



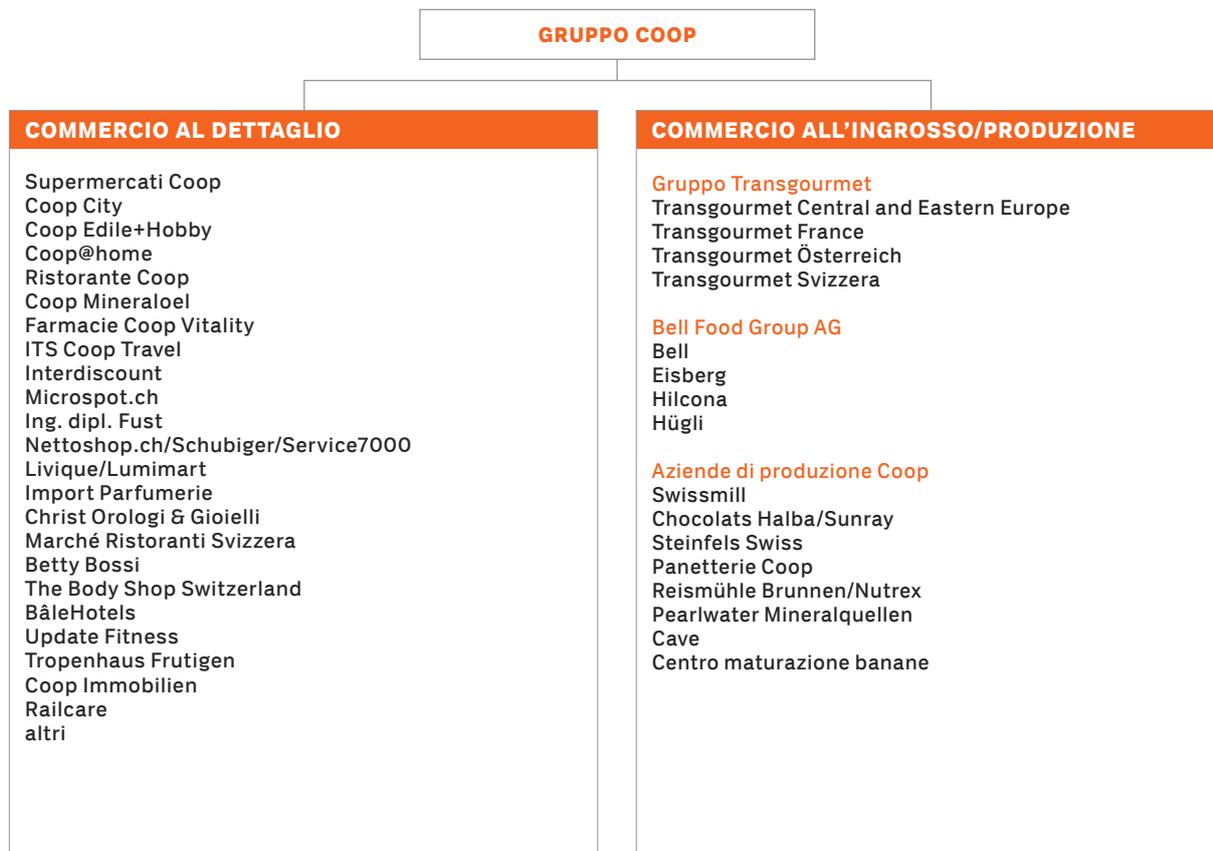
RAPPORTO DI GESTIONE 2018 DEL GRUPPO COOP

Rapporto di gestione 2018 del Gruppo Coop

Settori aziendali del Gruppo Coop	4
Cifre indicative importanti in sintesi	5
Prefazione	6
Tappe principali nel 2018	8
Strategia e contesto	10
Profilo aziendale	10
Strategie e obiettivi	10
Scenario economico e politico	12
Conquistare la leadership con la sostenibilità	14
Temi generali nel campo della sostenibilità	16
Settore aziendale Commercio al dettaglio	18
Formati di vendita e offerta	19
Logistica, Informatica e Immobili	32
Prestazioni supplementari	35
Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione	39
Gruppo Transgourmet	40
Produzione	50
Collaboratori	55
Un datore di lavoro interessante	56
Formazione e sviluppo delle risorse umane	58
Change management	60
Corporate Governance	61
Il Gruppo Coop in cifre	79

Settori aziendali del Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2019



COMMERCIO AL DETTAGLIO

COMMERCIO ALL'INGROSSO

TRANS GOURMET
holding

PRODUZIONE

BELL FOOD GROUP

--	--	--	--

--	--	--	--

Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

30 662 milioni di CHF

Ricavo netto Gruppo

29 565 milioni di CHF

di cui

19 931 milioni di CHF Svizzera

9 634 milioni di CHF Estero

Ricavo netto settori

17 743 milioni di CHF Commercio al dettaglio

14 170 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto commercio online

785 milioni di CHF Commercio al dettaglio

1 537 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Collaboratori al 31.12

47 195 Commercio al dettaglio

42 384 Commercio all'ingrosso/Produzione

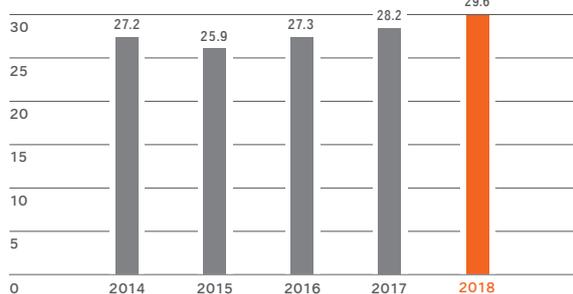
Apprendisti al 31.12

2 547 Commercio al dettaglio

900 Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto

in miliardi di CHF



Risultato operativo

2 103 milioni di CHF EBITDA
7,1% del ricavo netto

772 milioni di CHF EBIT
2,6% del ricavo netto

Risultato del periodo

473 milioni di CHF
1,6% del ricavo netto

Patrimonio netto

9 754 milioni di CHF
47,9% Quota di patrimonio netto

Free cash flow

218 milioni di CHF

Investimenti in immobilizzi materiali

1 016 milioni di CHF Svizzera

527 milioni di CHF Estero

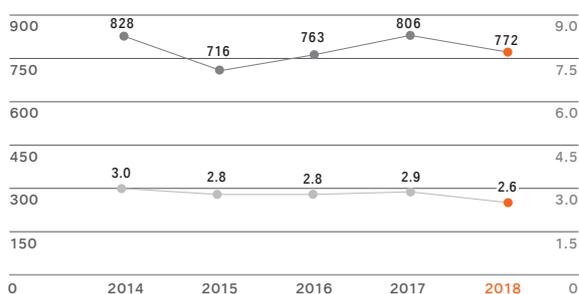
Punti di vendita/mercati

2 313 Commercio al dettaglio

145 Commercio all'ingrosso/Produzione

Risultato operativo (EBIT)

— in milioni di CHF — in % del ricavo netto





Hansueli Loosli e Joos Sutter

Prefazione

Continua il processo di crescita del Gruppo Coop

Il 2018 è stato per Coop un anno di successo. Con una crescita del 5%, nell'esercizio in esame il nostro fatturato ha superato per la prima volta i 30 miliardi di franchi. Un successo dovuto non da ultimo al nostro impegno a favore della sostenibilità: nell'anno del 25° anniversario della marca propria sostenibile Coop Naturaplan il fatturato dei prodotti sostenibili nel commercio al dettaglio è cresciuto del 7,2% a 4,1 miliardi di franchi. Con questi risultati restiamo il leader della sostenibilità in Svizzera.

Lo sviluppo del commercio al dettaglio è stato soddisfacente. Il ricavo netto è cresciuto dell'1,9% a 17,7 miliardi di franchi. Nei supermercati, siamo riusciti a conquistare ancora nuovi clienti e ad aumentare la frequenza della clientela del 3,1%.

Ancora una volta ci siamo fortemente impegnati per rispondere sempre di più alle esigenze dei nostri clienti sia nel settore Food che in quello Non Food: nel solo 2018 abbiamo trasformato 42 punti di vendita in base al nuovo concept dei negozi 2025+, già implementato in circa 75 filiali. Nel centro commerciale Coop Rhy Markt di Feuerthalen abbiamo introdotto il nostro nuovo concept dei centri commerciali e nel Wankdorf Center di Berna abbiamo inaugurato una food court di nuova concezione. Abbiamo

celebrato il 25° anniversario di Coop Naturaplan con diversi eventi e prodotti innovativi. Per il segmento Non Food il 2018 è stato un anno all'insegna della digitalizzazione: Livique, il nostro nuovo centro di arredamento, propone oltre 100 milioni di varianti di mobili personalizzabili e stabilisce così nuovi standard di riferimento nel settore. A Jegenstorf abbiamo aperto il nuovo centro logistico per l'elettronica di consumo, che vanta la più moderna piattaforma di consegna online in Svizzera. In futuro la nuova struttura ci consentirà di offrire ai clienti di Interdiscount e Microspot un servizio ancora più rapido ed efficiente.

Abbiamo acquisito l'intero pacchetto azionario della piattaforma di vendita online Siroop, in seguito integrata completamente nella piattaforma Microspot. Insieme a Interdiscount, Microspot diventerà la piattaforma centrale di e-commerce Coop per i prodotti Non Food. Il supermercato online Coop@home ha ampliato il proprio assortimento con varie offerte tra cui una pasticceria online e la possibilità di ordinare vassoi traiteur e ha incrementato così il ricavo netto del 6,7%. Il ricavo netto del commercio online dell'intero Gruppo è ancora cresciuto del 20,6% a 2,3 miliardi di franchi.

Anche nel settore Commercio all'ingrosso/Produzione, il secondo pilastro del Gruppo, Coop ha registrato nel 2018 un andamento estremamente positivo. Il ricavo netto è cresciuto del 9% a 14,2 miliardi di franchi. Il gruppo Transgourmet ha registrato una crescita del 6,9%, ampliando ulteriormente la sua posizione di numero due nel cash & carry e nel rifornimento all'ingrosso in Europa.

Nel 2018 Transgourmet ha rafforzato il collegamento in rete dei propri servizi e specialisti, per offrire ai clienti della ristorazione l'intera gamma del commercio all'ingrosso di bevande e gastronomia in veste di unico fornitore. A tal fine Transgourmet ha costituito una joint venture con il gruppo Oetker e ha potenziato sistematicamente la propria rete di filiali nei paesi in cui già operava, puntando sull'espansione della propria gamma di prodotti a livello transfrontaliero. Nei settori carni fresche, prodotti ittici e altri prodotti freschi, il gruppo Transgourmet ha saputo acquisire nuove competenze e nuovi partner a livello transfrontaliero, ampliando ulteriormente la propria offerta.

All'inizio dell'anno, Bell Food Group ha acquisito Hügli, un'azienda specializzata in prodotti convenienza a lunga conservazione. Con i prodotti convenienza freschi e ultrafreschi di Hilcona e Eisberg, il Bell Food Group offre ora l'intera gamma di prodotti del settore convenienza, che contribuisce attualmente a circa un quarto del fatturato del Bell Food Group ed è ora suddiviso nelle unità Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli.

Grazie a una connessione ancora più articolata e più estesa fra il commercio stazionario e il commercio online, oggi siamo più vicini che mai ai nostri clienti. Questa vicinanza ci permette di comprendere ancora meglio le loro esigenze e di distinguerci nettamente in termini di qualità e soddisfazione del cliente. A fare la differenza sono anche i nostri circa 90.000 collaboratori che desideriamo ringraziare sentitamente.



Hansueli Loosli
Presidente del Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter
Presidente della Direzione generale

Tappe principali nel 2018



Gennaio

Bell Food Group acquisisce Hügli Holding

Bell Food Group acquisisce una quota di maggioranza di Hügli Holding AG, produttore leader in Europa per prodotti misti secchi nel settore convenienze, ed entro fine maggio ne acquisirà il controllo completo.

Transgourmet Deutschland acquisisce Niggemann Food Frischemarkt GmbH

Con questa acquisizione, Transgourmet potenzia la propria competenza nelle attività di consegna e ritiro di prodotti freschi.

Transgourmet acquisisce Polar

Con l'acquisizione di Polar Comestibles, Transgourmet Svizzera amplia le proprie competenze nel commercio di pesce fresco e prodotti alimentari.



Febbraio

Nuovo look per Cooperazione

Più contenuti editoriali, font moderni e nuovi colori: nel mese di febbraio, Cooperazione sfoggia una veste ampiamente rinnovata.

Aprile

Transgourmet Svizzera acquisisce Braschler's Comestibles Import AG

Con la società Braschler di Zurigo, Transgourmet potenzia le proprie attività nel commercio di pesce fresco e frutti di mare, carne e prodotti alimentari.



Nuove marche proprie sostenibili Heumilch e Bio Campiuns

Con Heumilch e Bio Campiuns, Coop introduce nuove marche proprie sostenibili. Heumilch riunisce prodotti realizzati con il latte di mucche che in estate trascorrono almeno 26 giorni al mese su pascoli aperti, dove si nutrono principalmente di erba ed erbe aromatiche fresche. Bio Campiuns è il marchio dedicato ai «superfood» svizzeri, ricchi di preziose sostanze nutritive.

Bell Food Group acquisisce Sylvain & Co

Eisberg, affiliata di Bell Food Group, acquisisce con effetto retroattivo al 1° gennaio la società Sylvain & Co, azienda vonese specializzata nella lavorazione di insalate, verdure e frutta.



Maggio

Coop festeggia 25 anni di Naturaplan

Sono tante le iniziative e gli eventi che accompagnano il 25° anniversario della marca sostenibile Coop Naturaplan. Uno dei momenti clou è la grande festa tenutasi il 7 maggio, con 260 invitati tra cui tanti partner e importanti compagni di viaggio della marca propria Coop.

Siroop entra a far parte di Microspot

Nel mese di maggio, Coop acquisisce da Swisscom il 50% del pacchetto azionario di Sirop. Sirop e Microspot vengono fusi in un unico marchio, consentendo una sinergia ottimale di know-how e presenza sul mercato, oltre a un ulteriore rafforzamento del commercio online.



Microspot e Interdiscount aprono un nuovo sito logistico per l'elettronica di consumo

Con l'apertura del centro di logistica online di Jegenstorf, completamente automatizzato, Microspot diventa la piattaforma centrale per prodotti Non Food, mentre Interdiscount si rafforza sul versante omni-channel e nei tempi di consegna.

Coop lancia gli yogurt alla frutta senza zuccheri aggiunti

Coop introduce nel suo assortimento i primi yogurt alla frutta della Svizzera completamente privi di zuccheri aggiunti, rispondendo così alla crescente richiesta di prodotti che contengano meno zucchero ma non per questo meno gustosi.



Giugno

Coop lancia l'offensiva sull'olio di palma

Nel mese di giugno, Coop comunica che anche i suoi alimenti convenzionali di marca propria utilizzeranno solo olio di palma biologico da produzione sostenibile.



Luglio

Bell Food Group investe in carne coltivata

Per soddisfare la crescente domanda di carne prodotta in modo sostenibile, Bell Food Group rileva una quota della start-up olandese Mosa Meat. La società, leader mondiale nello sviluppo di carne di manzo da colture cellulari, persegue l'obiettivo di introdurre sul mercato manzo coltivato in vitro entro il 2021.

Agosto

Il nuovo Programma Latte di Coop

Ad agosto, Coop innalza gli standard minimi per la produzione di latte convenzionale, ponendo un'enfasi ancora maggiore sulla sostenibilità e sul benessere degli animali. Da ora in poi, tutto il latte pastorizzato Qualité&Prix rispetta il nuovo standard di produzione. Il nuovo Programma Latte di Coop è inoltre esteso ad altre gamme di prodotti.

Coop lancia la marca propria Sapori d'Italia

In seguito al lancio del formato di negozio Sapori d'Italia nel 2017, nel mese di agosto Coop lancia i primi prodotti della nuova marca propria Sapori d'Italia nei punti di vendita. Il label debutta con i prodotti Pizza Prosciutto, Verdura e Margherita, disponibili in molti punti di vendita Coop.

Coop inaugura a Feuerthalen il primo centro commerciale secondo un nuovo concept

Dopo 15 mesi di lavori, il 23 agosto Coop inaugura il primo centro commerciale Coop della Svizzera secondo un nuovo concept. Coop ha completamente rinnovato e riorganizzato il Rhy Markt. Su oltre 6600 m² di superficie, il Rhy Markt ospita numerosi punti di vendita tra cui un ipermercato Coop, un centro Edile+Hobby, un ristorante Coop e un'area centro commerciale caratterizzata da pareti ricoperte di vegetazione, veri alberi e arredi accoglienti. Grazie a un impianto fotovoltaico di 3400 m² di superficie, inoltre, il Rhy Markt soddisfa la maggior parte del proprio fabbisogno energetico.



Settembre

Coop apre il negozio di arredamento Livique

Coop reinventa il suo negozio di arredamento con un concept di grande modernità e nuovi allestimenti: individualità e Lifestyle hanno un ruolo centrale per Livique. Il nuovo formato è l'evoluzione del centro di arredamento Toptip e propone oltre 100 milioni di varianti di mobili personalizzabili.

Ottobre

Coop presenta un nuovo concept di food court

Il 31 ottobre 2018, il Wankdorf Center di Berna inaugura la prima food court di nuova concezione in un centro commerciale Coop. Il concept è caratterizzato da un'atmosfera lounge aperta e piena di luce, dall'atmosfera accogliente e suggestiva, completa di terrazza ristorante e di un'area giochi per bambini.

Novembre

Coop lancia una nuova carta di credito gratuita

Il 1° novembre Coop lancia sul mercato la nuova «Carta di credito Supercard», che sostituisce l'attuale «SUPERCARDplus». La «Carta di credito Supercard» resta gratuita offrendo ulteriori vantaggi tra cui un'assicurazione gratuita contro gli infortuni in viaggio; è disponibile nelle versioni Mastercard o Visa e ora anche come carta prepagata Visa.

Strategia e contesto

Con nuovi assortimenti, l'espansione di concept moderni per i negozi e nuovi formati, Coop lascia il segno e consolida la propria posizione nel commercio al dettaglio svizzero. In tutti i suoi settori di attività, Coop punta sulla digitalizzazione, automatizza processi e adegua la Supply Chain a nuove esigenze. Nel commercio all'ingrosso, Coop punta con Transgourmet ad accrescere le sue competenze ed espandersi sui mercati esistenti. Con la Produzione, Coop punta sulla sostenibilità e sulla verticalizzazione di merci d'importanza strategica, traendo beneficio da un'organizzazione efficiente.

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 al Bell Food Group, 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 oltre 2,5 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 linee guida comuni, dalle missioni delle singole aziende e da una visione comune. Circa 90.000 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. Sono l'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 dei punti di vendita in Svizzera adeguando il proprio assortimento e lanciando nuovi formati con cui cogliere in modo mirato le tendenze più attuali. La digitalizzazione aiuta inoltre le aziende del Gruppo Coop a introdurre nuovi shop online e servizi, ad ampliare la propria offerta omni-channel e a gestire i processi in modo più efficiente. 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 Swissmill o del cioccolato di Chocolats Halba/Sunray, grazie all'integrazione dei suoi impianti di produzione, Coop è in grado di reagire velocemente ai nuovi trend e sfruttare le sinergie tra i settori aziendali Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. Nel 2018, con l'aiuto del Bell Food Group, Coop è riuscita a consolidare ulteriormente la sua posizione di leader nel settore convenience, in particolare grazie all'acquisizione di Hügli Holding e alla suddivisione organizzativa nei settori aziendali Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli, coprendo così l'intero spettro dei prodotti convenience. I settori aziendali Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione lavorano generalmente in stretta collaborazione, sfruttando sinergie a livello di approvvigionamento o di logistica. Inoltre, le aziende di produzione fabbricano prodotti destinati al commercio al dettaglio e all'ingrosso. L'obiettivo è quello di sfruttare al meglio il potenziale esistente in termini di sinergie per raggiungere un livello di efficienza ancora maggiore e favorire così prezzi ancora più 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. A tale scopo Coop ha sviluppato un proprio concetto di digitalizzazione, sistematicamente orientato al servizio al cliente e suddiviso in sette pilastri che mettono in primo piano temi come «E-Business & CRM», «Category Management e Acquisti», «Comunicazione», «Gestione dei flussi di merci» e «Logistica», nonché «E-Backoffice» e «Infrastruttura IT». Per Coop, la digitalizzazione rappresenta però anche un'opportunità per adottare nuovi modelli commerciali. 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 omni-channel, ossia la combinazione tra commercio online e stazionario. Nel 2018, 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 40 shop online, di cui 24 nel settore Commercio al dettaglio e 16 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., che fornisce un supporto anche ai partner commerciali in Estremo Oriente nell'applicazione di standard socioecologici. 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, la società 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 società 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 società 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 il nuovo centro 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 valide fino ai 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

Calo delle vendite nel commercio al dettaglio svizzero

Nel 2018 il commercio al dettaglio non è riuscito a riprendersi persino dopo tre anni di andamento negativo: in Svizzera le vendite sono diminuite in termini sia nominali che reali. È cresciuto il settore Food, da un lato per l'aumento della domanda, dall'altro per l'aumento dei prezzi. Per contro, l'andamento del settore Non Food è stato nuovamente negativo. Soprattutto la categoria «Abbigliamento e calzature» ha registrato un forte calo della domanda.

Sviluppi nel commercio all'ingrosso e nell'industria

In Svizzera, anche il commercio all'ingrosso e l'industria hanno tratto beneficio dalla crescente domanda dei consumatori. Mentre il commercio all'ingrosso di generi alimentari ha beneficiato della ripresa del settore alberghiero e della ristorazione, i produttori svizzeri di generi alimentari hanno subito pressioni sui margini di guadagno a causa dell'aumento dei prezzi delle materie prime e dell'elevato livello di concorrenza. 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 persistente crescita dei consumi privati.

Gli svizzeri si dichiarano contrari alle iniziative «Fair Food» e «Sovranità alimentare»

Il 23 settembre 2018, gli elettori svizzeri si sono dichiarati contrari all'iniziativa «Fair Food» e all'iniziativa sulla sovranità alimentare. Entrambe queste iniziative proponevano norme più severe e nuovi dazi per i prodotti alimentari d'importazione, oltre a una promozione dell'agricoltura nazionale. In qualità di membro della CI Commercio al Dettaglio, Coop si è impegnata per respingere tali iniziative, che avrebbero causato forti limitazioni all'offerta per i consumatori e reso inevitabile un aumento dei prezzi dei prodotti alimentari. Con il referendum sull'iniziativa per la sicurezza alimentare del 2017, era già stata sancita nella Costituzione federale la promozione di metodi di agricoltura sostenibile anche

nell'ambito delle relazioni commerciali. Coop ha accolto positivamente il risultato della consultazione e continuerà come sempre a dedicare il massimo impegno a favore di alimenti prodotti in modo sostenibile e dell'agricoltura svizzera.

L'impegno di Coop per un trasporto merci sostenibile

Che si tratti di trasporto locale mediante autocarri elettrici o di trasporti ferroviari con l'affiliata Coop Railcare, Coop è in prima linea per la sostenibilità anche nell'ambito della catena di trasporto. E per garantire che la ricerca di metodi di trasporto rispettosi dell'ambiente e CO₂ neutrali non infici la competitività, Coop si impegna a creare le condizioni quadro necessarie anche dal punto di vista politico. Nel trasporto ferroviario, la disponibilità dei tracciati e la definizione dei loro prezzi rappresentano una sfida particolare per Coop, che si impegna per semplificare le regolamentazioni ferroviarie e agevolare il trasporto di generi alimentari su rotaia grazie a condizioni di prezzo speciali. Un'esenzione per gli autocarri elettrici e a idrogeno dalla tassa sul traffico pesante commisurata alle prestazioni, altro obiettivo dell'impegno politico di Coop, incrementa inoltre la competitività dei mezzi di trasporto rispettosi dell'ambiente. Per promuovere la mobilità a idrogeno, Coop ha fondato insieme ad altre aziende l'associazione di promovimento H2Energy, che si propone come obiettivo la realizzazione di una rete nazionale di stazioni di rifornimento di idrogeno che copra l'intero territorio svizzero. Coop è inoltre impegnata politicamente per l'esenzione del biodiesel dall'imposta sugli oli minerali: solo in questo modo Coop potrà trasportare prodotti alimentari in modo sostenibile nel tempo e servirsi in maniera redditizia di tecnologie innovative ed ecocompatibili.

L'impegno di Coop per la sostenibilità nell'agricoltura svizzera

Coop è impegnata da molti anni a favore di metodi di produzione sostenibili in un'agricoltura svizzera orientata al mercato. Per portare avanti questo impegno, l'azienda si posiziona come un partner forte lungo l'intera catena di creazione del valore. L'uso di pesticidi e antibiotici, le nuove tecnologie o la disponibilità di mangimi rappresentano in tal senso sfide particolarmente importanti per l'industria agricola e alimentare svizzera. Per questo, nell'ambito della prossima riforma agricola «Politica agricola 2022+», Coop si impegna a favore di un'ampia cultura del dialogo e di obiettivi chiari, puntando sulla responsabilità dei produttori, sulla promozione di approcci innovativi e sull'eliminazione di oneri amministrativi inutili.

Conquistare la leadership con la sostenibilità

La sostenibilità è iscritta nel DNA aziendale di Coop e confluisce in tutte le strategie rilevanti. L'attenzione è rivolta in particolare ai prodotti sostenibili, alla tutela dell'ambiente e del clima nonché all'impegno a favore dei collaboratori e della società. Con la sua gestione della sostenibilità, Coop fornisce un contributo essenziale per il successo dell'azienda e per la collettività.

Forte radicamento della sostenibilità

Dopo 27 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, per esempio, fluiscono sistematicamente in un processo globale di definizione degli obiettivi, nella formazione del personale, nei processi e negli iter operativi.

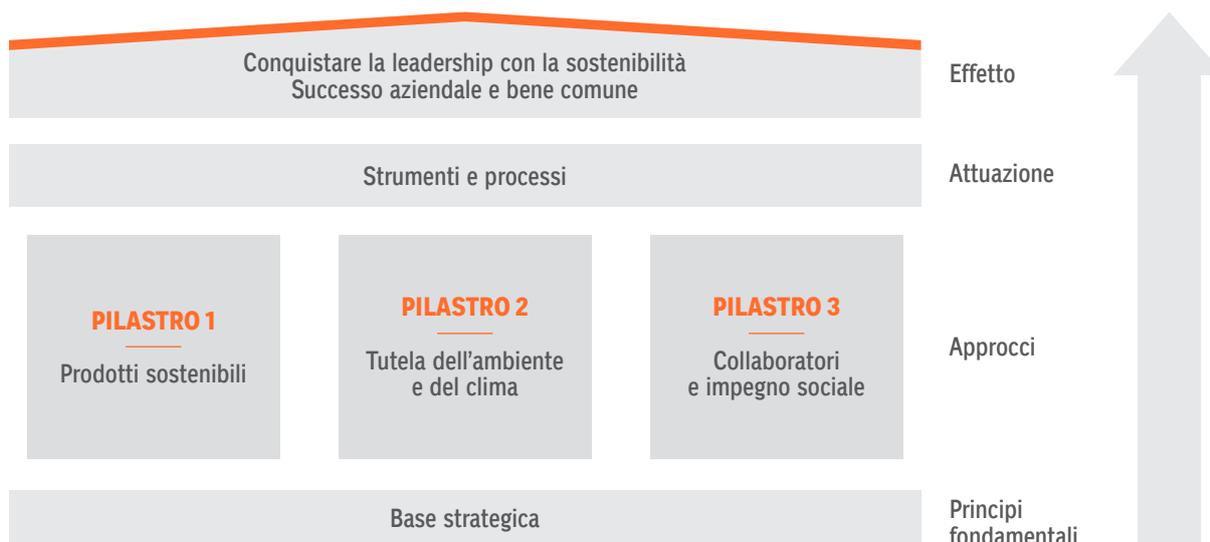
Con un approccio sostenibile di ampio respiro, il Gruppo Coop intende fornire prestazioni supplementari per distinguersi nei diversi mercati, assicurare l'accesso alle risorse e creare con la sostenibilità un valore condiviso in seno al Gruppo Coop. In questo modo, Coop garantisce inoltre che i crescenti standard in materia di sostenibilità imposti dalla società e dalla politica siano implementati con efficacia e credibilità in tutta l'attività aziendale, dando così un contributo all'intera 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. Al posto di un Rapporto di sostenibilità, dal 2017 viene pubblicato ogni anno un Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità, che fornisce un quadro dettagliato, documentato con informazioni specifiche di settore, sull'impegno di Coop a favore della 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.

Gli ambiti d'intervento essenziali sono illustrati nel piano strategico Sostenibilità di Coop, che descrive i modi in cui il tema della sostenibilità è gestito da Coop e in cui la sostenibilità è complessivamente integrata nell'attuale sistema di gestione. Il piano strategico è basato su tre pilastri (Prodotti sostenibili, Tutela dell'ambiente e del clima e Collaboratori e impegno sociale), che a loro volta si basano sui suoi principi fondamentali, ovvero la base strategica. I tre pilastri rappresentano i principi che le aziende 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 bene comune.



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 sostenibili e i label di sostenibilità, 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. In materia di ottimizzazione degli imballaggi, Coop riduce l'uso della plastica ovunque sia ragionevole da un punto di vista ecologico complessivo.

Pilastro 3: Collaboratori e impegno sociale

Il pilastro 3 include l'impegno di Coop a favore dei collaboratori e i progetti a sfondo sociale rilevanti per la comunità. La formazione degli apprendisti, un moderno contratto collettivo di lavoro unificato su scala nazionale 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 «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 16,5 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, il Bell Food Group 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 ai 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. Presentiamo di seguito una selezione di tre progetti relativi a questo settore. Le novità sui progetti sostenibili relative ai singoli settori aziendali sono riportate nei rispettivi capitoli.

Coop punta sull'olio di palma biologico nei prodotti convenzionali

In futuro Coop utilizzerà olio di palma bio non solo nei prodotti biologici, ma anche in prodotti alimentari convenzionali delle marche proprie Coop. In questo modo, Coop compie un importante passo avanti, contribuendo a una produzione rispettosa delle risorse e quindi sostenibile. In diversi prodotti selezionati delle marche proprie, ove ragionevole e fattibile, Coop punta a sostituire completamente l'olio di palma con altri oli e grassi. Se vengono utilizzati altri oli o grassi tropicali, come l'olio di cocco, anche questi devono provenire sistematicamente dal commercio equo e solidale o da agricoltura biologica. La realizzazione del progetto avverrà gradualmente e in stretta collaborazione con le aziende produttrici e i fornitori di Coop.

Coop è co-fondatrice della Piattaforma svizzera per il cacao sostenibile

Nel gennaio 2018, Coop è entrata a far parte della «Piattaforma svizzera per il cacao sostenibile». La neonata associazione si impegna affinché in futuro la maggior parte dei prodotti importati contenenti cacao provenga da produzioni sostenibili. Ne sono membri anche l'associazione di categoria Chocosuisse, la Segreteria di Stato dell'economia (Seco), Helvetas, Swisscontact, il commercio al dettaglio, gli importatori, le organizzazioni dei label e istituti di ricerca. Gli obiettivi comuni sono ambiziosi: migliorare in modo sostanziale le condizioni di vita dei produttori di cacao e creare un settore del cacao attraente per le generazioni presenti e future. Nel 2025, l'80% dei prodotti a base di cacao importati in Svizzera dovrà provenire da produzioni sostenibili. Ora Coop compie un ulteriore passo avanti: entro il 2020, per la realizzazione dei prodotti di marca propria, Coop utilizzerà esclusivamente cacao di coltivazione sostenibile. Già oggi, oltre il 94% del cacao Coop proviene da produzioni sostenibili, in particolare da piccoli coltivatori certificati Fairtrade. Un'impresa in cui riusciamo grazie all'azienda di produzione Chocolats Halba/Sunray che collabora direttamente con cooperative Fairtrade in Perù, Ecuador, Honduras e Ghana. In Ecuador, per esempio, Chocolats Halba/Sunray sta istruendo produttori locali affinché diventino formatori agroforestali in grado di trasmettere le proprie conoscenze ad altri agricoltori, promuovendo così coltivazioni miste di cacao con frutta, ortaggi e alberi che forniscono legni pregiati. Questo impegno è stato insignito nel 2018 del premio «Swiss Ethics Award».

Rilancio del sito web «Fatti, non parole»

Dal 2015 il motto «Fatti, non parole» sintetizza l'impegno di Coop per l'uomo, gli animali e la natura. Per comunicare meglio alla clientela la rendicontazione sul suo impegno per la sostenibilità, nel 2018 Coop ha completamente riprogettato il sito web dedicato a questi temi. Il nuovo sito è stato pubblicato online nel novembre dell'anno in esame in tedesco, francese, italiano e inglese. Ogni settimana, il sito web fatti-non-parole.ch pubblica notizie sull'impegno di Coop a favore della sostenibilità, insieme a storie interessanti legate a progetti, consigli e approfondimenti su cosa accade dietro le quinte. I lettori interessati potranno così scoprire più di 360 azioni compiute in tutti i settori di attività del Gruppo Coop.

Lo stato di realizzazione delle iniziative in materia di sostenibilità del Gruppo Coop è 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	19
Supermercati e formati Food	19
Rhy Markt: il primo ipermercato Coop della Svizzera orientale ispirato al nuovo concept dei negozi	19
Formati di negozi innovativi in sedi di richiamo	20
Coop to go si espande nella Svizzera romanda e amplia il suo assortimento	20
Sviluppo positivo per Coop Take-it e Ristoranti Coop	20
Nuovo concept di ristorante e hotel per Marché	20
Nuovi banchi di prodotti freschi online per Coop@home	21
Varietà dell'assortimento	21
Coop si impegna per prezzi al consumo più convenienti	21
Coop festeggia 25 anni di Naturaplan	21
Bio Campiuns: superfood svizzero	22
Coop innalza i requisiti per la produzione di latte convenzionale	22
Coop introduce la marca propria Heumilch	23
I primi yogurt alla frutta della Svizzera senza zuccheri aggiunti	23
La marca propria Sapori d'Italia porta nei punti di vendita l'italianità autentica	23
Coop amplia l'assortimento di prodotti vegetariani e vegani	23
Coop introduce il marchio di qualità Solidarité	23
Coop acquisisce una partecipazione di minoranza in Two Spice SA	24
Coop per la quinta volta migliore azienda per il benessere degli animali	24
Crescita per Naturaline Swiss Cosmetics	24
10 anni di collaborazione con Alto fusto Suisse	24
Prodotti bio: se possibile senza imballaggi	25
Andamento positivo delle società d'acquisti Eurogroup e Alifresca	25
Tappe principali dei formati Food	25
Formati specializzati Non Food	27
Siroop entra al 100% in Microspot	27
Nuovo centro di arredamento lifestyle Livique	28
Coop Vitality realizza un nuovo concept dei negozi	28
Christ prosegue nel riposizionamento	28
Tappe principali dei formati specializzati Non Food	28
Logistica, Informatica e Immobili	32
Costruzione di un nuovo centro logistico completamente automatizzato a Jegenstorf	32
Nuova centrale logistica e amministrativa della Regione Suisse Romande ad Aclens	32
Digitalizzazione e robotica nella logistica	32
Nuove locomotive per Railcare	33
Cresce l'utilizzo di Self-checkout e passabene	33
Coop amplia le sue competenze nel commercio online	33
Apri a Feuerthalen il centro commerciale Coop del futuro	33
Prima implementazione del nuovo concept di food court nel Wankdorf Center	34
Progetti immobiliari	34
Gli immobili di Coop sono sinonimo di sostenibilità ed efficienza energetica	34
Prestazioni supplementari	35
Gestione della qualità a 360°: focus dell'anno sull'attuazione dell'Ordinanza sulle derrate alimentari	35
Impegno sociale	35
Supercard e carta di credito Supercard	36
Club per enoappassionati Mondovino	37
Comunicazione e pubblicità	37
Ufficio stampa: forte presenza di Coop nei media svizzeri	38
I social media puntano su video e piattaforme di networking	38

Settore aziendale Commercio al dettaglio

Coop continua a espandere con successo il nuovo concept dei negozi e ad ampliare l'assortimento dei prodotti sostenibili. Nel commercio online, Coop accorpa Microspot a Siroop trasformandola in una piattaforma Non Food centrale. Con Livique, Coop apre un centro di arredamento lifestyle di nuova concezione.

Nel 2018 il Gruppo Coop ha realizzato un ricavo netto di 17,7 miliardi di franchi nel commercio al dettaglio (esclusi carburanti e combustibili), superando così i risultati dell'anno precedente 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 2018 il gruppo contava 2313 punti di vendita su tutto il territorio svizzero, 17 in più rispetto all'anno precedente. Coop si distingue inoltre per una vasta offerta di shop online e per la sistematica integrazione tra commercio stazionario e commercio online (omni-channel). Oltre ai punti di vendita, quasi tutti i formati specializzati di Coop dispongono anche di propri shop online. Nel settore del commercio al dettaglio, i 24 shop online hanno registrato nel 2018 una crescita del 15,4% rispetto all'anno precedente.

17,7 miliardi di CHF
di ricavo netto nel
commercio al dettaglio

Coop attribuisce particolare importanza strategica ai suoi assortimenti sostenibili. Nel 2018 il fatturato realizzato nel commercio al dettaglio con prodotti sostenibili è stato di ben 4,1 miliardi di franchi, con un aumento del 7,2% rispetto all'anno precedente (maggiori dettagli su www.coop.ch/sost-rapp). Il solo fatturato dei prodotti biologici è stato di 1,4 miliardi di franchi, con un aumento del 14,8% rispetto all'anno precedente.

Supermercati e Formati Food

Nel 2018 i supermercati Coop hanno realizzato un ricavo netto di quasi 10,4 miliardi di franchi. Con 918 punti di vendita, Coop vanta la più fitta rete di vendita di tutta la Svizzera. Nell'anno di esercizio 2018 sono stati aperti 26 punti di vendita, mentre ne sono stati chiusi 16. Durante l'anno, altri 42 supermercati sono stati modernizzati in base al nuovo concept dei negozi 2025+, portando così a 75 i supermercati già allestiti in base al nuovo concept. Con un aumento della frequenza della clientela del 3,1%, Coop è riuscita a conquistare molti nuovi clienti.

Rhy Markt: il primo ipermercato Coop della Svizzera orientale ispirato al nuovo concept dei negozi

Legni di abete rosso e faggio, pareti di verde verticale e pavimenti in vera pietra ticinese: materiali naturali ed esposizione innovativa della merce rendono il nuovo concept dei negozi 2025+ un'esperienza unica. Ne è un ottimo esempio l'ipermercato Coop Rhy Markt a Feuerthalen. Con 3130 m² di superficie di vendita, il supermercato offre la più grande varietà di marchi di tutta la Svizzera, riuscendo a

soddisfare praticamente qualsiasi esigenza: nell'ipermercato Coop i clienti possono contare su un assortimento di circa 35.000 prodotti, tra cui ben 800 prodotti regionali. Qui Coop ha realizzato anche proposte particolari come una «Cave du vin» o la formaggeria «Chäs-Hüüsli». La Cave du vin è un cubo visitabile che presenta su un'affascinante superficie espositiva le più pregiate di 800 specialità vinicole provenienti da ogni angolo del mondo, mentre nel clima controllato dell'humidor «Chäs-Hüüsli» Coop propone circa 200 specialità casearie, in parte regionali. L'ipermercato Coop di Feuerthalen fa parte del centro commerciale Rhy Markt, che Coop ha ristrutturato e riorganizzato secondo un nuovo concept di allestimento per i centri commerciali.

Formati di negozi innovativi in sedi di richiamo

Con il rebranding dell'ultima filiale, il 30 giugno 2018, Coop ha completato con successo l'integrazione delle sedi Aperto nella rete dei punti di vendita Coop. La maggior parte dei negozi Aperto è ubicata in stazioni ferroviarie. Questo contesto ha permesso a Coop di collocare in posizioni molto frequentate non solo formati di negozi nuovi e innovativi come Sapori d'Italia o Karma Shop, ma anche formati già affermati come Coop to go o supermercati Coop. I nuovi siti sono molto apprezzati dalla clientela, anche per quanto riguarda l'aumentata varietà delle offerte.

Coop to go si espande nella Svizzera romanda e amplia il suo assortimento

Anche nel 2018 il formato convenience Coop to go ha proseguito il suo percorso verso una diffusione capillare su tutto il territorio svizzero. All'inizio di luglio, Coop to go ha inaugurato la sua prima filiale della Svizzera romanda nella stazione di Vevey, seguita dalle filiali nella stazione di Friburgo e nel quartiere Pont d'Arve di Ginevra. Questo significa che Coop to go è oggi presente in tutte le Regioni di vendita Coop. A Zurigo, Coop ha aperto una filiale nel campus Höggerberg del Politecnico federale di Zurigo. Una sfida particolare è stata la definizione degli assortimenti individuali e dei singoli punti di vendita. Nel solo 2018, Coop to go ha lanciato oltre 30 nuovi prodotti della marca propria omonima. In particolare, Coop to go ha ampliato la gamma dei prodotti refrigerati Take-it e aggiunto nuovi prodotti come gli «Egg Wraps» o le varietà di pane focaccia. Insieme all'azienda Naturli, inoltre, Coop to go ha sviluppato nuove varietà di muesli, anch'esse commercializzate con il marchio Coop to go.

Sviluppo positivo per Coop Take-it e Ristoranti Coop

Prosegue la ristrutturazione dei Ristoranti Coop e di Coop Take-it secondo il concept gastronomico «Vista»: nell'anno di esercizio 2018, undici Ristoranti Coop hanno assunto il nuovo look. Salgono quindi a 42 gli esercizi già allestiti in base al nuovo concept. Al centro del concept «Vista» si trova il principio della genuinità e freschezza del mercato coniugata con la gastronomia self-service e interni contemporanei. Tutti i Ristoranti Coop modernizzati hanno registrato uno sviluppo positivo delle vendite. In primavera, i Ristoranti Coop hanno unificato offerta e prezzi a livello nazionale. Per aumentare ulteriormente varietà,

42 esercizi gastronomici
ristrutturati secondo il
concept gastronomico
«Vista»

qualità e stagionalità, i Ristoranti Coop hanno messo a punto ben 3000 ricette in collaborazione con Betty Bossi. È stato riorganizzato anche il format di evento «Festa di compleanno JaMaDu»: in 76 ristoranti, i bambini possono festeggiare il loro compleanno scegliendo tra quattro diverse feste a tema insieme alla mascotte Jamadu e ai suoi amici. Grazie a questi interventi, la Gastronomia Coop ha guadagnato nuove quote di mercato. A metà del 2018, inoltre, la catena di ristoranti ha rilevato una filiale Autogrill nel centro commerciale Letzipark. Dopo una ristrutturazione avvenuta nel quarto trimestre del 2018, la sede è stata riaperta all'inizio del 2019 come Ristorante Coop.

Nuovo concept di ristorante e hotel per Marché

Relax, freschezza e gusto: queste le caratteristiche che i ristoranti Marché e l'hotel presso le aree di servizio di Bellinzona riuniscono sotto uno stesso tetto. Dopo due anni di preparativi e appena otto mesi di lavori di ristrutturazione, i più moderni tra i ristoranti Marché hanno aperto le loro porte nel maggio 2018. Al loro interno, gli ospiti sono accolti da una reinterpretazione del collaudato e apprezzato mercato Marché: materiali naturali e colori accoglienti caratterizzano la spaziosa zona mercato, che ora ricorda anche architettonicamente un mercato coperto. Questa evocazione visiva è completata da una vasta offerta di cibi e bevande freschi, preparati sul posto. L'Hotel Bellinzona Sud, completamente rinnovato, accoglie i suoi ospiti con camere luminose e moderne, materiali naturali e ampie finestre affacciate sulla natura: una vera oasi di relax. Nei prossimi anni anche tutti gli altri ristoranti Marché verranno modernizzati allo

stesso modo. Questo conferma il ruolo di primo piano di Marché Ristoranti Svizzera SA come leader della ristorazione autostradale con gusto e freschezza.

Nuovi banchi di prodotti freschi online per Coop@home

Per offrire anche ai clienti online la stessa varietà e freschezza dei punti di vendita stazionari, il supermercato online Coop@home ha ampliato il suo assortimento portandolo a circa 18.000 articoli. Ai banchi di vendita digitale di carne, pesce e formaggi, lanciati nel 2017, Coop@home aggiunge ora anche prodotti da forno freschi, con oltre 30 articoli di diverse tipologie. I prodotti da forno vengono preparati freschi per i clienti nei punti di vendita di Silbern e Crissier, la mattina stessa del giorno di consegna. Dall'autunno 2018 è anche possibile ordinare torte online, decorandole con immagini personalizzate, e quindi ritirarle in un punto di vendita a scelta.

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 40.000 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.

Coop si impegna per prezzi al consumo più convenienti

Anche nel 2018 Coop ha rinnovato il proprio impegno a favore di prezzi al consumo convenienti. Oltre agli investimenti per aumentare l'efficienza nella logistica e nella produzione, sono state ripagate le rigorose strategie negoziali adottate con i fornitori. È stato ad esempio possibile abbassare i prezzi di numerosi prodotti. Nel 2018 il Gruppo Coop ha investito oltre 40 milioni di franchi in prezzi di vendita più bassi. Inoltre, all'inizio dell'anno, il prezzo di 1200 articoli è stato abbassato a seguito della riduzione dell'aliquota IVA ordinaria dall'8,0 al 7,7%. Coop ha comunicato tutte le variazioni dei prezzi su Cooperazione.

Coop festeggia 25 anni di Naturaplan

Da 25 anni, Coop dimostra di avere a cuore la natura attraverso la marca propria Naturaplan. Era il 1993 quando, con questa denominazione, Coop iniziò a proporre a prezzi accessibili alimenti biologici di altissima qualità rispettosi dell'ambiente e degli animali secondo gli standard della Gemma di Bio Suisse. Oggi

MARCHE PROPRIE E LABEL DI QUALITÀ SOSTENIBILI



MARCHE PROPRIE PER GRUPPI TARGET SPECIFICI



MARCHE PROPRIE STANDARD



➔ Questa lista rappresenta una selezione delle marche proprie e dei label di qualità più importanti. Per maggiori informazioni sulle marche proprie Coop, consultare la pagina www.coop.ch/it/labels

Coop è il fornitore leader del mercato biologico svizzero: quasi un prodotto biologico su due acquistato in Svizzera proviene da un negozio Coop. Per questo Coop ha festeggiato l'anniversario della sua più importante marca propria sostenibile con numerosi progetti: il roadshow «Naturaplay», una ricostruzione interattiva di un'intera fattoria con accurati modellini, ha fatto tappa in 21 centri commerciali di tutta la Svizzera, con l'album di figurine «Avventura bio in fattoria» apprezzatissimo dai clienti e soprattutto dai loro figli. Una presenza costante durante quest'anno di festeggiamenti è stato il cuore verde di Naturaplan: come elemento grafico centrale della nuova campagna pubblicitaria con il claim «Naturale. Giusto. Buono.» è comparso sotto forma di stopper sugli scaffali o come divisorio in legno sui nastri delle casse dei punti di vendita, oltre a decorare numerosi materiali pubblicitari. A novembre, Coop ha ringraziato i clienti per la pluriennale fedeltà a Naturaplan con 1 milione di cuori di cioccolato Naturaplan distribuiti nelle filiali. Per sostenere il progetto «Provieh» di Bio Suisse, fino a dicembre Coop ha venduto 500.000 borse per la spesa in PET riciclato con motivi Naturaplan realizzati dal pittore e artista Rolf Knie. Dal ricavato ottenuto, mezzo milione di franchi è stato destinato al progetto per finanziare il

trasferimento di know-how tra detentori di animali ed esperti di bioricerca. Cooperazione ha dedicato alla ricorrenza tre numeri speciali, oltre a informare regolarmente i lettori su produttori e prodotti Naturaplan. Nei social network, Naturaplan ha raggiunto diverse centinaia di migliaia di fan con i video del cuoco Fabian Zbinden sui temi della stagionalità, della tutela delle risorse e della biodiversità. Nell'anno dell'anniversario, Coop ha lanciato circa 300 nuovi prodotti Naturaplan. Gli effetti si sono riflessi anche nelle vendite: con una crescita del 17,2% circa, il fatturato della marca propria è salito a quasi 1,3 miliardi di franchi.

1,3 miliardi di CHF

di fatturato con la marca propria Coop Naturaplan

Il 10 aprile, più di 1100 collaboratori, tra cui gerenti dei supermercati e responsabili delle marche proprie sostenibili Coop di tutte le Direzioni, hanno festeggiato il compleanno di Naturaplan in un'azienda agricola biologica. L'evento ha testimoniato l'importanza di questa speciale marca propria sostenibile e offerto un'occasione per ringraziare tutti i collaboratori per il loro impegno.

Il 7 maggio si è svolta la cerimonia ufficiale per il festeggiamento di Naturaplan, alla presenza di 260 invitati. Oltre a rappresentanti di tutti i livelli dirigenziali di Coop e dei suoi partner, insieme a esponenti della politica, hanno partecipato all'evento numerosi produttori Naturaplan e altri importanti compagni di viaggio nel corso della storia della marca propria. In questa occasione, Coop ha assegnato il «Premio Natura» ai partner commerciali di lunga data del Gruppo Andermatt, produttori di fitosanitari per agricoltura biologica, e al produttore di vino Le Domaine des Coccinelles per il suo impegno al fianco di Naturaplan.

Bio Campiuns: superfood svizzero

Con il nome «Bio Campiuns», dalla primavera 2018 Coop ha introdotto nel suo assortimento i cosiddetti «superfood» di origine svizzera. «Campiun» significa «campione» in retoromancio. Ciascuno dei Bio Campiuns contiene almeno un ingrediente particolarmente pregiato, e in grandi quantità. La confezione illustra chiaramente gli ingredienti presenti in ciascun Campiun e i loro effetti benefici per la salute. Tutti i Bio Campiuns provengono dalla Svizzera e recano la Gemma di Bio Suisse: oltre a essere estremamente sani, sono anche prodotti in modo sostenibile e trasportati per brevi distanze. Partita con sei prodotti, tra cui semi di lino e bacche di ribes nero essiccate, a fine 2018 la linea vanta una ventina di prodotti e verrà ulteriormente ampliata nel corso del 2019. La nuova linea di prodotti si avvale della consulenza tecnica della Società Svizzera di Nutrizione (SSN).

Coop innalza i requisiti per la produzione di latte convenzionale

Nel 2018, Coop ha innalzato i requisiti minimi per la produzione di latte convenzionale adottando un nuovo Programma Latte, che punta sulla sostenibilità e su un maggiore benessere degli animali. Già dall'agosto 2018 tutto il latte pastorizzato della marca propria Qualité&Prix in vendita nella Svizzera tedesca rispettava il nuovo standard di produzione, e a fine anno la conversione si è estesa anche a Svizzera romanda e Ticino. Per il 2019, Coop prevede di estendere lo standard ad altri importanti segmenti dell'assortimento quali il latte UHT, la panna, il burro e altri latticini. Anche gli allevatori svizzeri beneficeranno di questo cambiamento, poiché il Programma Latte garantirà loro compensi sostanzialmente maggiori.

Coop introduce la marca propria Heumilch

In aprile, Coop ha introdotto in assortimento la sua nuova marca propria Heumilch. Il latte da fieno, la forma più tradizionale della produzione lattiera, è munto da mucche che in estate si nutrono di erba fresca e nel periodo invernale di fieno essiccato al sole. Questo tipo di alimentazione vieta assolutamente l'utilizzo di insilati, migliorando sensibilmente la qualità del prodotto. Inoltre, la biodiversità erbacea presente nei prati e nei pascoli svizzeri conferisce al latte un gusto pieno e particolarmente aromatico. I latticini di questa marca propria Coop sono prodotti esclusivamente con latte da fieno svizzero, e i loro produttori soddisfano inoltre i requisiti «URA» dell'Ufficio federale dell'agricoltura. Tutti i prodotti della marca propria Coop Heumilch recano il label di qualità dell'associazione Heumilch Schweiz, che garantisce che il rispetto delle direttive sia regolarmente verificato da un organismo indipendente. Insieme a Heumilch Schweiz, Coop si impegna a promuovere una produzione di latte da fieno svizzero di alta qualità che rispetti elevati standard in materia di benessere degli animali. Per questo il prezzo pagato ai produttori per questo latte è superiore al prezzo indicativo per il latte convenzionale.

I primi yogurt alla frutta della Svizzera senza zuccheri aggiunti

I prodotti senza zucchero e a basso contenuto di zucchero sono di grande tendenza, ma è forte anche la richiesta di prodotti sani e al tempo stesso gustosi. Nel 2018, Coop è stato il primo commerciante al dettaglio della Svizzera a introdurre un ulteriore prodotto innovativo con la marca propria Naturaplan: yogurt di frutta completamente privi di zuccheri aggiunti. Questi yogurt non contengono dolcificanti artificiali né alternativi: la loro dolcezza naturale proviene esclusivamente da frutta biologica e latte intero biologico senza lattosio. I nuovi yogurt Naturaplan sono disponibili nei gusti prugna-cannella, mirtillo-banana e mango-frutto della passione e si distinguono per l'elevato contenuto di frutta, pari al 25%. Sono adatti anche a chi è intollerante al lattosio, perché il latte intero con cui sono realizzati è privo di questa sostanza.

La marca propria Sapori d'Italia porta nei punti di vendita l'italianità autentica

Dopo il lancio nello scorso anno del formato di negozi Sapori d'Italia, nel 2018 Coop dedica alla cucina più amata dagli svizzeri anche una marca propria: ad agosto, con i prodotti Pizza Prosciutto, Verdura o Margherita, Coop ha lanciato i primi prodotti con il label Sapori d'Italia. A fine 2018, i prodotti della marca propria erano già in vendita in quasi 450 filiali. Proprio come l'omonimo formato di negozi, Sapori d'Italia è la marca propria che rappresenta autentica italianità, sapienza artigianale e tanto gusto. Entro il 2025, Coop punta a offrire una gamma completa di prodotti con questa marca propria: da pasta e antipasti, fino a caffè, dolci e dessert passando per pizze, olio, salumi e formaggi. Tutti rigorosamente dall'Italia.

Coop amplia l'assortimento di prodotti vegetariani e vegani

Nel 2018 Coop ha continuato ad ampliare la sua offerta di prodotti per un'alimentazione vegetariana e vegana ricca di gusto. L'assortimento di prodotti della marca propria Karma comprende ormai più di 250 articoli. Circa il 70% dei prodotti Karma è vegan. Inoltre, più di un quinto dei prodotti è già certificato con la Gemma Bio. In particolare, Karma ha ampliato linee di prodotti come sostituti del latte, bevande, gelati e snack e introdotto nuove tipologie di prodotti quali una linea di tisane, miscele per porridge o il drink di tendenza «Bio Switchel», una limonata biologica con limone, zenzero e aceto di mele. A settembre, i supermercati Coop hanno lanciato gli hamburger vegan e il macinato vegan della marca Naturli. I prodotti vegani sostitutivi della carne sono stati inizialmente proposti in 300 punti di vendita, raggiungendo già nelle prime settimane risultati ben oltre le aspettative. Sono poi seguite le «bistecche», le «scaloppine tipo pollo» e i «bastoncini di pesce» della marca Vivera. A novembre sono stati inoltre introdotti formaggi vegani a base di anacardi. I formaggi «Camembert», «Cream Cheeze Erba cipollina» e «Ricotta» della marca New Roots di Thun sono molto popolari. In autunno, sulla scia della grande popolarità di Salad Bowls e Breakfast Bowls, i negozi Karma hanno lanciato le cosiddette «Hot Bowls», un'alternativa calda alle insalate e ai muesli freschi, perfetta per i mesi invernali: le Hot Bowls propongono spuntini e pasti nutrienti e amidacei, preparati con quinoa o lenticchie e con tante verdure.

Il 70 per cento
**dei prodotti Karma
è vegan**

Coop introduce il marchio di qualità Solidarité

Da anni Coop collabora con istituzioni sociali, come i laboratori che danno impiego a persone disabili o altre organizzazioni caritative in Svizzera, vendendo i loro prodotti nei propri assortimenti. Con il nuovo marchio di qualità Solidarité, Coop vuole ora richiamare l'attenzione su prodotti realizzati

autonomamente e a mano da persone con disabilità mentali, fisiche o psichiche. Attraverso la vendita di questi prodotti, Coop esprime la propria solidarietà e aiuta le persone coinvolte a prendere in mano la propria vita. Tra i prodotti provenienti da tali collaborazioni si possono citare, ad esempio, un hotel per insetti e volatili del laboratorio protetto Bewo, i formaggi della Fondazione Certosa di Ittingen o le spazzole adesive per abiti e tessuti della Blinden-Fürsorge-Verein (Associazione per l'assistenza alle persone cieche). Coop attribuisce particolare importanza a progetti di integrazione a livello regionale e nazionale. L'obiettivo di Solidarité è di dare un esempio nel campo delle iniziative per l'integrazione e la reintegrazione. E per il futuro, Coop intende ampliare ulteriormente la collaborazione con istituzioni e laboratori sociali.

Coop acquisisce una partecipazione di minoranza in Two Spice SA

Il 28 marzo 2018, Coop ha acquisito una partecipazione di minoranza nelle società di Two Spice SA, attive nel settore della gastronomia standardizzata. Il Gruppo Two Spice è un'innovativa azienda di gastronomia e lifestyle che conta circa 700 dipendenti. Fondata a Zurigo nel 1990, Two Spice gestisce attualmente 25 esercizi tra i quali i ristoranti di sushi Yooji, Nooba, Rice Up!, Jack & Jo e Yalda. Dall'estate 2018, Coop acquista da Two Spice preparazioni di sushi, specialità giapponesi e altri prodotti selezionati. Attraverso la collaborazione con Two Spice, Coop intende ampliare ulteriormente le proprie competenze nel settore dei prodotti convenience freschi e sani, mentre Two Spice SA beneficia delle sinergie con Coop soprattutto nella ricerca di nuovi siti.

Coop per la quinta volta migliore azienda per il benessere degli animali

Nell'anno di esercizio 2018, Coop ha conquistato ancora una volta il primo posto nella classifica internazionale sul benessere degli animali «Business Benchmark on Farm Animal Welfare» (BBFAW), affermandosi su 110 aziende operanti in 18 paesi diversi. La giuria ha elogiato in particolare la rigorosa applicazione delle linee guida. Nell'intero assortimento, Coop ha messo per esempio al bando specialità e prodotti ottenuti da animali tenuti in gabbia, quali il foie gras, le cosce di rana o uova di galline tenute in gabbia. È stata espressamente elogiata anche l'elevata percentuale di prodotti Naturaplan e Naturafarm. Coop è inoltre l'unica azienda del commercio al dettaglio a proporre, oltre la linea di prodotti biologici, un'ampia offerta di carne di manzo, vitello e polli di allevamento al pascolo. Il BBFAW è commissionato e finanziato dalle organizzazioni internazionali per la protezione degli animali «Compassion in World Farming» e «The World Society for the Protection of Animals (WSPA)».

Crescita per Naturaline Swiss Cosmetics

Nel 2018, Naturaline Swiss Cosmetics, la marca propria di Coop per la cosmesi sostenibile, ha superato per la prima volta la soglia di fatturato di 14 milioni di franchi. Una crescita cui hanno contribuito in particolare i nuovi prodotti per la famiglia dedicati all'uomo, ai bambini e ai bebè. Il prodotto di punta di Naturaline Cosmetics per il 2018 è stato il primo talco per bebè certificato come cosmetico naturale. Insieme ai nuovi pannolini Naturaline, le famiglie possono così disporre per la prima volta di una gamma completa di prodotti sostenibili per la cura, la pulizia e l'igiene dei bebè. In occasione del 20° anniversario della marca, nel 2019 Coop continuerà ad ampliare l'offerta di Naturaline Swiss Cosmetics.

14 milioni di CHF di fatturato

**con i cosmetici sostenibili
Naturaline**

10 anni di collaborazione con Alto fusto Suisse

Coop sostiene da dieci anni l'organizzazione Alto fusto Suisse. Questa partnership congiunta salvaguarda habitat preziosi per le specie in via di estinzione e preserva paesaggi tradizionali. Gli alberi da frutto ad alto fusto fanno parte del patrimonio paesaggistico svizzero da secoli. Come habitat per numerosi insetti, pipistrelli e uccelli rari, inoltre, contribuiscono alla protezione della flora e della fauna. Purtroppo, a causa dell'agricoltura intensiva e delle mutate esigenze dei consumatori, negli ultimi 50 anni la loro presenza si è drasticamente ridotta: dei 15 milioni di alberi esistenti in passato, oggi ne sopravvive meno del 20%. Ma grazie all'impegno congiunto di Coop e Alto fusto Suisse, il numero di questi alberi sta nuovamente aumentando: con il sostegno di Coop, negli ultimi dieci anni sono stati ripiantati quasi 6000 alberi. Attualmente l'assortimento Coop propone oltre 150 prodotti Alto fusto. Il label di qualità Alto fusto Suisse certifica che un prodotto contiene esclusivamente frutta raccolta da alberi ad alto fusto svizzeri.

Prodotti bio: se possibile senza imballaggi

Nel 2018, Coop si è posta l'obiettivo, entro l'autunno 2019, di rinunciare agli imballaggi per tutti i prodotti bio che possono farne a meno. Ove necessario e ragionevole, Coop intende servirsi di imballaggi ecologici alternativi come cellulosa o carta erba. Per alcuni tipi selezionati di frutta e verdura, già nel 2018 Coop ha rinunciato agli imballaggi o utilizzato materiali più ecologici, riuscendo così a risparmiare oltre 114 tonnellate di plastica o a sostituirla con materiali alternativi. L'iniziativa di Coop è supportata da una ricerca condotta in collaborazione con la School of Life Sciences dell'Università di Scienze Applicate della Svizzera nordoccidentale (HLS FHNW), della durata di due anni. Tale ricerca ha verificato l'idoneità di varietà selezionate di frutta e verdura bio Coop al trasporto e allo stoccaggio senza imballaggi. Si sono rivelati adatti a questo tipo di vendita soprattutto radici e tuberi commestibili, mentre per le varietà di frutta e verdura più piccole e delicate come frutti di bosco o cavolini di Bruxelles è stata dimostrata la necessità di un imballaggio protettivo.

Andamento positivo delle società d'acquisti Eurogroup e Alifresca

Le società d'acquisti Eurogroup e Alifresca hanno registrato un andamento molto positivo nel 2018. Uno dei fattori che vi hanno contribuito è stato l'efficace svolgimento di gare d'appalto a livello di gruppo. Eurogroup Far East Ltd. è una società affiliata del Gruppo Coop attraverso cui l'azienda gestisce l'approvvigionamento dei propri prodotti Food e Non Food. Eurogroup è riuscita ad acquisire nuovi clienti terzi in Italia e in Austria e ha registrato un andamento fortemente positivo delle vendite anche nel settore dei label sostenibili di Coop. Una tappa importante dell'ultimo anno è stata il lancio della piattaforma online, attraverso la quale i partner commerciali asiatici possono essere direttamente connessi in rete con gli shop online del Gruppo Coop. Anche Alifresca, la società che si occupa dell'approvvigionamento di frutta e verdura, ha registrato nel 2018 un andamento delle vendite straordinariamente positivo. Uno dei fattori di tale successo è stato la creazione a Melzo (Lombardia) di una piattaforma per il carico e la distribuzione di formaggi italiani. Hanno inoltre contribuito anche l'espansione dei settori degli ortaggi surgelati e delle attività con clienti terzi, nonché la decisione di ampliare il commercio dell'uva a livello mondiale. Il commercio globale dell'uva è una delle prime attività svolte congiuntamente dalle società Eurogroup Far East e Alifresca.

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

- 25° anniversario di Coop Naturaplan con forte crescita del fatturato
- 40 milioni di franchi investiti in prezzi più bassi e azioni sui prodotti freschi
- Apertura a Feuerthalen del primo ipermercato della Svizzera orientale basato sul concept dei negozi 2025+
- Nuovo standard per il latte Coop
- Lancio di successo della marca propria Coop Sapori d'Italia in quasi 450 supermercati Coop
- Assortimento Karma portato a 250 prodotti; ampliata la scelta di prodotti vegetariani e vegani
- Introduzione della marca propria sostenibile Bio Campiuns
- Introduzione della nuova marca propria Heumilch
- Lancio dei primi yogurt alla frutta della Svizzera senza zuccheri aggiunti
- Introduzione nei punti di vendita della marca propria solidale Solidarité
- Crescita per Naturaline Swiss Cosmetics
- 10 anni di collaborazione con Alto fusto Suisse
- Successo delle gare d'appalto a livello di gruppo per le società d'acquisti Eurogroup e Alifresca
- Coop per la quinta volta migliore azienda per il benessere degli animali



Il numero uno sul mercato svizzero dei prodotti convenience

- Espansione: Pronto apre 11 nuovi shop con stazione di servizio
- Riapertura di 4 shop senza stazione di servizio dopo importanti lavori di ristrutturazione
- Apertura del 300° shop a Münchenstein; presentazione del nuovo concept moderno di allestimento
- Introduzione di hot dog self-service nell'assortimento
- Ampliamento dell'offerta di sandwich fatti in casa

▾ Factsheet



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

- Apertura di un totale di 4 punti di vendita: Fribourg Gare, Vevey Gare, Ginevra Pont d'Arve e campus Höggerberg del Politecnico federale di Zurigo
- Sviluppo e introduzione di oltre 30 nuovi prodotti della marca propria Coop to go
- Sostituzione completa dei sacchetti di plastica con sacchetti di carta
- Ampliamento della rete di punti di vendita in tutte le Regioni di vendita e sviluppo di assortimenti specifici dei negozi
- Ampliamento dell'assortimento con «Egg Wraps», «Flatbreads» e müsli

▾ Factsheet



Il supermercato online con la più vasta scelta e consegna personale fino alla porta di casa

- Espansione dell'assortimento da 12.000 a 18.000 articoli
- Introduzione di un banco del pane a maggio 2018
- Introduzione dei fiori recisi a febbraio 2018
- Possibilità di ordinare torte personalizzate mediante upload di testi e immagini
- Possibilità di ritirare nei punti di vendita le torte personalizzate e i vassoi traiteur ordinati online
- Coop si aggiudica lo «Swiss Digital Commerce Award 2018» nella categoria Omnichannel & Innovation

▾ Factsheet



Il formato di negozio trendy per prodotti vegetariani e vegani

- Prosegue il successo del Karma Store di Zugo: superato il fatturato dell'anno precedente
- Grande successo per le bowl di insalata e müsli fatte in casa; introduzione delle «Hot Bowl» in autunno e inverno (calde da consumare subito o refrigerate da portare a casa)
- Nuovi assortimenti nelle categorie degli alimenti di base e dei prodotti stagionali: introduzione di specialità autunnali Veganz (panpepato, spekulatius, marzapane) e di biscotti di Natale bio e vegan
- Forte espansione dell'assortimento di prodotti da forno vegani per rispondere alla domanda di pasticceria vegana; introdotte novità come cornetti al cioccolato vegani, cornetti con ripieno ai mirtilli, cookie vegani e tortine di Linz

▾ Factsheet



Il negozio di Coop dedicato alla gastronomia italiana

- Ottimo avvio del punto di vendita nella stazione di Aarau
- Apertura di nuovi punti di vendita presso il centro commerciale di Berna Wankdorf il 14 giugno 2018 e nella stazione ferroviaria di Friburgo il 31 ottobre 2018
- Lancio in quasi 450 supermercati Coop della marca propria Sapori d'Italia, derivata dal formato di negozio omonimo

▾ Factsheet



La buona tavola,
ogni giorno,
a prezzi imbattibili

- Rapida implementazione del nuovo concept gastronomico «Vista» nel 2018: già 42 Ristoranti Coop e Coop Take-it ristrutturati secondo il nuovo concept
- Conquista di nuove quote di mercato in un settore altamente competitivo
- Acquisizione del ristorante Autogrill nel centro commerciale Letzipark di Zurigo
- Introduzione e gestione strategica di un sistema di offerte e prezzi su base nazionale
- Riorganizzazione del format di eventi «Festa di compleanno JaMaDu»

▾ Factsheet



Leader della
ristorazione con
prodotti freschi
in luoghi ad alta
frequenza

- Apertura dei ristoranti Marché a Bellinzona e introduzione del nuovo concept Marché
- Introduzione di nuove uniformi per Marché e Cindy's
- Apertura dell'Hotel Bellinzona Sud (ex Albergo BenjamInn) e affiliazione a Swiss Quality Hotel International
- Introduzione del programma fedeltà «freshCARD» in tutti i concept della Marché Ristoranti Svizzera SA (escluso Burger King)
- Introduzione dei tè freddi Marché

▾ Factsheet



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

- La filiale di Berna continua a godere di grande popolarità
- Successo per le filiali aperte nella stazione centrale di Zurigo e a Zurigo Stadelhofen
- Apertura di altri siti in programma

▾ Factsheet



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

- Notevole incremento del fatturato nella distribuzione internazionale di utensili per la cucina
- Espansione positiva del concept di take-away Zopf & Zöpfli a Zurigo
- Lancio della rivista «Glutenfrei»/«Sans Gluten» di Betty Bossi, con ricette stagionali, consigli e trucchi per la vita di tutti i giorni senza glutine
- Trasferimento della sede principale di Betty Bossi a Zurigo-Altstetten, con le più moderne infrastrutture per la cucina

▾ Factsheet

Formati specializzati Non Food

I formati specializzati hanno sfruttato l'anno di esercizio 2018 per lo sviluppo strategico dei loro shop online, continuando allo stesso tempo a sviluppare il commercio stazionario e generando una risposta positiva della clientela attraverso concept di vendita innovativi e negozi ottimizzati. L'importanza strategica di queste misure si è riflessa nel successo del settore Non Food: con i soli formati specializzati, il Gruppo Coop ha conseguito nel 2018 un ricavo netto complessivo di 7,3 miliardi di franchi. Il Gruppo Coop è riuscito a mantenere o a espandere ulteriormente la maggior parte delle sue quote di mercato. Coop mantiene una posizione forte nell'elettronica di consumo, in cui rientrano i formati specializzati Interdiscount, Microspot.ch, Ing. dipl. Fust e Nettoshop.ch. Il ricavo netto dei quattro formati nel 2018 è stato di circa due miliardi di franchi, con un aumento di 30 milioni di franchi rispetto all'anno precedente. Anche in questo settore, quindi, il Gruppo Coop è stato in grado di mantenere la propria leadership di mercato.

Siroop entra al 100% in Microspot

Il 1° maggio 2018, Coop ha rilevato da Swisscom il suo pacchetto azionario del 50% della piattaforma di vendita online Siroop. In questo modo i canali di vendita di Microspot e Siroop uniscono le loro forze e Coop eleva Microspot a piattaforma Non Food centrale. Già oggi Microspot è una piattaforma di vendita online di successo, ben consolidata e conosciuta in Svizzera. Con l'acquisizione delle attività

commerciali di Siroop SA, il suo know-how nel settore online confluisce direttamente nella piattaforma Microspot, ampliandola sia in termini di assortimento di prodotti sia verso fornitori terzi. In tal modo è possibile beneficiare anche di nuove sinergie. A fine 2018 la piattaforma comprendeva 201.000 prodotti. Oltre a prodotti elettronici di consumo e apparecchiature domestiche, i clienti hanno accesso a una vasta scelta di giocattoli, articoli di cancelleria, lampade, articoli per il giardino e il bricolage, prodotti di bellezza, orologi o gioielli. Con l'opzione «Same-Day Delivery», Microspot offre consegne rapidissime.

Nuovo centro di arredamento lifestyle Livique

A inizio settembre, Coop ha creato con il nome Livique un centro di arredamento lifestyle ispirato ai concept più moderni e a un orientamento innovativo. Nato dall'evoluzione di Toptip, Livique metterà sempre più al centro l'individualità dei suoi clienti, puntando su personalizzazione e digitalizzazione e offrendo oltre 100 milioni di varianti di mobili personalizzabili. Lo shop online è stato ampliato con nuove soluzioni digitali e nelle filiali sono state integrate visualizzazioni realistiche delle varianti di arredamento. Con circa 20.000 articoli esposti, l'assortimento si contraddistingue per la sua grande varietà. Un ruolo importante spetta anche all'area boutique, con complementi d'arredo, tessuti per la casa, stoviglie e tanto altro. Livique è l'unico centro d'arredamento della Svizzera che integra un proprio mercato dell'illuminazione: Lumimart, numero 1 per l'illuminazione in Svizzera, offre un assortimento di straordinaria varietà, con oltre 4500 articoli. E grazie alla realtà virtuale, i clienti di Lumimart possono ottenere una visione virtuale dell'illuminazione in vari spazi abitativi.

Coop Vitality realizza un nuovo concept dei negozi

Nel centro commerciale Bienne Stazione, Coop Vitality ha realizzato la sua prima filiale ispirata al nuovo concept dei negozi. Dopo diverse settimane di ristrutturazione senza interruzione d'esercizio, la filiale ha riaperto nella nuova veste a marzo. Illuminazione, pavimenti e arredi sono stati rinnovati creando un'atmosfera accogliente. Sono in totale cinque le farmacie che hanno assunto la nuova veste. Tra i punti di forza del nuovo concept si trovano i servizi di consulenza, sia per i farmaci convenzionali sia per le proposte della medicina alternativa, e numerosi altri servizi offerti da Coop Vitality. Nell'anno in esame, Coop Vitality ha introdotto un servizio di controlli per il diabete: i clienti ricevono direttamente in farmacia una consulenza dettagliata e un esame dei loro valori mediante test dell'emoglobina glicata.

Christ prosegue nel riposizionamento

Nel 2018, Christ ha implementato con successo il nuovo concept dei negozi con quattro ristrutturazioni e una nuova apertura. Salgono così a nove i negozi che possono sfoggiare la nuova veste, accolta molto positivamente dalla clientela. Di pari passo con la modernizzazione dei punti di vendita stazionari vengono costantemente ottimizzati anche i processi omni-channel. Oltre il 60% della clientela online si avvale oggi delle possibilità di Click & Collect e Click & Reserve, combinando in questo modo l'esperienza d'acquisto digitale con la consulenza specializzata e l'assistenza professionale del personale delle filiali. Anche l'assortimento di Christ, in particolare nel settore della gioielleria, è stato ottimizzato, proponendo interessanti assortimenti di base come gioielli con diamanti, perle e gioielli in oro e argento vincenti per prezzo, qualità e design.

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.



Il numero uno in Svizzera nel mercato dell'elettronica di consumo

- Conquista di nuove quote di mercato
- Forte crescita del 41,9% nelle ordinazioni online
- Entrata in funzione del nuovo centro logistico a Jegenstorf
- Assortimento dell'elettronica di consumo portato a oltre 110.000 articoli
- Lancio di un nuovo shop online
- 3 nuove aperture e 5 ristrutturazioni di filiali
- Successo della campagna pubblicitaria per i Mondiali
- 42,2% degli ordini online ritirati nelle filiali
- Valutazione positiva dei clienti secondo Mystery Shopping e come emerge da un sondaggio (Net Promoter Score)

	La piattaforma Non Food di Coop	<ul style="list-style-type: none">• Espansione della posizione di mercato• Aumento delle vendite online del 14,4%• Entrata in funzione del nuovo centro logistico a Jegenstorf• Successo della fusione tra Siroop e Microspot• Microspot elevata a piattaforma Non Food del Gruppo Coop• Sviluppo degli assortimenti Non Food delle categorie «Ufficio», «Do-it & Garden», «Bellezza & Profumeria», «Casa & Illuminazione», «Bambino & Giocattoli» e «Orologi & Gioielli»• Assortimento attualmente superiore a 201.000 articoli• Nuova immagine pubblicitaria con assortimenti ampliati
<p>▼ Factsheet</p>		

	La seconda più grande catena di grandi magazzini in Svizzera	<ul style="list-style-type: none">• Conquista di nuove quote di mercato• Applicazione del nuovo concept dei negozi «Bellacasa» ad Aarau• Ristrutturazione e ampliamento del settore Food di Zurigo St. Annahof, con novità come un humidor per formaggi• Lancio positivo del primo Coop to go in una filiale Coop City a Winterthur• Ottima accoglienza delle casse Self-checkout per i prodotti cosmetici e per la cura personale a Zurigo St. Annahof, Zurigo Bellevue, Friburgo, Winterthur e Aarau• Successo del nuovo concept «Camiceria»• Avvio del lancio del nuovo concept di stoviglie• Valutazione positiva dei clienti di Coop City secondo Mystery Shopping
<p>▼ Factsheet</p>		

	Il principale mercato edile in Svizzera	<ul style="list-style-type: none">• Consolidamento della leadership nel settore dei mercati edili in Svizzera• Aumento del fatturato• Lancio di un nuovo shop online• Ampliamento dello shop online a oltre 61.000 prodotti e netta crescita delle vendite online del 22,1% rispetto all'anno precedente• 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); a fine 2018 convertiti circa 35 punti di vendita su 74• Realizzazione del sistema di orientamento per i clienti in tutti i punti di vendita• Realizzazione della seconda serie di video di istruzioni (tutorial) con lo slogan «Vi diamo una mano»• Apertura dei flagship store modernizzati di Rickenbach (TG) e Heimberg; apertura dei nuovi punti di vendita di Rümlang e Feuerthalen• Feedback positivo dei clienti secondo Mystery Shopping per tutte le posizioni rilevanti nel colloquio di vendita
<p>▼ Factsheet</p>		

	Il fornitore di soluzioni di arredo personalizzate	<ul style="list-style-type: none">• Rebranding e riposizionamento: Toptip è diventato Livique• Redesign del logo Lumimart• Crescita del fatturato e conquista di nuove quote di mercato• Forte crescita del fatturato del 53% per gli shop online• Andamento del fatturato in crescita per i prodotti personalizzabili; oltre 100 milioni di varianti di mobili personalizzati• Introduzione del configuratore di divani come strumento digitale di aiuto alle vendite• Introduzione di una stazione di realtà virtuale presso Lumimart• Nuove aperture: Lumimart Rickenbach (TG) e Lumimart Niederwangen (BE)• Riapertura delle filiali ristrutturate e modernizzate Livique Spreitenbach e Livique Egerkingen• Valutazione molto positiva della soddisfazione dei clienti di Livique e Lumimart
	La prima scelta per l'illuminazione	
<p>▼ Factsheet</p>		

IMPORT PARFUMERIE

Il principale operatore in Svizzera nella vendita di profumi di prestigio

- Leader di mercato nel segmento dei profumi con nuove quote di mercato
- Crescita di fatturato del 35,9% per lo shop online
- Crescita del fatturato dei prodotti per la cura personale e del maquillage: ampliamento della distribuzione dei marchi di cosmetici (The Balm e Urban Decay)
- Lancio della marca propria «In'touch» di Steinfels Swiss
- Forte crescita degli ordini dall'assortimento online in filiale («Order on Behalf»)
- Ampliata del 24,4% l'offerta di articoli nello shop online
- Un totale di 8 filiali ristrutturate secondo la nuova immagine
- Import Parfumerie ed Estée Lauder Group hanno aperto uno shop-in-shop della marca di cosmetici Mac presso Coop City a Zugo
- Da un sondaggio tra i clienti emerge una valutazione positiva: Import Parfumerie è percepita come leader per i prezzi e come rivenditore «Lifestyle»

▾ Factsheet

CHRIST

Orologi & Gioielli

Il punto di riferimento per orologi e gioielli

- Crescita di fatturato del 71,1% per lo shop online
- Sviluppo positivo delle attività omni-channel «Click & Collect», «Click & Reserve» e «Order on Behalf»
- Ristrutturazione delle filiali di Spreitenbach, Emmenbrücke, Carouge e Steinhausen
- 7 ristrutturazioni procedono a un tasso superiore alla media rispetto all'anno precedente
- Ampliamento e crescita nel segmento dei gioielli di marca propria
- Apertura ad aprile di una nuova sede nel centro commerciale Glattzentrum
- Modernizzazione e sviluppo delle competenze per Eternity, solitari e fedi nuziali
- Ottima crescita per gli orologi made in Switzerland
- Feedback positivo dei clienti su immagine, competenza e cordialità

▾ Factsheet

Fust

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 nel segmento degli elettrodomestici
- Il ricavo netto supera ancora una volta il miliardo: 1,03 miliardi di franchi
- Continua la netta crescita nel commercio online del 25%
- Processo di vendita nelle filiali supportato con tablet
- Realizzazione della nuova infrastruttura informatica basata su SAP
- Ampliamento del centro logistico di Oberbüren: realizzata la costruzione grezza
- Altri 10 punti di vendita ristrutturati
- Valutazione positiva dei clienti secondo Mystery Shopping, recensioni su Google e il sondaggio interno tra i clienti (Net Promoter Score)

▾ Factsheet

netto**shop**.ch

Wir lieben Haushalt

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

- Digitalizzazione della pianificazione dell'itinerario per le consegne a domicilio
- Rilancio dello shop online con design responsivo
- Ampliamento del 10% dell'assortimento che conta ora oltre 25.000 articoli
- Accelerazione dei tempi di consegna
- Aumento dei tassi di riacquisto e della soddisfazione dei clienti

▾ Factsheet



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 dell'8,4%
- Crescita del fatturato pari al 228,9% nel commercio online
- Effettuata la prima campagna di influencer marketing
- Ampliamento della rete di farmacie con 3 nuove sedi a Oberwil, Ins e Matran
- Introduzione del nuovo concept dei negozi in 5 ubicazioni: Bienne, Matran, Rorschach, Feuerthalen e Flims
- Introduzione del servizio di controllo del diabete
- Espansione delle marche proprie con il lancio di 3 nuovi prodotti

▼ Factsheet



L'azienda di cosmetici naturali e sostenibili

- Crescita del fatturato pari al 22,2% nel commercio online
- The Body Shop Svizzera festeggia il suo 35° anniversario
- Introduzione di Click & Collect in tutte le filiali
- Ulteriore modernizzazione di punti di vendita
- Petizione «Forever Against Animal Testing» per l'introduzione di un divieto mondiale dell'impiego di animali per sperimentazioni a fini cosmetici, con 8 milioni di firme provenienti da tutto il mondo consegnate all'ONU il 4 ottobre

▼ Factsheet



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

- Conquista di nuove quote di mercato
- Estensione degli impianti fotovoltaici a 6 stazioni di servizio
- Introduzione di Valuta Reka come mezzo di pagamento per il carburante
- Dal 1° febbraio 2018 i collaboratori delle stazioni di servizio beneficiano di un contratto collettivo di lavoro (CCL) nazionale

▼ Factsheet



Calore e benessere

- Crescita delle quote di mercato nel commercio dell'olio combustibile
- Nuovo web shop: percentuale degli ordini salita al 40%
- Crescita al 59% della quota di clienti che acquistano olio combustibile ecologico, a basso contenuto di sostanze nocive
- Myclimate: introduzione della possibilità di compensazione delle emissioni di CO₂

▼ Factsheet



La catena alberghiera di Coop

- L'Hotel Victoria di Basilea, l'Hotel Savoy di Berna e l'Hotel Pullmann Basel Europe raggiungono il primo posto in termini di ricavi per camera rispetto ai concorrenti nella categoria 4 stelle
- Riapertura del Centro banchetti Europe dopo la ristrutturazione il 27.9.2018
- Ristrutturazione totale del BâleHotel Victoria (hotel e ristorazione): inizio lavori previsto a partire da luglio 2019
- Tutti i Bâle Hotel sono certificati ISO per i prossimi 3 anni

▼ Factsheet



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

- Netto aumento dei visitatori da dispositivi mobili dopo il lancio del nuovo sito web
- Incremento della quota di fatturato online superiore al 30%
- Più di 3500 ospiti tra crociere e tour

▼ Factsheet



L'azienda leader nel settore del fitness nella Svizzera tedesca

- Apertura di altre 9 sedi
- Espansione da 31 a 40 sedi in 13 cantoni; dal 2018 anche nei cantoni di Lucerna, Soletta e Berna
- Ennesimo aumento a due cifre (19%) degli iscritti, saliti a 38.000
- Ampliamento della gamma di integratori propri; aumento del fatturato del 21%
- Adattamento delle strutture di Update Fitness alla forte crescita: aggiunti al team 162 nuovi membri, per un totale di 797 collaboratori a tempo pieno o parziale

▼ Factsheet



Serra tropicale con ristorante

- Produzione di lucioperche aumentata dell'86% a 25 tonnellate
- Lancio di «Osietra Caviar carat» e «Feuille de Caviar»
- Fornitore esclusivo di Caviale Osietra per il Bürgenstock Resort
- Lista dei vini premiata con il Vinum Award
- Moduli lavastoviglie sostituiti: risparmio energetico superiore al 20%

▼ Factsheet

Logistica, Informatica e Immobili

Costruzione di un nuovo centro logistico completamente automatizzato a Jegenstorf

Dopo due anni e mezzo di lavori di costruzione, il 24 maggio Interdiscount e Microspot hanno inaugurato a Jegenstorf il centro logistico per l'elettronica di consumo più grande e moderno della Svizzera. Con questo nuovo centro logistico completamente automatizzato, Interdiscount e Microspot hanno ampliato in modo considerevole il loro assortimento e la loro offerta. La sede di Jegenstorf rifornisce ogni giorno più di 180 filiali Interdiscount. Per i clienti questo si traduce in una disponibilità ancora maggiore delle merci direttamente nei punti di vendita. Il nuovo centro logistico si distingue per l'utilizzo delle tecnologie più moderne: quasi 65.700 contenitori si muovono lungo 3,2 km di percorsi automatizzati trasportando gli articoli attraverso un edificio di 22.000 m². Grazie al nuovo centro logistico, oltre 110.000 prodotti del segmento dell'elettronica di consumo sono disponibili nelle filiali e nello shop online. Per gli articoli in magazzino vale il principio: gli ordini pervenuti entro le 20:00 sono consegnati al domicilio dei clienti nel giorno successivo.

Nuova centrale logistica e amministrativa della Regione Suisse Romande ad Aclens

La precedente centrale di distribuzione di La Chaux-de-Fonds e l'amministrazione della Regione logistica Suisse Romande con precedente sede a Renens confluiscono nella nuova sede di Aclens. Qui a fine ottobre 2018 è stata avviata l'espansione della centrale di gestione dei vuoti per la Regione di vendita Suisse Romande. In futuro, la sede di Aclens ospiterà in due edifici la centrale di distribuzione, di gestione dei vuoti e di amministrazione della Regione. I lavori di ristrutturazione prevedono un ampliamento di 1600 m² dell'edificio esistente e la costruzione di un nuovo complesso logistico e amministrativo di quasi 23.000 m². Il nuovo edificio disporrà di dodici rampe di carico per camion, un raccordo alla rete ferroviaria, uffici per l'amministrazione regionale, un parcheggio sotterraneo e il ristorante per il personale. La messa in servizio completa dell'edificio è prevista per il 2022.

Digitalizzazione e robotica nella logistica

Per la logistica Coop il 2018 è stato interamente nel segno della digitalizzazione e dell'automazione. Nella centrale di distribuzione di Gwatt, dall'inizio del 2018, un nuovo robot ha permesso di automatizzare l'apertura dei contenitori paretali per palette per le consegne a Coop Edile+Hobby. Anche nella panetteria di Schafisheim un robot facilita il lavoro del personale: da aprile, qui è in uso il robot collaborativo YuMi, prodotto dall'azienda ABB, che facilita il processo di imballaggio allineando in modo uniforme i lotti confezionati su un nastro trasportatore per un'etichettatura più efficiente. Nel settore dei trasporti, la logistica Coop ha continuato a sostituire i processi basati sull'impiego di carta. Da Coop@home, per esempio, è stato digitalizzato il bollettino di consegna: i clienti confermano

ora la ricezione della loro consegna su un dispositivo palmare. Inoltre, Coop ha avviato i preparativi per dotare tutti i 3,3 milioni di imballaggi Coop con etichette munite di un codice a barre e anche di un tag RFID. Sono state così gettate le basi per un'ulteriore ottimizzazione dei processi logistici. A partire dal 2018 la logistica Coop ha assunto anche la responsabilità dei punti Pick-up, in modo da sviluppare ulteriormente le funzionalità omni-channel della piattaforma. In futuro, i clienti avranno così la possibilità di farsi recapitare altri prodotti di diversi formati Coop in un qualsiasi punto Pick-up a scelta.

Nuove locomotive per Railcare

A giugno 2018 Railcare ha ricevuto l'ultima di sette locomotive proprie. Le locomotive Siemens «Vectron» si contraddistinguono per consumi energetici inferiori a fronte di prestazioni più elevate. Essendo tutte della stessa tipologia, sono utilizzabili da Railcare per qualsiasi ambito di applicazione. Le locomotive soddisfano i più moderni standard tecnici e causano minore usura delle rotaie a velocità massime entro i 160 km/h. Tutte le locomotive, inoltre, sono dotate di un modulo di alimentazione diesel e di radiocomando a distanza. In questo modo potranno percorrere brevi tragitti anche in assenza di linea di contatto, per esempio su binari di raccordo o durante manovre di smistamento. Grazie al modulo diesel, inoltre, Railcare non avrà più bisogno di locomotive di manovra aggiuntive e potrà dismettere le vecchie locomotive di manovra.

Cresce l'utilizzo di Self-checkout e passabene

Le casse Self-checkout godono di grande popolarità tra i clienti di Coop. Per soddisfare questa esigenza anche in futuro, nel 2018 sono state installate in 89 punti di vendita casse Self-checkout che integrano le casse tradizionali. Oltre al Self-checkout, anche la soluzione di self-scanning passabene di Coop garantisce un'esperienza di acquisto pratica e veloce: con questo strumento, i clienti beneficiano non solo del pieno controllo dei costi, ma anche di tempi di attesa più brevi e di un più rapido insacchettamento dei prodotti. Nel 2018, in singoli punti di vendita dotati di scanner manuali, fino al 15% degli acquisti è stato scansionato ed elaborato via passabene. Per mettere questo servizio a disposizione di un numero sempre maggiore di clienti Coop, nell'anno in esame Coop ha introdotto il sistema passabene in ulteriori 58 punti di vendita. Anche nei prossimi anni Coop continuerà a investire sulle esigenze dei clienti in ambito self-service.

Coop amplia le sue competenze nel commercio online

Nel 2018, Coop ha continuato ad ampliare la propria sfera di attività nel commercio online. I nuovi shop online di Coop Edile+Hobby, Nettoshop, Interdiscount e il sito web delle carte regalo Coop si presentano oggi in una veste rinnovata. Coop Vitality ha ampliato il suo shop online. Con il restyling si è puntato soprattutto a migliorare l'interfaccia utente e a ottimizzare la visualizzazione sui dispositivi mobili. Sono state inoltre ampliate molte funzioni omni-channel, in modo da consentire ai clienti di usufruire di un'esperienza d'acquisto il più coerente possibile attraverso i vari canali. Con l'aiuto di cosiddetti Customer Journey Mapping, nei quali è direttamente incorporato il feedback degli utenti, l'interfaccia utenti è stata progressivamente ottimizzata. Nello stesso contesto è stato possibile migliorare significativamente anche la performance e la stabilità delle pagine.

Apri a Feuerthalen il centro commerciale Coop del futuro

Il 23 agosto 2018, Coop ha inaugurato il primo centro commerciale Coop della Svizzera ispirato a un nuovo concept. In appena 15 mesi, Coop ha modernizzato e ampliato il Rhy Markt da zero, adattando l'intera infrastruttura alle esigenze dei suoi clienti. Il centro, precedentemente configurato come punto di vendita combinato con un supermercato Coop e un centro Edile+Hobby, è stato riorganizzato: a Feuerthalen i clienti trovano ora, in un nuovo edificio, il primo ipermercato della Svizzera orientale ispirato al concept 2025+, con una superficie di vendita di 3130 m², e un centro Edile+Hobby di circa 3500 m². Negli spazi liberatisi nel centro commerciale sono state realizzate filiali di Interdiscount, Fust, Update Fitness, Coop Vitality e un Ristorante Coop. Anche gli altri partner presenti nel Rhy Markt, la Banca cantonale di Zurigo e Gidor Coiffure, sfoggiano ora una nuova veste. Il settore «Mall», nel cuore del centro commerciale, è contraddistinto da un ampio lucernario che assicura spazi inondati di luce naturale fino alla zona di ingresso al parcheggio sotterraneo. La scelta dei materiali, la piantumazione di alberi veri, una parete di verde verticale naturale e arredi

6600 m²

di superficie di vendita nel
nuovo centro commerciale
Coop Rhy Markt

accoglienti contribuiscono a un'esperienza di shopping particolarmente piacevole. Anche in termini di consumi energetici e sostenibilità, il Rhy Markt fissa nuovi standard: in tutto l'edificio, Coop si serve di luci LED a risparmio energetico e ad alta efficienza, oltre a sistemi di raffreddamento a CO₂ il cui calore residuo è sfruttato per generare riscaldamento e acqua calda. Sul tetto del Rhy Markt e sul nuovo edificio che ospita il centro Coop Edile+Hobby sono installati impianti fotovoltaici per una superficie totale di 3400 m² e una capacità totale di 510.000 kWh, pari al fabbisogno energetico annuale di circa 150 famiglie svizzere. Con l'elettricità così generata, il centro commerciale riesce a coprire gran parte del proprio fabbisogno energetico. Complessivamente, Coop ha investito nella modernizzazione del Rhy Markt quasi 70 milioni di franchi.

Prima implementazione del nuovo concept di food court nel Wankdorf Center

L'anno scorso, i centri commerciali della Svizzera, messi insieme, hanno totalizzato quasi un quinto delle vendite realizzate dal commercio al dettaglio nel Paese. A livello nazionale, la sola Coop gestisce 40 centri commerciali con oltre 3000 m² di superficie. Per preparare al meglio questi centri commerciali per il futuro, nel 2018 Coop ha implementato varie misure di ristrutturazione. Ne è un esempio il nuovo concept di food court, che invita i clienti a concedersi una pausa grazie a un'offerta culinaria ricca e diversificata. La prima food court ispirata al nuovo concept è stata inaugurata il 31 ottobre 2018 al piano terra del Wankdorf Center. Dal punto di vista architettonico, il concept è caratterizzato da un'atmosfera luminosa, accogliente, aperta e suggestiva. Nella food court, gli ospiti sono accolti da una lounge e da nuove tipologie e configurazioni di seduta. L'infrastruttura è stata ampliata e l'attuale caratteristica illuminazione a soffitto «Cerchio di Saturno» ridisegnata in stile contemporaneo; inoltre, è stata realizzata anche una nuova terrazza ristorante e un'area giochi per bambini. Oltre al ristorante Coop, che è stato spostato dal piano inferiore al piano terra, la food court offre una grande varietà di specialità culinarie, dagli hamburger al sushi.

Progetti immobiliari

Nel 2018, Coop ha portato a termine un totale di 14 progetti immobiliari, tra cui sei nuove costruzioni, due ampliamenti, due ristrutturazioni, due risanamenti e due modernizzazioni. Nell'ambito della diversificazione del suo portafoglio immobiliare, Coop ha costruito nel centro di Domat/Ems un nuovo edificio con undici interessanti appartamenti in affitto realizzati secondo lo standard Minergie. Il nuovo edificio sorge al posto di una proprietà che in passato ospitava un supermercato Coop.

Gli immobili di Coop sono sinonimo di sostenibilità ed efficienza energetica

Per Coop, l'efficienza energetica e la generazione di energia sostenibile svolgono un ruolo chiave nella pianificazione e nella realizzazione dei suoi progetti immobiliari. Un impegno che Coop è riuscita a mantenere anche nel 2018. L'obiettivo di installare impianti fotovoltaici su una superficie di almeno 20.000 m² è stato perfino superato, con una superficie totale installata da Coop di circa 25.000 m².

25.000 m²
di impianti fotovoltaici in-
stallati sugli immobili Coop

Nell'ambito della ristrutturazione generale dell'area del Letzipark di Zurigo, per esempio, Coop ha installato moduli fotovoltaici sugli elementi dei parapetti della facciata e sul tetto. Questi moduli non contribuiscono solo a dare un'estetica accattivante alla costruzione: l'elettricità generata ne alimenta infatti le aree comuni e il garage con circa 100.000 kWh/anno. Anche il più recente punto di vendita Coop a Etagnières (Vaud) è stato dotato di un impianto fotovoltaico sul tetto, con in più una particolarità: l'elettricità generata dai moduli fotovoltaici sulla facciata non viene trasmessa soltanto alla rete, ma quella

in eccesso è utilizzata per abbassare la temperatura del liquido di raffreddamento per la cella frigorifera interna. Il nuovo centro logistico di Interdiscount a Jegenstorf ha ricevuto il certificato «Minergie P», che contraddistingue gli edifici con livelli di consumo energetico particolarmente bassi e con i più elevati standard di qualità, comfort ed energia. Oltre a queste caratteristiche, l'edificio del centro logistico è dotato di un involucro dalle caratteristiche eccezionali. La revisione delle proprietà immobiliari di Coop dal punto di vista di diversi aspetti di sostenibilità, insieme a misure di adeguamento mirate, ha ridotto ulteriormente i consumi energetici degli immobili di Coop. Coop ha investito 5 milioni di franchi già solo in misure costruttive finalizzate all'ottimizzazione dei consumi energetici.

Prestazioni supplementari

Gestione della qualità a 360°: focus dell'anno sull'attuazione dell'Ordinanza sulle derrate alimentari

Nel 2018, il Management della qualità si è concentrato in particolare sull'attuazione della nuova Ordinanza sulle derrate alimentari, la quale richiede un adeguamento dell'etichettatura di tutti i prodotti entro il 2021. Come base per tale attuazione, è stata rivista la direttiva Coop sull'etichettatura, la quale contiene, tra le altre cose, disposizioni sull'indicazione di origine delle materie prime e delle informazioni nutrizionali per le marche proprie Coop. Per quanto riguarda l'indicazione di origine delle materie prime di origine animale, Coop decide di andare oltre le prescrizioni di legge: tali indicazioni sono presentate in modo trasparente a partire da una percentuale di almeno il 10% dell'alimento. Inoltre, sono stati implementati entro il termine del 1° maggio 2018 i nuovi requisiti relativi alle informazioni sugli allergeni nelle vendite al banco e nella Gastronomia Coop. Per ottimizzare il processo di etichettatura delle marche proprie, il Management della qualità ha introdotto un nuovo sistema grazie al quale, in futuro, i dati dei prodotti potranno essere rilevati elettronicamente dai fornitori e quindi impiegati per l'etichettatura degli imballaggi o per fornire informazioni online.

Dal 2012 tutti i negozi con vendita al banco sono controllati e certificati dall'ente di controllo indipendente q.inspecta in relazione al rispetto dei requisiti di qualità. Nel 2018, 411 punti di vendita in totale hanno superato con successo gli audit. Questi audit sono stati effettuati in aggiunta agli altri 2500 eseguiti dall'assicurazione qualità interna di Coop. Nel proprio laboratorio Coop ha controllato un totale di circa 34.200 campioni di prodotti Food e Non Food per verificare il rispetto delle disposizioni. Per i controlli sono stati applicati oltre 860.000 criteri. I manuali di assicurazione qualità per i punti di vendita sono stati completamente rivisti fornendo, come base per i processi, una comunicazione delle informazioni maggiormente mirata e orientata a gruppi target specifici. Inoltre, nel 2018 Coop ha intensificato la gestione dei rischi nel settore della qualità dei prodotti. In particolare, il Management della qualità di Coop si è concentrato sulla sicurezza della catena di approvvigionamento, sulla conformità degli imballaggi e sul tema delle frodi alimentari. Coop ha inoltre specificato i requisiti per gruppi di merci critici nel settore Non Food. È stata inoltre adeguata la direttiva per fornitori volta a ottimizzare la qualità dei prodotti.

Impegno sociale

Sostegno per le persone bisognose

Anche nel 2018 Coop ha preso parte a tantissimi progetti a sfondo sociale. Solo attraverso il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, il commerciante al dettaglio ha investito circa 16,5 milioni di franchi in progetti di pubblica utilità, per esempio sostenendo «Tavola Svizzera» e «Tavolino magico», organizzazioni sociali che si occupano di fornire generi alimentari ai bisognosi: «Tavola Svizzera» distribuisce

16,5 milioni di CHF

**per progetti di beneficenza
attraverso il Fondo Coop
per lo sviluppo sostenibile**

generi alimentari a 500 istituzioni sociali presenti su tutto il territorio nazionale, quali rifugi di emergenza, enti assistenziali o mense dei poveri, mentre «Tavolino Magico» con i suoi oltre 128 centri di distribuzione in tutta la Svizzera, fa arrivare generi alimentari a circa 19.100 persone indigenti ogni settimana. In totale, nell'anno di esercizio sono state distribuite 4198 tonnellate di generi alimentari a persone bisognose. Per sottolineare il suo impegno a lungo termine volto a sostenere le persone in povertà, Coop ha prolungato, insieme alla «Comunità d'Interessi Commercio al Dettaglio Svizzera» (CI CDS), il suo accordo di collaborazione fino al 2021.

Coop sostiene l'iniziativa di coltivazione di piante nelle scuole a tutela delle api e della biodiversità

Per la terza volta consecutiva, Coop e Bio Suisse hanno realizzato l'iniziativa «Scuole in fiore». Dal 2016, più di 3500 classi scolastiche, per un totale di oltre 50.000 persone tra bambini, giovani e insegnanti, si sono impegnate per la tutela della biodiversità e per orti scolastici sempre più belli. Coop finanzia l'iniziativa nell'ambito del Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile. Nel 2018 le classi hanno ricevuto 1200 set comprendenti ciascuno 20 piantine di erbe biologiche e un sacchetto di semi bio di fiori selvatici e di ravanelli bio: si stima che i set forniti abbiano portato a fiorire oltre 19.000 metri quadrati di terreno. Inoltre, alle classi sono stati forniti materiali didattici sul tema

«Api e biodiversità», realizzati in collaborazione con l'Alta Scuola Pedagogica (PH) e l'Università delle Scienze Applicate della Svizzera nordoccidentale (FHNW). Questa iniziativa di grande successo proseguirà anche nel 2019.

Corsi di formazione per coltivatori di cotone biologico

Il cotone biologico utilizzato per gli abiti e i tessuti Naturaline proviene dall'India e dalla Tanzania. Coop rispetta lo standard Biore, per una coltivazione biologica in armonia con l'uomo e con la natura. La coltivazione biologica del cotone è un sistema di coltivazione innovativo, con notevoli vantaggi per gli agricoltori in termini economici e di salute. Le attività di formazione tenute nel 2018 hanno consentito agli agricoltori dell'India e della Tanzania di aumentare ulteriormente la loro produttività e di ampliare l'utilizzo di metodi di agricoltura biologica. È nettamente aumentato il numero di agricoltori che effettuano la semina a file, concimano con letame e adottano misure contro il problema dell'erosione del suolo. Un importante fattore di successo è la gestione, per la prima volta, di oltre 100 siti di formazione agraria in India. Grazie alla collaborazione con Biore, Coop ha gettato le basi affinché oltre 3900 famiglie di agricoltori dell'India possano produrre il loro cotone con metodi biologici e CO₂ neutrali e venderlo a prezzi equi.

Impegno per l'educazione economica tra i giovani

Nel 2018, Coop ha nuovamente partecipato al «Company Programme» di YES (ex Young Enterprise Switzerland) con un premio di sostenibilità. Nell'ambito del concorso, vari gruppi di giovani si cimentano nello sviluppo di un'idea di progetto innovativa e quindi, con l'aiuto di esperti, nella creazione di una vera e propria impresa, in modo da conoscere importanti aspetti del mondo dell'imprenditoria attraverso un esempio pratico. Il premio di sostenibilità è stato assegnato per la quarta volta consecutiva. Vincitore dell'edizione 2018 è stato il progetto «Retro Frames», che si è imposto contro più di 190 concorrenti. I giovani autori di questo progetto hanno realizzato cornici fatte a mano utilizzando vecchio legno regionale riciclato.

Il Padrinato Coop per le regioni di montagna investe nel caseificio di montagna bio Müstair

Di grande importanza per Coop è anche l'impegno profuso dall'organizzazione no-profit Padrinato Coop per le regioni di montagna, che nel 2018 ha supportato 171 progetti di auto-aiuto per un ammontare complessivo di circa 5 milioni di franchi. Quest'anno ha riscosso particolare successo l'azione dei panini del 1° Agosto per la Festa Nazionale svizzera. Ogni anno, una parte del ricavato ottenuto dalla vendita dei panini, dei cervelas e per la prima volta anche del formaggio bio di montagna dei Grigioni del 1° Agosto viene devoluta al Padrinato Coop per le regioni di montagna. Nel 2018 è stato raccolto in questo modo un importo di 260.000 franchi. Il Padrinato Coop per le regioni di montagna ha aumentato l'importo a 1 milione di franchi. La cifra verrà investita nella costruzione, di necessità improrogabile, del nuovo caseificio di montagna bio Müstair nel Canton Grigioni, per il bene di tutta la vallata.

Promozione dell'integrazione di persone disabili nel mondo del lavoro

Con l'affidamento di ordini di diversa natura ai laboratori protetti, Coop promuove l'integrazione delle persone disabili nel mondo del lavoro. Nel 2018 Coop ha affidato a questo tipo di associazioni diversi ordini per un valore di 3,2 milioni di franchi.

Partnership con la Croce Rossa Svizzera

Coop è partner della Croce Rossa Svizzera (CRS). Nell'anno in esame, Coop ha creato insieme alla CRS 10.000 pacchetti-dono venduti nei Megastore Coop a favore del progetto «2 x Natale» e ha fornito un generoso contributo per la solidarietà con i meno fortunati. È stata inoltre eseguita per la quarta volta l'attività di donazione «Grüttibanz»: grazie alla vendita dei pupazzi di pasta è stato possibile raccogliere oltre 100.000 franchi da devolvere a famiglie bisognose. Dal 2016 Coop è altresì il partner principale della piattaforma online della CRS dedicata alle famiglie e pubblica periodicamente su Cooperazione reportage su progetti umanitari.

Supercard e carta di credito Supercard

Coop premia la fedeltà dei suoi clienti con prestazioni complete, servizi e offerte esclusive. Con Supercard, l'azienda di commercio al dettaglio gestisce il più grande programma di fidelizzazione della clientela in Svizzera. Anche nel 2018, più di 3,2 milioni di famiglie in tutta la Svizzera hanno utilizzato la carta fedeltà. Per i clienti Supercard, tra i fattori di interesse verso il programma si trovano le numerose possibilità di utilizzo dei punti: nell'ambito delle promozioni Supercash, i clienti possono

3,2 milioni di famiglie
utilizzano la Supercard

pagare i loro acquisti, del tutto o in parte, utilizzando i loro superpunti. A seconda della promozione, questa opportunità si applica a una parte o anche all'intero assortimento. I punti possono essere convertiti in qualsiasi momento in una carta regalo fedeltà o caricati come credito digitale nell'app mobile. Inoltre, nello shop dei premi i punti possono essere trasformati in premi di alta qualità e in biglietti per eventi. Il 2018 è stato un anno nel segno della digitalizzazione, che si riflette in particolare in un aumento dell'uso di tutti i servizi

digitali che ruotano attorno alla Supercard. Attraverso l'app Supercard o www.supercard.ch, i titolari delle carte possono attivare i loro buoni digitali e riscattarli automaticamente. Inoltre, è possibile partecipare alle promozioni-raccolta digitali e beneficiare di interessanti ricompense. Il 1° novembre Coop ha lanciato la nuova «carta di credito Supercard» in collaborazione con TopCard Service SA, un'affiliata di UBS Switzerland AG. La carta di credito sostituisce la precedente «Supercard Plus». Anche la «carta di credito Supercard» viene emessa gratuitamente ed è disponibile in versione Mastercard o Visa e ora anche come carta di credito prepagata Visa.

Club per enoappassionati Mondovino

Come club per enoappassionati di Coop, Mondovino continua a godere di grande popolarità: alla fine del 2018 Mondovino contava circa 150.000 membri, ossia 11.000 clienti in più rispetto all'anno precedente. Mondovino punta a una strategia omni-channel: gli enoappassionati possono vivere l'esperienza del club in Internet, in più di 820 punti di vendita Coop e nelle fiere annuali del vino organizzate da Mondovino. E per migliorare l'esperienza di acquisto, in aprile Mondovino ha pubblicato la versione aggiornata del suo shop online e un'app dal design rinnovato. La gamma Mondovino comprende oggi oltre 2000 vini, tra cui quasi 180 rarità. Nel 2018, Mondovino ha inoltre aggiunto alla gamma nuovi formati di prodotto, come ad esempio il pacchetto «Vino e Pasta» composto da vino, pasta e sugo di pomodoro. Dal 2018 la newsletter Mondovino è disponibile anche per i clienti che non sono membri del club.

Comunicazione e pubblicità

Con un look rivisitato, ancora più materiali di lettura e un rilancio del sito web, nel 2018 Cooperazione si è preparata nel migliore dei modi per il futuro. Contenuti editoriali ampliati e nuove rubriche raccontano in modo sempre più ricco la vita quotidiana in Svizzera. E grazie al nuovo sito web con design responsivo, in grado di adattarsi al dispositivo su cui è visualizzato, Cooperazione garantisce un'esperienza di lettura integrata e stimolante. Grazie a queste misure e a una campagna di affissio-

3,4 milioni di persone
leggono le riviste
settimanali Coop-
zeitung, Coopération
e Cooperazione

ni, nel 2018 Cooperazione è stata ancora una volta in grado di consolidare la sua posizione di rivista con la tiratura più alta e più letta in Svizzera. Questo risultato è stato confermato dall'indagine condotta ogni anno dall'istituto di ricerca svizzero indipendente Wemf AG. Le tre riviste settimanali Coopzeitung, Coopération e Cooperazione sono lette, con una tiratura complessiva di quasi 2,6 milioni di copie, da circa 3,4 milioni di persone. Per l'anniversario di Naturaplan, un numero di Cooperazione è stato pubblicato con il logo Coop in colore verde. Nell'anno in esame, inoltre, tre numeri di Cooperazione sono stati regionalizzati: le edizioni speciali dedicate a miele, yogurt e vino sono apparse con copertine personalizzate per 21 sottoregioni.

Dopo meno di sei mesi di produzione nella Coop Content House e numerose attività di ripresa in diversi paesi, a febbraio 2018 è stato pubblicato il primo docu-film aziendale di Coop. Il filmato, della durata di 13 minuti, accompagna gli spettatori in un viaggio attraverso la varietà del mondo Coop. L'attenzione è rivolta in particolare ai collaboratori dei diversi formati e punti di vendita del Gruppo Coop. Nel mese di agosto, la giuria del premio internazionale «Best of Content Marketing 2018» ha assegnato al film il premio d'argento per la categoria «Film Non Fiction Employer Branding interno».

I progetti per le famiglie costituiscono un tema strategico tra le attività di sponsorizzazione di Coop. Nel 2018, in collaborazione con Sentieri Svizzeri, Coop ha lanciato escursioni per famiglie Coop in dieci destinazioni: una magica escursione per grandi e piccini, con tante entusiasmanti stazioni ricche di

avventure e indovinelli. Inoltre, nell'anno in esame, dopo il successo di un progetto pilota nel 2017, Coop ha esteso il progetto Coop Famcool, la corsa di orientamento per tutta la famiglia, organizzando 48 giorni di eventi in tutta la Svizzera. Oltre a molti altri progetti per le famiglie, nel 2018 Coop ha sostenuto anche un gran numero di progetti culturali e di attività fisica per grandi e piccoli in tutte le regioni della Svizzera.

Nel 2018, 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 quarto anno di attività, oltre 360 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. Alla fine di ottobre il sito www.fatti-non-parole.ch ha subito un restyling. L'iniziativa di sostenibilità ha raggiunto inoltre un vasto pubblico anche attraverso spot televisivi, numerosi annunci stampati e mezzi pubblicitari online.

Dal 2018 la piattaforma culinaria Fooby è presente ogni giorno con una ricetta su «20 Minuten Online». Il venerdì, inoltre, Fooby ha uno spazio nell'edizione stampata di «20 Minuten», con ricette, storie e informazioni sull'arte culinaria. Fooby è anche presente con un libro di ricette e un box contenente schede di ricette negli oltre 400.000 pacchetti regalo di ringraziamento donati da Coop ai suoi clienti più fedeli nel mese di aprile. Al «Food Zurich» del 2018, Fooby è stato presente per la seconda volta come Presenting Partner di vari eventi di cucina. E per offrire ai clienti un'entusiasmante gamma di contenuti interessanti, dal 2018 Fooby collabora con «Gault&Millau» e «Munchies».

75.500

persone ricevono ogni
trimestre la rivista per i
collaboratori Coop Forte

La rivista Coop Forte raggiunge, con una tiratura complessiva di 75.500 copie in tedesco, francese e italiano, tutti i collaboratori e i pensionati del Gruppo Coop. Questa pubblicazione trimestrale esce in sei edizioni completamente regionalizzate per le Regioni di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich, Ostschweiz, Bern, Suisse Romande, la sottoregione Ticino e in un'edizione speciale per i collaboratori delle aziende Trading. In questo modo Coop vuole comunicare ancora meglio i propri contenuti ai lettori e dare maggiore peso agli argomenti regionali. Gli argomenti nazionali sono integrati da esempi concreti tratti dalle varie Regioni.

Ufficio stampa: forte presenza di Coop nei media svizzeri

Nel 2018, Coop ha ulteriormente intensificato il dialogo con i professionisti dei media per una comunicazione sempre più trasparente. In tal modo, anche quest'anno un gran numero di temi di attualità riguardanti Coop hanno trovato spazio nei media. Per esempio, hanno suscitato particolare interesse mediatico l'apertura del nuovo centro logistico di Interdiscount a Jegenstorf o l'inaugurazione del nuovo centro di arredamento Livique a Oberentfelden. Anche i temi della sostenibilità hanno ricevuto frequente attenzione: è stata per esempio ampiamente trattata la riduzione e l'ottimizzazione di imballaggi e plastica per frutta e verdura bio, e anche il Programma Latte Coop per la produzione di latte sostenibile ha ottenuto grande visibilità. Dopo il successo del lancio del nuovo Media Corner lo scorso anno, nel 2018 è stato istituito un servizio WhatsApp per i giornalisti. Nell'anno in esame, l'Ufficio Stampa di Coop ha inviato oltre 30 comunicati stampa, spedito inviti per 8 conferenze stampa, effettuato 17 spedizioni di prodotti e risposto a circa 2000 richieste da parte dei media.

I social media puntano su video e piattaforme di networking

Anche nei social media, il 2018 di Coop è stato interamente dedicato all'anniversario della marca propria Coop Naturaplan. Da post di intrattenimento al semplice posizionamento di prodotti, fino ai video informativi con il grande chef Fabian Zbinden: con molteplici contenuti dedicati ai 25 anni di Naturaplan, Coop ha raggiunto diversi milioni di utenti nell'area dei social media. Un'attenzione particolare nel 2018 è stata dedicata all'utilizzo dei formati video. Coop ha prodotto, per esempio, una serie di video brevi dedicati alle grigliate, con le più belle aree barbecue della Svizzera, e anche una serie sulla carne, in cui un macellaio Coop ha trasmesso le sue conoscenze sulle stagioni delle grigliate, della selvaggina e delle festività natalizie. Inoltre, nel 2018 Coop ha iniziato a inserire attivamente contenuti nelle piattaforme di networking LinkedIn e Xing. Anche su queste piattaforme, Coop ha registrato una risposta estremamente positiva.

Settore aziendale Commercio all'ingrosso/ Produzione

Gruppo Transgourmet	40
Crescita della competenza di Transgourmet nel settore dei prodotti ittici	40
Più freschezza per Transgourmet	41
Rafforzamento delle competenze nel settore delle bevande	41
Transgourmet punta a servizi digitali a 360 gradi	41
Espansione degli assortimenti Transgourmet: sostenibili, accessibili ed esclusivi	42
Buone basi per la crescita: nuove sedi con architettura sostenibile	42
La digitalizzazione migliora l'efficienza nella gestione merci	43
Eccellente sostenibilità per Transgourmet	44
Transgourmet punta a una logistica sostenibile su scala transfrontaliera	44
Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet	45
Produzione	50
Bell Food Group	50
Bell Food Group investe in carne coltivata	50
Hilcona amplia l'offerta di prodotti vegetariani	50
Tappe principali del Bell Food Group	51
Aziende di produzione Coop	52
Grande successo per le specialità da forno a legna	52
Grandi investimenti in panetterie della casa e impasti freschi	52
Cave dà inizio alla produzione di spumante	52
60 milioni di franchi di fatturato dalle esportazioni di Chocolats Halba/Sunray	52
Tappe principali delle aziende di produzione Coop	53

Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

Il Gruppo Transgourmet rafforza la propria competenza nei settori dei prodotti ittici e dei prodotti freschi e punta su soluzioni digitali nel settore del Food Service. Il Bell Food Group espande il proprio know-how nel settore dei prodotti freschi e convenience e sviluppa prodotti sostenibili e innovativi. Le panetterie Coop, grazie agli impasti freschi, producono un pane ancora più fresco nei punti di vendita. Cave produce il suo primo spumante.

14,2 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 2018 un ricavo netto di 14,2 miliardi di franchi, pari a una crescita del 9%. Al netto delle acquisizioni, il settore è riuscito a crescere del 4,5%.

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 2018, il gruppo Transgourmet, attraverso 145 mercati Cash&Carry e il rifornimento all'ingrosso, ha realizzato un ricavo netto di 9,7 miliardi di franchi, che rappresenta una crescita del 6,9% 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 2018, Transgourmet ha realizzato un fatturato di 291 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.

Crescita della competenza di Transgourmet nel settore dei prodotti ittici

Nel 2018, un fattore cruciale per lo sviluppo del Gruppo Transgourmet è stato l'espansione delle competenze nel settore dei prodotti ittici. Già il 2 gennaio Transgourmet Svizzera ha rilevato le attività commerciali di Polar Comestibles, con sede a Reinach/Basilea Campagna. Polar Comestibles offre una gamma selezionata di pesce fresco e prodotti alimentari per la gastronomia. Il 5 aprile è seguita l'acquisizione della Braschler's Comestibles Import AG, con sede a Zurigo, specializzata nell'acquisto, nella produzione e lavorazione e nella vendita di pesce fresco. Inoltre, la Braschler's Comestibles Import AG distribuisce frutti di mare, carne e prodotti alimentari. Sia Polar Comestibles sia Braschler's Comestibles Import hanno continuato a operare all'interno della Transgourmet Svizzera SA in qualità di specialisti indipendenti ampliando in modo significativo i loro assortimenti nei settori del pesce fresco e dei prodotti ittici. Anche Transgourmet Deutschland ha consolidato la sua vasta esperienza nei settori del pesce e dei prodotti ittici durante l'anno in esame, rilevando dal suo Gruppo Frische-paradies la società Hamburger Feinfrost, specializzata in prodotti freschi surgelati.

Più freschezza per Transgourmet

Nell'ambito del rafforzamento delle sue competenze nel settore dei prodotti freschi, durante il 2018 il gruppo Transgourmet ha conseguito importanti successi. A gennaio, Transgourmet Deutschland ha rilevato la Niggemann Food Frischemarkt GmbH, azienda con sede a Bochum. Niggemann gode di un'ottima reputazione ben oltre la regione Reno-Ruhr e ha saputo imporre nuovi standard con il rinnovo del suo mercato Cash&Carry, attuato nel 2010, per i clienti del settore gastronomico. Niggemann continua a operare in modo indipendente: personale e amministrazione rimangono invariati.

Il 2018 di Transgourmet Svizzera brilla in particolare per i suoi assortimenti nel settore dei prodotti freschi. I prodotti di panetteria sono ora disponibili non solo nel settore Cash&Carry, ma anche in quello del rifornimento all'ingrosso; Transgourmet Svizzera si è così affermata come partner professionale per panettieri. Con l'orario di chiusura degli ordini standardizzato alle 16:00 per la consegna il giorno successivo, la qualità nel settore dei prodotti freschi è ulteriormente aumentata. Anche lo specialista svizzero Valentin Pontresina si è concentrato sullo sviluppo delle competenze nel settore dei prodotti freschi nell'anno in esame, ampliando gli assortimenti nei settori macelleria, latticini, frutta e verdura.

Sempre nel settore dei prodotti freschi, nel 2018 Transgourmet France ha introdotto il servizio «One-Stop Delivery», che consente ai clienti di ricevere merci come carne, pesce, frutta e verdura, una selezione di prodotti da forno nonché tutti gli altri alimenti, in un'unica consegna. Questa soluzione elimina i costi aggiuntivi dovuti a date di consegna diverse per diversi gruppi merceologici.

Rafforzamento delle competenze nel settore delle bevande

L'attività della società di commercializzazione di vini Zanini SA e di produzione di vino Vinattieri Ticinesi SA è stata trasferita nel 2018 alla nuova società Zanini Vinattieri SA, fondata come affiliata di Transgourmet Svizzera. L'azienda continua a essere amministrata dalla famiglia di imprenditori che rappresenta una delle più rinomate produzioni vinicole svizzere. Grazie a questa acquisizione, la Weinkeller Riegger AG, azienda specializzata di Transgourmet Svizzera, ha potuto arricchire il suo assortimento con i vini di Zanini Vinattieri. Dal 2018, inoltre, Weinkeller Riegger AG propone anche i vini di Casa del Vino e ha progressivamente ampliato l'assortimento esistente di vini francesi e portoghesi.

Nel commercio all'ingrosso delle bevande, l'obiettivo strategico è quello di soddisfare le esigenze dei clienti che desiderano prestazioni supplementari di qualità e un minor numero di interlocutori: infatti, meglio si raggruppano coerentemente servizi e prodotti di attori diversi in un'unica offerta e maggiori sono i benefici per i clienti. Con questo presupposto strategico, nel 2017 Transgourmet ha fatto il suo ingresso nel mercato delle bevande con Team Beverage. Un altro importante passo ha visto Transgourmet Deutschland, il leader di mercato nel settore Food Service, riunire le forze ed entrare in joint venture nel settore delle bevande per il mercato gastronomico con il gruppo Oetker, uno dei leader nella produzione di articoli di marca e proprietario del gruppo di birrifici Radeberger, il principale produttore di birra in Germania. L'obiettivo è lo sviluppo congiunto e l'espansione sistematica della piattaforma di commercio all'ingrosso di bevande e gastronomia Team Beverage. L'impresa comune F&B – Food & Beverage Services GmbH offre, con Team Beverage e Gastivo, un mercato a 360 gradi e quindi una piattaforma di distribuzione, acquisto, commercializzazione e fornitura di servizi per venditori di bevande all'ingrosso, venditori di bevande al dettaglio, clienti di prodotti convenienza e per la gastronomia. Tutti questi attori beneficiano del know how della piattaforma in materia di gestione dei dati, category management e commercializzazione, marketing ed e-commerce, Supply Chain Management e logistica, servizi finanziari e marche proprie ed esclusive.

Transgourmet punta a servizi digitali a 360 gradi

Con l'ampliamento della piattaforma a 360 gradi Gastivo, nel 2018 il Gruppo Transgourmet continua a portare avanti con forza il suo percorso di digitalizzazione. In una piazza di mercato aperta a fornitori e prestatori di servizi, i ristoratori vivono 24 ore su 24 un'esperienza «One Stop Shopping» con servizi e ispirazioni di vario genere. Anche l'affiliata di Transgourmet Gastronovi ha ampliato ulteriormente i servizi della sua soluzione software completa per la gastronomia: dalla metà del 2018, attraverso il sistema d'acquisto Gastronovi gli utenti possono accedere direttamente alle piattaforme d'acquisto delle società nazionali Transgourmet di Germania, Austria e Svizzera. Il sistema d'acquisto Gastronovi è disponibile anche per i partner di vendita non affiliati alla piattaforma a 360 gradi di Transgourmet. Nel 2018 Gastronovi ha espanso la propria rete con nuovi partner di vendita in Germania, Austria e Svizzera.

A settembre, Transgourmet France ha lanciato una nuova soluzione online per la gestione dell'igiene chiamata «e-Quilibre Hygiène». Questa piattaforma digitale aiuta ristoratori e aziende di lavorazione di alimenti ad attuare la propria gestione dell'igiene in conformità con le rigorose procedure HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points). In tal modo, la verifica degli standard nelle sedi di lavorazione viene notevolmente semplificata. Inoltre, il programma offre soluzioni digitali per la creazione di piani di pulizie e per la consegna automatizzata di prodotti per l'igiene. Nel mese di novembre Transgourmet Solutions, l'equivalente della piattaforma Gastivo per la Francia, ha lanciato un nuovo sito web per rivenditori in cui i clienti possono consultare il portafoglio servizi dell'affiliata di Transgourmet France ed effettuare ordini direttamente online mediante un servizio di abbonamento.

Espansione degli assortimenti Transgourmet: sostenibili, accessibili ed esclusivi

Il 2018 ha visto Transgourmet espandere ulteriormente anche l'assortimento delle sue marche proprie. Con il lancio del marchio distintivo Transgourmet Cook, Transgourmet ha arricchito il suo portafoglio di prodotti con una linea di prodotti di altissima qualità. Il marchio deriva dal formato speciale Cook di Transgourmet Österreich ed è ora disponibile anche presso Transgourmet Svizzera. Oltre che per la qualità esclusiva dei prodotti, Transgourmet Cook si distingue anche per servizi di consulenza professionale: nei mercati Prodega/Growa di lingua tedesca di Transgourmet Svizzera, dal 2018 gli chef della nuova squadra di esperti culinari di Transgourmet Cook attraversano il territorio con una cucina mobile, per sessioni di cucina dal vivo e per elargire consigli ai ristoratori.

Circa **200** articoli

della marca propria sostenibile Origine nell'assortimento di Transgourmet Svizzera

Transgourmet Svizzera ha rivolto la sua attenzione soprattutto all'espansione delle marche proprie sostenibili. Dal 2018, l'assortimento della marca propria sostenibile Transgourmet Origine di questa società nazionale ha raggiunto circa 200 articoli. Oltre a prodotti dei settori Macelleria e Food e a diversi latticini, l'assortimento è stato ampliato soprattutto per quanto riguarda il settore delle bevande, in cui Transgourmet Svizzera ha lanciato per esempio vini, succhi di frutta, tè freddi e sciroppi di marca Transgourmet Origine. Transgourmet Svizzera ha inoltre introdotto 25 nuovi prodotti Transgourmet Economy, ampliando così anche il settore dei prodotti primo prezzo.

Transgourmet Deutschland ha esteso l'assortimento dei prodotti della marca propria sostenibile Ursprung in alcuni mercati Selgros come anche nel rifornimento all'ingrosso, incrementando così le vendite. Sump & Stammer, la società specializzata in forniture per compagnie armatrici, ha ampliato ulteriormente l'assortimento delle marche proprie Transgourmet per rifornire l'industria crocieristica. In Polonia, Transgourmet e Selgros Cash&Carry hanno continuato a espandere i loro assortimenti di prodotti biologici. Attualmente nei negozi Selgros Cash&Carry sono disponibili più di 500 prodotti bio. L'assortimento è stato arricchito anche con la marca propria Coop Naturaline. Nel 2018 i negozi Selgros Cash&Carry della Russia hanno introdotto per la prima volta in assortimento le marche proprie Transgourmet, importate a tale scopo dalla Germania. La società nazionale russa ha lanciato la marca «po karmanu» per i nuovi clienti più attenti al budget. Anche in Romania Selgros Cash&Carry ha ampliato il proprio assortimento di prodotti di marca propria.

Transgourmet France ha lanciato nel 2018 oltre 600 prodotti premium tra cui varie spezie, carni di alta qualità, formaggi di montagna, salumi dai Paesi Baschi o specialità artigianali dal Giappone. A marzo, la società nazionale ha lanciato una linea esclusiva di gelati del maestro gelatiere Gérard Cabiron, insignito del titolo di «Meilleur Ouvrier de France»: i 10 collaboratori dell'impresa artigianale della regione Hautes-Alpes preparano a mano una cinquantina di esclusivi gusti Transgourmet utilizzando ingredienti naturali.

Buone basi per la crescita: nuove sedi con architettura sostenibile

Nel 2018, Transgourmet ha posto ancora una volta buone basi per un'ulteriore crescita con numerosi progetti immobiliari, di logistica e per i punti di vendita. Ad Amburgo-Obergeorgswerder, nel maggio 2018 Transgourmet Deutschland e Sump & Stammer hanno congiuntamente preso possesso di una nuova sede, completa di magazzino verticale e centro logistico. Nei punti di vendita Selgros è stata

ampliata la presenza delle filiali Frischeparadies. Il Frischeparadies di Stoccarda ha vinto il premio «Seafoodstar» come «miglior banco del pesce 2018 nel segmento Cash&Carry». In Romania, Selgros Cash&Carry ha introdotto reparti di pesce fresco in tutte le sue filiali e completamente convertito l'illuminazione dei suoi mercati a luci LED. In Polonia Transgourmet ha raggiunto importanti traguardi ampliando il mercato all'ingrosso di Bytom e il mercato all'ingrosso di Poznan: con il completamento delle opere di ingegneria civile, la costruzione delle strade e la pavimentazione dei due mercati, la società nazionale compie un importante passo avanti verso il rifornimento dei primi clienti nazionali nel settore del Food Service. In Russia Transgourmet ha inaugurato altri due Cash&Carry a Odincovo/Oblast' di Mosca e nel distretto di Mosca Zelenograd; quest'ultimo è il primo mercato Selgros in forma compatta. Entrambi i nuovi mercati sono dotati di sistemi di refrigerazione ecologici a CO₂, impianti di riscaldamento con recupero di calore e illuminazione a LED. Con l'istituto culinario inaugurato nel mercato all'ingrosso di Varsavia IV, nel 2018 ha aperto i battenti il centro di formazione più moderno della Polonia, in collaborazione con Transgourmet e Selgros. Sono così state gettate le basi per una migliore formazione e consulenza tanto per i cuochi quanto per i clienti della Polonia.

Il 17 maggio 2018 Transgourmet Österreich ha aperto il suo primo mercato nell'Austria occidentale, coprendo così un'altra importante regione. La sede aperta a Schwarzach (Vorarlberg) è ora la nona sede Transgourmet operativa in Austria. Nel nuovo mercato, i ristoratori del Vorarlberg possono

5000_{m²}

di magazzino e spazio logistico nella nuova sede Transgourmet di Schwarzach

trovare, su circa 4000 m², il più ampio assortimento della zona. I quasi 5000 m² dedicati a magazzino e logistica fungono da piattaforma per consegne svolte con un parco mezzi proprio. Tecnicamente, il nuovo mercato punta sulla sostenibilità: il tetto è in gran parte rinverdito. Illuminazione a LED, impianti di refrigerazione a CO₂ con recupero di calore per la produzione di acqua calda e risparmio di energia per il riscaldamento, nonché refrigeratori chiusi, sono installati come dotazione standard, mentre ampie vetrate assicurano un'illuminazione naturale.

All'inizio di ottobre 2018, Transgourmet France ha aperto a Saint-Loubès un nuovo centro di distribuzione per la regione Aquitania. La sede ha potuto avviare le prime consegne di prodotti già l'8 ottobre. L'edificio, costruito secondo lo standard di sostenibilità «BREEAM» (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), vanta isolamenti ad alta efficienza, illuminazione a LED, un sistema globale di gestione dell'energia e un impianto di sfruttamento dell'acqua piovana. Grazie all'utilizzo di refrigeranti sostenibili è stato possibile risparmiare fino al 15% di energia rispetto ai sistemi tradizionali. Inoltre, l'edificio è dotato di un sistema a pompa di calore che regola sia il riscaldamento sia il raffreddamento. Dal 2018 anche i siti Transgourmet Centre Est, Méditerranée e Rhône Gap sono certificati secondo lo standard ISO 22000.

La digitalizzazione migliora l'efficienza nella gestione merci

Da ottobre 2018 Transgourmet France si avvale di una nuova piattaforma di gestione dei dati per la gestione merci: attraverso la piattaforma «Lansa», in futuro i fornitori potranno presentare elettronicamente documentazioni relative ai prodotti, documenti tecnici, schede dei prodotti, certificati e permessi. La gestione centralizzata dei dati semplifica l'accesso alle informazioni, garantendo una maggiore trasparenza in termini di qualità e gestione merci. Nel 2018 è stato reso più efficiente anche il monitoraggio delle temperature nelle operazioni di fornitura. Per esempio, nella regione Ile de France Wissous e presso Transgourmet Ouest, Transgourmet France ha introdotto i cosiddetti registratori di temperatura JRI che consentono di trasmettere i dati di temperatura delle casse di trasporto in tempo reale: il sistema attiva un allarme in caso di superamento dei valori limite. I dati di temperatura aggiornati sono trasmessi ogni 20 minuti ai reparti di spedizione delle sedi di Transgourmet. Nel corso dell'anno in esame, Transgourmet Svizzera ha introdotto un nuovo sistema di CRM (Customer Relationship Management) che permette di fornire ai clienti consulenze più efficienti e orientate ai gruppi target. Il team di vendita dispone ora in qualsiasi momento di cifre e valutazioni importanti sui clienti, che fungono da utile supporto per la consulenza. Nel mese di dicembre, inoltre, Transgourmet Svizzera ha lanciato un nuovo sito web. Anche Frischeparadies, affiliata di Transgourmet Central and Eastern Europe, ha introdotto un nuovo sistema CRM e rinnovato totalmente la sua presenza sul web.

Eccellente sostenibilità per Transgourmet

Il fatto che anche per Transgourmet la sostenibilità non si esprima solo a parole ma anche con i fatti è attestato da vari riconoscimenti conferiti all'azienda nel 2018. In Germania, Transgourmet ha nuovamente ottenuto la prestigiosa valutazione di sostenibilità EcoVadis, che ha conferito a Transgourmet Central and Eastern Europe una medaglia d'argento. L'azienda è riuscita a qualificarsi anche per il premio di sostenibilità tedesco. In Polonia Transgourmet e Selgros Cash&Carry hanno avviato nel 2018 una collaborazione con la Fondazione Albert Schweitzer per il benessere degli animali: insieme, Transgourmet e la Fondazione intendono sviluppare misure per sostituire le uova da galline tenute in gabbia con uova da allevamenti più rispettosi degli animali.

Transgourmet punta a una logistica sostenibile su scala transfrontaliera

Oltre i confini nazionali, anche nel 2018 il Gruppo Transgourmet ha lavorato per una logistica sostenibile. Tale attività si è concretizzata soprattutto in soluzioni di mobilità innovative. Transgourmet Deutschland, per esempio, ha acquistato undici camion a gas e messo in servizio due furgoni elettrici Streetscooter. Anche EGV ha messo in servizio un camion a gas e introdotto il primo Streetscooter con refrigerazione completamente elettrica nelle attività Food Service tedesche. Il veicolo è entrato in servizio a Unna nel mese di febbraio e da allora è usato per consegne a breve raggio a zero emissioni di CO₂ e con alimentazione completamente elettrica. Transgourmet France è stata la prima società francese di servizi di ristorazione a impiegare un camion ibrido diesel. Questo veicolo combina trazione diesel ed elettrica ed è equipaggiato con la cosiddetta tecnologia multi-temperatura. Grazie a tali tecnologie, il camion in uso presso la sede di Valenton risparmia fino al 23% di carburante ed è CO₂ neutrale. Anche nella Regione di Strasburgo Transgourmet punta su una logistica sostenibile e a basse emissioni. Tre camion sono stati dotati di un nuovo sistema di refrigerazione elettrica di tipo «Pulsor», consentendo di ridurre le emissioni per veicolo di circa dieci tonnellate di CO₂ all'anno. Due dei tre camion sono inoltre alimentati a gas metano (CNG). Grazie ai veicoli con refrigerazione elettrica Transgourmet France è in grado di risparmiare in Alsazia un totale di 50 tonnellate di CO₂ all'anno. Nella nuova sede di Schwarzach (Vorarlberg), Transgourmet Österreich ha introdotto coperture riutilizzabili per i suoi circa 800 rollcontainer. Grazie all'adozione di tali coperture, le merci preparate non devono più essere avvolte con pellicola di plastica. Anche la compressione e il riciclaggio dei vuoti sono ora più facili ed efficienti: nella sola fase d'avvio è stato possibile risparmiare 1 milione di metri di pellicola di plastica. Le coperture riutilizzabili hanno una durata fino a sette anni ed entreranno presto in uso in tutte le sedi di Transgourmet in Austria.

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



- Joint venture Food & Beverage Service GmbH: stretta collaborazione con il gruppo Oetker nel settore del commercio all'ingrosso di bevande
- Acquisizione di Niggemann Food Frischemarkt GmbH di Bochum, con effetto retroattivo al 1° gennaio 2018: con l'acquisto di Niggemann, Transgourmet rafforza la propria competenza nel settore dei prodotti freschi per le attività B2B di consegna e ritiro
- Nuovo centro logistico con magazzino verticale ad Amburgo, Obergeorgswerder
- Apertura a maggio del nuovo transshipment point nel porto di Straubing; piattaforma di trasbordo per merci alimentari dei segmenti dei prodotti freschi e surgelati
- Ristrutturazione della filiale Stoccarda-Feuerbach con grande banco del pesce fresco (Frischeparadies)
- Lancio in Germania del nuovo marchio distintivo Cook
- Assortimento e vendite della marca propria sostenibile Ursprung notevolmente ampliati; lancio dei prodotti Ursprung nei mercati Selgros
- Logistica sostenibile: acquisto di 11 camion a gas e 2 furgoni elettrici Streetscooter
- Nuovi corsi di apprendistato per impiegati di commercio del settore e-commerce

Polonia



- Apertura di un istituto culinario nel mercato all'ingrosso Varsavia IV: il più moderno centro di formazione della Polonia per la consulenza professionale di cuochi e clienti dei canali di distribuzione Transgourmet e Selgros
- Passi fondamentali verso una logistica nazionale del Food Service: presenza nel mercato all'ingrosso di Bytom e ampliamento del mercato all'ingrosso di Poznan, che consentono di rifornire i primi clienti nazionali nel settore Food Service
- Assortimento ampliato di prodotti bio (500 articoli) nei negozi Cash&Carry e introduzione della marca propria Naturaline
- Introduzione della marca propria campione di incassi per consumatori finali, professionisti e ristoratori attenti ai prezzi nei due canali di vendita
- Collaborazione con la Fondazione Albert Schweitzer per il benessere degli animali con l'obiettivo di sostituire le uova da galline tenute in gabbia con uova da allevamenti più rispettosi degli animali

Romania



- Estensione dei servizi di rifornimento nel settore della ristorazione
- Introduzione di reparti di pesce fresco in tutti i mercati Selgros
- Ampliamento dell'assortimento con le marche proprie Transgourmet Economy, Quality e Premium
- Primo sommelier di pesce presso Selgros Cash&Carry in Romania
- Conversione di tutti i mercati a sistemi di illuminazione a LED

Russia



- Apertura di un nuovo mercato Cash&Carry a Odincovo/Oblast' di Mosca
- Apertura del primo mercato Selgros in formato compatto nel distretto di Mosca Zelenograd; salgono così a 11 i mercati Cash&Carry in Russia
- Ampliati gli approvvigionamenti congiunti tra Selgros e Global Foods
- Vendita pilota delle marche proprie Transgourmet (prime importazioni dalla Germania)
- Introduzione della marca di prodotti primo prezzo per clienti finali «po karmanu»
- Presenza da 10 anni sul mercato russo

Aziende specializzate

- Dopo 10 anni di appartenenza al gruppo Frischeparadies, Hamburger Feinfrost entra a far parte di Transgourmet Deutschland
- Gastronovi espande e consolida la rete dei suoi partner di distribuzione con quattro nuovi partner in Germania, Austria e Svizzera; lancio delle interfacce per le piattaforme d'acquisto di Transgourmet Deutschland, Österreich e Svizzera, che sono così direttamente collegate al sistema di acquisti di Gastronovi
- Inizia la collaborazione commerciale tra Transgourmet e Gastronovi; primi progetti per la clientela implementati con successo
- Team Beverage: affiliazione del grossista di bevande orientato alla gastronomia del Gruppo Radeberger
- Lancio online di Gastivo, la piattaforma a 360° per il mercato della ristorazione
- Sump & Stammer: ampliato l'assortimento delle marche proprie Transgourmet nell'industria crocieristica
- Introduzione di un nuovo sistema CRM e rilancio positivo del sito web Frischeparadies.com
- Team Beverage sviluppa la propria soluzione cloud SAP come piattaforma integrata di informazioni e gestione della distribuzione per il commercio di bevande all'ingrosso e per l'industria delle bevande
- Frischeparadies: prima certificazione ASC per pesce e prodotti ittici, espansione per QSFP, MSC, Friend of the Sea, Label Rouge ecc.
- Seafood Star: il miglior banco del pesce del 2018 in Germania si trova nella filiale Frischeparadies di Stoccarda
- EGV AG introduce il furgone elettrico Streetscooter con refrigerazione elettrica per le consegne a corto raggio: primo veicolo completamente elettrico e a zero emissioni di CO₂ di questo tipo in Germania





Transgourmet France

▼ Factsheet

Francia



- Apertura a ottobre 2018 del nuovo magazzino Transgourmet di Bordeaux, all'avanguardia nel campo della sostenibilità
- Impiego di nuovi modelli di camion ad alimentazione alternativa (a trazione ibrida o alimentati al 100% con biodiesel da colza, CGN/biogas) e bici da carico a pedalata assistita per l'uso urbano
- Ampliamento dei servizi di distribuzione Transgourmet Premium a Marsiglia e Lilla
- Lancio a marzo 2018 di un'esclusiva linea di gelati con Gérard Cabiron, insignito del titolo di «Meilleur Ouvrier de France»
- Introduzione della soluzione online «e-Quilibre Hygiène»
- Introduzione di una gestione automatizzata dei dati dei prodotti
- Introduzione di una piattaforma di e-learning per i collaboratori
- Implementazione di una soluzione JRI per il rilevamento costante di dati di temperatura durante il trasporto merci
- Certificazione ISO 22000 per Transgourmet Center Est, Méditerranée e Rhône Gap
- 10° anniversario di Transgourmet France a giugno e luglio 2018

Aziende specializzate

- Fornitura di un servizio di «One-Stop Delivery» in tutta la Francia (frutta e verdura, pesce, frutti di mare)
- Lancio a novembre 2018 del sito web per rivenditori Transgourmet Solutions
- Riorganizzazione del comprensorio della Regione Est per Transgourmet
- Creazione da parte di Transgourmet Cash&Carry di una logistica a basse emissioni per il centro cittadino di Strasburgo





Transgourmet Österreich

▼ Factsheet

Austria



- Conquista di nuove quote di mercato (gastronomia) sia nel settore del Cash&Carry che del rifornimento all'ingrosso
- Apertura della nona sede multicanale di Transgourmet a Schwarzach/Vorarlberg
- Successo della prima fiera della gastronomia Transgourmet PUR
- Coperture riutilizzabili per i rollcontainer introdotti nella sede di Schwarzach e in fase di test in una seconda sede
- Nei mesi estivi, servizio di baby parking in tutte le sedi
- Transgourmet Österreich certificata come «Great Place to Work»

Aziende specializzate

- Rebranding di mein c+c in Transgourmet Cash&Carry: preparazione nel 2018 per implementazione nel 2019





Transgourmet Svizzera

▼ Factsheet

Svizzera



- Ampliamento degli assortimenti delle marche proprie e della marca propria sostenibile Origine
- Ampliamento dell'assortimento nel settore del pesce fresco (ritiro e consegna)
- Ampliamento dell'assortimento di prodotti da forno nel rifornimento all'ingrosso
- Lancio in Svizzera del marchio distintivo Cook, con prodotti premium e Live Cooking nei mercati
- Orario di chiusura standardizzato degli ordini di prodotti freschi alle 16:00 per semplificare gli ordini dei clienti del rifornimento all'ingrosso
- Implementazione di un sistema CRM (Customer Relations Management) per migliorare il servizio clienti e supportare il servizio esterno
- Lancio a dicembre di un nuovo sito web più intuitivo per gli utenti

Aziende specializzate

- Rilevamento delle attività commerciali di Polar Comestibles il 02.01.2018
- Acquisizione il 05.04.2018 di Braschler's Comestibles Import AG, specializzata in acquisto, produzione, lavorazione e vendita di pesce fresco
- Acquisizione il 05.01.2018 delle attività commerciali delle società Zanini SA e Vinattieri Ticinesi SA, che passano alla neonata società Zanini Vinattieri SA (produzione e commercializzazione di vino)
- Weinkeller Riegger AG amplia l'assortimento, aggiungendo anche vini di Casa del Vino e Zanini Vinattieri
- Ulteriore espansione dell'assortimento di prodotti freschi di Valentin Pontresina



Produzione

Del Gruppo Coop fanno parte anche numerose aziende di produzione, prima fra tutte il Bell Food Group, di cui Coop è azionista di maggioranza. Il Bell Food Group, una delle aziende leader in Europa nel settore della lavorazione della carne e dei prodotti convenience, rappresenta per Coop un importante pilastro internazionale.

15,7%

di fatturato in più dalla produzione
di assortimenti sostenibili

Il ricavo netto del settore aziendale Coop Società Produzione è aumentato nel 2018 a 802 milioni di franchi. A ciò si aggiunge il ricavo netto del Bell Food Group, cresciuto a 4,1 miliardi di franchi. Nel 2018, il fatturato complessivo realizzato con assortimenti sostenibili ammontava a 1,2 miliardi di franchi. Coop è riuscita così a incrementare il fatturato dei prodotti sostenibili nel settore Produzione del 15,7% rispetto all'anno precedente.

Bell Food Group

Nell'anno in esame, il Bell Food Group ha continuato a portare avanti l'espansione del settore operativo convenience. A gennaio 2018, Bell ha acquisito le due società Hügli e Sylvain & Co. Il settore convenience contribuisce ora a circa un quarto del fatturato del Bell Food Group. Per finanziare la strategia di sviluppo del segmento convenience, il Bell Food Group ha aumentato il capitale nel giugno 2018. Grazie all'esito positivo dell'aumento di capitale, il Bell Food Group è riuscito a generare oltre 600 milioni di franchi di capitale fresco, impiegati per l'acquisizione di Hügli e altri progetti di investimento. Nel 2018 il fatturato del Bell Food Group è stato di 4,1 miliardi di franchi, pari a un aumento del 15,4%. Il volume delle vendite (542,9 milioni di chilogrammi), supera di 89,1 milioni (+19,6%) quello dell'anno precedente: una crescita attribuibile alle acquisizioni, a effetti valutari e a una crescita organica.

Hügli opera nello sviluppo, nella produzione e nella commercializzazione di zuppe, salse, dolci e spezie e impiega circa 1500 collaboratori. La società gestisce un totale di dieci siti di produzione in Svizzera, Germania, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Cechia e Gran Bretagna. Con l'assortimento di Hügli, dedicato a prodotti convenience a lunga conservazione, il Bell Food Group completa in modo ideale l'assortimento esistente di prodotti convenience freschi e ultrafreschi. Anche i canali di vendita si dedicano in modo complementare al commercio al dettaglio e alla ristorazione. Con Hügli, inoltre, il Bell Food Group consolida la sua presenza in importanti mercati europei.

Sylvain & Co. è tra i fornitori leader della Svizzera nel settore dei prodotti convenience ultra-freschi con sede principale a Essert-sous-Champvent, nel Canton Vaud. L'azienda, specializzata nella produzione di insalate, verdure e frutta fresche e pronte per il consumo, impiega circa 180 collaboratori. Con l'acquisizione di Sylvain & Co, Eisberg sta espandendo la propria capacità produttiva in Svizzera per questo gruppo merceologico in crescita. L'integrazione delle due società procede secondo i piani ed è già stato possibile realizzare primi potenziali di sinergia.

Bell Food Group investe in carne coltivata

Nel mese di luglio 2018, il Bell Food Group ha annunciato l'acquisto di una partecipazione alla start-up olandese Mosa Meat, società leader a livello mondiale per la carne di manzo coltivata in vitro. L'azienda, con sede a Maastricht, ha sviluppato una tecnologia che consente di produrre carne macinata di manzo coltivando cellule di origine animale. L'obiettivo è di portare sul mercato carne bovina coltivata entro il 2021. L'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura stima che entro il 2050 la domanda globale di carne aumenterà del fino al 70%. Con la partecipazione in Mosa Meat, il Bell Food Group intende supportare a lungo termine lo sviluppo di metodi di produzione innovativi e offrire una possibile alternativa ai consumatori che mettono in discussione il proprio consumo di carne per ragioni principalmente etiche.

Hilcona amplia l'offerta di prodotti vegetariani

Nel 2018 Hilcona ha risposto alla domanda crescente di prodotti vegetariani nel commercio di generi alimentari e nella ristorazione ampliando ulteriormente le proprie competenze nel settore dei prodotti vegetariani e vegani. Per esempio ha introdotto nel proprio assortimento i bastoncini di tofu «Ocean

Sticks», simili a bastoncini di pesce. Hilcona ha puntato sull'innovazione anche in altri campi: nel settore dei prodotti ultra-freschi, lo specialista del convenience ha avviato un impianto di produzione di panini freschi a Zurigo/Orbe e introdotto la linea di prodotti «Hilcona to go».

Tappe principali del Bell Food Group

La tabella seguente illustra le tappe principali 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



Bell Food Group SA

▼ Factsheet

Bell



- La Divisione Bell Deutschland e le società nazionali della Divisione Bell International in Francia, Polonia e Ungheria stanno registrando un buon andamento e raggiungono tassi di crescita positivi
- In Svizzera, nel primo semestre la crescita ha riguardato in prevalenza i prodotti e i canali di vendita con margini più bassi; le contromisure immediatamente adottate hanno in parte compensato il calo dei risultati nel secondo semestre
- Roll-out del marchio Bell in Francia, Germania, Polonia e Belgio
- Nell'autunno 2018, lancio in Svizzera della linea di prodotti «Samuel Bell 1869» con salumi classici ispirati a 150 anni di storia dell'azienda Bell
- Ampliamento dell'offerta del canale Foodservice con il lancio della linea Bell Professional.
- Completamento della costruzione dell'autosilo a Basilea, primo progetto nell'ambito dei lavori di costruzione e ristrutturazione delle due maggiori sedi svizzere, Basilea e Oensingen; realizzazione dei progetti relativi al magazzino surgelati e all'autosilo della sede di Oensingen

Eisberg



- Nuova costruzione del più moderno stabilimento di produzione d'Europa per prodotti convenience a Marchtrenk, in Austria; inaugurazione prevista a inizio 2019
- Riuscita integrazione dell'azienda Sylvain & Co. nel gruppo Eisberg a Champvent nella Svizzera romanda
- Introdotto con successo il primo robot levatorsoli per insalata iceberg nel sito di Dänikon a ottobre 2018

Hilcona



- Ulteriore sviluppo dei segmenti di clientela grazie a una gestione attiva dell'innovazione; introduzione della linea di prodotti «Hilcona to go». «Hilcona to go» è sinonimo di maggiore freschezza e salute nella vendita al dettaglio di prodotti alimentari su scala nazionale e internazionale
- Ampliamento delle competenze nel settore dei prodotti ultra-freschi con l'introduzione di «Hilcona Water» e l'avvio del progetto «Frischemanufaktur Zürich/Orbe» (produzione di sandwich)
- Crescita della domanda di prodotti vegetariani nel commercio di generi alimentari e nella ristorazione; ulteriore sviluppo delle competenze nel settore dei prodotti vegetariani con nuovi articoli (come i bastoncini di tofu «Ocean Sticks»)

Hügli



- Acquisizione di Hügli completata con successo il 1° gennaio 2018; l'integrazione nel Bell Food Group procede secondo i piani; primi potenziali di sinergia realizzati con le società consociate di Coop e Bell Food Group
- Sviluppi molto positivi delle operazioni con i clienti nel settore dell'industria di trasformazione alimentare (Food Industry) e in quello altamente competitivo delle attività con marchi privati
- Sviluppo positivo del Food Service nei paesi del Benelux e in Europa orientale
- Inaugurazione a Werkendam, nei Paesi Bassi, di un nuovo edificio per la produzione di miscele fresche di aglio ed erbe aromatiche della marca Bresc
- Messa in esercizio dei nuovi impianti per la produzione di salumi, salse e fondi nelle sedi di San Gallo e Brivio (Italia)

Aziende di produzione Coop

Grande successo per le specialità da forno a legna

Alla fine del 2017, a Schafisheim è entrato in funzione il primo forno a legna di Coop. La produzione è iniziata con le specialità Coop pane pugliese cotto a legna, pane campagnolo scuro cotto a legna e pane bianco cotto a legna. Già a febbraio 2018, Coop ha così fornito quasi 2 milioni di pani cotti in forno a legna ai punti di vendita e alle filiali Pronto. A fine giugno 2018 Coop ha introdotto anche un pane ai semi cotto a legna, con lo stesso riscontro positivo presso la clientela. Nell'arco del 2018, Coop ha consegnato ai punti di vendita un totale di 4,9 milioni di pani cotti in forno a legna, l'85% dei quali destinato ai supermercati Coop e poco meno del 15% alle filiali Pronto. I prodotti dal forno a legna rappresentano già il 7,5% del fatturato netto di pani di grande formato. Le specialità artigianali da forno sono molto apprezzate dai clienti, come dimostra anche la costante crescita delle vendite. Per l'inizio del 2020, Coop prevede di inaugurare un altro forno a legna a Castione.

Grandi investimenti in panetterie della casa e impasti freschi

Nel 2018 è stata enormemente estesa anche l'offerta di pane fresco nei supermercati. Attualmente Coop gestisce 40 panetterie della casa e 9 piccole panetterie che producono pane fresco e specialità da forno direttamente nei punti di vendita. Alla fine del 2017, Coop ha iniziato a produrre per la prima volta pane crudo, pronto da cuocere, nelle filiali della Regione di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich. A fine 2018 il sistema basato sugli impasti freschi è già stato esteso a 16 filiali distribuite su tutto il territorio svizzero. I prodotti da impasti freschi vengono inizialmente semilavorati nella panetteria Coop Schafisheim per l'intera Svizzera. Quindi il personale dei punti di vendita ne completa la preparazione in loco, assicurando così prodotti appena sfornati dall'aroma straordinario. Il personale è stato appositamente formato dai responsabili delle panetterie della casa, affinché il pane di Coop soddisfi i più elevati standard di qualità e gusto. Ora l'obiettivo di Coop è di rifornire di impasti freschi oltre 80 punti di vendita.

Cave dà inizio alla produzione di spumante

Nella cantina di Pratteln, dal 2018 è iniziata la produzione di spumante. Per questa produzione sono stati acquistati otto appositi recipienti a pressione con un volume di fermentazione di 25.000 litri ciascuno, per una capacità totale di 200.000 litri. I recipienti sono dotati di sistemi di refrigerazione e sono in grado di resistere a pressioni enormi.

Circa **4,9** milioni
di pani cotti in forno
a legna consegnati ai punti
di vendita

Nel 2018, nella nuova cantina sono già stati prodotti quasi 50.000 litri di spumante. Alla fine dell'anno, in una prima fase d'imbottigliamento sono state riempite circa 33.000 bottiglie, commercializzate con il nome di Moscato Spumante in bottiglie da 0,75 litri. La varietà Moscato è prodotta con il metodo classico di fermentazione in recipienti sigillati. Il prodotto «Vini Bee» porterà in futuro il nome di Moscato Maestro. Cave intende produrre in proprio circa 300.000 bottiglie di Moscato Maestro ogni anno.

60 milioni di franchi di fatturato dalle esportazioni di Chocolats Halba/Sunray

Nel 2018, Chocolats Halba/Sunray ha registrato una crescita significativa, realizzata soprattutto con prodotti biologici e Fairtrade e specialità CO₂ neutrali venduti sui mercati di Stati Uniti, Australia, Canada, Francia e Germania. In totale, Chocolats Halba/Sunray ha aumentato il fatturato delle esportazioni a 60 milioni di franchi. Un risultato particolarmente soddisfacente se si pensa che nell'anno in esame sono stati trasferiti i restanti impianti di produzione da Hinwil e Wallisellen a Pratteln. Già nel 2017, Chocolats Halba/Sunray aveva trasferito quasi il 50% dei suoi impianti di produzione nel nuovo centro di produzione di Coop Pratteln, che ora è operativo al 100%. Durante l'anno in esame, la sede di Hinwil è stata ristrutturata e ora è utilizzata come sede di Transgourmet. Lo smantellamento della sede di Wallisellen di Chocolats Halba è stato portato a termine e l'edificio è stato venduto. Così, dopo oltre 60 anni a Wallisellen, la storia del cioccolato segna un nuovo inizio a Pratteln.

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 in tutti i segmenti principali e ampliamento superiore al 33% delle quote di mercato nel settore dei cereali per il consumo umano lavorati in Svizzera
- 175° anniversario dell'ex mulino Stadtmühle di Zurigo, oggi Swissmill
- Crescita a due cifre del segmento bio nell'ambito del 25° anniversario di Coop Naturaplan
- Sostituiti con successo gli impianti di pulizia della semola nel mulino per grano duro
- Ulteriori investimenti per innovazioni e ottimizzazioni dei processi nel settore delle specialità
- Inizio del risanamento del silo 1924

▼ Factsheet



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

- Crescita superiore al 15% del fatturato da cioccolato esportato
- Conquista di nuove quote di mercato in Svizzera con prodotti sostenibili; grande successo dei progetti Coop nel settore del cioccolato
- Espansione dell'approvvigionamento diretto nei paesi di origine e crescita di qualità, offerta e valore aggiunto
- Assegnato al progetto Ecuador il premio «Swiss Ethics Award»
- Fusione Chocolats Halba/Sunray realizzata con successo
- Centro di produzione e controllo qualità di Pratteln operativo e funzionante senza limitazioni



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

▼ Factsheet



Cosmetici, detersivi e detergenti, prodotti per l'igiene

- Ottimo andamento delle vendite nei settori detersivi e cosmetici
- Sviluppo e produzione di una nuova gamma di 22 cosmetici per un rivenditore specializzato di profumeria della Svizzera
- Sviluppo e produzione di una gamma di cosmetici naturali per il mercato spagnolo
- Forte crescita delle vendite e conquista di nuove quote di mercato, oltre a un rafforzamento della leadership di mercato con prodotti sostenibili per il settore Professional
- Messa in servizio di una riempitrice completamente automatica per i sacchetti di ricarica di detersivi e cosmetici

▼ Factsheet

Panetterie
Coop

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

- 4,9 milioni di pani cotti in forno a legna consegnati ai punti di vendita, pari al 7,5% del fatturato netto dei pani di grande formato
- Avvio della produzione di 7 prodotti a base di impasti freschi nella panetteria Coop di Schafisheim; a fine 2018, già 16 punti di vendita riforniti con impasti freschi.
- Pane rustico tra le varietà più popolari nel settore del pane fresco; crescita costante delle vendite
- Robot «Yumi» messo in servizio con successo

▼ Factsheet



Riso bio e Fairtrade, specialità a base di riso e miscele di riso

- Crescita nelle esportazioni: andamento positivo con i grandi clienti in Austria e Germania



Aceto e specialità a base di aceto

- Netta crescita nel segmento bio e Fairtrade, sia in Svizzera sia nelle esportazioni
- Progetti sostenibili in India e Thailandia con adeguamenti strutturali; ulteriore professionalizzazione nella raccolta dei dati
- Nuovi partner per la fornitura di materie prime bio in Italia, con progetti sostenibili
- Tre nuove miscele Karma di riso e legumi per Coop
- Nuovi prodotti a base di aceto: aceto d'arancia e aceto di Röteli grigionese Naturaplan
- Entrata in funzione di un nuovo fermentatore con una capacità fino a 3 milioni di litri di aceto
- Ulteriore digitalizzazione nella produzione di riso: nei controlli di qualità del riso, ispezione visiva elettronica con il sistema del produttore Totalsense
- Conversione del sistema di gestione dei magazzini a Wamas
- Completata con successo l'integrazione di Nutrex in Reismühle Brunnen

▼ Factsheet



Acqua minerale e bibite gassate

- Inizio della produzione di acqua minerale altamente mineralizzata per le farmacie Coop Vitality nella primavera 2018
- Depositata al comune di Termen una domanda di concessione edilizia per l'ampliamento del magazzino Pearlwater, che comprende anche una variante dell'ampliamento finale nella sede di z'Matt
- Lancio in estate della nuova limonata bio, vegan e senza zucchero; feedback positivo dei clienti
- Transgourmet Svizzera introduce con successo la nuova marca d'acqua minerale Aquina e bevande analcoliche

▼ Factsheet

Cave

Vini bianchi, rosé, rossi, dolci, spumanti

- Vendemmia 2018: raddoppio rispetto all'anno precedente del volume di vino prodotto con le più moderne tecniche di controllo della fermentazione
- Avvio della produzione dello «Spumante Maestro»
- Cave fornisce vino rosso nel formato «PET 187 ml» per la classe Economy di Swiss International Air Lines
- Successo del primo Wein Trophy

▼ Factsheet

Centro di maturazione delle banane

Banane, frutti esotici quali ananas e kiwi, frutta secca

- Messa in servizio di una cella di maturazione con nuova tecnologia

▼ Factsheet

Collaboratori

Un datore di lavoro interessante	56
Nuovo contratto collettivo di lavoro con molti miglioramenti e aumenti salariali	56
Misure mirate dopo il sondaggio Veritas fra i collaboratori	57
Misure proattive garantiscono uno sviluppo sostenibile della cassa pensioni	57
Coop Suisse Romande premiata come datore di lavoro	57
Transgourmet Austria premiata come «Great Place to Work»	57
Servizio di baby parking da Transgourmet Österreich	57
Formazione e sviluppo delle risorse umane	58
Coop Campus: nuovo format di formazione	58
Successo degli apprendisti di Coop ai campionati SwissSkills	58
I pretirocini d'integrazione offrono opportunità ai rifugiati sul mercato del lavoro	58
Coop offre un anno itinerante a chi conclude il tirocinio	58
Misure per una conduzione del personale orientata alla promozione della salute	59
Sinergie grazie allo Shared Service Center	59
Centro di competenza «Digital Recruiting»	59
Nuovo format di formazione Meet & Eat	59
Transgourmet France lancia una nuova piattaforma di e-learning	59
Change-Management	60
Il Job Center sostiene chi cambia posto di lavoro	60

Collaboratori

Con il nuovo Contratto collettivo di lavoro, Coop potenzia soprattutto le prestazioni per i collaboratori con obblighi familiari. Il congedo di paternità passa da cinque a 15 giorni. Coop Campus diventa un nuovo marchio di format per la formazione.

Nel 2018, il Gruppo Coop ha complessivamente dato lavoro a 89.579 collaboratori nei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione, di cui 3447 apprendisti. Nell'anno in esame, il 62,8% dei posti di lavoro si trova in Svizzera, il resto all'estero.

89.579
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 mantenere i migliori talenti.

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

Nuovo contratto collettivo di lavoro con molti miglioramenti e aumenti salariali

Dal 1° gennaio 2018, oltre 37.000 collaboratori di Coop provenienti da ogni parte della Svizzera beneficiano di un nuovo Contratto collettivo di lavoro (CCL). Il nuovo CCL per il periodo dal 2018 al 2022 è stato rinegoziato nel 2017 da Coop e dalle parti sociali Associazione degli impiegati Coop (AIC), Unia, SIC Svizzera e Syna/OCST. Con il nuovo CCL, Coop potenzia in misura sostanziale le prestazioni per i collaboratori con obblighi familiari. In particolare, beneficeranno degli adeguamenti i giovani padri e le giovani madri. Il congedo di paternità è stato prolungato da cinque a 15 giorni ed è interamente retribuito, sia per i collaboratori con salario mensile sia per quelli con paga oraria. Inoltre, i padri hanno diritto a due settimane di congedo non retribuito dopo la nascita. Tutte le collaboratrici beneficeranno già a partire dal 3° anno di servizio di 16 settimane di congedo di maternità invece delle 14 previste per legge. Coop offre inoltre alle madri in congedo di maternità una compensazione salariale del 100%, superando nettamente i requisiti minimi di legge. Dal 1° febbraio 2018 beneficiano di un contratto collettivo nazionale anche i collaboratori delle stazioni di servizio della Coop Mineraloel AG.

Nel CCL è ora esplicitamente ancorata anche l'offerta Coop Child Care, con la quale Coop sostiene finanziariamente i genitori single erogando fino a 600 franchi al mese per figlio. Nel caso di più figli con accudimento esterno, la cifra può arrivare fino a 1000 franchi. Hanno diritto a tale sostegno

i collaboratori che affidano i loro figli alle cure di aiuti esterni e che non superano una determinata soglia di retribuzione.

Inoltre, al 1° gennaio 2018 è stata innalzata dell'1% la massa salariale dei collaboratori con paga oraria e salario mensile.

Misure mirate dopo il sondaggio Veritas fra i collaboratori

Nel 2017, Coop ha condotto fra i collaboratori un sondaggio chiamato Veritas. Dopo l'analisi delle risposte pervenute, nell'anno in esame Coop è stata in grado di implementare le prime misure. Nella Regione di vendita Suisse Romande, Coop ha lanciato il progetto «Equilibre», che mira a rafforzare l'equilibrio tra vita professionale e vita privata come parte di una cultura aziendale positiva. Oltre a proposte come una giornata di escursioni per tutti i collaboratori e le loro famiglie, la sensibilizzazione dei giovani collaboratori di Coop sul consumo di tabacco, sconti per l'iscrizione a palestre, un torneo di pallavolo o un coaching sulla salute fornito da esperti, è stata anche organizzata una settimana della salute, accompagnata da un'app che ogni giorno ha proposto nuovi temi e video.

Misure proattive garantiscono uno sviluppo sostenibile della cassa pensioni

Al 31 dicembre 2018, il grado di copertura della CPV/CAP Cassa pensioni del Gruppo Coop era del 108,4% (114,0% nell'anno precedente). Tuttavia, a causa degli scarsi rendimenti da investimenti e dei costi di conversione delle basi attuariali, non è stato possibile mantenere integralmente il grado di copertura. A seguito dell'evoluzione dei mercati finanziari, anche i proventi da investimenti hanno avuto un andamento negativo del -1,9%. Nonostante l'anno difficile, sull'avere di vecchiaia degli assicurati attivi è stato applicato per l'anno 2018 un tasso di interesse del 2,0%: l'1,0% in più rispetto al saggio minimo d'interesse dell'1,0% stabilito dalla LPP. Il tasso d'interesse provvisorio previsto per il 2019 è pari al 2,0%. Le rendite sono rimaste invariate e lo stesso vale anche per il 2019. Il numero degli assicurati attivi, 37.181 persone, è stato lievemente superiore a quello dell'anno precedente (37.063 assicurati attivi). Alla fine del 2018 il numero dei pensionati era aumentato di 362 unità, per un totale di 20.142 persone.

Visto il permanere di tassi di interesse bassi, il Consiglio di fondazione ha deciso di ridurre ancora una volta il tasso d'interesse tecnico. Di conseguenza, dal 1° gennaio 2019 il tasso di conversione è stato adeguato e ridotto al 5,15%. Come misura compensativa, nell'avere di vecchiaia è stato effettuato un versamento una tantum del 7,0%. Inoltre, gli accrediti di vecchiaia annui sono stati aumentati di 2,1 punti percentuali. I contributi regolamentari per l'assicurazione vengono pagati per un terzo dai collaboratori e per due terzi dall'azienda.

Coop Suisse Romande premiata come datore di lavoro

Coop Suisse Romande è stata premiata con il «Prix Bilan» dalla rivista finanziaria svizzero-romanda «Bilan». Coop si è aggiudicata il premio per la categoria Grandi Aziende grazie a numerose misure adottate a favore dei collaboratori come i generosi congedi di paternità, i bonus erogati per anniversari, la sua Giornata dei pensionati o il suo Servizio sociale gratuito. Coop Suisse Romande ha ora in programma altre misure, come il progetto «Equilibre», con azioni a favore dei collaboratori sui temi della salute, del benessere e della famiglia.

Transgourmet Austria premiata come «Great Place to Work»

Da luglio 2018, Transgourmet Österreich vanta il titolo «Certified by Great Place to Work». La certificazione è frutto di un processo di valutazione durato diversi mesi, durante i quali i collaboratori di Transgourmet Österreich e di mein c+c hanno risposto a un sondaggio composto da 63 domande. La società viennese Great Place to Work GmbH ha valutato anche le misure di Transgourmet Österreich e di mein c+c a favore del personale. Transgourmet Österreich è stata valutata con riferimento alle categorie generali Credibilità, Rispetto, Correttezza, Orgoglio e Spirito di squadra. I risultati parlano da soli: Transgourmet Österreich ha convinto il comitato di valutazione e quindi più che soddisfatto i requisiti delle linee guida per la certificazione «Great Place to Work».

Servizio di baby parking da Transgourmet Österreich

Nell'estate del 2018, Transgourmet Österreich ha offerto ai propri collaboratori un servizio di baby parking estivo per il mese di agosto nelle sue sedi di Traun, Graz, Spielberg e Brunn am Gebirge. Per tre settimane, i bambini di età fra i tre e i dieci anni sono stati affidati a tre pedagogiste, con orari adattati in base ai desideri dei genitori. Oltre a diverse possibilità di attività in loco e a numerose gite,

i bambini hanno ricevuto tutti i giorni un pasto creato su misura per le loro esigenze dalla mensa aziendale. Il programma è stato lanciato in collaborazione con l'Associazione OÖ-Familienbund e si è già svolto per la terza volta. Dal 2018, l'iniziativa vale per la prima volta per tutte le sedi Transgourmet dell'Austria e verrà ripetuta a seconda delle necessità.

Formazione e sviluppo delle risorse umane

Coop Campus: nuovo format di formazione

Dal 2018, Coop ha unificato sotto il nome e il nuovo marchio Coop Campus tutte le attività di formazione e di perfezionamento professionale per i collaboratori di Coop, che comprendono corsi di formazione specialistica e dirigenziale rivolti a tutti i livelli di carriera dopo la formazione di base. Il 2018 ha visto in primo piano anche la ristrutturazione dell'offerta di corsi per avanzamento di carriera, che sono ora suddivisi in quattro livelli: Profi, Expert, Master e Leader. Inoltre, i contenuti dei corsi per avanzamento di carriera sono orientati ai nuovi profili richiesti per le future figure dirigenziali e hanno ricevuto la denominazione Management and Leadership (M+L). Una novità per il livello dirigenziale di Coop è il Certificate of Advanced Studies (CAS SUP) nel settore Management e Leadership. Il corso di studi avrà inizio nel 2019, consentirà l'acquisizione di 15 punti ECTS e potrà essere propedeutico al corso di perfezionamento in Master of Advanced Studies (MAS). L'introduzione di questo corso di alta formazione rappresenta un contributo importante per il perfezionamento professionale dei collaboratori. Coop Campus rafforza così la posizione di leadership di Coop come centro di formazione del commercio al dettaglio svizzero.

Successo degli apprendisti di Coop ai campionati SwissSkills

Dal 12 al 16 settembre 2018 si sono tenuti a Berna i Campionati svizzeri delle professioni «Swiss-Skills». In qualità di Gold Sponsor, Coop sostiene questo evento già per la seconda volta. Per Coop hanno gareggiato cinque apprendisti di diversi settori, tra cui due apprendisti dei settori «Garden» e «Consumer Electronics», un informatico, un'addetta alla logistica e un macellaio-salumiere. Grazie alla meticolosa preparazione e all'impegno degli allievi e dei loro formatori professionali, i partecipanti hanno superato tutte le fasi eliminatorie fino alla finale e sono riusciti a conquistare un posto nelle classifiche dei migliori apprendisti delle rispettive categorie professionali. Su un'area totale di 322 m² di spazi espositivi interni ed esterni, Coop ha anche presentato la sua vasta offerta di corsi di formazione di base e di opportunità di perfezionamento professionale.

I pretirocini d'integrazione offrono opportunità ai rifugiati sul mercato del lavoro

Nell'agosto 2018, 30 giovani con status di rifugiato hanno iniziato il loro pretirocinio d'integrazione presso Coop. L'offerta comprende posizioni nel commercio al dettaglio (supermercati Coop e centri Edile+Hobby) e nella logistica. Anche per l'inizio degli apprendistati del 2019, Coop offrirà di nuovo 70 posti di pretirocinio d'integrazione in tutta la Svizzera. Grazie a questa iniziativa, la società cooperativa si riconferma una delle maggiori aziende che offrono questo tipo di formazione. L'obiettivo è permettere ai giovani di sviluppare il proprio potenziale nell'arco di un anno all'interno dell'azienda e, al termine del pretirocinio, proseguire con una soluzione successiva come un apprendistato CFP o AFC.

Coop offre un anno itinerante a chi conclude il tirocinio

Per consentire ai collaboratori di Coop di conoscere meglio le quattro Regioni di vendita e linguistiche una volta completata la loro formazione, da agosto 2018 Coop offre un «anno di tirocinio itinerante». Nell'arco di questo anno, un numero selezionato di persone che hanno concluso il tirocinio può pianificare un percorso personalizzato attraverso la Svizzera e lavorare in qualsiasi supermercato Coop a sua scelta. L'unica condizione è che l'itinerario scelto conduca i tirocinanti attraverso tutte e quattro le Regioni di vendita e linguistiche. La permanenza in ciascuna sede può andare dalle quattro alle dodici settimane. L'obiettivo principale è lo sviluppo personale e professionale dei collaboratori, che durante l'anno di tirocinio itinerante hanno l'opportunità di conoscere diversi team, culture, lingue e modi di lavorare. L'anno di tirocinio itinerante prepara così in modo ottimale i giovani talenti di Coop alla loro prima funzione dirigenziale. Con questa iniziativa, Coop si è aggiudicata il prestigioso premio industriale «inHR award» nella categoria «Diversità e inclusione dei talenti».

Misure per una conduzione del personale orientata alla promozione della salute

Al fine di sensibilizzare i superiori gerarchici al riconoscimento precoce di problemi di salute tra i loro collaboratori, presso due sedi logistiche sono stati condotti workshop ad hoc per i superiori gerarchici di tutti i livelli. Nell'ambito del sondaggio «Veritas» condotto nel 2017 fra i collaboratori, è emersa la richiesta di opportunità di formazione in tal senso. I superiori beneficiano inoltre della possibilità di ricevere sostegno dall'Ufficio del personale in occasione dei colloqui di rientro dopo lunghe assenze per malattia dei collaboratori. Obiettivo di questa misura è sensibilizzare i superiori a richiedere tempestivamente sostegno al fine di alleggerire i collaboratori in caso di malattia ed evitare assenze prolungate o ricorrenti.

Sinergie grazie allo Shared Service Center

Al fine di sfruttare le sinergie, nell'agosto del 2018 Coop ha centralizzato la redazione degli attestati di lavoro, oltre che degli annunci di lavoro e della preselezione. Il servizio si concentra in particolare sulle funzioni nel CCL che risultano più frequenti nelle quattro Regioni di vendita. Un'area dello Shared Service Center è responsabile della redazione degli attestati intermedi, degli attestati e delle conferme di lavoro in tedesco, francese e italiano. I processi sono stati in gran parte digitalizzati e centralizzati, consentendo così l'elaborazione di circa 700–800 documenti al mese. In un'altra area dello Shared Service Center vengono redatti gli annunci di lavoro e le preselezioni per i posti vacanti più frequenti nelle quattro Regioni di vendita. Oltre a un'elaborazione a livello interregionale, questa procedura consente la formazione di pool di candidati favorendo così una rapida occupazione dei posti vacanti.

Centro di competenza «Digital Recruiting»

La digitalizzazione è ormai un fattore imprescindibile anche per altre aree delle risorse umane. Oltre alla presenza su Internet con i propri siti web, per il marketing del personale e dal punto di vista dell'Employer Branding assumono sempre maggiore importanza i social media e le piattaforme come Xing, LinkedIn o Kununu. Tali sviluppi sono stati presi nella dovuta considerazione con la creazione del centro di competenza «Digital Recruiting». Nel 2018, il centro di competenza ha iniziato a strutturare la presenza sui vari social media e a gestirla attivamente. Al centro delle prossime fasi di sviluppo del reclutamento digitale si troverà l'analisi dell'utilizzo dei canali di candidatura in base a gruppi target specifici. Coop sfrutterà tali informazioni al fine di contattare direttamente i potenziali candidati per posizioni specialistiche o dirigenziali.

Nuovo format di formazione Meet & Eat

A partire dal 2018, Coop propone un nuovo format di formazione durante la pausa pranzo con il titolo «Meet & Eat». In date e luoghi selezionati hanno luogo relazioni spontanee, dibattiti e tavole rotonde della durata di 75 minuti su temi di attualità nel mondo Coop e su temi di management e leadership. Come espresso anche dal nome dell'evento, il consumo conviviale di panini e spuntini messi a disposizione da Coop durante l'evento è parte integrante della formula. La proposta ha riscosso grande interesse: i circa 100 posti disponibili sono spesso già esauriti 30 minuti dopo la pubblicazione.

Transgourmet France lancia una nuova piattaforma di e-learning

Nel 2018 Transgourmet France ha lanciato una nuova piattaforma di e-learning chiamata «e-move». L'idea centrale è di migliorare lo sviluppo professionale dei collaboratori e di ampliare l'offerta di misure di formazione. La nuova piattaforma si è dimostrata valida soprattutto nel settore dello sviluppo professionale: se nell'intero 2017 è stato possibile occupare 81 posti in seguito a corsi di perfezionamento interni, nella sola prima metà del 2018 già 83 persone hanno ottenuto una nuova qualifica attraverso corsi di formazione interni. In futuro, Transgourmet France prevede di utilizzare la piattaforma di e-learning anche in aula.

Change-Management

Il Job Center sostiene chi cambia posto di lavoro

Anche nel 2018 il Job Center ha sostenuto con successo i collaboratori coinvolti nel trasferimento di una sede. Un punto chiave è stato accompagnare il trasferimento di due siti di produzione di Chocolats Halba da Wallisellen e Hinwil a Pratteln. Il Job Center segue inoltre tutti i collaboratori temporanei impiegati nella logistica e in impianti di produzione selezionati. Questo consente di alleggerire il carico di lavoro dei superiori gerarchici e di collaborare in modo efficace con le rispettive aziende.

Corporate Governance

Struttura del gruppo	62
Struttura del capitale	63
Consiglio d'amministrazione	64
Membri del Consiglio d'amministrazione	64
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	64
Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione	68
Organizzazione interna	68
Regolamentazione delle competenze	68
Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale	69
Direzione generale	70
Membri della Direzione generale	70
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	70
Contratti di management	73
Remunerazioni	74
Diritti di partecipazione	74
Cambio di controllo e misure di difesa	74
Ufficio di revisione	75
Politica dell'informazione	75
Management Gruppo Coop	76
Coop Società Cooperativa	76
Altre società affiliate	78

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 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 2018, i soci cooperativi erano più di 2,5 milioni. Possono diventare soci della società cooperativa tutte le persone residenti in Svizzera o nel Principato del Liechtenstein. Il Gruppo Coop Società Cooperativa partecipa a diverse aziende in Svizzera e all'estero. La struttura del gruppo è illustrata alle pagine 114 e 115 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 2018, 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	Carlo Frigerio
Yvan Délèze	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Beatrice Bertschinger	Fridolin Eberle	Fiorenzo Robbiani
Olivier Grangier	Sandra Ghisoni Schenk	André Dalla Vecchia	Kilian D'Alberto	Markus Eugster	Gabriella Rossetti
Doris Grobéty	Fränzi Grunder	Sandra Nicole Engeler	Anna Maria Forlano	Christa Flückiger	Raffaele Sartori
Nicole Hosseini	Jürg Kradolfer	Adrian Fankhauser	Alexander Gossauer	Michael Fuhrer	
Nadine von Büren-Maier	Corinne Lehmann	Susanne Jäger	Ronald Hauser	Kurt Gansner	
Zohra Ottoz	Sibylle Miescher	Peter Jossi	Evelyn Hofer	Roberto Godenzi	
Benoît Santschi	Felix Truffer	Pascal Konrad	Cornelia Luchsinger	Richard Kübler	
Catherine Stern	Annette Wisler Albrecht	Daniel Münger	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 95 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine 98–115). Il patrimonio netto del Gruppo Coop Società Cooperativa consiste solo in fondi autogenerati. I soci cooperativi non partecipano al patrimonio netto.

Consiglio d'amministrazione

Membrî 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 2018, 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
Susanne Giger	1970	Membro, rappresentante della Regione Zentralschweiz-Zürich	2018	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	2019
Roman Kuhn	1955	Membro, rappresentante della Regione Nordwestschweiz	2010	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

(al 31.12.2018)

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



Peter Eisenhut

Svizzero

Formazione:

lic. oec. HSG, 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-Schwebebahn AG, Schwägalp

Altre funzioni e cariche:

società di promozione e comitato direttivo 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



Susanne Giger

Svizzera

Formazione:

lic. oec. HSG, Università di San Gallo

Carriera professionale:

1995–1998 capo progetto B+R Event AG, Glattbrugg; 1998–2000 responsabile Sponsoring ed eventi Zurigo Compagnia di Assicurazioni SA, Zurigo; 2001–2007 redattrice economica Schweizer Fernsehen e Schweizer Radio DRS, Zurigo e Berna; 2008 scrittrice e giornalista free lance; 2009–2017 redattrice economica e moderatrice Schweizer Radio e Fernsehen SRF, Berna e Zurigo; dal 2018 imprenditrice (Susanne Giger GmbH), Uetikon am See

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

consiglio di fondazione Certosa di Ittingen, Warth-Weiningen



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:

Ethos Services SA, Ginevra (presidente); 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; 2000-2018 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



Bernard Rüeger

Svizzero

Formazione:

MBA, Losanna

Carriera professionale:

dal 1986 in varie funzioni e 1992–2012 come direttore commerciale presso la società Rüeger SA, Crissier; dal 2013 presidente della Rüeger Holding SA, Paudex

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Alpsens Technologies SA, Crissier (presidente); CSS Holding SA, Lucerna; Lyncée Tec SA, Ecublens; Fondation Banque Cantonale Vaudoise deuxième pilier, Losanna; Precitherm SA, Paudex; Socorex Isba SA, Ecublens

Altre funzioni e cariche:

Economiesuisse (vicepresidente); membro del Consiglio di fondazione della Fondation de Beaulieu; Camera di commercio del Canton Vaud (presidente)

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 2018, 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 consultivo. Il Consiglio d'amministrazione è in grado di deliberare in presenza della maggioranza dei membri. Per essere valida, una decisione dev'essere presa con la maggioranza dei voti espressi. In caso di parità di voti, il voto decisivo spetta al presidente del Consiglio d'amministrazione.

Nel 2018, il Consiglio d'amministrazione ha tenuto sette riunioni con durate da una a due giornate. Inoltre, durante un viaggio di quattro giorni, il Consiglio d'amministrazione ha visitato le sedi di alcune affiliate in Svizzera e all'estero. 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 2018, 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 l'EBIT 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 riassunte ogni anno in una relazione esaustiva.

Revisione interna

In qualità di organo indipendente e obiettivo, la Revisione interna verifica per conto del Consiglio d'amministrazione e del Comitato di revisione, tra le altre cose, il rispetto delle direttive e dei regolamenti, nonché l'adeguatezza e l'efficacia del Sistema di controllo interno. Accompagna a titolo di controllo o di consulenza la creazione di nuovi processi operativi o la modifica di quelli esistenti, e affianca la Direzione generale nel raggiungimento dei suoi obiettivi, indicando delle proposte per migliorare i processi operativi. In tale contesto, la Revisione interna applica un approccio di controllo orientato ai rischi. I risultati ottenuti da questi controlli vengono comunicati per iscritto alla presidente del Comitato di revisione, al presidente del Consiglio d'amministrazione e al presidente della Direzione generale. L'attuazione delle misure viene monitorata costantemente. La Revisione interna coordina le sue attività di controllo e mantiene uno stretto scambio di informazioni con l'Ufficio di revisione statutario. È membro dell'Associazione svizzera di audit interno (ASAI).

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 2018, 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

(al 31.12.2018)

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. HSG, Università di San Gallo; dipl. fed. Esperto contabile, Accademia della Camera fiduciaria svizzera, Zurigo

Carriera professionale:

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

Mandati in consigli d'amministrazione:

AgeCore SA, Ginevra; Transgourmet Holding AG, Basilea; Two Spice AG, Hergiswil (NW)

Altre funzioni e cariche:

Comunità d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera (presidente)



Reto Conrad

Svizzero

Formazione:

lic. oec. HSG, 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); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Panflor AG, 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, Basilea



Christian Coppey

Svizzero

Formazione:

Arch. dipl. 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); Centre Commercial Moncor SA, Villars-sur-Glâne (presidente); Robix AG, Baden (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, Jegenstorf; 2005–2010 responsabile logistica, informatica, assistenza tecnica di Interdiscount;

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 responsabile 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); Retail Marketing Switzerland AG, Basilea; RS Vertriebs AG, San Gallo (presidente); Service 7000 AG, Netstal (presidente); 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; Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon; nettoShop AG, San Gallo; RS Vertriebs AG, San Gallo; Railcare AG, Härkingen; Retail Marketing Switzerland AG, Basilea (presidente); 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 AG, FL-Schaan; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon (presidente); Peter Riegger Holding AG, Zugo; Transgourmet Holding AG, Basilea; Two Spice AG, Hergiswil (NW); Zanini Vinattieri SA, Mendrisio

Altre funzioni e cariche:

GfM Società Svizzera per il Marketing (membro del consiglio direttivo); membro del consiglio di fondazione della Fondazione Biore

Contratti di management

Non esistono contratti di management con terze parti.

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.

Per le attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa nonché di Coop Società Cooperativa e Coop Immobiliari AG sono state versate remunerazioni per un importo pari a 1,3 milioni di franchi (2017: 1,3 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2018 salari lordi per un importo pari a 4,1 milioni di franchi per 7 unità di personale (2017: 4,4 milioni di franchi per 7,6 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 2018, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3,1 milioni di franchi (2017: 3 milioni di franchi).

Onorari supplementari

Per i servizi aggiuntivi che vanno oltre il mandato legale, PwC ha fatturato durante l'anno di esercizio 2018 un totale di 0,3 milioni di franchi (2016: 0,7 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 2018, il revisore responsabile ha preso parte a tre riunioni del Comitato di revisione. In quest'occasione sono stati discussi la pianificazione della revisione, i risultati dell'Ufficio di revisione esterno e la conseguente procedura da adottare. Inoltre, il revisore responsabile riferisce una volta all'anno a tutti i membri del Consiglio d'amministrazione. L'Ufficio di revisione esterno e la Revisione interna discutono anche la metodologia e lo sviluppo continuo del Sistema di controllo interno.

Cambio dell'Ufficio di revisione

Nel 2019 cambia l'Ufficio di revisione: il 26 ottobre 2018, l'Assemblea dei delegati ha nominato la KPMG SA, Basilea, quale nuovo ufficio di revisione che sostituisce PricewaterhouseCoopers (PwC) in qualità di revisore dei conti a partire dall'esercizio 2019.

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

Coop Società Cooperativa

Aggiornato al 1° aprile 2019

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

Direzione Presidenza della Direzione generale

Joos Sutter, presidente della DG
Frank Bertisch, responsabile Revisione interna
Luc Pillard, 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 BE
Roberto Villoria, responsabile Total Store nazionale

Regione di vendita Suisse Romande (SR)

Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Stefan Silvestri, 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/FR
Franck Truchot, capo vendita VS/VD
Laurent Voelin, capo vendita NE/JU/BE
Philipp Ziörjen, capo vendita VD/GE

Regione di vendita Bern (BE)

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

Regione di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Dominique Vela, responsabile EA/Controlling
André Aerne, capo vendita Lago di Zurigo Nord
Urs Barmettler, capo vendita ZG/SZ
Christian Rüttimann, 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

Posizione vacante, responsabile Personale/Formazione
Jean-Claude Prosdocimo, capo vendita Zurigo Nord
Besim Ramadani, capo vendita Città di Zurigo
Monika Zander, capo vendita BS e dintorni

Regione di vendita Ostschweiz-Ticino (OT)

Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
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
Antonella Catellani, responsabile Total Store/Espansione

Coop City

Christian Staub, responsabile Coop City
Christian Jochberg, capo Vendita Regione Centro
Claudia Schreen, capo vendita Regione Est
Daniel Tona, capo vendita Regione Ovest

Coop Edile+Hobby

Andreas Siegmann, responsabile Edile+Hobby
Joe Wyss, responsabile CM/Acquisti Edile+Hobby
Marco Bertoli, CM Giardinaggio/Piante
Marc Rheia, CM Tempo libero/Sport/Decorazioni
(a partire dal 01.05.2019)
Gabriele Vassena, CM Bricolage/Utensili e materiali elettrici
Dario Oemeroglu, CM Edilizia/Arredamento
(a partire dal 01.05.2019)
Lukas Frey, CM Giardinaggio (a partire dal 01.05.2019)

Interdiscount/Microspot

Pierre Wenger, responsabile Divisione Interdiscount/microspot
Vito Armetta, responsabile Vendita
Martin Koncilja, responsabile Marketing
Peter Späni, responsabile CM/Approvvigionamento
Ingo Arnold, responsabile CM Non Food
Georg Weinhofer, responsabile Piazza di mercato/Logistica/Servizi

Livique/Lumimart

Oliver Roth, responsabile Divisione Livique/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, responsabile Coop Vitality AG

Ing. dipl. Fust SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
 Thomas Giger, responsabile Ing. dipl. Fust SA, 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, responsabile RS Vertriebs AG

The Body Shop Switzerland SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
 Sonja Grampp, responsabile The Body Shop Switzerland SA

Direzione Marketing/Acquisti

Philipp Wyss, capo della Direzione Marketing/Acquisti

Gastronomia

Kaspar Wittwer, responsabile Gastronomia Coop

CM/Acquisti Prodotti freschi 1

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

Vladimir Cob, direttore Alifresca SA

CM/Acquisti Prodotti freschi 2

Marc Muntwyler, responsabile CM/Acquisti Prodotti freschi 2
 Yves Grüninger, CM/Acquisti Latticini/Uova
 Fabian Schneider, CM/Acquisti Carne
 Matthias Hofer, 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
 Pascal Seiler, CM/Acquisti Prodotti convenienza a lunga
 conservazione/Contorni

CM/Acquisti Bevande/Prodotti speciali

Simon Grieder, responsabile CM/Acquisti Bevande/Prodotti speciali
 Sylvia Berger, CM/Acquisti Vini/Spumanti
 Lukas Frey, CM/Acquisti Articoli per animali
 Laura Schmidt, 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

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

Marketing/Servizi digitali

Thomas Schwetje, responsabile Marketing/Servizi digitali
 Philipp Schenker, responsabile Gestione di 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
 Raoul König, presidente della Direzione generale

Eurogroup Far East Ltd.

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

Direzione Logistica

Daniel Hintermann, capo della Direzione Logistica e responsabile
 della Regione logistica BE
 Christoph Eigenmann, responsabile Regione logistica OT
 Sébastien Jacquet, responsabile della Regione logistica SR
 Domenico Repetto, responsabile della 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 EA

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

Direzione Informatica/Produzione/Servizi

Reto Conrad, capo della Direzione Informatica/Produzione/Servizi
 August Harder, responsabile Informatica
 Marc Haubensak, responsabile BâleHotels
 Benedikt 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
Andreas 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

Aggiornato al 1° marzo 2019

Coop Mineraloel AG

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Roger Oser, presidente della Direzione generale
Dominik Köppel, responsabile vendita
Andreas Parpart, responsabile Marketing e acquisti
Jörg Biermann, responsabile Approvvigionamento e commercio
Marc Salathe, responsabile Finanze e 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 e Selgros DE
Frank Seipelt, presidenza della Direzione generale, direttore Transgourmet DE
Xavier Buro, direttore Finanze
Manfred Hofer, direttore Acquisti

Transgourmet Polonia

Alexander Orłowski, presidenza della Direzione generale e direttore Cash&Carry
Piotr Kolodziejczak, direttore Finanze/Controlling
Piotr Skłodowski, direttore Acquisti/Marketing
Christian Alberty, direttore Food Service

Selgros Romania

Robert Hellwagner, presidenza della Direzione generale
Herwig Arvay, direttore Finanze/Informatica
Robert Hellwagner, direttore Acquisti/Marketing e vendita

Selgros Russia

Michael Zipfel, presidente della Direzione generale
Jens Frerichs, direttore Acquisti
Maximilian von Blanquet, direttore Finanze
Michael Zipfel, direttore Vendita

Transgourmet France

Eric Decroix, presidenza della Direzione generale
Caroline Besselièvre, responsabile Risorse Umane
Yves Cebron, responsabile commerciale e responsabile assortimenti
Edith Hertz, vicepresidente della Direzione generale

Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, presidenza della Direzione generale e responsabile Finanze
Thomas Panholzer, presidenza della Direzione generale e responsabile Vendita
Manuel Hofer, responsabile Acquisti/Merci
Jürgen Krizmanich, responsabile Sedi
Michael Steinmair, responsabile Logistica

Transgourmet Svizzera

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

Bell Food Group SA

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Lorenz Wyss, presidente della Direzione del gruppo, CEO
Daniel Böhny, membro della Direzione del gruppo
Christian Schröder, membro della Direzione del gruppo
Marco Tschanz, membro della Direzione del gruppo, CFO

Bell Svizzera

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

Bell Germania

Christian Schröder, responsabile 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 Divisione Bell International
Stefano Bianchi, responsabile Bell Francia
Johannes Huber, responsabile Hubers/SÜTAG
Eugeniusz Philip, responsabile Bell Polonia
Hedvig Szakács, responsabile 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	80
Cifre indicative importanti in sintesi	80
Sviluppo del Gruppo Coop	81
Ricavo netto	82
Punti di vendita/Mercati	83
Investimenti (flusso finanziario)	84
Conto economico a valore aggiunto	85
Collaboratori	86
Sostenibilità	90
Rendiconto sull'anno di esercizio	92
Conto annuale consolidato	94
Conto economico consolidato	94
Bilancio consolidato	95
Rendiconto finanziario consolidato	96
Prospetto di variazione del patrimonio netto	97
Allegato al conto annuale consolidato	98
Relazione dell'ufficio di revisione	116

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

Le cifre indicative

Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

30 662 milioni di CHF

Ricavo netto Gruppo

29 565 milioni di CHF

di cui

19 931 milioni di CHF Svizzera

9 634 milioni di CHF Estero

Ricavo netto settori

17 743 milioni di CHF Commercio al dettaglio

14 170 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto commercio online

785 milioni di CHF Commercio al dettaglio

1 537 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Collaboratori al 31.12

47 195 Commercio al dettaglio

42 384 Commercio all'ingrosso/Produzione

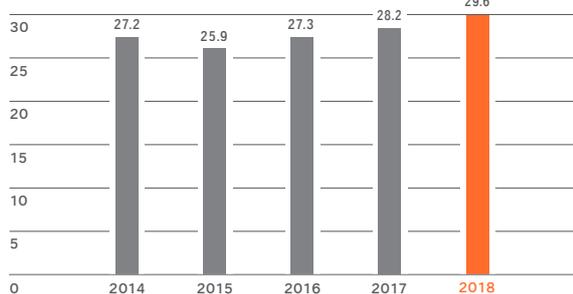
Apprendisti al 31.12

2 547 Commercio al dettaglio

900 Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto

in miliardi di CHF



Risultato operativo

2 103 milioni di CHF EBITDA
7,1% del ricavo netto

772 milioni di CHF EBIT
2,6% del ricavo netto

Risultato del periodo

473 milioni di CHF
1,6% del ricavo netto

Patrimonio netto

9 754 milioni di CHF
47,9% Quota di patrimonio netto

Free cash flow

218 milioni di CHF

Investimenti in immobilizzi materiali

1 016 milioni di CHF Svizzera

527 milioni di CHF Estero

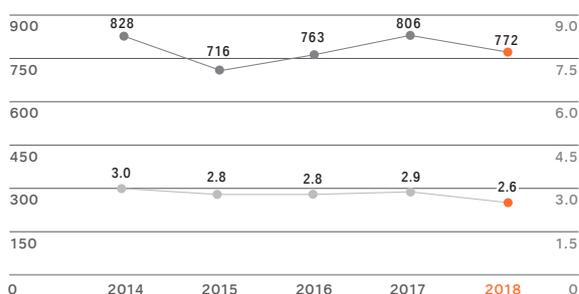
Punti di vendita/mercati

2 313 Commercio al dettaglio

145 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	2014	2015	2016	2017	2018
Fatturato complessivo	28 174	26 932	28 322	29 207	30 662
Commercio al dettaglio	17 718	17 253	17 162	17 405	17 743
Commercio all'ingrosso/Produzione	11 193	10 611	12 248	13 006	14 170
Consolidamento	-1 749	-1 969	-2 151	-2 259	-2 348
Ricavo netto da forniture e servizi	27 163	25 895	27 259	28 152	29 565
di cui ricavo netto Svizzera	19 822	19 252	19 251	19 476	19 931
in % del ricavo netto	73.0	74.3	70.6	69.2	67.4
di cui ricavo netto Estero	7 341	6 643	8 008	8 676	9 634
in % del ricavo netto	27.0	25.7	29.4	30.8	32.6
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	2 038	1 933	2 044	1 994	2 103
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.5	7.5	7.5	7.1	7.1
Risultato operativo (EBIT)	828	716	763	806	772
in % del ricavo netto (margine EBIT)	3.0	2.8	2.8	2.9	2.6
Risultato del periodo	470	416	475	485	473
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.7	1.6	1.7	1.7	1.6
Flusso finanziario da attività operative	1 551	1 653	1 582	1 453	1 701
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	5.7	6.4	5.8	5.2	5.8
Flusso finanziario da attività d'investimento	-1 700	-1 477	-1 939	-1 473	-1 792
in % del ricavo netto	6.3	5.7	7.1	5.2	6.1
Flusso finanziario da attività di finanziamento	-166	-301	238	-238	325
Free cash flow¹	327	234	61	99	218
Somma di bilancio	17 441	17 654	18 663	19 482	20 364
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza	8 089	8 401	8 928	9 339	9 754
Quota di patrimonio netto incluse le quote di minoranza in % Obiettivo > 40.0	46.4	47.6	47.8	47.9	47.9
Debiti finanziari	4 753	4 700	5 043	5 096	5 781
Indebitamento finanziario netto	3 560	3 614	4 061	4 368	4 832
Fattore di indebitamento Obiettivo < 3.0	1.7	1.9	2.0	2.2	2.3
Fattore di copertura degli interessi ² Obiettivo > 8.0	22.6	25.4	33.8	40.2	42.7
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	66 124	69 039	73 451	74 638	77 448
Collaboratori (persone in formazione incluse) al 31.12	77 087	79 954	85 001	86 424	89 579
Apprendisti al 31.12	3 271	3 410	3 505	3 486	3 447
Punti di vendita/mercati Commercio al dettaglio al 31.12	1 978	2 198	2 254	2 296	2 313
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m² al 31.12	1 798 081	1 814 469	1 852 653	1 869 362	1 882 557
Punti di vendita/mercati Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	212	214	226	142	145
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m² al 31.12	938 283	938 768	1 004 472	1 007 100	1 014 532
Numero di soci	2 500 036	2 536 800	2 542 848	2 582 309	2 547 851

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

² Definizione di fattore di copertura degli interessi: EBITDA/Oneri per interessi e altri oneri finanziari

Ricavo netto

in milioni di CHF	2018	2017
Supermercati Coop	10 408	10 326
Interdiscount	1 014	975
Coop City	769	773
Coop Edile+Hobby	629	625
Livique/Lumimart	197	192
Import Parfumerie	146	145
Coop@home	151	142
Christ Orologi & Gioielli	81	81
Coop Mineraloel AG	2 476	2 279
Dipl. Ing. Fust AG	1 031	1 040
Coop Vitality AG	202	186
Coop Ristorante	245	249
Marché Restaurants Schweiz AG	111	110
Betty Bossi AG	75	78
The Body Shop Switzerland AG	29	30
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	179	174
Formati specializzati	7 335	7 080
Commercio al dettaglio	17 743	17 405
Transgourmet Central and Eastern Europe	6 124	5 668
Transgourmet France	1 375	1 335
Transgourmet Österreich	611	568
Transgourmet Svizzera	1 598	1 518
Gruppo Transgourmet	9 710	9 087
Bell Food Group	4 059	3 537
Coop Società Cooperativa Produzione	802	759
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	-400	-377
Commercio all'ingrosso/Produzione	14 170	13 006
Consolidamento Gruppo Coop	-2 348	-2 259
Ricavo netto	29 565	28 152
Altri ricavi operativi	1 097	1 055
Fatturato complessivo	30 662	29 207
di cui ricavo netto commercio online	2 322	1 926
Commercio online Elettronica di consumo	512	437
– Microspot.ch	242	212
– Nettoshop.ch	88	90
– Altri	181	135
Coop@home	151	142
Altro commercio online, Commercio al dettaglio	122	102
Commercio online, Commercio al dettaglio	785	680
Commercio online, Commercio all'ingrosso/Produzione	1 537	1 246
di cui ricavo netto Svizzera	19 931	19 476
di cui ricavo netto Estero	9 634	8 676

Valori dell'anno precedente adattati

Punti di vendita/Mercati

	2018	Quantità al 31.12 2017	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2018	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2017
Supermercati Coop	918	908	988 896	984 119
Interdiscount	186	188	62 467	64 318
Coop City	30	31	126 031	128 454
Coop Edile+Hobby	74	74	309 920	307 087
Livique/Lumimart	46	44	123 965	122 650
Import Parfumerie	118	121	9 864	10 042
Christ Orologi & Gioielli	65	69	5 395	5 549
Hotel	4	4		
Coop Mineraloel AG	318	306	37 329	35 659
Dipl. Ing. Fust AG	155	156	87 988	88 999
Coop Vitality AG	78	75	9 681	9 567
Coop Ristorante	201	205	59 510	59 965
Marché Restaurants Schweiz AG	33	33	15 481	15 481
The Body Shop Switzerland AG	45	49	2 659	2 881
update Fitness AG	40	31	43 372	34 591
Tropenhäuser	2	2		
Formati specializzati	1 395	1 388	893 661	885 243
Commercio al dettaglio	2 313	2 296	1 882 557	1 869 362
Transgourmet Central and Eastern Europe	102	100	835 632	831 766
Transgourmet Österreich	13	12	55 481	51 915
Transgourmet Svizzera	30	30	123 419	123 419
Gruppo Transgourmet	145	142	1 014 532	1 007 100
Commercio all'ingrosso/Produzione	145	142	1 014 532	1 007 100
Gruppo Coop	2 458	2 438	2 897 089	2 876 462

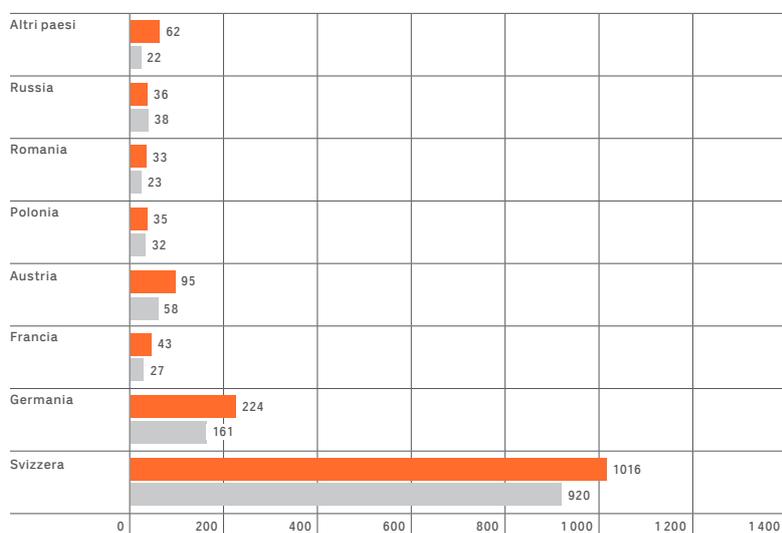
Valori dell'anno precedente adattati

Investimenti (flusso finanziario)

in milioni di CHF	2014	2015	2016	2017	2018
Svizzera	975	1 202	992	920	1 016
Germania	119	94	160	161	224
Francia	51	34	27	27	43
Austria			191	58	95
Polonia	38	74	36	32	35
Romania	12	17	40	23	33
Russia	12	13	47	38	36
Altri paesi	2	20	20	22	62
Estero	233	253	517	361	527
Investimenti in immobilizzi materiali	1 209	1 455	1 509	1 281	1 544
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	41	105	107	59	198
Investimenti netti in immobilizzi materiali	1 167	1 350	1 402	1 222	1 346
Altri investimenti netti	533	127	537	251	446
Investimenti netti	1 700	1 477	1 939	1 473	1 792

Investimenti in immobilizzi materiali per paese in milioni di CHF

■ 2018 ■ 2017



Conto economico a valore aggiunto

in milioni di CHF	2018	2017	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	29 565	28 152	105.0
Altri servizi operativi	1 139	1 097	103.9
Costo merci e altre prestazioni preliminari	22 561	21 547	104.7
Valore aggiunto lordo	8 144	7 701	105.8
Ammortamenti/altro	1 316	1 183	111.2
Valore aggiunto aziendale	6 829	6 518	104.8
Collaboratori			
Salari e stipendi	3 736	3 509	106.5
Oneri sociali/altri oneri	1 232	1 149	107.2
Mano pubblica	1 213	1 194	101.5
Mutuanti	49	50	99.3
Interessi di minoranza (azionisti terzi)	126	131	96.2
Utili non distribuiti (autofinanziamento)	473	485	97.4
Ripartizione del valore aggiunto	6 829	6 518	104.8

Valori dell'anno precedente adattati

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

Con una quota del 72,8% (anno precedente: 71,5%), la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop contava 77.448 FTE (anno precedente: 74.638).

Il 17,8% (anno precedente: 18,3%) è destinato alla mano pubblica sotto forma di imposte, dazi doganali e tasse.

Il 0,7% (anno precedente: 0,8%) rappresenta gli interessi pagati ai mutuant. 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

	2018	2017	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	18 833	18 690	143	100.8
Interdiscount	1 658	1 626	32	102.0
Coop City	2 016	2 071	-54	97.4
Coop Edile+Hobby	1 601	1 597	4	100.2
Livique/Lumimart	561	550	10	101.9
Import Parfumerie	503	507	-4	99.2
Coop@home	151	169	-18	89.3
Christ Orologi & Gioielli	296	293	3	101.2
Coop Mineraloel AG	107	103	4	104.2
Dipl. Ing. Fust AG	2 129	2 153	-25	98.9
Coop Vitality AG	649	629	19	103.1
Coop Ristorante	1 581	1 626	-46	97.2
Marché Restaurants Schweiz AG	627	601	27	104.5
Betty Bossi AG	102	97	5	104.9
The Body Shop Switzerland AG	166	170	-4	97.6
Altre società	999	998	2	100.2
Logistica/Settori centrali	5 517	5 435	82	101.5
Commercio al dettaglio	37 497	37 315	181	100.5
Transgourmet Central and Eastern Europe	20 713	20 024	688	103.4
Transgourmet France	3 101	3 131	-30	99.0
Transgourmet Österreich	1 658	1 541	117	107.6
Transgourmet Svizzera	1 775	1 703	71	104.2
Gruppo Transgourmet	27 246	26 400	846	103.2
Bell Svizzera	4 848	4 613	236	105.1
Bell Estero	6 007	4 459	1 547	134.7
Bell Food Group	10 855	9 072	1 783	119.7
Coop Società Cooperativa Produzione	1 838	1 841	-3	99.8
Altre società	12	9	3	133.3
Commercio all'ingrosso/Produzione	39 952	37 322	2 629	107.0
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	77 448	74 638	2 811	103.8

Valori dell'anno precedente adattati

Collaboratori

	2018	2017	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	24 782	24 586	196	100.8
Interdiscount	1 792	1 730	62	103.6
Coop City	2 518	2 585	-67	97.4
Coop Edile+Hobby	2 003	2 004	-1	100.0
Livique/Lumimart	640	632	8	101.3
Import Parfumerie	672	689	-17	97.5
Coop@home	155	173	-18	89.6
Christ Orologi & Gioielli	401	391	10	102.6
Coop Mineraloel AG	110	106	4	103.8
Dipl. Ing. Fust AG	2 208	2 235	-27	98.8
Coop Vitality AG	893	869	24	102.8
Coop Ristorante	2 050	2 078	-28	98.7
Marché Restaurants Schweiz AG	898	849	49	105.8
Betty Bossi AG	127	122	5	104.1
The Body Shop Switzerland AG	220	216	4	101.9
Altre società	1 754	1 556	198	112.7
Logistica/Settori centrali	5 972	5 893	79	101.3
Commercio al dettaglio	47 195	46 714	481	101.0
Transgourmet Central and Eastern Europe	22 145	21 423	722	103.4
Transgourmet France	3 115	3 240	-125	96.1
Transgourmet Österreich	1 764	1 631	133	108.2
Transgourmet Svizzera	1 963	1 873	90	104.8
Gruppo Transgourmet	28 987	28 167	820	102.9
Bell Svizzera	5 241	4 947	294	105.9
Bell Estero	6 224	4 649	1 575	133.9
Bell Food Group	11 465	9 596	1 869	119.5
Coop Società Cooperativa Produzione	1 920	1 933	-13	99.3
Altre società	12	14	-2	85.7
Commercio all'ingrosso/Produzione	42 384	39 710	2 674	106.7
Collaboratori (persone in formazione incluse) al 31.12	89 579	86 424	3 155	103.7

Valori dell'anno precedente adattati

Apprendisti

	2018	2017	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	1 359	1 447	-88	93.9
Interdiscount	345	344	1	100.3
Coop City	155	174	-19	89.1
Coop Edile+Hobby	117	116	1	100.9
Livique/Lumimart	35	37	-2	94.6
Import Parfumerie	42	43	-1	97.7
Coop@home		1	-1	..
Christ Orologi & Gioielli	29	30	-1	96.7
Coop Mineraloel AG	4	4	0	100.0
Dipl. Ing. Fust AG	92	87	5	105.7
Coop Vitality AG	132	130	2	101.5
Coop Ristorante	22	24	-2	91.7
Marché Restaurants Schweiz AG	10	15	-5	66.7
The Body Shop Switzerland AG		1	-1	..
Altre società	40	32	8	125.0
Logistica/Settori centrali	165	165	0	100.0
Commercio al dettaglio	2 547	2 650	-103	96.1
Transgourmet Central and Eastern Europe	467	432	35	108.1
Transgourmet France	87	103	-16	84.5
Transgourmet Österreich	80	77	3	103.9
Transgourmet Svizzera	84	78	6	107.7
Gruppo Transgourmet	718	690	28	104.1
Bell Svizzera	80	70	10	114.3
Bell Estero	75	48	27	156.3
Bell Food Group	155	118	37	131.4
Coop Società Cooperativa Produzione	27	28	-1	96.4
Commercio all'ingrosso/Produzione	900	836	64	107.7
Apprendisti al 31.12	3 447	3 486	-39	98.9

Valori dell'anno precedente adattati

Diversità collaboratori

in %	Commercio al dettaglio		Commercio all'ingrosso/ Produzione 2017		Gruppo Coop	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Rapporto di lavoro						
Collaboratori a tempo pieno	56.7	57.0	81.8	81.9	68.6	68.4
Collaboratori a tempo parziale	43.3	43.0	18.2	18.1	31.4	31.6
Quota di donne	62.3	62.3	42.6	42.7	53.0	53.3
con grado di occupazione a tempo pieno	44.0	44.1	38.0	38.3	40.6	40.9
con grado di occupazione a tempo parziale	86.1	86.4	63.3	62.6	79.9	80.1
nel management	41.4	41.3	25.6	25.1	35.3	35.3
nel CdA e nella DG del Gruppo Coop Società Cooperativa					29.4	26.3
Quota di collaboratori sopra i 50 anni	26.6	26.2	26.6	24.9	26.6	25.6
Apprendisti						
Vendita	86.2	86.5	26.9	31.2	70.7	73.2
Settore commerciale	5.1	4.7	42.1	38.0	14.7	12.7
Artigianato/Altro	8.7	8.8	31.0	30.8	14.6	14.1
Paese di lavoro						
Svizzera	99.7	99.6	21.5	22.0	62.7	64.0
Germania			31.4	30.1	14.9	13.8
Polonia			11.3	12.1	5.3	5.6
Romania			11.1	11.5	5.2	5.3
Francia			8.3	9.1	3.9	4.2
Austria			6.9	6.7	3.3	3.1
altri	0.3	0.4	9.5	8.5	4.7	4.0
Nazionalità¹						
Svizzera	67.8	68.4	44.2	44.3	64.3	64.9
Estero	32.2	31.6	55.8	55.7	35.7	35.1

Valori dell'anno precedente adattati

¹ solo di settori con sede sociale in Svizzera

Sostenibilità

Prodotti sostenibili

	2014	2015	2016	2017	2018
Fatturato assortimenti sostenibili					
in milioni di CHF					
Fatturato assortimenti sostenibili Gruppo Coop		3 543	3 855	4 256	4 671
di cui bio ¹	1 082	1 174	1 255	1 389	1 653
di cui fairtrade ¹	260	373	462	514	601

Valori dell'anno precedente adattati

¹ 2014 solo commercio al dettaglio

Imballaggi

in tonnellate

Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio al dettaglio	1 045	85	230	145	336
Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio all'ingrosso/Produzione	1 306	145	334	287	605

Tutela dell'ambiente e del clima

	2014	2015	2016	2017	2018
Consumo energetico					
in megawattore					
Commercio al dettaglio	1 116 389	1 127 499	1 134 156	1 167 296	1 153 084
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	1 255 910	1 441 986	1 527 834	1 602 460	1 647 842
Consumo energetico totale	2 372 299	2 569 485	2 661 990	2 769 756	2 800 926

¹ senza Gruppo Hügli

Vettori energetici rinnovabili

Quota in %

Commercio al dettaglio	66.6	66.8	68.0	68.5	67.5
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	33.2	37.0	36.3	39.6	38.4
Quota di vettori energetici rinnovabili	48.9	50.1	49.8	51.8	50.4

Valori dell'anno precedente adattati

¹ senza Gruppo Hügli

Emissioni di biossido di carbonio (CO₂)

in tonnellate

Commercio al dettaglio	106 356	107 135	103 849	105 751	101 697
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	338 992	350 062	367 049	309 806	335 170
Emissioni totali di biossido di carbonio (CO ₂)	445 348	457 197	470 898	415 557	436 868

¹ senza Gruppo Hügli

2014 2015 2016 2017 2018

Consumo idrico

in migliaia di metri cubi

Commercio al dettaglio	1 154	1 060	1 282	1 300	1 378
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	3 030	5 632	5 902	6 115	6 756
Consumo idrico totale	4 184	6 692	7 184	7 415	8 134

¹ senza Gruppo Hügli

Rifiuti

Quota di riciclaggio

in %

Commercio al dettaglio	80.8	80.0	80.2	80.7	80.5
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	68.0	70.1	73.4	76.9	78.6

¹ senza Gruppo Hügli

Quantità di rifiuti

in tonnellate

Commercio al dettaglio	126 598	129 896	134 145	139 445	136 665
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	65 610	65 409	84 085	109 551	124 073
Quantità totale di rifiuti	192 208	195 305	218 230	248 996	260 738

¹ senza Gruppo Hügli

Impegno sociale

2014 2015 2016 2017 2018

Impegno sociale

in migliaia di CHF

Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile	16 550	17 000	18 655	17 511	17 146
Padrinato Coop per le regioni di montagna	939	860	827	700	606
Altri contributi per progetti di natura sociale	6 341	6 496	6 053	5 782	6 952

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 2018 è salito del 5,0%, attestandosi a 29.565 milioni di CHF (anno precedente: 28.152 milioni di CHF). Il fatturato complessivo del Gruppo Coop ammontava a 30.662 milioni di CHF (anno precedente: 29.207 milioni di CHF). Con il commercio online, il Gruppo ha conseguito un ricavo netto di 2322 milioni di CHF (anno precedente: 1926 milioni di CHF). Ciò corrisponde a una crescita del 20,6%, a cui entrambi i segmenti hanno contribuito con tassi di crescita a due cifre.

Risultato operativo (EBIT)

Le spese per il personale ammontano a 4925 milioni di CHF e gli altri costi operativi a 3010 milioni di CHF. Il risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA) ammonta a 2103 milioni di CHF (anno precedente: 1994 milioni di CHF), con un margine EBITDA del 7,1%, invariato rispetto all'anno precedente. Gli ammortamenti, pari a 1331 milioni di CHF, si compongono di ammortamenti su fabbricati/terreni e impianti per 587 milioni di CHF, altri immobilizzazioni materiali per 422 milioni di CHF, avviamento per 217 milioni di CHF e altre immobilizzazioni immateriali per 105 milioni di CHF. Il risultato operativo (EBIT), pari a 772 milioni di CHF, è inferiore rispetto all'esercizio precedente (806 milioni di CHF), con un margine EBIT del 2,6%, inferiore rispetto all'esercizio precedente.

Risultato del periodo

Il risultato delle organizzazioni associate ammonta a 2 milioni di CHF (anno precedente: 7 milioni di CHF). Con una perdita di 40 milioni di CHF, il risultato da valute estere e il risultato finanziario sono migliorati rispetto alla perdita di 54 milioni di CHF dell'anno precedente. Una volta dedotti 4 milioni di CHF per un risultato estraneo all'esercizio, 140 milioni di CHF di imposte sul reddito e 126 milioni di CHF di partecipazioni minoritarie, risulta un utile netto di 473 milioni di CHF, ovvero 12 milioni di CHF in meno rispetto all'esercizio precedente.

Analisi per settore

Commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio, Coop ha fatto registrare una crescita dell'1,9%, realizzando un ricavo netto di 17.743 milioni di CHF.

Nei supermercati Coop l'afflusso dei clienti è aumentato del 3,1% e con 10.408 milioni di CHF il ricavo netto dell'anno precedente è stato superato dello 0,8%.

Il ricavo netto dei formati specializzati è salito a 7335 milioni di CHF (+3,6%). Il segmento dell'elettronica di consumo ha realizzato un ricavo netto di CHF 2045 milioni di CHF. Ciò equivale a una crescita dell'1,5%. In questo modo è stata rafforzata la leadership nel mercato dell'elettronica di consumo.

Grazie al riorientamento, Livique/Lumimart è riuscita a guadagnare quote di mercato e a incrementare il ricavo netto del 2,7%, portandolo a 197 milioni di CHF.

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

Il ricavo netto è cresciuto dello 0,7% a 629 milioni di CHF.

Il ricavo netto dei grandi magazzini Coop City è diminuito dello 0,6%, attestandosi a 769 milioni di CHF. Ma anche in un contesto di mercato difficile è stato possibile conquistare nuove quote di mercato.

Coop Mineraloel AG si conferma leader di mercato. Il ricavo netto è cresciuto dell'8,6% per un totale di 2476 milioni di CHF.

A questo si accompagna anche una crescita del 3,7% degli shop Pronto.

Coop Vitality AG ha nuovamente registrato un andamento molto positivo, incrementando il ricavo netto dell'8,4% per un totale di 202 milioni di CHF.

Nel commercio al dettaglio online, il ricavo netto è cresciuto del 15,4% giungendo a 785 milioni di CHF. Un contributo decisivo a tale traguardo è giunto da Microspot.ch e Coop@home. Il supermercato online Coop@home ha registrato una crescita del 6,7% ed è riuscito a conquistare nuove quote di mercato; il ricavo netto è stato di 151 milioni di CHF.

Il risultato operativo (EBIT) del segmento Commercio al dettaglio è sceso di 35 milioni di CHF, passando a 462 milioni di CHF (anno precedente: 497 milioni di CHF).

I punti di vendita del settore (inclusi i ristoranti) sono ora 2313, ossia 17 in più. Il Gruppo Coop impiegava nel commercio al dettaglio 47.195 collaboratori (anno precedente: 46.714).

Commercio all'ingrosso/Produzione

Il ricavo netto nel segmento Commercio all'ingrosso/Produzione è salito a 14.170 milioni di CHF (anno precedente: 13.006 milioni di CHF). Ciò equivale a una crescita del 9,0%. Al netto delle acquisizioni, il settore Commercio all'ingrosso/Produzione è cresciuto del 4,5%.

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 9710 milioni di CHF (anno precedente: 9087 milioni di CHF). Transgourmet ha quindi registrato un aumento del 6,9% confermandosi la seconda azienda in ordine di grandezza nel commercio europeo del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso. Transgourmet gestiva complessivamente 145 mercati Cash&Carry (anno precedente: 142), dando lavoro a 28.987 collaboratori (anno precedente: 28.167).

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 e Hügli, il gruppo copre le svariate esigenze dei clienti operanti in settori quali il commercio, il Foodservice e l'industria alimentare. Con 4059 milioni di CHF, il ricavo netto ha superato del 14,8% quello dell'anno precedente (3537 milioni di CHF). Nel 2018 il Bell Food Group contava 11.465 collaboratori (anno precedente: 9596).

Il risultato operativo (EBIT) del settore Commercio all'ingrosso/Produzione è cresciuto di 2 milioni di CHF, salendo a 311 milioni di CHF (anno precedente: 309 milioni di CHF).

Situazione finanziaria e patrimoniale

Bilancio

La somma di bilancio del Gruppo Coop è aumentata di 882 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Sul lato degli attivi, l'attivo circolante è cresciuto di 340 milioni di CHF, passando a 6398 milioni di CHF, a fronte di un aumento delle liquidità, dei crediti da forniture e servizi, e delle scorte. L'attivo fisso è passato a 13.966 milioni di CHF, con un incremento di 542 milioni di CHF. Agli ammortamenti si contrappongono maggiori investimenti e incrementi derivanti dalle acquisizioni effettuate. Il capitale di terzi, attestatosi a 10.610 milioni di CHF, è salito di 467 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il capitale di terzi a breve termine è sceso di 19 milioni di CHF, raggiungendo 4908 milioni di CHF, mentre quello a lungo termine è cresciuto di 486 milioni di CHF, passando a 5702 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 9754 milioni di CHF. Al 31 dicembre 2018, la quota di patrimonio netto era pari al 47,9%, quindi ben al di sopra dell'obiettivo strategico del 40%. Essa resta invariata rispetto all'anno precedente.

Rendiconto finanziario

Con 1701 milioni di CHF, l'afflusso monetario da attività operativa è aumentato di 248 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il deflusso monetario da attività di investimento, pari a 1792 milioni di CHF, corrisponde a 318 milioni di CHF in più rispetto all'anno precedente. Ciò deriva da maggiori uscite per acquisizioni e da maggiori investimenti netti in immobilizzi materiali. Sono stati investiti al netto 1483 milioni di CHF in immobilizzi materiali e immateriali, e altri 296 milioni di CHF in acquisizioni. Negli investimenti finanziari/titoli sono stati investiti al netto 13 milioni di CHF. Ne è derivato un free cash flow di 218 milioni di CHF. L'afflusso monetario da attività di finanziamento ammonta a 325 milioni di CHF. Il Gruppo Coop Società Cooperativa ha acceso un prestito di 300 milioni di CHF. Il Bell Food Group ha acceso due prestiti per un totale di 350 milioni di CHF e ha effettuato un rimborso pari a 175 milioni di CHF. Il Gruppo Coop ha ricevuto 198 milioni di CHF dall'aumento di capitale del Bell Food Group. I debiti finanziari a breve e lungo termine hanno registrato un aumento al netto pari a 129 milioni di CHF. Sono stati inoltre effettuati pagamenti per l'acquisizione di quote di minoranza per 389 milioni di CHF e versati dividendi agli azionisti minoritari per 88 milioni di CHF.

Conto annuale consolidato

Conto economico consolidato

in milioni di CHF	Spiegazioni	2018	2017
Ricavo netto da forniture e servizi	1	29 565	28 152
Altri ricavi operativi	2	1 097	1 055
Costo delle merci		20 623	19 740
Costi del personale	3	4 925	4 616
Altri costi operativi	4	3 010	2 857
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)		2 103	1 994
Ammortamenti immobilizzi materiali	5	1 009	885
Ammortamenti immobilizzi immateriali	5	322	303
Risultato operativo (EBIT)	1	772	806
Risultato organizzazioni associate		2	7
Risultato da valute estere		-17	5
Risultato finanziario	6	-22	-59
Risultato ordinario		735	758
Risultato estraneo all'esercizio	7	4	3
Risultato ante imposte sull'utile (EBT)		739	762
Imposte sull'utile	8	140	145
Risultato al netto delle imposte sull'utile		599	616
Quote di minoranza		126	131
Risultato del periodo		473	485

Bilancio consolidato

in milioni di CHF	Spiegazioni	31.12.2018	31.12.2017
Liquidità	9	945	722
Titoli		4	5
Crediti da forniture e servizi	10	1 282	1 236
Altri crediti a breve termine	11	297	334
Ratei e risconti attivi		535	523
Rimanenze	12	3 336	3 237
Attivo circolante		6 398	6 058
Immobilizzi materiali	13	12 675	12 163
Immobilizzi finanziari	14	158	120
Immobilizzi immateriali	15	1 132	1 141
Attivo fisso		13 966	13 424
Attivi		20 364	19 482
Debiti da forniture e servizi		1 864	1 938
Debiti finanziari a breve termine	16	1 126	937
Altri debiti a breve termine	17	356	549
Accantonamenti a breve termine	18	255	304
Ratei e risconti passivi		1 306	1 200
Capitale di terzi a breve termine		4 908	4 927
Debiti finanziari a lungo termine	16	4 655	4 159
Accantonamenti a lungo termine	18	1 047	1 056
Capitale di terzi a lungo termine		5 702	5 216
Capitale di terzi		10 610	10 143
Riserve da utili		8 916	8 572
Riserve di capitale		-241	-145
Risultato del periodo		473	485
Patrimonio netto senza quote di minoranza		9 148	8 912
Quote di minoranza		606	427
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza		9 754	9 339
Passivi		20 364	19 482

Rendiconto finanziario consolidato

in milioni di CHF	2018	2017
Risultato al netto delle imposte sull'utile	599	616
Ammortamenti	1 286	1 167
Perdite per riduzioni durevoli di valore	73	92
Soppressione di riduzioni durevoli di valore	-25	-36
Utili (-)/perdite da cessione attivo fisso	-91	-14
Altro risultato senza effetto sulla liquidità	48	-77
Risultato organizzazioni associate	-2	-7
Dividendi percepiti da organizzazioni associate	0	1
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi	0	-83
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti e dei ratei e risconti attivi	24	-101
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze	-44	-142
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi	-88	-45
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi	-22	122
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine	-50	-30
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine	-8	-10
Flusso finanziario da attività operative	1 701	1 453
Investimenti in immobilizzi materiali	-1 544	-1 281
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	198	59
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli	-76	-40
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli	63	99
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate	-296	-178
Ricavi dalla vendita di organizzazioni consolidate	0	-1
Investimenti in immobilizzi immateriali	-139	-132
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali	1	0
Flusso finanziario da attività d'investimento	-1 792	-1 473
Accensioni di prestiti	650	200
Rimborso di prestiti	-175	-250
Aumento/Riduzione del capitale	198	0
Dividendi agli azionisti minoritari	-88	-86
Acquisto/vendita quote di minoranza	-389	-167
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine	76	118
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine	53	-52
Flusso finanziario da attività di finanziamento	325	-238
Saldo flusso finanziario	234	-259
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio	722	972
Saldo flusso finanziario	234	-259
Effetto valutario liquidità	-11	8
Liquidità alla fine del periodo d'esercizio	945	722

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 01.01.2018	8 963	-391	-145	485	8 912	427	9 339
Aumento/Riduzione del capitale			-6		-6	204	198
Variazioni nel perimetro di consolidamento						85	85
Acquisto/Vendita quote di minoranza			-90		-90	-139	-229
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	485			-485			
Risultato del periodo				473	473	126	599
Dividendi						-88	-88
Effetto valutario		-141			-141	-8	-148
Patrimonio netto al 31.12.2018	9 448	-532	-241	473	9 148	606	9 754
Patrimonio netto al 01.01.2017	8 488	-581		475	8 382	547	8 928
Aumento/Riduzione del capitale							
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

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 2018, in seguito al rilevamento di una quota di maggioranza del gruppo Hügli, la partecipazione è stata gradualmente incrementata. Sono state inoltre acquisite le azioni in circolazione della Service 7000 AG. Nell'esercizio precedente sono state aumentate le quote di partecipazione alle società Hilcona AG e Service 7000 AG.

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 2018 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	
		2018	2017	31.12.2018	31.12.2017
1	EUR	1.155	1.111	1.127	1.170
1	CZK	0.045	0.042	0.044	0.046
1	HKD	0.125	0.126	0.126	0.125
100	HUF	0.362	0.358	0.351	0.377
1	PLN	0.271	0.261	0.262	0.280
1	RON	0.248	0.243	0.242	0.251
1	RUB	0.016	0.017	0.014	0.017
1	USD	0.978	0.982	0.984	0.976

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 nel perimetro 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 FER 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

	2018		2017	
	Ricavo netto da forniture e servizi	Risultato operativo (EBIT)	Ricavo netto da forniture e servizi	Risultato operativo (EBIT)
Commercio al dettaglio	17 743	462	17 405	497
Commercio all'ingrosso/Produzione	14 170	311	13 006	309
Consolidamento	-2 348		-2 259	
Gruppo Coop	29 565	772	28 152	806

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

Ricavo netto da forniture e servizi per singoli mercati geografici

	2018	2017
Svizzera	19 931	19 476
Estero	9 634	8 676
Gruppo Coop	29 565	28 152

2 Altri ricavi operativi

	2018	2017
Ricavi locativi operativi	193	194
Utili da cessione di attivo fisso operativo	72	6
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	27	22
Altri ricavi da servizi	805	834
Totale	1 097	1 055

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

	2018	2017
Salari/Stipendi	3 736	3 509
Oneri sociali	869	815
Tasso oneri sociali in %	23.3	23.2
Altri costi del personale	320	292
Totale	4 925	4 616

4 Altri costi operativi

	2018	2017
Spese pubblicitarie	534	490
Spese di locazione	737	724
Spese di ufficio e di amministrazione	279	269
Tributi e assicurazioni cose	91	87
Imposte di esercizio	45	43
Manutenzione e sostituzione	461	410
Costi energetici e materiale di esercizio	450	422
Spese di trasporto	219	200
Spese varie	195	212
Totale	3 010	2 857

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	2018	2017
Avviamento, ammortamenti programmati	196	180
Avviamento, ammortamenti non programmati	21	0
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	105	92
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati		31
Ammortamenti immobilizzi immateriali	322	303
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	983	893
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	51	27
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-25	-35
Ammortamenti immobilizzi materiali	1 009	885
Totale	1 331	1 188

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	2018	2017
Dividendi e guadagni di corso su titoli	0	1
Altri ricavi finanziari	27	22
Ricavi finanziari	27	23
Perdite di corso su titoli	0	0
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	49	50
Rettifiche di valore su immobili finanziari	0	33
Oneri finanziari	49	83
Totale	-22	-59

7 Risultato estraneo all'esercizio	2018	2017
Ricavi locativi	1	1
Utili da cessione di attivo fisso non operativo	6	12
Ricavi non operativi	7	13
Costi immobiliari non operativi (incl. ammortamenti su immobilizzi non operativi)	3	5
Altri costi non operativi	0	5
Costi non operativi	3	9
Totale	4	3

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	2018	2017
Imposte correnti sull'utile	145	120
Variazione delle imposte differite	-5	26
Totale	140	145

	Aliquota d'imposta in %	2018 Importo fiscale in milioni di CHF	Aliquota d'imposta in %	2017 Importo fiscale in milioni di CHF
Aliquota d'imposta media applicabile/Previsione delle imposte sul reddito	19.4	143	18.7	142
Perdite per l'anno in corso per le quali non sono state attivate imposte differite		15		13
Utilizzo di riporti di perdite non ancora registrati		-30		-26
Aliquota media d'imposta sull'utile da applicare al netto dei riporti di perdite	17.4	129	17.1	130
Altri effetti		11		15
Aliquota d'imposta effettiva sull'utile/Imposte sull'utile effettive	18.9	140	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 775 milioni di CHF (827 milioni di CHF al 31.12.2017) non sono state attivate imposte differite attive.

9 Liquidità	31.12.2018	31.12.2017
Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancario	910	666
Reka-Check/Assegni/Buoni	23	27
Depositi a termine	11	29
Totale	945	722

10 Crediti da forniture e servizi	31.12.2018	31.12.2017
Crediti da forniture e servizi	1 333	1 289
Rettifica di valore	-51	-53
Totale	1 282	1 236

11 Altri crediti a breve termine	31.12.2018	31.12.2017
Altri crediti	290	326
Acconti a fornitori	9	10
Rettifica di valore	-2	-2
Totale	297	334

12 Rimanenze	31.12.2018	31.12.2017
Merci commerciali	2 746	2 721
Prodotti finiti (Produzione)	215	213
Semilavorati, prodotti in produzione	177	183
Materie prime	187	146
Materiale ausiliario e d'imballaggio	82	60
Acconti a fornitori	68	50
Rettifica di valore	-139	-136
Totale	3 336	3 237

in milioni di CHF

14 Immobilizzi finanziari

	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Organizzazioni associate	Altri immobilizzi finanziari	Totale
Immobilizzi finanziari 2018				
Valori contabili netti 01.01.2018	11	80	29	120
Variazioni nel perimetro di consolidamento			0	0
Investimenti		44	39	83
Disinvestimenti	0	-36	-10	-46
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)	0	2	0	2
Effetto valutario		-1	0	-1
Valori contabili netti 31.12.2018	11	90	58	158
di cui avviamento organizzazioni associate		18		18

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		-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
di cui avviamento organizzazioni associate		0		0

Altri immobilizzi finanziari

	31.12.2018	31.12.2017
Prestiti	55	95
Vari immobilizzi finanziari	10	9
Rettifiche di valore su altri immobili finanziari	-7	-75
Totale	58	29

in milioni di CHF

15 Immobilizzi immateriali	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Immobilizzi immateriali in fase di sviluppo	Totale
Immobilizzi immateriali 2018						
Valori d'acquisto 01.01.2018	3 715	638	514	45	101	5 014
Variazioni nel perimetro di consolidamento	149	5	38	1	1	195
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto		2	80	4	53	139
Disinvestimenti		0	-48	-2	0	-50
Effetto valutario	-20	-1	-4	-1	0	-26
Riclassificazioni	-2	3	15	1	-16	0
Valori d'acquisto 31.12.2018	3 842	646	594	49	138	5 270
Ammortamenti cumulati al 01.01.2018	3 082	349	376	36	30	3 873
Variazioni nel perimetro di consolidamento	-34	0	36	1		4
Ammortamenti programmati	196	36	66	3		301
Ammortamenti non programmati	21					21
Disinvestimenti		0	-48	-1		-49
Effetto valutario	-7	-1	-4	0		-12
Riclassificazioni	-1	2	0	0		0
Ammortamenti cumulati al 31.12.2018	3 256	387	426	39	30	4 138
Valori contabili netti 31.12.2018	586	259	168	10	108	1 132
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/Adeguamenti del prezzo d'acquisto	-1	0	65	6	60	130
Disinvestimenti		-1	-4	-8		-12
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	0	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
Riclassificazioni		0	0	0		0
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

in milioni di CHF

16 Debiti finanziari

	Tasso d'interesse in % (ponderato)	31.12.2018	31.12.2017
Conti correnti bancari		1	3
Conti deposito	0.56	1 754	1 755
Obbligazioni di cassa	0.92	238	211
Prestiti obbligazionari		3 055	2 580
Prestiti bancari	0.14	431	127
Ipoteche	3.48	67	92
Leasing finanziario		1	1
Altri debiti finanziari		233	327
Totale		5 781	5 096
di cui debiti finanziari a breve termine		1 126	937
di cui debiti finanziari a lungo termine		4 655	4 159
di cui debiti verso istituti di previdenza	0.25	200	200

Prestiti obbligazionari

	Valuta	Durata	Tasso d'interesse in % (ponderato)	31.12.2018	31.12.2017
Bell Food Group AG	CHF	Mag. 2013–2018	1.000		175
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2012–2019	1.250	250	250
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2015–2020	0.250	300	300
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Giu. 2014–2021	0.875	200	200
Bell Food Group AG	CHF	Mag. 2013–2022	1.750	175	175
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2016–2022	0.250	200	200
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2014–2023	1.000	200	200
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2015–2024	0.880	200	200
Bell Food Group AG	CHF	Feb. 2018–2024	0.375	200	
Bell Food Group AG	CHF	Mar. 2016–2025	0.625	300	300
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Mag. 2016–2026	0.500	380	380
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2017–2027	0.500	200	200
Bell Food Group AG	CHF	Jan. 2018–2028	0.750	150	
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Giu. 2018–2025	0.750	300	
Totale				3 055	2 580

17 Altri debiti a breve termine

	31.12.2018	31.12.2017
Buoni in circolazione	74	71
Anticipi da clienti	145	146
Altre imposte	86	82
Altri debiti a breve termine	51	251
Totale	356	549

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 2018						
Valori contabili 01.01.2018	111	33	180	798	238	1 360
Variazioni nel perimetro di consolidamento	1			5	5	10
Costituzione di accantonamenti	26	4	206		50	286
Utilizzo degli accantonamenti	-19	-17	-219		-48	-303
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-4	-7	-3		-13	-27
Variazione delle imposte differite				-5		-5
Effetto valutario	-2	0		-15	-2	-18
Riclassificazioni						0
Valori contabili 31.12.2018	113	13	164	783	230	1 303
di cui accantonamenti a breve termine	20	9	164		62	255
di cui accantonamenti a lungo termine	93	4		783	168	1 047
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

Gli altri accantonamenti includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 102 milioni di CHF (103 milioni di CHF al 31.12.2017) e per i punti di vendita pari a 25 milioni di CHF (24 milioni di CHF al 31.12.2017).

in milioni di CHF

19 Istituti di previdenza

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2018

	Valore nominale	Rinuncia utilizzazione	Valore del bilancio
Valori contabili 01.01.2018	11		11
Variazioni nel perimetro di consolidamento			
Utilizzo (Costi del personale)	0		0
Valori contabili 31.12.2018	11		11

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2017

Valori contabili 01.01.2017	10		10
Variazioni nel perimetro di consolidamento	1		1
Utilizzo (Costi del personale)	0		0
Valori contabili 31.12.2017	11		11

Utile economico/impegno economico	Fondi liberi/copertura insufficiente		Quota economica del Gruppo Coop	
	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2017
Istituto di previdenza con fondi liberi	8	1		
Piano di previdenza senza azioni proprie			-113	-111
Totale	8	1	-113	-111

Costo per la previdenza	Modifica voce di bilancio 2018		Contributi di competenza del periodo 2018	Costo per la previdenza nei costi del personale 2018	Modifica voce di bilancio 2017		Contributi di competenza del periodo 2017	Costo per la previdenza nei costi del personale 2017
	senza influsso sul risultato ¹	con influsso sul risultato			senza influsso sul risultato ¹	con influsso sul risultato		
Istituto di previdenza senza fondi liberi/copertura insufficiente	0	0	252	252			262	262
Istituto di previdenza con fondi liberi			8	8			1	1
Piano di previdenza senza azioni proprie	20	22		22	-23	22		22
Istituto di previdenza riassicurato			11	11			1	1
Utilizzo riserva dei contributi del datore di lavoro		0		0				
Totale	20	22	271	293	-23	22	264	286

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

Il 31.12.2018, la CPV/CAP presentava un grado di copertura del 108,4% (anno precedente: 114,0%). 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.

in milioni di CHF

20 Operazioni fuori bilancio	31.12.2018	31.12.2017
Fidejussioni, garanzie	10	27
Altri impegni quantificabili di carattere eventuale	10	6
Altri impegni potenziali che non devono essere registrati nel bilancio	65	127
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	127	128

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». Lo stesso vale per le obbligazioni per l'acquisizione di quote delle organizzazioni associate.

21 Obblighi da leasing operativo non iscritto in bilancio	31.12.2018	31.12.2017
Scadenza entro un anno	766	750
Scadenza nell'arco di 1-5 anni	2 562	2 549
Scadenza dopo oltre 5 anni	3 366	3 602

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 2018		Valori di contratto	Riconciliato al bilancio		Non riconciliato al bilancio	
Valore base	Scopo		Attivi	Passivi	Attivi	Passivi
Valute	Copertura	1 791	16	2	0	1

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

23 Transazioni con parti correlate

Transazioni con organizzazioni associate	2018	2017
Ricavo netto da forniture e servizi	19	36
Altri ricavi operativi	1	6
Costo delle merci	8	7
Spese di ufficio e di amministrazione	2	2
Spese di locazione	3	2
	31.12.2018	31.12.2017
Crediti da forniture e servizi	1	6
Altri crediti a breve termine	0	2
Ratei e risconti attivi	0	2
Prestiti	37	76
Debiti da forniture e servizi	7	3
Debiti finanziari a breve termine	0	6

Sussistono inoltre debiti nei confronti di istituti di previdenza del personale in Svizzera, dichiarati nei debiti finanziari. Non sussistono inoltre altre transazioni significative con altre parti correlate.

24 Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento

2018

Società		Variazione	Data	31.12.2018 in %	31.12.2017 in %
Gruppo Hügli	CH-Steinach	Acquisizione	01/2018	66.29	
Der Milchbauer Gross- handels-gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Fusione in EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	01/2018	100.00	100.00
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Fusione in Bell Schweiz AG	01/2018	100.00	100.00
Peter Riegger Holding AG	CH-Zug	Fusione in Weinkeller Riegger AG	01/2018	100.00	100.00
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Fusione in update Fitness AG	01/2018	51.00	51.00
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	Acquisizione	02/2018	100.00	
Two Spice AG	CH-Hergiswil	Acquisizione	03/2018	32.80	
Braschler's Comestibles Import AG	CH-Zürich	Acquisizione	04/2018	100.00	
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	Acquisizione	05/2018	66.29	
Service 7000 AG	CH-Netstal	Aumento della quota di partecipazione	05/2018	100.00	75.00
siroop AG	CH-Zürich	Aumento della quota di partecipazione e fusione in Coop Genossenschaft	05/2018	100.00	50.00
Bell Food Group AG	CH-Basel	Aumento di capitale	06/2018	66.29	66.29
Palink UAB	LT-Vilnius	Vendita	09/2018		20.00

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		66.29
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Vendita	04/2017		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	

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

in milioni di CHF

25 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni

2018	siroop AG	Gruppo Hügli	Sylvain & CO SA	Niggemann Food	Altre organizzazioni
Liquidità	3	11	6	1	1
Crediti e Risconti attivi	3	61	9	7	6
Rimanenze	3	72	1	3	20
Immobilizzi materiali	1	160	9	4	8
Immobilizzi finanziari		0		0	
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)	1	2	0	5	
Debiti e ratei e risconti passivi	12	45	6	8	3
Debiti finanziari		84	5	1	0
Accantonamenti	1	7	1	1	1

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

26 Componenti più importanti nella vendita di organizzazioni

Nel 2018 non è stata venduta nessuna azienda consolidata integralmente.

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

27 Perimetro di consolidamento (principali società)			Quota di capitale ¹		Capitale	Inclu- sione
			31.12.2018 in %	31.12.2017 in %	31.12.2018 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	100.00	75.00	1.6 CHF	☐
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Sorgenti minerali	100.00	100.00	22.4 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	3.1 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	☐
Salaïson 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	☐
Centravo Holding AG ²	CH-Zürich	Lavorazione di sottoprodotti	30.10	30.10		●
Geiser AG	CH-Schlieren	Salumi	100.00	100.00	0.5 CHF	☐
Hilcona AG	FL-Schaan	Prodotti convenienza	100.00	100.00	1.0 CHF	☐
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	Prodotti convenienza	100.00	100.00	0.7 CHF	☐
Frostag Food-Centrum AG	CH-Landquart	Prodotti convenienza	100.00	100.00	1.5 CHF	☐
Dr. A. Stoffel Holding AG	CH-Steinach	Holding	100.00		1.0 CHF	☐
Hügli Holding AG	CH-Steinach	Holding	100.00		0.5 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		●
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	5.0 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 Restaurants Schweiz AG	CH-Dietlikon	Ristorante	100.00	100.00	8.0 CHF	☐
Panflor AG	CH-Zürich	Cereali e prodotti da macinazione	100.00	100.00	0.1 CHF	☐

			Quota di capitale ¹		Capitale	Inclu- sione
			31.12.2018 in %	31.12.2017 in %	31.12.2018 in milioni	
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	☐
Braschler's Comestibles Import AG	CH-Zürich	Commercio di pesce	100.00		0.1 CHF	☐
gastronovi GmbH	DE-Bremen	Software	51.00	51.00	0.1 EUR	☐
Transgourmet Beteteiligungs 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	100.00	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	☐
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	Subholding	100.00	100.00	0.1 EUR	☐
Team Beverage AG	DE-Bremen	Rifornimento all'ingrosso	70.00	70.00	1.0 EUR	☐
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	0.0 EUR	☐
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	Commercio all'ingrosso	100.00		1.0 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	☐
Weinkeller Riegger AG	CH-Mellingen	Commercio di bevande	100.00	100.00	0.5 CHF	☐
Two Spice AG	CH-Hergiswil	Ristorante	32.80			●
update Fitness AG	CH-Uzwil	Centri fitness	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):

– Da gennaio 2019, il gruppo Oetker partecipa con una quota del 49%, che ha acquisito dal Gruppo Transgourmet, alla società F&B – Food and Beverage Services GmbH.

– Nel febbraio 2019 il gruppo Transgourmet acquisisce la Emmi Frisch-Service AG con sede a Schlieren. L'azienda opera nel commercio e nel rifornimento di prodotti alimentari.

Il 13 febbraio 2019, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 28 marzo 2019.



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 2018, 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 94-115) presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo al 31 dicembre 2018, 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 140 milioni

Abbiamo effettuato le verifiche ("full scope audits") presso quattro società del Gruppo in Svizzera e presso il Gruppo Bell Food. 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 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.



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 140 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 7 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.

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.

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 586 milioni al 31 dicembre 2018 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 100) e al commento 15, Immobilizzi immateriali (pagina 107) 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 la programmazione pluriennale del Gruppo come approvata dal Consiglio d'amministrazione e gli 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. Ci siamo in particolare concentrati sull'analisi dei metodi di valutazione applicati, sulla correttezza matematica dei calcoli alla base delle valutazioni e sulla plausibilità delle ipotesi principali (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 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 3.3 miliardi al 31 dicembre 2018.</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 99) e al commento 12, Rimanenze (pagina 104) 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 2018.</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.

Dichiaro 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

Handwritten signature of Bruno Rossi in blue ink, next to a small red and white logo.

Bruno Rossi
Perito revisore
Revisore responsabile

Handwritten signature of Pascal Bucheli in blue ink, next to a small red and white logo.

Pascal Bucheli
Perito revisore

Basilea, 13 febbraio 2019

