hanno rafforzato la leadership nel mercato dell'elettronica di consumo.

Coop Edile+Hobby rimane leader nel settore dei mercati edili.

Il ricavo netto è cresciuto dello 0,5% a 625 milioni di CHF.

Il ricavo netto dei grandi magazzini Coop City è diminuito dello 0,6%, attestandosi a 773 milioni di CHF. Ma anche in un contesto di mercato difficile è stato possibile conquistare nuove quote di mercato.

La Coop Mineraloel AG si conferma leader di mercato. Il ricavo netto è cresciuto del 5,5% a 2279 milioni di CHF. A questo si accompagna anche una crescita del 2,2% degli shop Pronto.

La Coop Vitality AG ha nuovamente registrato un andamento molto positivo incrementando sia il ricavo netto che le quote di mercato. Il ricavo netto è cresciuto del 4,1% a 186 milioni di CHF. Nel commercio al dettaglio online, il ricavo netto è cresciuto del 19,7% giungendo a 676 milioni di franchi. Un contributo decisivo a tale traguardo è giunto da Microspot.ch e Coop@home.

Il supermercato online coop@home continua a conquistare quote di mercato e ha registrato una crescita superiore alla media e pari al 10,5%; il ricavo netto è ammontato a 142 milioni di franchi.

Il risultato operativo (EBIT) del settore Commercio al dettaglio è salito di 32 milioni di CHF, passando a 497 milioni di CHF (anno precedente: 465 milioni di CHF).

I punti di vendita del settore (inclusi i ristoranti) sono ora 2295, il che equivale a un incremento di 41 rispetto all'anno precedente. Il Gruppo Coop impiegava nel commercio al dettaglio 46.604 collaboratori (anno precedente: 46.637).

Commercio all'ingrosso/Produzione

Il ricavo netto nel segmento Commercio all'ingrosso/Produzione è salito a 13.006 milioni di CHF (anno precedente: 12.248 milioni di CHF). Ciò equivale a una crescita del 6,2%. Al netto delle acquisizioni, il settore Commercio all'ingrosso/Produzione è cresciuto del 4,9%.

Il gruppo Transgourmet, che opera nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia, Austria e Svizzera, ha realizzato un ricavo netto di 9087 milioni di CHF (anno precedente: 8551 milioni). Transgourmet ha quindi registrato un aumento del 6,3% confermandosi la seconda azienda in ordine di grandezza nel commercio europeo del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso. Transgourmet gestiva complessivamente 142 mercati Cash&Carry (anno precedente: 139), dando lavoro a 28.167 collaboratori (anno precedente: 26.792).

Il Bell Food Group è tra i principali operatori in Europa per la lavorazione della carne e di prodotti convenience. Con i marchi Bell, Hilcona e Eisberg, il Gruppo copre le svariate esigenze dei clienti, che operano nel commercio alimentare, nel Foodservice e nell'industria alimentare. Con 3537 milioni di CHF, il ricavo netto ha superato del 5,7% quello dell'anno precedente (3346 milioni di CHF). Nel 2017 il Bell Food Group contava 9596 collaboratori (9781 nell'anno precedente).

Il risultato operativo (EBIT) del settore Commercio all'ingrosso/Produzione è cresciuto di 11 milioni di CHF, salendo a 309 milioni di CHF (anno precedente: 298 milioni di CHF).

Situazione finanziaria e patrimoniale

Bilancio

La somma di bilancio del Gruppo Coop è aumentata di 819 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Sul lato degli attivi, l'attivo circolante è cresciuto di 261 milioni di CHF, passando a 6058 milioni di CHF, a fronte di un calo delle liquidità e di un incremento delle scorte e dei crediti da forniture e servizi. L'attivo fisso è passato a 13.424 milioni di CHF, con un incremento di 558 milioni di CHF. Agli ammortamenti si contrappongono maggiori investimenti e incrementi derivanti dalle acquisizioni effettuate. Il capitale di terzi, attestatosi a 10.143 milioni di CHF, è salito di 408 milioni rispetto all'anno precedente. Il capitale di terzi a breve termine è aumentato di 372 milioni di CHF, salendo a 4927 milioni di CHF, mentre quello a lungo termine è cresciuto di 37 milioni di CHF, passando a 5216 milioni di CHF. Per quanto riguarda il 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 9339 milioni di CHF. Al 31 dicembre 2017, la quota di patrimonio netto era pari al 47,9%, quindi nettamente al di sopra dell'obiettivo strategico del 40%; la crescita rispetto all'anno precedente è stata di 0,1 punti percentuali.

Rendiconto finanziario

L'afflusso monetario da attività operativa è stato pari a 1453 milioni di CHF, registrando una flessione di 129 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il deflusso monetario da attività di investimento, pari a 1473 milioni di CHF, corrisponde a 466 milioni in meno rispetto all'anno precedente, una situazione derivante da minori uscite per acquisizioni nonché da minori investimenti netti in immobilizzazioni materiali. Sono stati investiti al netto 1354 milioni di CHF in immobilizzazioni materiali e immateriali, e altri 179 milioni di CHF in acquisizioni. Negli investimenti finanziari/titoli è stato registrato un disinvestimento netto di 59 milioni di CHF, da cui è derivato un free cash flow di 99 milioni di CHF. Il deflusso monetario da attività di finanziamento ammonta a 238 milioni di CHF. Il Gruppo Coop Società Cooperativa ha acceso un prestito di 200 milioni di CHF ed effettuato un rimborso pari a 250 milioni di CHF. I debiti finanziari a breve e lungo termine hanno registrato un aumento al netto pari a 66 milioni di CHF. Sono stati inoltre effettuati pagamenti per l'acquisizione di quote di minoranza per 167 milioni di franchi e versati dividendi agli azionisti minoritari per 86 milioni di franchi.

Conto annuale consolidato

Conto economico consolidato

in milioni di CHF	Spiegazioni	2017	2016
Ricavo netto da forniture e servizi	1	28 152	27 259
Altri ricavi operativi	2	1 055	1 063
Costo delle merci		19 740	19 078
Costi del personale	3	4 616	4 440
Altri costi operativi	4	2 857	2 759
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)		1 994	2 044
Ammortamenti immobilizzi materiali	5	885	950
Ammortamenti immobilizzi immateriali	5	303	332
Risultato operativo (EBIT)	1	806	763
Risultato organizzazioni associate		7	12
Risultato da valute estere		5	0
Risultato finanziario	6	-59	-75
Risultato ordinario		758	700
Risultato estraneo all'esercizio	7	3	46
Risultato ante imposte sull'utile (EBT)		762	746
Imposte sull'utile	8	145	146
Risultato al netto delle imposte sull'utile		616	600
Quote di minoranza		131	125
Risultato del periodo		485	475

Bilancio consolidato

in milioni di CHF	Spiegazioni	31.12.2017	31.12.2016
Liquidità	9	722	972
Titoli		5	10
Crediti da forniture e servizi	10	1 236	1 084
Altri crediti a breve termine	11	334	337
Ratei e risconti attivi		523	384
Rimanenze	12	3 237	3 011
Attivo circolante		6 058	5 797
Immobilizzi materiali	13	12 163	11 543
Immobilizzi finanziari	14	120	196
Immobilizzi immateriali	15	1 141	1 126
Attivo fisso		13 424	12 866
Attivi		19 482	18 663
Debiti da forniture e servizi		1 938	1 905
Debiti finanziari a breve termine	16	937	927
Altri debiti a breve termine	17	549	457
Accantonamenti a breve termine	18	304	315
Ratei e risconti passivi		1 200	951
Capitale di terzi a breve termine		4 927	4 555
Debiti finanziari a lungo termine	16	4 159	4 116
Accantonamenti a lungo termine	18	1 056	1 063
Capitale di terzi a lungo termine		5 216	5 179
Capitale di terzi		10 143	9 735
Riserve da utili		8 572	7 907
Riserve di capitale		-145	0
Risultato del periodo		485	475
Patrimonio netto senza quote di minoranza		8 912	8 382
Quote di minoranza		427	547
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza		9 339	8 928
Passivi		19 482	18 663

Rendiconto finanziario consolidato

in milioni di CHF	2017	2016
Risultato al netto delle imposte sull'utile	616	600
Ammortamenti	1 167	1 144
Perdite per riduzioni durevoli di valore	92	174
Soppressione di riduzioni durevoli di valore	-36	-5
Utili (-)/perdite da cessione attivo fisso	-14	-53
Altro risultato senza effetto sulla liquidità	-77	3
Risultato organizzazioni associate	-7	-12
Dividendi percepiti da organizzazioni associate	1	5
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine	-10	-39
Flusso finanziario prima delle variazioni dell'attivo circolante netto	1 731	1 817
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi	-83	-89
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti e dei ratei e risconti attivi	-101	-46
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze	-142	-124
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi	-45	39
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi	122	49
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine	-30	-64
Flusso finanziario da attività operative	1 453	1 582
Investimenti in immobilizzi materiali	-1 281	-1 509
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	59	107
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli	-40	-51
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli	99	15
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate	-178	-382
Ricavi dalla vendita di organizzazioni consolidate	-1	0
Investimenti in immobilizzi immateriali	-132	-120
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali	0	0
Flusso finanziario da attività d'investimento	-1 473	-1 939
Accensioni di prestiti	200	880
Rimborso di prestiti	-250	-500
Acquisto/vendita quote di minoranza	-167	-2
Dividendi agli azionisti minoritari	-86	-85
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine	118	24
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine	-52	-79
Flusso finanziario da attività di finanziamento	-238	238
Saldo flusso finanziario	-259	-118
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio	972	1 080
Saldo flusso finanziario	-259	-118
Effetto valutario liquidità	8	10
Liquidità alla fine del periodo d'esercizio	722	972

Prospetto di variazione del patrimonio netto

in milioni di CHF	Utili non distribuiti	Differenze di valuta cumulate	Riserve di capitale	Risultato del periodo	Patrimonio netto escluse le quote di minoranza	Quote di minoranza	Patrimonio netto incluse le quote di minoranza
Patrimonio netto al 01.01.2017	8 488	-581		475	8 382	547	8 928
Variazioni nel perimetro di consolidamento						3	3
Acquisto/vendita quote di minoranza			-145		-145	-183	-327
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	475			-475			
Risultato del periodo				485	485	131	616
Dividendi						-86	-86
Effetto valutario		190			190	15	205
Patrimonio netto al 31.12.2017	8 963	-391	-145	485	8 912	427	9 339
Patrimonio netto al 01.01.2016	8 072	-597		416	7 891	510	8 401
Variazioni nel perimetro di consolidamento						1	1
Acquisto/vendita quote di minoranza						-2	-2
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	416			-416			
Risultato del periodo				475	475	125	600
Dividendi						-85	-85
Effetto valutario		16			16	-3	14
Patrimonio netto al 31.12.2016	8 488	-581		475	8 382	547	8 928

Un incremento o una riduzione della quota di partecipazione detenuta in società consolidate integralmente è considerata un'operazione con i soci. La differenza tra il prezzo della transazione e la corrispondente quota di minoranza è compensata con il patrimonio netto e iscritta nelle riserve di capitale. Nel 2017 sono state aumentate le quote di partecipazioni di Hilcona SA e Service 7000 AG e l'effetto risultante è stato registrato nelle riserve di capitale.

Allegato al conto annuale consolidato

Principi di consolidamento e contabili

Basi della rendicontazione

Il conto annuale consolidato si basa sui bilanci d'esercizio delle società del gruppo, redatti secondo principi unitari, al 31 dicembre 2017 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 FER 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.

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 Gruppo Coop Società Cooperativa e alle sue società partecipate. Le società partecipate (principali società) del Gruppo Coop Società Cooperativa sono elencate nel perimetro di consolidamento.

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. Si prevedono adeguamenti del prezzo d'acquisto in funzione

di futuri eventi. Qualora il prezzo d'acquisto definitivo differisca da quello stimato, l'avviamento sarà adeguato di conseguenza. 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. Un incremento o una riduzione della quota di partecipazione detenuta in società consolidate integralmente è considerata un'operazione con i soci. Di conseguenza, gli utili e le perdite derivanti da tali operazioni sono compensati direttamente con il patrimonio netto. 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. In caso di vendita di società affiliate o di organizzazioni associate estere, le differenze di valuta proporzionali accumulate sono trasferite dal patrimonio netto al conto economico.

Corsi di conversione monetaria in CHF

		Corsi medi		Cambi del giorno	
		2017	2016	31.12.2017	31.12.2016
1	EUR	1.111	1.090	1.170	1.074
1	CZK	0.042	0.040	0.046	0.040
1	HKD	0.126	0.127	0.125	0.131
100	HUF	0.358	0.350	0.377	0.347
1	PLN	0.261	0.250	0.280	0.243
1	RON	0.243	0.243	0.251	0.237
1	RUB	0.017	0.015	0.017	0.017
1	USD	0.982	0.989	0.976	1.019

Ricavo netto da forniture e servizi

Il ricavo netto da forniture e servizi deriva dalla vendita di beni e dalla fornitura di servizi nel quadro della consueta attività commerciale durante il periodo in esame. I ricavi netti della vendita di beni alla clientela sono generati nei supermercati, nei vari formati specializzati, nei mercati all'ingrosso, nelle forniture o provengono da beni prodotti nelle nostre aziende di produzione. I ricavi netti da servizi derivano tra l'altro dalla fornitura di servizi di trasporto, dall'industria alberghiera e dagli abbonamenti ai centri fitness. I ricavi sono iscritti al valore di mercato. Le imposte sulla cifra d'affari e sul valore aggiunto nonché le diminuzioni del ricavo dovute per esempio a sconti, ribassi e altre riduzioni di prezzi, vengono dedotte dal ricavo netto dichiarato. I ricavi vengono contabilizzati quando i vantaggi e i rischi principali legati alla proprietà dei prodotti venduti così come il potere dispositivo sono stati trasferiti al cliente e il recupero dei crediti così generati è assicurato in maniera adeguata, a condizione che non si tratti di vendite in contanti. I ricavi netti derivanti dalla fornitura di servizi vengono registrati nel periodo di fatturazione in cui il servizio è stato fornito. Per quanto riguarda le attività di intermediazione viene indicato solo il valore del servizio prestato direttamente.

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 iscritti nel bilancio al valore nominale. Le rettifiche di valore sulla base di perdite prevedibili e realizzate vengono detratte e caricate sul conto economico.

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 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, che comprendono anche edifici non industriali, sono valutati sulla base dei costi 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 investimenti in immobilizzi materiali esistenti vengono attivati se incrementano il valore d'uso in modo duraturo o prolungano la durata di utilizzo di un'immobilizzo materiale. L'ammortamento avviene in modo lineare sulla durata di utilizzo.

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 / mercati	10-15
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.

In caso di nuove acquisizioni nell'area di consolidamento, l'attivo fisso viene rivalutato sulla base dei costi di acquisto accumulati e degli ammortamenti accumulati relativi agli investimenti acquisiti al momento dell'acquisizione. La rivalutazione prevede la rettifica degli ammortamenti accumulati in modo che gli investimenti acquisiti siano valutati su base netta al valore corrente al momento dell'acquisizione. Nello schema degli investimenti questi valori sono dichiarati al lordo. Tenuto conto della vita utile economica residua, il periodo di ammortamento viene inoltre sottoposto a controllo e se necessario rettificato.

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 identificabili, quando i costi si possono determinare in modo attendibile e quando portano all'azienda un beneficio tangibile per diversi anni. L'ammortamento avviene in modo lineare sulla durata di utilizzo.

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 FER al momento dell'acquisizione. Un eventuale avviamento viene generalmente

iscritto negli attivi e ammortizzato in modo lineare. Il periodo di ammortamento si calcola in base alla durata di utilizzo prevista dei presunti potenziali sinergici e di mercato che hanno portato all'avviamento.

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. I debiti a breve e a lungo termine sono iscritti nel bilancio al valore nominale.

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. Gli accantonamenti sono valutati in base a una stima delle probabili uscite monetarie. Vengono contemplati gli effetti dell'attualizzazione, se considerati rilevanti.

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

Per impegni previdenziali s'intendono tutte le obbligazioni derivanti da piani previdenziali e istituti di previdenza che prevedono prestazioni per pensionamento, decesso o invalidità.

I collaboratori del Gruppo Coop ricevono prestazioni di previdenza o rendite di vecchiaia versate in conformità alle disposizioni di legge e alle disposizioni dei singoli Paesi. I piani previdenziali e gli istituti di previdenza sono generalmente finanziati dai contributi versati dai datori di lavoro e dai lavoratori. I contributi versati dalle aziende del Gruppo Coop sono inclusi nel costo del personale alla voce Oneri sociali.

In Svizzera i collaboratori sono affiliati a un istituto di previdenza giuridicamente autonomo o a una fondazione collettiva di banche o compagnie di assicurazioni. I regolamenti prevedono prestazioni che di norma superano nettamente il regime obbligatorio LPP. La maggior parte dei dipendenti può anche scegliere di aderire a un piano all'interno dell'istituto di previdenza che prevede contributi di risparmio di maggiore o minore entità. 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 i bilanci d'esercizio degli istituti di previdenza, redatti secondo Swiss GAAP RPC 26, e un attuale eccesso o deficit di copertura in base alla situazione reale.

I benefici economici sono iscritti all'attivo solo se è ammesso impiegare l'eccesso di copertura per ridurre i contributi del datore di lavoro e se si prevede di farlo. Le eventuali riserve dei contributi del datore di lavoro liberamente disponibili sono iscritte all'attivo. Un impegno economico è iscritto tra le passività se sono soddisfatte le condizioni per la costituzione di un accantonamento.

Le società del Gruppo all'estero non dispongono di istituti di previdenza giuridicamente autonomi con valori patrimoniali separati. In tali società, gli impegni previdenziali sono iscritti direttamente nel bilancio.

Transazioni con parti correlate

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

	2017		2016	
	Ricavo netto da forniture e servizi	Risultato operativo (EBIT)	Ricavo netto da forniture e servizi	Risultato operativo (EBIT)
Commercio al dettaglio	17 405	497	17 162	465
Commercio all'ingrosso/Produzione	13 006	309	12 248	298
Consolidamento	-2 259		-2 151	
Gruppo Coop	28 152	806	27 259	763

Il settore «Commercio all'ingrosso/Produzione» è costituito dal gruppo Transgourmet, di Bell Food Group nonché dalle aziende di produzione di Coop Società Cooperativa. La colonna Consolidamento comprende le forniture tra i settori.

Nel 2016, 8 milioni di CHF nell'EBIT sono stati riclassificati tra i segmenti «Commercio al dettaglio» e «Commercio all'ingrosso/Produzione». Il motivo risiede in un trasferimento organizzativo tra la Logistica Coop (commercio al dettaglio) e le aziende di produzione Coop (Commercio all'ingrosso/Produzione).

Ricavo netto da forniture e servizi per singoli mercati geografici

	2017	2016
Svizzera	19 476	19 251
Estero	8 676	8 008
Gruppo Coop	28 152	27 259

2 Altri ricavi operativi

	2017	2016
Ricavi locativi operativi	194	189
Utili da cessione di attivo fisso operativo	6	6
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	22	22
Altri ricavi da servizi	834	846
Totale	1 055	1 063

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

3 Costi del personale

	2017	2016
Salari/Stipendi	3 509	3 410
Oneri sociali	815	773
Tasso oneri sociali in %	23.2	22.7
Altri costi del personale	292	257
Totale	4 616	4 440

4 Altri costi operativi

	2017	2016
Spese pubblicitarie	490	500
Spese di locazione	724	705
Spese di ufficio e di amministrazione	269	252
Tributi e assicurazioni cose	87	80
Imposte di esercizio	43	42
Manutenzione e sostituzione	410	389
Costi energetici e materiale di esercizio	422	412
Spese di trasporto	200	188
Spese varie	212	190
Totale	2 857	2 759

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

5 Ammortamenti	2017	2016
Avviamento, ammortamenti programmati	180	211
Avviamento, ammortamenti non programmati	0	38
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	92	79
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati	31	4
Ammortamenti immobilizzi immateriali	303	332
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	893	852
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	27	100
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-35	-3
Ammortamenti immobilizzi materiali	885	950
Totale	1 188	1 282

Gli ammortamenti non programmati sugli immobilizzi 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.

6 Risultato finanziario	2017	2016
Dividendi e guadagni di corso su titoli	1	1
Altri ricavi finanziari	22	16
Ricavi finanziari	23	17
Perdite di corso su titoli	0	0
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	50	61
Rettifiche di valore su immobili finanziari	33	31
Oneri finanziari	83	92
Totale	-59	-75

7 Risultato estraneo all'esercizio	2017	2016
Ricavi locativi	1	1
Utili da cessione di attivo fisso non operativo	12	49
Altri ricavi non operativi	0	4
Ricavi non operativi	13	54
Costi immobiliari non operativi (incl. ammortamenti su immobilizzi non operativi)	5	6
Altri costi non operativi	5	2
Costi non operativi	9	8
Totale	3	46

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

8 Imposte sull'utile	2017	2016
Imposte correnti sull'utile	120	172
Variazione delle imposte differite	26	-26
Totale	145	146
Aliquota d'imposta media in %	19.1	19.6

	2017	2016
	Aliquota d'imposta in %	Importo fiscale in milioni di CHF
Aliquota d'imposta media applicabile/Previsione delle imposte sul reddito	18.7	142
Perdite per l'anno in corso per le quali non sono state attivate imposte differite		13
Utilizzo di riporti di perdite non ancora registrati		-26
Aliquota media d'imposta sull'utile da applicare al netto dei riporti di perdite	17.1	130
Altri effetti		15
Aliquota d'imposta effettiva sull'utile/Imposte sull'utile effettiva	19.1	145

Le previste imposte sul reddito vengono calcolate sotto il presupposto che il risultato estraneo all'esercizio sia tassato allo stesso modo del risultato ordinario. Gli altri effetti derivano sostanzialmente da spese e ricavi non imponibili, imposte sul reddito estranee al periodo ed effetti derivanti da modifiche dell'aliquota d'imposta.

Sulle perdite riportate per un valore di 827 milioni di CHF (867 milioni di CHF al 31.12.2016) non sono state attivate imposte differite attive.

9 Liquidità	31.12.2017	31.12.2016
Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancario	666	894
Reka-Check/Assegni/Buoni	27	23
Depositi a termine	29	56
Totale	722	972

10 Crediti da forniture e servizi	31.12.2017	31.12.2016
Crediti da forniture e servizi	1 289	1 125
Rettifica di valore	-53	-42
Totale	1 236	1 084

11 Altri crediti a breve termine	31.12.2017	31.12.2016
Altri crediti	326	333
Acconti a fornitori	10	7
Rettifica di valore	-2	-3
Totale	334	337

12 Rimanenze	31.12.2017	31.12.2016
Merci commerciali	2 721	2 600
Prodotti finiti (Produzione)	213	192
Semilavorati, prodotti in produzione	183	143
Materie prime	146	129
Materiale ausiliario e d'imballaggio	60	49
Acconti a fornitori	50	37
Rettifica di valore	-136	-140
Totale	3 237	3 011

in milioni di CHF

14 Immobilizzi finanziari

	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Organizzazioni associate	Altri immobilizzi finanziari	Totale
Immobilizzi finanziari 2017				
Valori contabili netti 01.01.2017	10	91	95	196
Variazioni nel perimetro di consolidamento	1	0	1	2
Investimenti			40	40
Disinvestimenti	0	-18	-75	-93
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		6	-33	-27
Effetto valutario		2	1	3
Valori contabili netti 31.12.2017	11	80	29	120

Immobilizzi finanziari 2016

Valori contabili netti 01.01.2016	11	77	97	185
Variazioni nel perimetro di consolidamento		1	1	2
Investimenti	0	7	41	48
Disinvestimenti	-1		-14	-15
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		7	-30	-22
Effetto valutario		-1	0	-1
Valori contabili netti 31.12.2016	10	91	95	196

Altri immobilizzi finanziari

	31.12.2017	31.12.2016
Prestiti	95	64
Vari immobilizzi finanziari	9	74
Rettifiche di valore su altri immobili finanziari	-75	-43
Totale	29	95

in milioni di CHF

15 Immobilizzi immateriali	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Immobilizza- zioni immate- riali in fase di sviluppo	Totale
Immobilizzi immateriali 2017						
Valori d'acquisto 01.01.2017	3 527	632	435	41	46	4 681
Variazioni nel perimetro di consolidamento	157	0	7	5	2	172
Investimenti		0	65	6	60	132
Disinvestimenti	-1	-1	-4	-8		-14
Effetto valutario	32	2	7	1	0	43
Riclassificazioni		4	3	0	-7	0
Valori d'acquisto 31.12.2017	3 715	638	514	45	101	5 014
Ammortamenti cumulati al 01.01.2017	2 890	311	315	38		3 554
Variazioni nel perimetro di consolidamento		0	4	2		7
Ammortamenti programmati	180	37	52	3		272
Ammortamenti non programmati			1	0	30	31
Disinvestimenti		-1	-4	-8		-12
Effetto valutario	12	2	6	1		21
Ammortamenti cumulati al 31.12.2017	3 082	349	376	36	30	3 873
Valori contabili netti 31.12.2017	633	288	138	9	71	1 141
Immobilizzi immateriali 2016						
Valori d'acquisto 01.01.2016	3 285	604	432	41	29	4 390
Variazioni nel perimetro di consolidamento	247	1	5	2		254
Investimenti		3	71	1	44	120
Disinvestimenti		-1	-72	-3	0	-77
Effetto valutario	-5	0	-1	0	0	-6
Riclassificazioni		26	1	0	-27	0
Valori d'acquisto 31.12.2016	3 527	632	435	41	46	4 681
Ammortamenti cumulati al 01.01.2016	2 642	280	335	38		3 296
Variazioni nel perimetro di consolidamento		1	4	1		6
Ammortamenti programmati	211	32	45	1		290
Ammortamenti non programmati	38	0	3	1		42
Disinvestimenti		-1	-72	-3		-77
Effetto valutario	-1	0	-1	0		-2
Ammortamenti cumulati al 31.12.2016	2 890	311	315	38		3 554
Valori contabili netti 31.12.2016	636	321	120	3	46	1 126

in milioni di CHF

16 Debiti finanziari

	Valuta	Durata	Tasso d'in- teresse in % (ponderato)	Valore nominale	31.12.2017	31.12.2016
Conti correnti bancari					3	4
Conti deposito			0.551		1 755	1 751
Obbligazioni di cassa		2-8 anni	1.269		211	241
Bell Food Group AG	CHF	Mag. 2013-2018	1.000	175		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2012-2019	1.250	250		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2015-2020	0.250	300		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Giu. 2014-2021	0.875	200		
Bell Food Group AG	CHF	Mag. 2013-2022	1.750	175		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2016-2022	0.250	200		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2014-2023	1.000	200		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2015-2024	0.880	200		
Bell Food Group AG	CHF	Mar. 2016-2025	0.625	300		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Mag. 2016-2026	0.500	380		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2017-2027	0.500	200		
Prestiti obbligazionari					2 580	2 630
Prestiti bancari					127	37
Ipoteche			3.430		92	99
Leasing finanziario					1	0
Debiti verso istituti di previdenza			0.250		200	200
Altri debiti finanziari					128	81
Totale					5 096	5 043
di cui debiti finanziari a breve termine					937	927
di cui debiti finanziari a lungo termine					4 159	4 116

17 Altri debiti a breve termine

	31.12.2017	31.12.2016
Buoni in circolazione	71	64
Anticipi da clienti	146	135
Altre imposte	82	132
Altri debiti a breve termine	251	126
Totale	549	457

Al 31 dicembre 2017 gli altri debiti a breve termine includono l'importo residuo del prezzo di acquisto per la quota di minoranza del 49% di Hilcona SA.

in milioni di CHF

18 Accantonamenti

	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Supercard	Imposte differite	Altri accantonamenti	Totale
Accantonamenti 2017						
Valori contabili 01.01.2017	112	51	185	767	263	1 378
Variazioni nel perimetro di consolidamento	0			3	0	3
Costituzione di accantonamenti	24	11	189		44	268
Utilizzo degli accantonamenti	-22	-18	-191		-63	-294
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-3	-11	-3		-15	-32
Variazione delle imposte differite				26		26
Effetto valutario	3	0		3	5	11
Riclassificazioni	-4				4	0
Valori contabili 31.12.2017	111	33	180	798	238	1 360
di cui accantonamenti a breve termine	21	25	180		78	304
di cui accantonamenti a lungo termine	89	8		798	160	1 056
Accantonamenti 2016						
Valori contabili 01.01.2016	179	57	190	789	243	1 458
Variazioni nel perimetro di consolidamento	4			8	5	17
Costituzione di accantonamenti	24	18	179		98	320
Utilizzo degli accantonamenti	-80	-15	-182		-73	-349
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-15	-10	-3		-9	-36
Variazione delle imposte differite				-25		-25
Effetto valutario	0	0		-6	-1	-7
Riclassificazioni						
Valori contabili 31.12.2016	112	51	185	767	263	1 378
di cui accantonamenti a breve termine	22	28	185		80	315
di cui accantonamenti a lungo termine	90	22		767	184	1 063

Gli altri accantonamenti includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 103 milioni di CHF (103 milioni di CHF al 31.12.2016) e per i punti di vendita pari a 24 milioni di CHF (29 milioni di CHF al 31.12.2016).

in milioni di CHF

19 Istituti di previdenza

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2017	Istituti di previdenza		Fondi/Istituti di previdenza padronali			
	Valore nominale	Rinuncia utilizzazione	Valore del bilancio	Valore nominale	Rinuncia utilizzazione	Valore del bilancio
Valori contabili 01.01.2017	10		10			
Variazioni nel perimetro di consolidamento	1		1			
Costituzione	0		0			
Utilizzo (Costi del personale)	0		0			
Valori contabili 31.12.2017	11		11			0

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2016

Valori contabili 01.01.2016	10	10	1	1
Variazioni nel perimetro di consolidamento	0	0	0	
Costituzione	0	0		
Utilizzo (Costi del personale)	0	0	-1	-1
Valori contabili 31.12.2016	10	10	0	0

Utile economico/impegno economico e spesa previdenziale	Copertura eccessiva/insufficiente		Quota economica del Gruppo Coop		Variazione rispetto all'anno precedente		Contributi di competenza del periodo		Costo per la previdenza nei costi del personale	
	31.12.2017	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2016	senza influsso sul risultato ¹ 2017	con influsso sul risultato 2017	2017	2017	2017	2016
Fondi/Istituti di previdenza padronali										-1
Istituto di previdenza senza copertura eccessiva/insufficiente							262	262	262	265
Istituto di previdenza con copertura eccessiva	1						1	1	1	1
Istituto di previdenza riassicurato							1	1	1	1
Piano di previdenza senza azioni proprie		-111	-112	-112	-23	22			22	9
Totale	1	-111	-112	-112	-23	22	264	286	286	275

¹ Versamenti, conversione divise estere, variazioni nel perimetro di consolidamento

Il 31.12.2017, la CPV/CAP presentava un grado di copertura del 114,0% (anno precedente: 113,0%). Nell'ottica delle RPC 16 non sussiste né sovracopertura né sottocopertura, in quanto il valore target della riserva di fluttuazione non è ancora stato raggiunto.

20 Operazioni fuori bilancio

	31.12.2017	31.12.2016
Fideiussioni, garanzie	27	63
Altri impegni quantificabili di carattere eventuale	6	119
Altri impegni potenziali che non devono essere registrati nel bilancio	127	5
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	128	235

A luglio 2014, il Bundeskartellamt (ufficio federale antitrust tedesco) ha inflitto a Bell Deutschland 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 riteneva che la multa non fosse giustificata né sul piano oggettivo né su quello materiale. Fino al 31.12.2016, un impegno eventuale di pari importo era iscritto tra gli «ulteriori obbligazioni suscettibili di quantificazione, avente carattere eventuale». A giugno 2017, il Bundeskartellamt ha archiviato il procedimento e annullato la decisione in merito all'ammenda.

Le obbligazioni verso gli azionisti minoritari derivanti da opzioni put sulle quote in loro possesso delle società del Gruppo integralmente consolidate sono iscritte alla voce «Ulteriori obbligazioni non soggette a bilancio».

in milioni di CHF

21 Obblighi da leasing operativo non iscritto in bilancio

	31.12.2017	31.12.2016
Scadenza entro un anno	750	738
Scadenza nell'arco di 1-5 anni	2 549	2 543
Scadenza dopo oltre 5 anni	3 602	3 823

Le obbligazioni da contratti di leasing operativo non iscritte nel bilancio risultano principalmente da contratti di locazione e contratti di superficie a lungo termine.

22 Strumenti finanziari derivati in essere

Strumenti finanziari derivati 2017		Valori di contratto	Riconciato al bilancio		Non riconciato al bilancio	
Valore base	Scopo		Attivi	Passivi	Attivi	Passivi
Valute	Copertura	1 368	0	15	2	0
Totale		1 368	0	15	2	0

Strumenti finanziari derivati 2016		Valori di contratto	Riconciato al bilancio		Non riconciato al bilancio	
Valore base	Scopo		Attivi	Passivi	Attivi	Passivi
Valute	Copertura	1 017	5	4	2	1
Tassi d'interesse	Copertura	8	0	0	0	0
Totale		1 025	5	4	2	2

23 Transazioni con parti correlate

Transazioni con organizzazioni associate	2017	2016
Ricavo netto da forniture e servizi	36	25
Altri ricavi operativi	6	5
Costo delle merci	7	152
Spese di ufficio e di amministrazione	2	2
Spese di locazione	2	2
Spese varie	0	1
	31.12.2017	31.12.2016
Crediti da forniture e servizi	6	3
Altri crediti a breve termine	2	0
Ratei e risconti attivi	2	3
Prestiti	76	44
Debiti da forniture e servizi	3	9
Debiti finanziari a breve termine	6	5
Debiti finanziari a lungo termine	0	1

Sussistono inoltre debiti nei confronti dell'istituto di previdenza del personale CPV/CAP che sono indicati nei debiti finanziari a breve termine. Non sussistono altre transazioni significative con altre parti correlate.

24 Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento

2017

Società		Variazione	Data	31.12.2017 in %	31.12.2016 in %
Frostag Food-Centrum AG	CH-Landquart	Acquisizione	01/2017	66.29	
Alimentana Sista Holding AG	CH-Ebikon	Acquisizione e fusione in Coop Genossenschaft	01/2017	100.00	
Soc. Coopération de Collaboration Intern.	BE-Bruxelles	Liquidazione	01/2017		25.00
Peter Riegger Holding AG	CH-Zug	Acquisizione	01/2017	100.00	
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Fusione in Coop Genossenschaft	01/2017	100.00	100.00
Service 7000 AG	CH-Netstal	Aumento della quota di partecipazione	02/2017	75.00	50.06
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Vendita	03/2017	0.00	66.29
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Vendita	04/2017	0.00	40.00
Bell Food Group AG	CH-Basel	Nuova ragione sociale (finora: Bell AG)	04/2017	66.29	66.29
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	Costituzione	07/2017	100.00	
Team Beverage AG	DE-Wildeshausen	Acquisizione	07/2017	70.00	
Hilcona AG	FL-Schaan	Aumento della quota di partecipazione	09/2017	100.00	51.00
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Aumento della quota di partecipazione e fusione in Coop Genossenschaft	09/2017	100.00	94.31
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Moskau	Acquisizione	09/2017	100.00	
Bell Espana Alimentacion S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Nuova ragione sociale (finora: Sanchez Alcaraz S.L.U.)	11/2017	66.29	66.29
gastronovi GmbH	DE-Bremen	Acquisizione	12/2017	51.00	

2016

Società		Variazione	Data	31.12.2016 in %	31.12.2015 in %
Valentin Pontresina AG	CH-Pontresina	Fusione in Transgourmet Schweiz AG	01/2016	100.00	100.00
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Mainz	Nuova ragione sociale (finora: OHG Transgourmet GmbH & Co.)	01/2016	100.00	100.00
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	Acquisizione	01/2016	100.00	
OHG SELGROS C&C GmbH & Co.	DE-Neu-Isenburg	Fusione in Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	01/2016	100.00	100.00
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	Acquisizione	03/2016	66.29	
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Acquisizione	04/2016	51.00	
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	Acquisizione	05/2016	33.81	
Casa del Vino SA	CH-Zürich	Acquisizione	05/2016	100.00	
Der Milchbauer Grosshandels-gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Acquisizione	07/2016	100.00	
Geiser SA	CH-Schlieren	Acquisizione	10/2016	100.00	
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Acquisizione	10/2016	100.00	
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Aumento della quota di partecipazione	12/2016	100.00	99.74

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

in milioni di CHF

25 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni

2017	Gruppo Team Beverage	Gruppo Frostag	Gruppo Alimentana	Gruppo Riegger	Altre organizzazioni
Liquidità	1	0	19	13	1
Crediti e Risconti attivi	20	2	6	4	7
Rimanenze	1	2	3	7	3
Immobilizzi materiali	2	16	8	5	9
Immobilizzi finanziari	1		0	1	0
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)	6		0		1
Debiti e ratei e risconti passivi	29	3	10	4	6
Debiti finanziari	0	13		0	2
Accantonamenti	0	0	1	2	0

2016	Transgourmet Österreich GmbH	Gruppo Huber	Gruppo Eisberg	Geiser SA	Altre organizzazioni
Liquidità	10	14	2	4	7
Crediti e Risconti attivi	44	48	11	5	9
Rimanenze	43	14	2	3	12
Immobilizzi materiali	16	59	22	8	23
Immobilizzi finanziari	0		1		1
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)	1	0	0		1
Debiti e ratei e risconti passivi	75	35	8	4	15
Debiti finanziari	8	0	8		3
Accantonamenti	6	6	1	2	1

26 Componenti più importanti nella vendita di organizzazioni

2017	ZIMBO Czechia s.r.o.
Liquidità	1
Crediti e Risconti attivi	1
Rimanenze	0
Immobilizzi materiali	1
Debiti e ratei e risconti passivi	2
Debiti finanziari	1
Accantonamenti	0

Nel 2016 non è stata venduta nessuna azienda consolidata integralmente.

27 Perimetro di consolidamento (principali società)	Quota di capitale ¹	Capitale	Inclu- sione	31.12.2017		31.12.2016	
				in %	in %	in milioni	in milioni
Gruppo Coop Società Cooperativa	CH-Basel	Società di partecipazione					
Coop Genossenschaft	CH-Basel	Commercio, produzione	100.00	100.00	0.0 CHF	□	
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Casa editrice di riviste	100.00	100.00	0.2 CHF	□	
Coop Immobilien AG	CH-Bern	Immobili	100.00	100.00	200.0 CHF	□	
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Elettrodomestici, multimedia	100.00	100.00	10.0 CHF	□	
RS Vertriebs AG	CH-St. Gallen	Commercio online elettrodomestici, multimedia	100.00	100.00	1.0 CHF	□	
Service 7000 AG	CH-Netstal	Servizio riparazioni	75.00	50.06	1.6 CHF	□	
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Sorgenti minerali	100.00	100.00	22.4 CHF	□	
siroop AG	CH-Zürich	Commercio online	50.00	50.00	CHF	●	
siroop trading AG	CH-Basel	Commercio online	100.00	100.00	0.1 CHF	□	
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Prodotti di bellezza e cosmetici	100.00	100.00	0.4 CHF	□	
Alifresca AG	CH-Basel	Società di acquisti	100.00	100.00	0.1 CHF	□	
Bell Food Group AG	CH-Basel	Holding	66.29	66.29	2.0 CHF	□	
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	0.0 EUR	□	
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	Salumi	100.00	100.00	1.0 EUR	□	
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	0.1 EUR	□	
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	Salumi	100.00	100.00	10.0 PLN	□	
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Subholding	100.00	100.00	5.3 EUR	□	
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	Commercio di prodotti di carne	100.00	100.00	0.6 EUR	□	
Bell Nederland B.V.	NL-AX Breda	Commercio di prodotti di carne	100.00	100.00	2.7 EUR	□	
Bell Espana Alimentacion S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Prosciutto crudo	100.00	100.00	0.6 EUR	□	
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	Carne e salumi	99.75	99.75	400.0 HUF	□	
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	Subholding	100.00	100.00	20.0 EUR	□	
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Salsicce crude	100.00	100.00	2.6 EUR	□	
Bell Schweiz AG	CH-Basel	Carne fresca, salumi, pollame, frutti di mare	100.00	100.00	20.0 CHF	□	
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Salumi	100.00	100.00	1.5 CHF	□	
Centravo Holding AG ²	CH-Zürich	Lavorazione di sottoprodotti	30.10	30.10	CHF	●	
Geiser AG	CH-Schlieren	Salumi	100.00	100.00	0.5 CHF	□	
Hilcona AG	FL-Schaan	Prodotti convenience	100.00	51.00	27.0 CHF	□	
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	Prodotti convenience	100.00	100.00	0.7 CHF	□	
Frostag Food-Centrum AG	CH-Landquart	Prodotti convenience	100.00	0.00	1.5 CHF	□	
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	Subholding	100.00	100.00	0.3 CHF	□	
CapCo AG	FL-Vaduz	Società d'assicurazioni	100.00	100.00	5.0 CHF	□	
Centre Commercial Moncor S.A.	CH-Villars-sur-Glâne	Immobili	100.00	100.00	1.2 CHF	□	
Centre de formation «du Léman»	CH-Jongny	Formazione	100.00	100.00	0.0 CHF	□	
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	Coltivazione del cacao	75.00	75.00	0.1 USD	□	
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	10.0 CHF	□	
Coop Tagungszentrum	CH-MuttENZ	Formazione	100.00	100.00	0.4 CHF	□	
Coop Vitality AG	CH-Bern	Farmacie	51.00	51.00	5.1 CHF	□	
Elektronik Distribution AG	CH-Basel	Cooperazione di acquisti	100.00	100.00	0.1 CHF	□	
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	Società di acquisti	100.00	100.00	0.1 HKD	□	
Marché Ristoranti Svizzera SA	CH-Dietlikon	Ristorante	100.00	100.00	8.0 CHF	□	
Palink UAB	LT-Vilnius	Commercio al dettaglio	20.00	20.00	EUR	●	

			Quota di capitale ¹		Capitale	Inclu- sione
			31.12.2017 in %	31.12.2016 in %	31.12.2017 in milioni	
Panflor AG	CH-Zürich	Cereali e prodotti da macinazione	100.00	100.00	0.1 CHF	☐
railCare AG	CH-Härkingen	Impresa ferroviaria	100.00	100.00	1.0 CHF	☐
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Basel	Commercio al dettaglio	100.00	100.00	0.1 CHF	☐
SC Swiss commercial GmbH	DE-Konstanz	Società di distribuzione	100.00	100.00	0.0 EUR	☐
Steinfels Swiss GmbH	DE-Konstanz	Società di distribuzione	100.00	100.00	0.0 EUR	☐
Transgourmet Holding AG	CH-Basel	Holding	100.00	100.00	520.1 CHF	☐
gastronovi GmbH	DE-Bremen	Software	51.00		0.1 EUR	☐
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Subholding	100.00	100.00	1.0 EUR	☐
OOO Selgros	RU-Moskau	Cash&Carry	100.00	100.00	10.1 RUB	☐
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Moskau	Rifornimento all'ingrosso	100.00	0.00	0.1 RUB	☐
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basel	Subholding	100.00	100.00	0.1 CHF	☐
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	0.1 EUR	☐
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	0.6 EUR	☐
Der Milchbauer Grosshandels-gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	0.0 EUR	☐
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	Subholding	100.00	0.00	0.1 EUR	☐
Team Beverage AG	DE-Wildeshausen	Rifornimento all'ingrosso	70.00	0.00	1.0 EUR	☐
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	0.0 EUR	☐
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	Subholding	100.00	100.00	17.7 EUR	☐
Richard Sump GmbH	DE-Hamburg	Subholding	75.00	75.00	1.0 EUR	☐
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	2.5 EUR	☐
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	Cash&Carry	100.00	100.00	288.3 RON	☐
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	310.0 PLN	☐
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	486.9 EUR	☐
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	1.0 EUR	☐
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	66.5 CHF	☐
Casa del Vino SA	CH-Zürich	Commercio di bevande	100.00	100.00	0.3 CHF	☐
Peter Riegger Holding AG	CH-Zürich	Commercio di bevande	100.00	0.00	0.3 CHF	☐
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Società di partecipazione	51.00	51.00	0.1 CHF	☐

☐ = Società consolidata integralmente

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

¹ Quota della società detentrici

² Quota sul capitale delle azioni in circolazione

28 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):

- A gennaio 2018, il Bell Food Group acquisisce la partecipazione maggioritaria di Hügli, gruppo con sede a Steinach, in Svizzera, che opera nella produzione di generi alimentari a livello internazionale.
- A gennaio 2018, il gruppo Transgourmet rileva Niggemann Food Frischemarkt GmbH, azienda con sede a Bochum, in Germania, prevalentemente specializzata nel rifornimento dei clienti del settore gastronomico.
- A gennaio 2018, il gruppo Transgourmet rileva Immodevelop GmbH, azienda con sede a Innsbruck, in Austria, che si occupa dello sviluppo e dell'amministrazione di immobili.

Il 8 febbraio 2018, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 12 aprile 2018.



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

Relazione di revisione sul conto annuale consolidato

Giudizio di revisione

Abbiamo svolto la revisione del conto annuale consolidato del Gruppo Coop Società Cooperativa e delle sue società affiliate (il Gruppo), costituito dal bilancio consolidato al 31 dicembre 2017, dal conto economico consolidato, dal rendiconto finanziario consolidato e dal prospetto di variazione del patrimonio netto per l'esercizio chiuso a tale data, come pure l'allegato al conto annuale consolidato, ivi inclusa una sintesi dei principi contabili più significativi.

A nostro giudizio, l'annesso conto annuale consolidato (pagine 88-109) presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo al 31 dicembre 2017, della sua situazione reddituale e dei flussi finanziari per l'esercizio chiuso a tale data in conformità agli Swiss GAAP FER ed è conforme alla legge svizzera.

Base del giudizio di revisione

Abbiamo svolto la nostra revisione conformemente alla legge svizzera e agli Standard svizzeri di revisione (SR). Le nostre responsabilità secondo queste norme e questi standard sono ampiamente descritte al paragrafo della nostra relazione intitolato «Responsabilità dell'Ufficio di revisione per la revisione del conto annuale consolidato».

Siamo indipendenti dal Gruppo, conformemente alle disposizioni legali svizzere e ai requisiti della categoria professionale, e abbiamo adempiuto agli altri nostri obblighi di condotta professionale in conformità a tali disposizioni. Siamo dell'avviso che gli elementi probativi da noi ottenuti costituiscano una base sufficiente e adeguata su cui fondare la nostra opinione di revisione. Riteniamo che gli elementi probativi da noi ottenuti siano sufficienti e appropriati per fondare il nostro giudizio.

Il nostro approccio di revisione

Panoramica



Significatività globale: CHF 130 milioni

Abbiamo effettuato le verifiche ("full scope audits") presso il Gruppo Bell Food e presso quattro società del Gruppo in Svizzera. In collaborazione con un altro ufficio di revisione è stato inoltre svolto un "full scope audit" presso il Gruppo Transgourmet. Le società oggetto di tale verifica contribuiscono per una parte del 95% dei ricavi netti da forniture e servizi. Inoltre sono state svolte delle attività di verifica presso altre tre società del Gruppo.

Quali aspetti significativi della revisione abbiamo individuato i seguenti temi:

- valore recuperabile dell'avviamento
- valore recuperabile dei marchi
- valore recuperabile delle rimanenze

PricewaterhouseCoopers AG, St. Jakobs-Strasse 25, Postfach, 4002 Basel
Telefon: +41 58 792 51 00, Telefax: +41 58 792 51 10, www.pwc.ch

PricewaterhouseCoopers AG fa parte di una rete internazionale di società giuridicamente autonome e indipendenti tra loro.



Estensione delle nostre verifiche

L'attività di verifica è stata pianificata sulla base della significatività determinata e su una valutazione del rischio di anomalie significative nel conto annuale consolidato. Particolare attenzione è stata dedicata agli ambiti in cui sono state prese decisioni discrezionali. Ci riferiamo ad esempio alle stime più importanti della rendicontazione basate su ipotesi che dipendono da eventi futuri per loro natura imprevedibili. Come di consueto abbiamo tenuto conto del rischio di una disattivazione dei controlli interni ad opera dal Management e, tra gli altri aspetti, di segnali che possono indicare un rischio di anomalie intenzionali.

Per eseguire adeguate attività di verifica abbiamo definito l'estensione della revisione in modo tale da poter esprimere un giudizio sul conto annuale consolidato nella sua globalità, tenendo conto dell'organizzazione del Gruppo, dei controlli e dei processi interni nell'ambito della rendicontazione.

Significatività

L'estensione delle nostre verifiche è stata influenzata dal principio di significatività applicato. La nostra opinione di revisione ha lo scopo di dare una ragionevole sicurezza che il conto annuale consolidato non includa anomalie significative. Le anomalie possono risultare da atti intenzionali o non intenzionali, sono considerate significative qualora sia ragionevole aspettarsi che possano influenzare, sia considerandole individualmente che nel loro insieme, le decisioni economiche che gli utilizzatori del conto annuale consolidato prendono sulla base di quest'ultimo.

Sulla base delle nostre valutazioni professionali, abbiamo determinato delle soglie di materialità quantitative e compreso il carattere significativo globale applicabile al conto annuale consolidato considerato nel suo insieme, come descritto nella tabella di cui sotto. Sulla base di dette soglie quantitative e di considerazioni relative a elementi qualitativi, abbiamo determinato l'estensione delle nostre verifiche, la natura, le tempistiche e l'estensione delle procedure di revisione e valutato gli effetti di anomalie significative, considerate individualmente o nel loro insieme, sul conto annuale consolidato considerato nel suo insieme.

<i>Significatività globale</i>	CHF 130 milioni
<i>Come l'abbiamo determinata</i>	0.5% dei ricavi netti da forniture e servizi (arrotondato)
<i>Giustificazione della scelta del valore di riferimento per la determinazione della significatività</i>	Abbiamo scelto i ricavi netti da forniture e servizi quale valore di riferimento, in quanto il Gruppo non è una cooperativa che opera principalmente sul mercato dei capitali e i suoi soci non mettono a disposizione del capitale di rischio. Tale valore è inoltre un criterio di riferimento generalmente riconosciuto per valutare la significatività.

Abbiamo convenuto con il Comitato di revisione di comunicare le anomalie significative superiori a CHF 6.5 milioni constatate nell'ambito dei nostri lavori di revisione, nonché tutte le anomalie inferiori a questo importo per le quali, a nostro giudizio, sarebbe auspicabile una comunicazione sulla base di considerazioni di ordine qualitativo.

Comunicazione su aspetti significativi emersi dalla revisione conformemente alla Circolare 2015/1 dell'Autorità federale di sorveglianza dei revisori

Gli aspetti significativi emersi dalla revisione sono quegli aspetti che secondo il nostro giudizio professionale rivestono maggiore importanza per la nostra revisione del conto annuale consolidato nel periodo in questione. Questi aspetti sono stati considerati nell'ambito della nostra revisione del conto annuale consolidato nel suo complesso e ne abbiamo tenuto conto nella formazione del nostro giudizio; non forniamo un giudizio specifico circa tali aspetti.



Valore recuperabile dell'avviamento

Aspetto significativo emerso dalla revisione

La valutazione del valore recuperabile dell'avviamento che prevede ammortamenti con durate comprese tra 8 e 20 anni appare particolarmente importante per i motivi indicati di seguito:

- L'avviamento ammontava a CHF 633 milioni al 31 dicembre 2017 e rappresenta un importo significativo nel bilancio. Gli importi maggiori si riferiscono ad acquisizioni effettuate negli esercizi precedenti.
- Esiste inoltre una certa discrezionalità nella previsione delle entrate legate a risultati operativi futuri e nella determinazione dei tassi di sconto applicati ai flussi finanziari prospettati.

Si rimanda ai principi di consolidamento e contabili (pagina 94) e al commento 15, Immobilizzi immateriali (pagina 101) nell'allegato al conto annuale consolidato.

La nostra procedura di revisione

Abbiamo discusso con il management i risultati e le prospettive future dei diversi rami d'azienda con ammortamenti relativi ad avviamento ed esaminato i relativi verbali del Consiglio d'amministrazione e della Direzione generale. Tramite questi colloqui siamo riusciti a comprendere le modalità di approvazione del piano finanziario pluriennale e di eventuali indicatori di perdite di valore.

A fronte di queste considerazioni sul rischio e sulla significatività abbiamo deciso di interpellare gli esperti in valutazione del nostro ufficio che ci hanno assistito nella verifica dei test di impairment. Il nostro esame si è concentrato in particolare sulla correttezza logica e matematica dei metodi di valutazione applicati e sulla plausibilità dei valori che sono stati così ottenuti (tasso di sconto e tassi di crescita). Tramite un raffronto tra i risultati dell'esercizio in esame e le relative previsioni dell'anno precedente siamo stati inoltre in grado di valutare l'adeguatezza di queste ultime.

Abbiamo provveduto altresì a confrontare le ipotesi utilizzate dal management per prevedere l'andamento del fatturato e degli utili con le analisi economiche e specifiche del settore in cui opera il Gruppo. I costi ponderati del capitale sono stati determinati applicando il modello di Capital Asset Pricing. Il tasso di sconto applicato è stato confrontato con quello di imprese simili, tenuto conto delle specificità nazionali. Abbiamo verificato anche l'adeguatezza della variazione prevista per il capitale circolante e gli investimenti.

Anche le analisi di sensibilità condotte dal management sulle ipotesi più importanti sono state oggetto di verifica. Tali analisi ci sono servite per verificare il potenziale di deprezzamento dell'avviamento. I risultati di queste verifiche sono stati discussi con il management e con il Comitato di revisione.

Secondo il nostro giudizio le procedure di valutazione e le ipotesi utilizzate dal management costituiscono una base adeguata e sufficiente per verificare il valore recuperabile dell'avviamento.



Valore recuperabile dei marchi

<i>Aspetto significativo emerso dalla revisione</i>	<i>La nostra procedura di revisione</i>
<p>La valutazione del valore recuperabile dei marchi con una durata di ammortamento fino a un massimo di 20 anni appare particolarmente importante per i motivi indicati di seguito.</p> <ul style="list-style-type: none">• Il valore dei marchi, brevetti e licenze iscritto in bilancio ammontava a CHF 288 milioni alla chiusura del 31 dicembre 2017 e rappresenta un importo significativo.• Esiste inoltre una certa discrezionalità nella previsione delle entrate legate a risultati operativi futuri e nella determinazione dei tassi di sconto applicati ai flussi finanziari prospettati. <p>Si rimanda ai principi di consolidamento e contabili (pagina 94) e al commento 15, Immobilizzi immateriali (pagina 101) nell'allegato al conto annuale consolidato.</p>	<p>Abbiamo discusso con il management i risultati e le prospettive future dei diversi marchi e visionato i relativi verbali del Consiglio d'amministrazione e della Direzione generale. Tramite questi colloqui siamo riusciti a comprendere eventuali indicatori per le perdite di valore.</p> <p>A fronte di queste considerazioni sul rischio e sulla significatività abbiamo calcolato il valore di ricavo dei marchi al fine di verificare il loro valore recuperabile sulla base dei contratti di licenza e dei piani pluriennali approvati dal Consiglio d'amministrazione. I risultati di queste verifiche sono stati discussi con il management e con il Comitato di revisione.</p> <p>L'esito delle verifiche corrobora la stima del valore dei marchi elaborata dal management per l'esercizio in esame.</p>

Valore recuperabile delle rimanenze

<i>Aspetto significativo emerso dalla revisione</i>	<i>La nostra procedura di revisione</i>
<p>La valutazione del valore recuperabile delle rimanenze appare particolarmente importante in considerazione dell'entità di tale valore che ammontava a CHF 3.2 miliardi al 31 dicembre 2017.</p> <p>Nella nostra verifica ci siamo concentrati sul rischio di una sopravvalutazione delle rimanenze che non tenga conto delle merci ormai inutilizzabili o difficilmente smerciabili.</p> <p>Si rimanda ai principi di consolidamento e contabili (pagina 93) e al commento 12, Rimanenze (pagina 98) nell'allegato al conto annuale consolidato.</p>	<p>I principi utilizzati per la determinazione del valore recuperabile delle rimanenze sono stati oggetto di valutazione e insieme al management abbiamo discusso l'esito delle analisi e le rettifiche di valore necessarie. Abbiamo esaminato i relativi verbali del Consiglio d'amministrazione e della Direzione generale al fine di verificare eventuali indicatori di perdita di valore.</p> <p>Sono state effettuate prove a campione per verificare la compliance con il processo di gestione delle merci non più utilizzabili o difficilmente vendibili e la correttezza dei calcoli per la valutazione delle merci. Abbiamo condotto inoltre esami selettivi dell'inventario allo scopo di conoscere le modalità di identificazione e deprezzamento delle merci di non più utilizzabili o difficilmente vendibili.</p> <p>I risultati delle nostre verifiche corroborano il giudizio del management sulle rettifiche di valore delle rimanenze al 31 dicembre 2017.</p>



Responsabilità del Consiglio d'amministrazione per il conto annuale consolidato

Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento di un conto annuale consolidato che presenti un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale conformemente agli Swiss GAAP FER e alle disposizioni legali, ed è altresì responsabile dei controlli interni che il Consiglio d'amministrazione ritiene necessari per permettere l'allestimento di un conto annuale consolidato privo di anomalie significative, siano esse intenzionali o non intenzionali.

Nell'ambito dell'allestimento del conto annuale consolidato il Consiglio d'amministrazione è responsabile della valutazione della capacità del Gruppo di continuare l'attività operativa, della menzione – se del caso – degli aspetti correlati alla continuazione di tale attività operativa e all'applicazione del principio contabile della continuazione dell'attività operativa, a meno che il Consiglio d'amministrazione non intenda liquidare il Gruppo o cessare determinate attività operative, oppure non abbia alcuna soluzione alternativa realistica.

Responsabilità dell'ufficio di revisione per la revisione del conto annuale consolidato

Il nostro obiettivo è accertare con una ragionevole sicurezza che il conto annuale consolidato nel suo complesso non contenga anomalie significative, siano esse intenzionali o non intenzionali, e presentare una relazione che contiene il nostro giudizio. Una sicurezza ragionevole corrisponde a un elevato grado di sicurezza, ma non garantisce che una revisione svolta conformemente alla legge svizzera e agli SR permetta sempre di rilevare un'anomalia significativa, qualora esistente. Le anomalie possono derivare da frodi o da errori e sono ritenute significative qualora si possa ragionevolmente presumere che singolarmente o nel loro complesso possano influire sulle decisioni economiche prese dagli utilizzatori sulla base di questo conto annuale consolidato.

Nel quadro di una revisione svolta conformemente alla legge svizzera, nonché agli SR, durante tutta la revisione esercitiamo il nostro giudizio professionale mantenendo un approccio critico. Inoltre:

- individuiamo e valutiamo i rischi di anomalie significative, sia intenzionali che non intenzionali, pianifichiamo ed eseguiamo procedure di verifica aventi funzione di risposta a questi rischi ed acquisiamo elementi probativi sufficienti e idonei su cui fondare il nostro giudizio. Il rischio di un mancato rilevamento di anomalie significative derivanti da frodi è più elevato di quello riguardante anomalie derivanti da errori, in quanto le frodi possono implicare un'interazione fraudolenta, falsificazioni, dati intenzionalmente incompleti, rappresentazioni fuorvianti a danno del revisore o l'elusione dei controlli interni;
- valutiamo l'adeguatezza delle principi contabili applicate e la ragionevolezza dei valori stimati riportati nel rendiconto e dei dati ad essi correlati;
- acquisiamo una comprensione del sistema di controllo interno rilevante per la revisione in modo da pianificare delle procedure di verifica adeguate alle circostanze senza però perseguire l'obiettivo di esprimere un giudizio sull'efficacia del sistema di controllo interno del Gruppo;
- traiamo conclusioni sull'adeguatezza dell'applicazione del principio contabile della continuazione dell'attività operativa da parte del Consiglio d'amministrazione e sulla base degli elementi probativi ottenuti deduciamo l'eventuale esistenza di un'insicurezza significativa, legata a degli eventi o a delle circostanze, che potrebbe sollevare importanti dubbi sulla capacità del Gruppo di continuare l'attività operativa. Qualora concludessimo che esiste un'insicurezza significativa, siamo tenuti a rendere attenti nella nostra relazione ai relativi dati nella nota integrativa del conto annuale consolidato oppure, in caso di dati inappropriati, a circoscrivere il nostro giudizio o ad astenerci dalla sua formulazione. Le nostre conclusioni si basano sugli elementi probativi acquisiti fino alla data della nostra relazione. Eventi o circostanze futuri possono però comportare l'abbandono della continuazione dell'attività operativa da parte del Gruppo;
- valutiamo la presentazione nel suo complesso, la struttura e il contenuto del conto annuale consolidato, compresi i dati contenuti nella nota integrativa, e analizziamo se il conto annuale consolidato riflette le operazioni e gli eventi cui si riferisce in modo completo e appropriato e quindi se è in grado di trasmettere un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale del Gruppo;



- acquisiamo elementi probativi sufficienti e appropriati in merito alle informazioni finanziarie delle unità o attività operative all'interno del Gruppo allo scopo di fornire un giudizio sul conto annuale consolidato. Assumiamo la responsabilità della conduzione, della supervisione e dello svolgimento della revisione del conto annuale consolidato. Il giudizio di revisione è di nostra esclusiva responsabilità.

Con il Consiglio d'amministrazione o con il Comitato di revisione scambiamo informazioni riguardanti, fra le altre cose, la pianificata estensione della revisione e la tempistica prevista, nonché importanti constatazioni, comprese eventuali carenze significative nel sistema di controllo interno, rilevate nel corso della revisione.

Dichiariamo inoltre al Consiglio d'amministrazione o al Comitato di revisione di esserci attenuti alle regole di condotta professionali in materia di indipendenza e di scambiare con essi informazioni riguardanti tutte le relazioni e gli altri aspetti che potrebbero ragionevolmente incidere sulla nostra indipendenza e – se del caso – sulle relative misure di protezione.

Fra gli aspetti riguardo ai quali abbiamo scambiato informazioni con il Consiglio d'amministrazione o con il Comitato di revisione definiamo quelli di maggiore rilevanza ai fini della revisione del conto annuale consolidato nel periodo in questione e che sono quindi gli aspetti particolarmente significativi emersi dalla revisione. Descriviamo tali aspetti nella nostra relazione, a meno che la legge o altre disposizioni normative ne escludano la diffusione pubblica oppure decidiamo, in casi estremamente rari, di non comunicare un determinato aspetto nella nostra relazione, in quanto si può ragionevolmente supporre che ciò avrebbe conseguenze negative superiori agli effetti positivi per l'interesse pubblico di una tale comunicazione.

Relazione su altre disposizioni di legge e regolamentari

Conformemente all'art. 906 CO in correlazione 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

Bruno Rossi
Perito revisore
Revisore responsabile

Pascal Bucheli
Perito revisore

Basilea, 8 febbraio 2018