



RAPPORTO DI GESTIONE 2019 DEL GRUPPO COOP

Impressum

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

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

Editore: Coop Società Cooperativa, 4002 Basilea,
Redazione/coordinamento: Redazione PR Coop
Realizzazione: Redazione PR Coop / gateB AG, Steinhausen/Zugo
Pubblicazione: marzo 2020

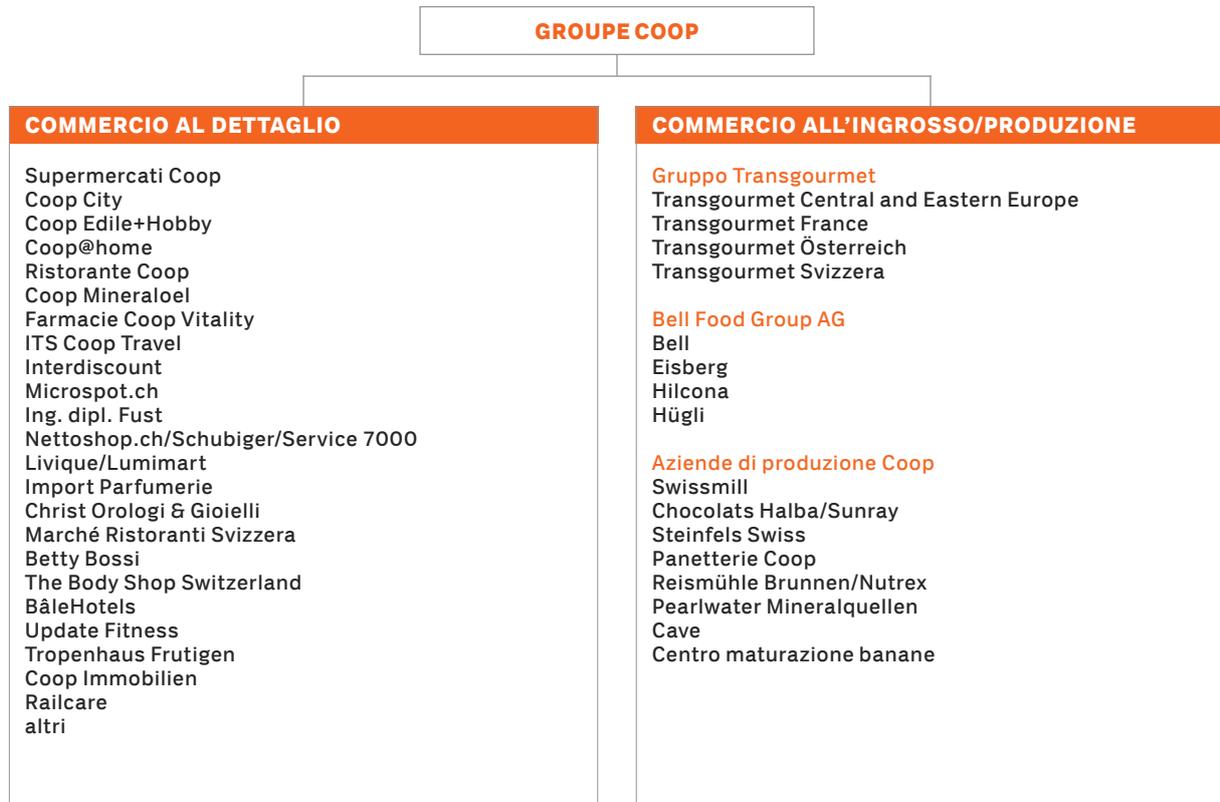
Informazioni/Contatti
Coop
Servizio info
Casella postale 2550
CH-4002 Basilea
Tel. 0848 888 444
www.coop.ch

Rapporto di gestione 2019 del Gruppo Coop

Settori aziendali del Gruppo Coop	4
Cifre indicative importanti in sintesi	5
Prefazione	6
Tappe principali nel 2019	8
Strategia e contesto	10
Profilo aziendale	10
Strategie e obiettivi	10
Scenario economico e politico	12
Conquistare la leadership con la sostenibilità	13
Temi generali nel campo della sostenibilità	15
Settore aziendale Commercio al dettaglio	17
Formati di vendita e offerta	18
Logistica, Informatica e Immobili	30
Prestazioni supplementari	32
Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione	36
Gruppo Transgourmet	37
Produzione	45
Collaboratori	50
Un datore di lavoro interessante	51
Formazione e sviluppo delle risorse umane	52
Corporate Governance	55
Il Gruppo Coop in cifre	73

Settori aziendali del Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2020



COMMERCIO AL DETTAGLIO

COMMERCIO ALL'INGROSSO

PRODUZIONE

Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

30 669 mio. di CHF

Ricavo netto Gruppo

29 633 mio. di CHF

di cui

20 159 mio. di CHF Svizzera

9 474 mio. di CHF Estero

Ricavo netto settori

17 986 mio. di CHF Commercio al dettaglio

14 148 mio. di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto commercio online

913 mio. di CHF Commercio al dettaglio

1 691 mio. di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Collaboratori al 31.12

47 455 Commercio al dettaglio

42 852 Commercio all'ingrosso/Produzione

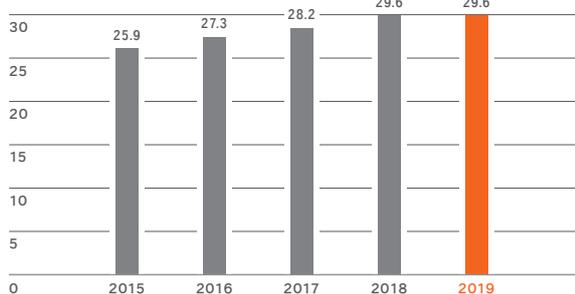
Apprendisti al 31.12

2 459 Commercio al dettaglio

996 Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto

in mia. di CHF



Risultato operativo

2 046 mio. di CHF EBITDA
6.9% del ricavo netto

782 mio. di CHF EBIT
2.6% del ricavo netto

Risultato del periodo

531 mio. di CHF
1.8% del ricavo netto

Patrimonio netto

10 265 mio. di CHF
50.2% Quota di patrimonio netto

Flusso finanziario da attività operative

1 877 mio. di CHF

Investimenti in immobilizzi materiali

888 mio. di CHF Svizzera

360 mio. di CHF Estero

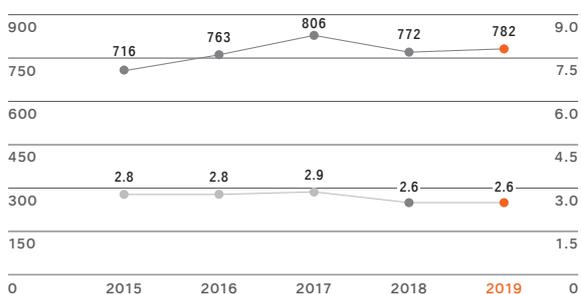
Punti di vendita/mercati

2 333 Commercio al dettaglio

145 Commercio all'ingrosso/Produzione

Risultato operativo (EBIT)

— in mio. di CHF — in % del ricavo netto





Hansueli Loosli e Joos Sutter

Prefazione

Coop avanza sulla via del successo

Nonostante le difficili condizioni del mercato, nell'anno di esercizio 2019 Coop ha ottenuto importanti risultati, realizzando un fatturato di 30,7 miliardi di franchi. L'utile si è attestato a 531 milioni di franchi.

Nel commercio al dettaglio, Coop ha incrementato il ricavo netto dell'1,4% a 18 miliardi di franchi. Con oltre 90 000 collaboratori, 2 333 punti di vendita e 42 centri commerciali, Coop offre ai propri clienti un'esperienza di acquisto su misura per le loro esigenze. Nel 2019, per esempio, con la ristrutturazione del Volkiland di Volketswil o la nuova costruzione di Coop Löwenberg a Morat, sono stati realizzati moderni centri commerciali che riuniscono in un'unica sede vari formati di vendita come Coop Edile+Hobby, Coop City, ma anche Interdiscount, Import Parfumerie e altri. Nel settore dei supermercati, oltre 110 punti di vendita riflettono già il nuovo concept dei negozi 2025+. L'elevata qualità degli assortimenti, la vasta selezione di prodotti sostenibili e la varietà offerta dai supermercati Coop sono molto apprezzate, come dimostra tra l'altro l'aumento del 2,5% dell'afflusso dei clienti.

Nei formati specializzati, il ricavo netto dell'intero gruppo ha raggiunto i 7,5 miliardi di franchi. I grandi magazzini Coop City hanno nuovamente guadagnato quote di mercato. Il segmento dell'elettronica di consumo ha registrato una crescita positiva con i formati Interdiscount (+3,4%) e Fust (+2,6%). Anche Coop Vitality ha continuato a fare grandi progressi, con un incremento del 5,8%. Un risultato particolarmente apprezzabile è stato quello di Update Fitness che ha registrato una crescita del 21,8%. Con 48 centri, l'azienda figura tra i leader del settore del fitness in Svizzera. Livique/Lumimart ha incrementato il ricavo netto del 2% a oltre 200 milioni di fran-

chi. Con un ricavo netto di quasi 2,5 miliardi di franchi, Coop Mineraloel AG si conferma l'azienda numero uno in Svizzera nel commercio di carburanti e prodotti convenience. E al suo interno, i 314 shop Coop Pronto hanno registrato lo scorso anno una crescita dell'1,9% grazie ai loro orari di apertura orientati ai clienti e alla vasta gamma di prodotti freschi e convenience.

Coop ha fatto ancora una volta grandi progressi nel commercio online, dove ha realizzato un fatturato complessivo di 2,6 miliardi di franchi. Un contributo fondamentale in tal senso è stato fornito dagli shop online nel settore dell'elettronica di consumo, con una crescita del 17,5% a oltre 600 milioni di franchi. Tra gli eventi cruciali ricordiamo la trasformazione di Microspot.ch da rivenditore di elettronica di consumo a vero e proprio centro commerciale online svizzero per i prodotti Non Food con la funzione di piazza di mercato. Il supermercato online Coop@home ha registrato una crescita del 5,4% ed è riuscito a conquistare nuove quote di mercato.

Il ricavo netto del settore aziendale Commercio all'ingrosso (del gruppo Transgourmet) si è attestato a 9,7 miliardi di franchi, il che equivale a una crescita del 3,7% in valuta locale. Transgourmet ha così rafforzato la propria posizione nel commercio europeo del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso, crescendo in tutti i paesi in cui opera. L'anno scorso, Transgourmet si è concentrato principalmente sull'ampliamento dell'assortimento di prodotti freschi e sull'uniformazione dei sistemi informatici transnazionali, che consentono di offrire servizi digitali su misura per i clienti. Con l'acquisto di Emmi Frisch-Service AG, Transgourmet ha inoltre ampliato le proprie competenze nel settore lattiero-caseario in Svizzera. In Austria, l'azienda ha rilevato Gastro Profi GmbH acquisendone anche il vasto know-how nel settore in forte espansione della gastronomia etnica. In Germania Sanalogic, una delle aziende leader nella gestione informatizzata del catering nel settore sanitario, è ora un'affiliata al 100% di Transgourmet.

Il ricavo netto delle aziende di produzione è aumentato dello 0,5% in valuta locale e ammonta a 4,8 miliardi di franchi. L'anno di esercizio del Bell Food Group è stato caratterizzato a livello europeo da un forte rincaro dei prezzi delle materie prime nel settore della carne di suino, dalla riorganizzazione di Bell Deutschland, dall'avvio dell'impianto convenience più moderno d'Europa a Marchtrenk, in Austria, e da un andamento positivo per la Svizzera nella seconda metà dell'anno.

Il fatturato realizzato dal Gruppo Coop con prodotti sostenibili è aumentato nel 2019 di 40 milioni di franchi a oltre 4,7 miliardi di franchi. Anche il fatturato dei prodotti biologici ha continuato a crescere con un incremento dell'8,4%. Coop rimane quindi il numero uno indiscusso in questo campo. Con la "Giornata della buona azione" del 2019, Coop ha inoltre inviato un ennesimo segnale importante circa il suo impegno di lunga data a favore della società e della natura. Centinaia di migliaia di volontari hanno partecipato all'iniziativa manifestando la loro solidarietà verso il prossimo e l'ambiente. Grandi e piccini hanno apprezzato i numerosissimi gesti di solidarietà e si è creato un movimento positivo in tutto il Paese. La "Giornata della buona azione" sarà riproposta nel 2020 insieme ad altre iniziative legate alla sostenibilità.

Il Gruppo Coop è pronto per affrontare il futuro. Poggia infatti su basi finanziarie molto solide e vanta in tutti i settori aziendali collaboratori fortemente motivati, che si impegnano quotidianamente per soddisfare le esigenze dei clienti. Cogliamo qui l'occasione per ringraziare di cuore tutti questi collaboratori.



Hansueli Loosli
Presidente del Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter
Presidente della Direzione generale

Tappe principali nel 2019



Gennaio

Transgourmet acquisisce Gastro Profi GmbH
Transgourmet Österreich acquisisce Gastro Profi GmbH e amplia così la propria offerta nel campo della gastronomia etnica. L'azienda, specializzata in gastronomia all'ingrosso, mantiene la propria autonomia. Tutti i posti di lavoro vengono mantenuti.

Febbraio

Transgourmet acquisisce Emmi Frisch-Service AG
Transgourmet rileva Emmi Frisch-Service AG insieme a tutti i collaboratori. L'azienda rifornisce circa 600 aziende nei settori Food Service, ospedali e case di cura, convenience store e grossisti.

Coop inaugura Fooby Store a Losanna

Coop apre il primo Fooby Store nell'ex Kursaal-Théâtre in Place Bel Air a Losanna. Qui tutto ruota intorno ai temi artigianalità, regionalità e sostenibilità.

2x 100 000 franchi per gli aiuti d'emergenza alla CRS

Dopo il ciclone tropicale Idai, Coop dona 100 000 franchi alla Croce Rossa Svizzera (CRS) per gli aiuti immediati nel Malawi. A novembre, dopo il devastante terremoto in Albania, Coop ha effettuato un'altra donazione a un'organizzazione di soccorso della CRS.

Marzo

Doris Leuthard entra nel Consiglio d'amministrazione di Coop
Il 28 marzo 2019 l'Assemblea dei delegati di Coop nomina l'ex consigliera federale Doris Leuthard nel Consiglio d'amministrazione di Coop.



Aprile

WWF premia nuovamente Coop
Il WWF ha sottoposto a un nuovo rating ambientale le maggiori aziende svizzere all'ingrosso e al dettaglio. Rispetto all'ultima valutazione del 2015, Coop è continuata a migliorare praticamente in tutti gli ambiti. Le performance Coop in tema di sostenibilità vengono definite "esemplari e lungimiranti" e in diversi ambiti "visionarie".

Maggio

Coop lancia la "Giornata della buona azione"
Insieme a cinque grandi partner, Coop lancia la "Giornata della buona azione". Con questa iniziativa, Coop vuole richiamare l'attenzione sul volontariato e sui gesti di solidarietà verso il prossimo. Nell'ambito di questa prima edizione, centinaia di migliaia di volontari si sono impegnati nella "Giornata della buona azione", che in futuro si terrà annualmente.

Giugno

Sapori d'Italia ora anche nel Supermercato Coop
I quattro negozi Sapori d'Italia di Coop suscitano grande interesse. Coop ora porta nei suoi supermercati oltre 100 autentiche specialità e novità italiane firmate Sapori d'Italia.



Luglio

Coop lancia il primo sistema svizzero per il riutilizzo di confezioni take-away
Con reCIRCLE, Coop lancia in Svizzera il primo sistema di confezioni take-away riutilizzabili. Il progetto pilota prende il via a Basilea e contribuisce a ridurre l'uso di stoviglie usa e getta per il take-away e quindi a generare meno rifiuti.

Agosto

Microspot.ch diventa un vero e proprio centro commerciale online per i prodotti Non Food
Da fornitore di elettronica di consumo, Microspot.ch si trasforma in un vero e proprio centro commerciale online. L'assortimento è stato notevolmente ampliato e sia le consegne che i servizi alla clientela sono stati migliorati.

Settembre

Fust apre il nuovo centro logistico
Il 12 settembre, Fust apre il nuovo centro logistico a Oberbüren. In soli due anni di lavori l'area dell'ex magazzino è stata raddoppiata e la logistica è stata altamente automatizzata. Da questa sede centrale vengono rifornite tutte le 156 filiali e i 12 depositi di consegna a domicilio.

Il Gruppo Bell Food avvia l'impianto convenienze più moderno d'Europa
Con l'avvio in Austria del più moderno impianto convenienze d'Europa, il Gruppo Bell Food espande ulteriormente la propria posizione di mercato in questo settore.



Ottobre

Coop sostiene un'alpe nell'Alto Vallese
Una parte dei proventi di ogni panino del 1° Agosto venduto va al Padrinato Coop per le regioni di montagna. Grazie a questa campagna, il Padrinato Coop ha sostenuto l'importante risanamento dell'Alpe Frid nel Canton Vallese.

Novembre

Microspot.ch diventa una piazza di mercato
Microspot.ch introduce la funzione di piazza di mercato. Da novembre rivenditori terzi selezionati possono vendere i loro prodotti a proprio nome e per proprio conto nel centro commerciale online svizzero.

Nuova apertura Coop City St. Annahof
Dopo la ristrutturazione, il rinomato grande magazzino di Coop a Zurigo si presenta in una veste nuova e moderna. Questo negozio dalle antiche tradizioni ha ampliato il proprio assortimento nei settori gioielleria, cosmetica, tessuti e giocattoli e presenta la più grande offerta di derrate alimentari nella Bahnhofstrasse.

Apertura di Volkiland
Riapre il nuovo Volkiland e con esso anche l'ipermercato Coop. Nell'ambito della ristrutturazione totale del centro commerciale, la superficie è stata ampliata a circa 5450 m² e modernizzata secondo il nuovo concept dei negozi.

Strategia e contesto

Con assortimenti innovativi, 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. Oltre 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: 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 delle unità di 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 degli 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. I settori aziendali 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, differenziare l'assortimento con i prodotti e raggiungere un livello di efficienza ancora maggiore a vantaggio di prezzi al consumo più convenienti.

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 concept 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 anche un'opportunità per adottare nuovi modelli commerciali. L'importanza della digitalizzazione ha anche spinto Coop a diventare partner principale di Digital Switzerland e di Kickstart-Accelerator, l'hub di innovazione digitale per start-up.

Particolarmente degno di nota è anche l'approccio omni-channel, ossia la combinazione tra commercio online e stazionario. Nel 2019, 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 23 nel settore Commercio al dettaglio e 17 nel settore Commercio all'ingrosso/Produzione.

Oltre all'approccio omni-channel, Coop utilizza la piattaforma di e-business Microspot, la piattaforma Non Food del Gruppo Coop. Questo centro commerciale svizzero online integra commercianti all'ingrosso nazionali e internazionali come distributori e assicura un'ampia e variegata offerta di prodotti Non Food. Presso Microspot ci sono inoltre prodotti dei formati Non Food del Gruppo Coop, per esempio di Coop Edile+Hobby, di Import Parfumerie e di Christ Orologi & Gioielli.

Strategia di approvvigionamento

Con la strategia di approvvigionamento, Coop mira ad assicurarsi l'accesso a fonti di materie prime e alla loro alta qualità. In Svizzera Coop punta su partnership a lungo termine con l'agricoltura svizzera. L'approvvigionamento di prodotti regionali e locali e di prodotti biologici ricopre un ruolo importante in questo contesto. Un ruolo centrale è affidato alla sostenibilità nell'approvvigionamento di merci sia in Svizzera che all'estero. 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 socio-ecologici.

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 anche a tutti i centri di distribuzione del Gruppo Coop in tutta Europa garantendo così l'approvvigionamento di quantità adeguate sui mercati. Anche Agecore, l'alleanza d'acquisti in Europa d'importanza internazionale per la promozione dello sviluppo di attività transfrontaliere nel settore del commercio al dettaglio, intende liberare ulteriori sinergie negli acquisti.

Coop punta a livello nazionale e internazionale a partnership a lungo termine con i suoi fornitori. Con loro, Coop ottimizza la Supply Chain e sfrutta le sinergie.

Gestione della qualità

Già da 114 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. 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 di questi obiettivi vengono sviluppate 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

Vendite nel commercio al dettaglio svizzero

Il commercio al dettaglio svizzero ha registrato una certa ripresa nel 2019, benché le vendite nominali siano aumentate solo leggermente. Il settore Food è rimasto stagnante e ha superato solo in minima parte i livelli dell'anno precedente. Il settore Non Food si è invece ripreso realizzando per la prima volta un lieve incremento dopo anni di vendite in calo.

Interventi nel settore littering e rifiuti

I temi littering e rifiuti hanno acquisito importanza nell'anno in esame. Numerosi interventi politici chiedono misure per il miglioramento dei sistemi di riciclaggio, divieti di plastica e la lotta al littering. Coop è un commerciante al dettaglio consapevole della propria responsabilità che apporta un importante contributo alla riduzione dell'utilizzo della plastica nel packaging e offre nel suo assortimento imballaggi riutilizzabili. Coop sostiene soluzioni pragmatiche che prendono sul serio il principio di causalità e tengono in considerazione la spartizione delle competenze esistente tra commercio al dettaglio e Comuni. Dal 2012 Coop ha ridotto di circa 24 000 tonnellate l'uso di materiali di imballaggio. L'obiettivo è di risparmiare altre 4000 tonnellate di materiale di imballaggio entro la fine del 2020.

Conquistare la leadership con la sostenibilità

La sostenibilità fa parte del 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 30°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.

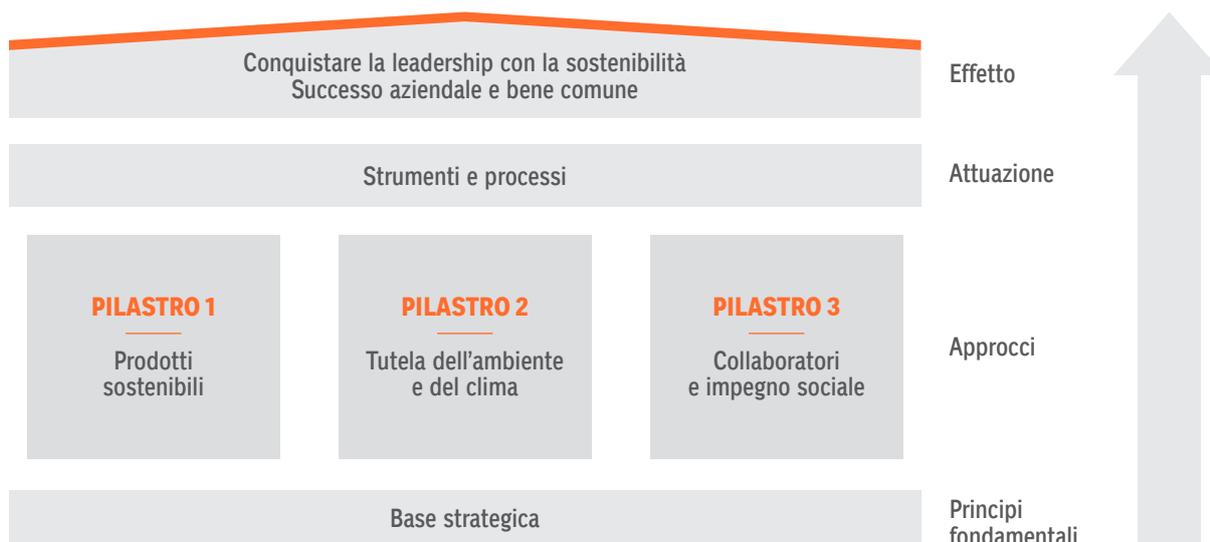
Con un approccio sostenibile di ampio respiro, il Gruppo Coop intende fornire prestazioni supplementari per distinguersi nei diversi mercati, assicurare l'accesso alle risorse e creare con la sostenibilità un valore condiviso in seno al Gruppo Coop. In questo modo, Coop garantisce inoltre che i crescenti 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](#). Ogni anno viene pubblicato un [Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità](#) che fornisce informazioni specifiche dettagliate sull'impegno a favore della sostenibilità e sul grado di raggiungimento degli obiettivi pluriennali di Coop nel settore 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", approvata già nel 2008. A tal fine Coop ha definito un percorso di riduzione, la cui attuazione procede come da programma con misure e obiettivi appositamente definiti. Altri temi di rilievo sono l'ottimizzazione degli imballaggi, la riduzione del volume di rifiuti, il riciclaggio, la logistica e il trasporto merci, oltre che la gestione idrica e un'edilizia sostenibile. Coop dedica particolari sforzi al settore dell'ottimizzazione degli imballaggi attraverso l'impegno a favore di una gestione responsabile della plastica.

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). In occasione dell'evento annuale "Giornata della buona azione", Coop fa leva sul proprio radicamento nella popolazione diffondendo in tutta la Svizzera l'invito a compiere buone azioni volontarie a favore della società e dell'ambiente.

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.

Per informazioni sui progetti del Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, visitare il sito www.fatti-non-parole.ch/fondo.

Radicamento 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.

La "Giornata della buona azione" di Coop ha mobilitato tutta la Svizzera

Il 25 maggio Coop ha organizzato la prima "Giornata della buona azione" e ha invitato tutta la Svizzera a compiere buone azioni. Il punto focale erano le attività di volontariato e i gesti di solidarietà a favore degli altri. Centinaia di migliaia di volontari (bambini, famiglie, associazioni, collaboratori di Coop e perfino personalità svizzere) hanno prestato il proprio impegno compiendo buone azioni, come la donazione di sangue, la pulizia delle sponde dei corsi d'acqua o la donazione di alimenti. Cinque grandi partner – la Croce Rossa Svizzera, il WWF Svizzera, la Tavola Svizzera, il Tavolino Magico e il Movimento Scout Svizzero – si sono uniti all'iniziativa organizzando in tutta la Svizzera azioni di partecipazione per la popolazione. La "Giornata della buona azione" si terrà nuovamente sabato 13 giugno 2020.

Per maggiori informazioni sulla "Giornata della buona azione", visitare il sito www.giornata-della-buona-azione.ch

Coop s'impegna a favore di una gestione responsabile della plastica

Coop s'impegna in modo trasparente e sistematico a favore della riduzione della plastica al fine di rispondere alla crescente domanda di alternative alla plastica e prodotti non confezionati. Dal 2012 Coop ha ridotto di circa 24 000 tonnellate il packaging o lo ha migliorato dal punto di vista ecologico. Già oggi il 40% circa della frutta e verdura bio dell'assortimento Coop non è confezionato o ha un imballaggio migliorato dal punto di vista ecologico. Nei prossimi anni, questa percentuale dovrà raggiungere il 60%. Coop ha anche stabilito l'obiettivo di ottimizzare altre 4000 tonnellate di imballaggi entro la fine del 2020. Nel settore convenience, Coop ha introdotto i box riutilizzabili reCIRCLE, che da luglio possono essere ritirati in tutti i Ristoranti Coop e Coop Take It versando un deposito di dieci franchi. Dopo l'uso, i box possono essere restituiti presso tutti i ristoranti reCIRCLE partecipanti all'iniziativa, che li laveranno e li riutilizzeranno. Nel corso dell'anno in esame, Coop ha inserito nell'assortimento anche diverse alternative alla plastica. Nell'ottobre del 2019, Coop ha annunciato che, in tutta la Svizzera, a partire dal 2020 non verranno più fornite buste di plastica gratuite presso nessuno dei formati del commercio al dettaglio del Gruppo Coop.

Per maggiori informazioni sull'impegno di Coop per la riduzione della plastica, visitare il sito www.fatti-non-parole.ch/imbballaggi

Leadership nella classifica sul benessere degli animali BBFAW

Per la sesta volta consecutiva, Coop è stata l'unica azienda di commercio al dettaglio svizzera a posizionarsi ai vertici della classifica internazionale sul benessere degli animali "Business Benchmark on Farm Animal Welfare" (BBFAW). Dal 2013, quindi, Coop è stata inclusa ogni anno nella rosa dei migliori della prestigiosa classifica internazionale. Il BBFAW ha apprezzato in particolare gli standard Coop per il benessere degli animali. Con il pollo Naturafarm, il manzo Natura-Beef e il vitello Natura-Veal, Coop è l'unico commerciante al dettaglio svizzero che offre, oltre ai prodotti biologici, un'ampia scelta di carne proveniente da allevamento al pascolo. Con l'istituzione e l'ampliamento del programma Coop per il latte convenzionale, Coop ha compiuto ulteriori progressi nel campo del benessere degli animali: l'allevamento al pascolo è ora obbligatorio e ai produttori viene garantito un prezzo equo per il latte. Inoltre, il sostegno di Coop a oltre 20 progetti di ricerca e sviluppo volti a migliorare il benessere degli animali ha contribuito al raggiungimento del massimo punteggio nella classifica attuale. BBFAW è un rating che valuta le prestazioni delle aziende di tutto il mondo nell'ambito del benessere animale.

WWF premia nuovamente Coop come "pioniere"

Già nell'aprile del 2019, l'organizzazione ambientalista WWF ha premiato nuovamente Coop per il suo impegno a favore della sostenibilità. Dall'ultima valutazione del 2015, Coop ha continuato a crescere praticamente in tutti gli ambiti. Il WWF ha definito "esemplari e lungimiranti" e, in diversi settori, "visionarie" le attività di Coop per la sostenibilità. Nel 2006, Coop è stato il primo commerciante al dettaglio svizzero ad avviare una partnership strategica con il WWF Svizzera. Questa collaborazione è incentrata principalmente sulle tematiche relative a foreste, mare, pesce e clima. Obiettivo della collaborazione è una sensibilizzazione ai consumi sostenibili e un ulteriore ampliamento dell'assortimento di prodotti sostenibili. Questo riconoscimento è una motivazione per Coop a mantenere il proprio impegno per l'uomo, gli animali e la natura con la stessa determinazione e coerenza dimostrate sino ad ora.

Settore aziendale Commercio al dettaglio

Formati di vendita e offerta	18
Supermercati e Formati Food	18
Inaugurazione a Losanna del nuovo formato di negozio Fooby	18
Marché inaugura il primo caffè di Zopf & Zöpfli e ristruttura la sede di Neuenkirch-Ost	19
La Gastronomia Coop introduce un sistema di take-away con box riutilizzabili	19
Varietà degli assortimenti	19
Coop si impegna per prezzi al consumo più convenienti	19
Prix Garantie aumenta l'attrattività di Coop per le famiglie	19
Coop lancia la marca propria "Happy Cola"	19
Alternative vegetali ad hamburger e yogurt	20
Primo cilindro universale di CO ₂ di Coop Qualité & Prix	20
Olio di palma bio nei prodotti convenzionali	20
Coop punta sulla soia sostenibile	21
Acquisto aggregato dei beni non commerciabili	21
Tappe principali dei formati Food	21
Formati specializzati Non Food	23
Microspot.ch diventa il centro commerciale online globale per i prodotti Non Food in Svizzera	23
Ing. dipl. Fust riapre il centro logistico ampliato e introduce SAP come sistema integrale	24
Coop City riapre a Zurigo St. Annahof dopo una ristrutturazione totale	24
Import Parfumerie lancia un club per i propri clienti	24
Service 7000 e Schubiger Haushalt si uniscono	24
Tappe principali dei formati specializzati Non Food	25
Logistica, Informatica e Immobili	30
L'ampliamento della centrale di distribuzione di Aclens procede a ritmo spedito	30
Passabene Mobile disponibile in tutti i supermercati	30
Digitalizzazione nella logistica	30
Intelligenza artificiale per determinare i quantitativi degli articoli in azione	30
Sostenibilità presso Coop Immobilien	30
Digitalizzazione nella pianificazione immobiliare	31
Progetti immobiliari	31
Prestazioni supplementari	32
Gestione della qualità a 360°	32
Impegno sociale	32
Comunicazione e pubblicità	34

Settore aziendale Commercio al dettaglio

Coop inaugura formati di negozi innovativi e amplia l'assortimento per la famiglia con prodotti sostenibili e convenienti. Microspot.ch diventa il centro commerciale online globale per il settore Non Food. Nella logistica, i progetti di digitalizzazione procedono secondo la tabella di marcia.

Nel 2019 il Gruppo Coop ha realizzato un ricavo netto di 17.9 miliardi di franchi nel commercio al dettaglio (esclusi carburanti e combustibili), superando così i risultati dell' 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 2019 il gruppo contava 2 333 punti di vendita su tutto il territorio svizzero, 20 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 40 shop online hanno registrato nel 2019 una crescita del 16.3% rispetto all'anno precedente.

17.9 mia. di CHF

**di ricavo netto nel
commercio al dettaglio**

Coop attribuisce particolare importanza strategica ai suoi assortimenti sostenibili. Nel 2019 il fatturato realizzato nel commercio al dettaglio con prodotti sostenibili è stato di ben 4.21 miliardi di franchi, con un aumento del 3.1% rispetto all'anno precedente (maggiori dettagli su www.coop.ch/sost-rapp). Il solo fatturato dei prodotti biologici è stato di oltre 1.47 miliardi di franchi, con un aumento del 2.2% rispetto all'anno precedente.

Supermercati e Formati Food

Nel 2019 i supermercati Coop hanno realizzato un ricavo netto di oltre 10.4 miliardi di franchi. La frequenza della clientela è aumentata del 2.5%, consentendo a Coop di conquistare molti nuovi clienti e quote di mercato significative.

Con 931 punti di vendita, Coop vanta la più fitta rete di vendita di tutta la Svizzera. Nell'anno di esercizio 2019 sono stati aperti 23 punti di vendita, mentre ne sono stati chiusi 10. Durante l'anno, altri 35 supermercati sono stati modernizzati in base al nuovo concept dei negozi 2025+, portando così a 110 i supermercati già allestiti in base al nuovo concept. Inoltre, Coop ha implementato il concept dei negozi 2025+ nel nuovo ipermercato Coop del centro commerciale Volkiland con 5 100 m².

Inaugurazione a Losanna del nuovo formato di negozio Fooby

A marzo, Coop ha lanciato a Losanna un nuovissimo formato di negozio Fooby. Nel primo negozio Fooby tutto ruota intorno ai temi artigianalità gastronomica, regionalità e sostenibilità. Il nuovo concept store di FOOPY riunisce tutte le peculiarità del negozio convenience e di un'azienda artigianale. Nell'ex teatro

Kursaal, costruito nel 1901, entrano in scena i protagonisti dell'arte culinaria: su quasi 1 000 m² di superficie si affumica il pesce, si tosta il caffè e si cuoce il pane, si insaccano le salsicce e vengono proposti vini in degustazione. Circa 30 collaboratori e specialisti sono a disposizione per consigliare i clienti interessati, e i produttori regionali presentano le loro specialità esclusive. Inoltre, circa il 70% dei prodotti in vendita è sostenibile.

Marché inaugura il primo caffè di Zopf & Zöpfli e ristruttura la sede di Neuenkirch-Ost

A novembre nel centro commerciale Coop Volkiland è stato inaugurato il primo caffè di Zopf & Zöpfli. Con questo nuovo formato, i partner Marché e Betty Bossi conquistano un nuovo segmento di mercato, estendendo la loro fruttuosa cooperazione dalle stazioni ferroviarie ai centri commerciali. Per l'anno di esercizio 2020 è prevista l'inaugurazione di un'ulteriore filiale nel centro commerciale Letzipark di Zurigo. Prosegue anche l'espansione delle filiali di Zopf & Zöpfli nelle stazioni ferroviarie. Per Marché l'anno appena concluso è stato caratterizzato soprattutto dalla ristrutturazione della sede di Neuenkirch-Ost. L'area di servizio lucernese è stata adattata al nuovo concept dei ristoranti. Inoltre, la società ha inaugurato una nuova filiale di Burger King per alleggerire il carico di lavoro della filiale di Burger King di Neuenkirch-West.

La Gastronomia Coop introduce un sistema di take-away con box riutilizzabili

Concluso con successo il progetto pilota, da oggi Coop offre i box riutilizzabili reCIRCLE in tutti i 178 ristoranti Coop e Take It Coop. I clienti Coop utilizzano per i loro menu take-away uno dei box riutilizzabili reCIRCLE. In caso di un acquisto superiore a 10 franchi, Coop premia il comportamento ecologico con uno sconto del 10%. La restituzione dei box non è legata a Coop: dopo il pranzo o la cena, i contenitori possono essere comodamente consegnati presso uno dei partner di reCIRCLE, un Ristorante Coop o un Take It Coop.

Varietà degli assortimenti

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 2019 Coop ha rinnovato il proprio impegno a favore di prezzi al consumo convenienti. Nell'ambito di diverse campagne di riduzione dei prezzi, Coop ha ridotto per esempio il prezzo di numerosi articoli di marca e prodotti della linea Prix Garantie. Nell'anno in esame, Coop ha investito 65 milioni di franchi in prezzi di vendita più bassi. Coop ha comunicato tutte le variazioni dei prezzi su Cooperazione.

Prix Garantie aumenta l'attrattività di Coop per le famiglie

Con un totale di oltre 170 nuovi prodotti, principalmente nei settori dei prodotti freschi e per la famiglia come frutta e verdura, latticini e salumi, nell'anno in esame Coop ha iniziato ad ampliare l'offerta dei prodotti Prix Garantie. L'ampliamento del portafoglio di prodotti dovrebbe proseguire fino alla fine del 2020. Con queste misure, Coop soddisferà ancora meglio le esigenze di tutti i gruppi di clienti, e in particolare delle famiglie. La filosofia di Prix Garantie resta invariata: offrire prodotti di qualità a basso prezzo.

Coop lancia la marca propria "Happy Cola"

A maggio, Coop ha introdotto una nuova marca propria con il nome Happy Cola. Questa nuova cola alternativa prodotta in Svizzera è disponibile nelle versioni Happy Cola Classic e Happy Cola Zero. I prodotti hanno ottenuto in breve tempo riscontri molto positivi dalla clientela: oltre il 35% di tutti i clienti acquisiti ha già riacquistato Happy Cola per la seconda o terza volta. Oggi Happy Cola si è affermata come una seria alternativa nel contesto competitivo dei principali produttori di cola. Coop intende ora ampliare la gamma delle cole alternative e offrire ai propri clienti ancora più possibilità di scelta. Oltre ai supermercati Coop, anche i ristoranti Coop, coop@home, Coop Pronto e Transgourmet propongono Happy Cola nelle loro offerte.

Alternative vegetali ad hamburger e yogurt

Ad aprile Coop è stato il primo commerciante al dettaglio a portare il Beyond Burger dalla California nei supermercati svizzeri. Il Beyond Burger rappresenta un'alternativa vegetale alla carne che si avvicina molto all'originale per gusto, consistenza e aspetto. Anche la composizione del Beyond Burger non è molto diversa da quella del suo alter ego alla carne: il Beyond Burger è infatti ricco di proteine, grassi, oligoelementi e acqua. 100 grammi contengono 17.6 grammi di proteine di origine puramente vegetale. L'ingrediente principale sono i piselli, insieme a barbabietole che conferiscono al burger il classico colore rosato, mentre olio di cocco e fecola di patate lo rendono morbido e succoso. Sempre ad aprile Coop ha introdotto un'alternativa vegetale allo yogurt a base di mandorle. Gli yogurt vegetali non solo sono privi di lattosio ma contengono anche pochi o zero zuccheri. Questi prodotti Karma sono disponibili in tre varietà. Questi nuovi prodotti, rivolti a tutti coloro che cercano un'alternativa ai prodotti di origine animale, si affiancano al variegato assortimento degli oltre 600 prodotti vegani di Coop.

Primo cilindro universale di CO₂ di Coop Qualité & Prix

Per soddisfare la crescente domanda di gasatori di acqua, a gennaio Coop ha lanciato con grande successo il primo cilindro universale di CO₂ della marca propria Qualité & Prix. Il cilindro è compatibile con tutti i gasatori in commercio, è di ottima qualità ed ecosostenibile. Con i cilindri di CO₂ di Qualité & Prix, inoltre, Coop offre un prodotto significativamente più conveniente rispetto al prodotto di marca del leader di mercato.

Olio di palma bio nei prodotti convenzionali

Nel 2018 Coop si è posta l'obiettivo di usare olio di palma con la Gemma Bio anche nei prodotti alimentari convenzionali delle marche proprie Coop. Si tratta di olio di palma certificato secondo le rigorose direttive di Bio Suisse. In marche proprie selezionate, Coop sostituisce l'olio di palma con altri oli e grassi laddove ciò sia opportuno e tecnicamente fattibile. Se vengono utilizzati altri oli o grassi tropicali, come l'olio di cocco, essi devono provenire da una produzione Fairtrade e/o certificata Bio Suisse. Dal 2019 sono giunti sugli scaffali dei supermercati Coop i primi prodotti con la nuova certificazione, come le zampe d'orso e le meringhette al cioccolato di marca propria. Una valutazione esterna della sostenibilità dell'olio di palma con la Gemma Bio dimostra che tutti i produttori di olio di palma certificati Bio Suisse raggiungono ottimi risultati relativi all'utilizzo del territorio, alle condizioni di lavoro e all'applicazione di metodi di coltivazione ecologici.

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 punta sulla soia sostenibile

Dal 2019 Coop è il primo commerciante al dettaglio del mondo a coprire l'intero fabbisogno di soia delle marche proprie con soia prodotta in modo responsabile e secondo gli standard più elevati, che prevedono, tra le altre cose, la tutela delle foreste pluviali e il divieto di coltivare soia geneticamente modificata. Grazie al suo elevato tenore proteico, la soia è spesso utilizzata come mangime per gli animali da allevamento. Per questo la soia giunge sulle tavole dei consumatori svizzeri soprattutto sotto forma di uova, pesce, carne e latticini. Le marche proprie rappresentano la maggior parte di questo assortimento Coop. Ecco perché per Coop è importante che la soia presente nei mangimi per gli animali provenga da produzioni sostenibili. Tale intento è in gran parte già stato raggiunto. Inoltre, attraverso l'acquisto di certificati di sostenibilità, Coop può garantire che per qualsiasi quantità di soia che non soddisfi ancora i requisiti, venga prodotta la stessa quantità di soia certificata. Tale sistema consente di favorire la produzione di soia sostenibile.

Acquisto aggregato dei beni non commerciabili

Per sfruttare al meglio le sinergie, l'acquisto di gran parte dei beni non commerciabili è stato aggregato per l'intero Gruppo Coop e per tutti i paesi. Il punto di snodo centrale per l'acquisto di tali beni è costituito dalla sede principale di Basilea. Qui, insieme ai servizi specializzati del Gruppo Coop, i responsabili degli acquisti centralizzati definiscono i requisiti e le specifiche dei beni da acquistare. Gli effetti di aggregazione generati da tale procedura consentono ogni anno risparmi significativi per il Gruppo Coop. Nell'anno in esame, Coop ha aggregato in particolare gli acquisti relativi ai gruppi merceologici del cartone, dei materiali da imballaggio e delle etichette, ma anche a settori tecnici più complessi come quelli dei carrelli elevatori e degli autocarri.

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

- Conquista di nuove quote di mercato
- Aumento del 2.5% del numero di clienti
- Ristrutturazione di altre 35 filiali in base al nuovo concept dei negozi. Alla fine del 2019 sono state ristrutturate 110 filiali.
- Apertura di 23 nuovi punti di vendita
- Organizzazione di 4182 eventi di formazione
- Introduzione di Coop Passabene Mobile, il primo sistema di self-scanning della Svizzera, in tutti i supermercati Coop
- Riduzione della plastica, per esempio con cannucce di carta e stoviglie monouso in foglie di palma.
- Lancio di una cola (Happy Cola) di produzione propria
- Prima introduzione di Beyond Burger (puramente vegetale) nel commercio al dettaglio
- Avvio della marca propria Coop Conviva health & life

▼ Factsheet



Il numero uno sul mercato svizzero dei prodotti convenienze

- Apertura di 3 shop con stazione di servizio e 1 shop stand-alone
- 5 shop riaperti dopo importanti lavori di ristrutturazione
- Oltre 500 prodotti introdotti ogni anno
- Forte crescita nel settore dei prodotti sostenibili con Naturaplan
- Ampliamento dell'offerta di hot dog in 74 sedi
- Servizio di ritiro Pick-up in 48 sedi
- Maggiore sostenibilità grazie a sistemi di illuminazione a LED, a impianti di refrigerazione di ultima generazione con accumulatori di freddo e all'acquisto centralizzato di energia elettrica

▼ Factsheet



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

- Andamento positivo delle vendite
- Nuova filiale presso Coop City a Zurigo St. Annahof

Factsheet



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

- Assortimento ampliato a 18 000 articoli nella Svizzera tedesca e romanda
- Successo dei banchi online di carne, pesce, formaggi e pane
- Digital Commerce Awards 2019: 3° posto nella categoria "Body&Taste"
- Nuovo furgone con pannello solare sul tetto per alimentare la refrigerazione a veicolo fermo; se il test avrà esito positivo, questa tecnologia sarà utilizzata su tutti i veicoli nuovi a partire dal 2020

Factsheet



Il formato dedicato ad artigianalità culinaria, regionalità e sostenibilità

- Inaugurazione del primo Fooby Store a Losanna Bel Air il 6 marzo 2019
- Vasta offerta di prodotti freschi realizzati nello Store
- Circa 45 produttori regionali
- 70% dei prodotti da produzione sostenibile

Factsheet



Il formato di negozio trendy per prodotti vegetariani e vegani

- Andamento positivo delle vendite
- Espansione dell'assortimento di pane/prodotti da forno con un cornetto vegano preparato con farina Keimkraft

Factsheet



Il negozio di Coop dedicato alla gastronomia italiana

- Inaugurazione di nuovi punti di vendita alla stazione centrale di Zurigo e alla stazione di Ginevra
- Lancio in tutti i supermercati Coop della marca propria Sapori d'Italia, con oltre 100 autentiche specialità italiane

Factsheet



La buona tavola, ogni giorno, a prezzi imbattibili

- Significativa crescita del mercato
- Ulteriore sviluppo del concept di allestimento "Vista" con elementi nuovi e innovativi
- Introduzione di soluzioni sostenibili "reCIRCLE" per ridurre la plastica
- Sostituzione di cannucce in plastica e posate monouso con soluzioni sostenibili in cartone, carta e legno

Factsheet



Leader della ristorazione con prodotti freschi in luoghi ad alta frequenza

- Riapertura del Marché Neuenkirch-Ost ristrutturato secondo il nuovo concept di Marché
- Espansione degli impianti Clean Toilets nelle aree di servizio di Bellinzona Sud e Nord
- Lancio della rivista per i clienti "En Route": informazioni e approfondimenti su Marché
- Inaugurazione presso la stazione di Thun del concept italiano Così: pasta da gustare nel ristorante o da asporto
- Nuova apertura di Burger King nell'area di servizio di Neuenkirch-Ost
- Remodelling del Burger King dell'area di servizio di Würenlos secondo il nuovo concept delle sale di Burger King
- Ristrutturazione completa del Marché Cafébar nell'area di sosta di Würenlos

Factsheet



▼ Factsheet

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

- Progettazione e inaugurazione di un caffè Zopf & Zöpfli nel centro commerciale Volkiland di Zurigo

Betty Bossi

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

- Crescita delle vendite di utensili per la cucina in Svizzera
- Lancio di un abbonamento digitale alla rivista di Betty Bossi e introduzione di ulteriori varianti di abbonamento
- Sviluppo e introduzione di un software di ricette più moderno e preparazione del database delle ricette di Betty Bossi per l'integrazione di partner esterni
- Ampliamento dei servizi di Food Consulting per la Gastronomia Coop nei settori Sviluppo delle ricette, Culinary Coaching e Mystery Eating

▼ Factsheet

Formati specializzati Non Food

I formati specializzati hanno sfruttato l'anno di esercizio 2019 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 2019 un ricavo netto complessivo di oltre 14.1 miliardi di franchi, registrando ancora una volta una crescita in un contesto di mercato in regressione. I formati Non Food sono stati in grado di ampliare le proprie quote di mercato o di mantenerle nella maggior parte dei casi. 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 complessivo dei quattro formati nel 2019 è stato di circa 2.1 miliardi di franchi, con un aumento di 53.4 milioni di franchi rispetto all'anno precedente. Anche in questo settore, quindi, il Gruppo Coop è stato in grado di consolidare la propria leadership di mercato.

Microspot.ch diventa il centro commerciale online globale per i prodotti Non Food in Svizzera

Nel 2019 Microspot.ch si è trasformato da fornitore di elettronica di consumo a vero e proprio centro commerciale online. Oltre a una forte espansione degli assortimenti, il nuovo orientamento può vantare servizi di consegna e servizio clienti migliorati, nonché una nuova veste grafica con uno shop online ottimizzato. Dal solo mondo del Gruppo Coop, Microspot.ch ha già aggiunto al suo assortimento ampliato più di 34 000 prodotti Non Food, tra cui prodotti di Coop Edile+Hobby, Import Parfumerie e Christ Orologi & Gioielli. Sono presenti anche gli oltre 1000 prodotti delle marche proprie di Coop più amate, come Naturaline, Qualité & Prix e Oecoplan. Nel complesso, Microspot.ch offre ben oltre 400 000 prodotti. Singoli formati Coop e rivenditori terzi selezionati possono vendere i loro prodotti su Microspot.ch a proprio nome e per proprio conto: si tratta di una nuova funzionalità di piazza di mercato, introdotta da Microspot.ch nell'anno in esame.

più di **400 000**
prodotti nell'offerta
di **Microspot.ch**.

Anche i servizi di consegna a domicilio sono stati notevolmente ottimizzati. A seconda del luogo di residenza, i clienti possono usufruire di una consegna già nello stesso giorno o al più tardi il giorno successivo, e anche di sabato. Inoltre, nelle città di Basilea, Berna, Bienne, Friburgo, Ginevra, Losanna, Lucerna, Olten, San Gallo, Winterthur e Zurigo Microspot.ch ha introdotto il servizio "Same Day Delivery": in questo caso, i prodotti contrassegnati come articoli "Speed", se ordinati entro le 12:00, vengono consegnati la sera stessa. Tutti gli ordini possono anche essere ritirati presso 450 punti Pick-up di Coop.

Ing. dipl. Fust riapre il centro logistico ampliato e introduce SAP come sistema integrale

Il 12 settembre 2019 Ing. dipl. Fust ha inaugurato il suo nuovo centro logistico di Oberbüren. In appena due anni di lavori è stato possibile raddoppiare la superficie del vecchio magazzino, automatizzare notevolmente la logistica e aggiungere un ulteriore piano per gli uffici. Sul tetto è stato installato un enorme impianto fotovoltaico che fornisce energia rinnovabile all'intero edificio. La superficie di 50 000 m² consente di immagazzinare il quadruplo dei prodotti e di ridurre i tempi di consegna. Grazie a un magazzino per piccoli articoli e a un magazzino verticale completamente automatizzati, gli ordini vengono evasi molto più velocemente. La sede di Oberbüren rifornisce tutti i 156 negozi Fust e i 12 depositi per le consegne a domicilio, nonché tutti i clienti dello shop online. Nel nuovo centro logistico si trovano anche le modernissime officine di riparazione di Fust per le più svariate categorie di prodotti e un call center per il servizio di riparazione.

All'inizio dell'anno Ing. dipl. Fust ha introdotto il sistema SAP. Già nel 2016, l'azienda aveva dotato il servizio a domicilio di un nuovo software di pianificazione degli ordini e degli itinerari. Nel 2018, Ing. dipl. Fust ha fornito un tablet ai consulenti di vendita nei negozi. Oggi il nuovo sistema SAP collega integralmente tutti i sistemi IT. Con la produttiva entrata in servizio dei settori "Cucina e Bagno" e "Gestione edilizia", Fust ha implementato con successo la prima fase dell'introduzione di SAP come sistema IT integrale. Per il prossimo anno è prevista, e già in fase di implementazione, l'introduzione di SAP per tutti i processi di vendita al dettaglio: nel 2020 l'azienda prevede di collegare al software tutte le filiali e lo shop online. Il collegamento dei sistemi di cassa GK avverrà in una fase successiva.

Coop City riapre a Zurigo St. Annahof dopo una ristrutturazione totale

Dopo otto mesi di lavori di ristrutturazione, da metà novembre Coop City St. Annahof, nella Bahnhofstrasse di Zurigo, riapre al pubblico con il nuovo concept dei negozi "Bellacasa", con cui è già stata inaugurata con successo una dozzina di punti di vendita in tutta la Svizzera. Su sei piani e una superficie di vendita di circa 10 000 metri quadrati, i visitatori trovano qualsiasi cosa si possa desiderare da un grande magazzino moderno.

Import Parfumerie lancia un club per i propri clienti

A giugno Import Parfumerie ha introdotto un club per i propri clienti. Con "The Member Club", Import Parfumerie offre ai soci uno sconto di benvenuto del 10%, un regalo di benvenuto, sconti esclusivi nonché inviti a eventi, regali fedeltà e tanto altro ancora. Il programma dei bonus prevede tre categorie di Socio: Bronzo, Argento e Oro. Più alta è la categoria e più vantaggi spettano ai Soci del "The Member Club", in aggiunta ai consueti Superpunti. La Coop Supercard funge contemporaneamente da carta per i soci del club di Import Parfumerie. A fine 2019 "The Member Club" contava già 34 500 soci.

Service 7000 e Schubiger Haushalt si uniscono

Le organizzazioni della Service7000 AG e l'attività B2B di Schubiger Haushalt (un settore di RS Vertrieb AG) sono state fuse a decorrere dal 1° ottobre 2019. Da allora le due società forniscono i loro servizi congiuntamente. Service 7000 AG è un'organizzazione specializzata in servizi di assistenza per elettrodomestici per gestori immobiliari professionali. Da ottobre, l'approvvigionamento e l'amministrazione dell'organizzazione di assistenza congiunta sono effettuate a livello centralizzato dalla sede della Service 7000 AG, a Netstal. Il servizio interno di vendita di Schubiger Haushalt resta invece a San Gallo. Entrambe le aziende continuano a operare con i loro marchi attuali. La fusione migliora la qualità dei servizi di riparazione e di sostituzione.

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	<ul style="list-style-type: none">• Conquista di nuove quote di mercato• Forte crescita del 30% nelle ordinazioni online• 43% degli ordini online ritirati nelle filiali• Lo shop online indica ora in tempo reale (live) gli articoli disponibili nelle filiali• Nuova possibilità di recensire i prodotti nello shop online• 2 nuove aperture a Basilea e a Wattwil; 9 filiali ristrutturate• Miglioramento della competenza dei collaboratori e dell'esperienza dei clienti grazie a nuovi formatori di vendita• Nuovi servizi di consegna per grandi apparecchi• Nuovi servizi di assistenza come l'acquisto online della Mobile Protection• Una ricerca di mercato e un sondaggio presso i clienti rilevano un aumento della soddisfazione dei clienti
▼ Factsheet		
	Il centro commerciale online della Svizzera	<ul style="list-style-type: none">• Posizione di mercato ulteriormente ampliata• Aumento delle vendite online del 15.2%• Rebranding completo con nuovo logo, nuovo design e sito web ottimizzato con nuovi servizi online• Riposizionamento come centro commerciale online della Svizzera nel settore Non Food con oltre 400 000 articoli• Inclusione di oltre 34 000 prodotti Non Food del Gruppo Coop, tra cui oltre 1 000 articoli di marca propria• Introduzione della funzione di piazza di mercato: rivenditori terzi vendono prodotti su Microspot.ch a proprio nome e per proprio conto• Continuo ampliamento degli assortimenti grazie all'aggiunta di distributori e rivenditori selezionati• Same Day Delivery in 11 grandi città svizzere: gli articoli Speed ordinati entro le 12:00 sono consegnati la sera stessa con veicoli elettrici senza emissioni di CO₂; gli articoli Speed ordinati entro le 18:00 sono consegnati in tutta la Svizzera il giorno successivo, anche di sabato• Nuova possibilità di ritiro presso 450 punti Pick-up di Coop• Comunicazioni con i clienti anche tramite chat, WhatsApp e servizio di richiamo• Nuova campagna pubblicitaria con il claim: "Ti serve qualcosa? Noi ce l'abbiamo."
▼ Factsheet		



La seconda
più grande catena
di grandi magazzini
in Svizzera

- Conquista di nuove quote di mercato
- Applicazione del nuovo concept dei negozi "Bellacasa" a Zurigo St. Annahof
- Ristrutturazione e ampliamento del settore Food del Coop City di Losanna Au Centre, con novità come un humidor per formaggi
- Inaugurazione di filiali Coop to go integrate nei Coop City di Zurigo St. Annahof e Losanna Au Centre
- Ottima accoglienza delle casse Self-checkout per i prodotti cosmetici e per la cura personale a Zurigo St. Annahof, Zurigo Bellevue, Friburgo, Winterthur, Aarau, Berna Ryfflihof, Baden, Olten, Ginevra Plainpalais, Ginevra Fusterie, Losanna Au Centre e Basilea Pfauen
- Successo del nuovo concept "Pantaloni"
- Riapertura dopo i lavori di ristrutturazione presso il centro commerciale Coop Volkiland di Volketswil
- Elevata soddisfazione dei clienti secondo una ricerca di mercato

▾ Factsheet



Il principale merca-
to edile in Svizzera

- Leader di mercato nel settore dei mercati edili
- Aumento del fatturato
- Forte crescita del commercio online pari al 41.1%
- Leader nel commercio omni-channel per la categoria "Edilizia & Fai da te" secondo lo studio di Google/ASVAD (Associazione svizzera di vendita a distanza)
- Potenziamento dell'organizzazione di vendita con 4 Regioni
- Prima sperimentazione di casse Self-checkout nel settore dei mercati edili in Svizzera
- Ampliamento del punto di vendita di Interlaken, oltre alla ristrutturazione e al risanamento del punto di vendita di Zurigo Oerlikon
- Inaugurazione di un punto di vendita combinato a Morat
- Progetto pilota di consegne immediate effettuate da "Annanow" nel punto di vendita di Zurigo Letzipark
- 30 anni di Coop Oecoplan: grande successo per l'anniversario della prima marca svizzera sostenibile, con crescita delle vendite del 4.6%
- Eliminazione dall'assortimento di potenziali neofite invasive
- Vendite dei prodotti di Pro Specie Rara aumentate del 5.4%
- Elevata soddisfazione dei clienti aumentata secondo una ricerca di mercato

▾ Factsheet



Il fornitore di
soluzioni di arredo
personalizzate

- Crescita del fatturato e conquista di nuove quote di mercato
- Forte crescita del fatturato del 53.6% per gli shop online
- Lumimart è leader di mercato nel settore dell'illuminazione
- Il grado di notorietà della marca Livique, lanciata appena un anno fa, è in forte crescita
- Andamento del fatturato in crescita per i prodotti personalizzabili; oltre 100 milioni di varianti di mobili personalizzati
- Ottimizzazione degli strumenti digitali di aiuto alle vendite nelle aree dei mobili da camera da letto e sala da pranzo



La prima scelta
per l'illuminazione

- Inaugurazione di Lumimart Steinhausen
- Riapertura delle filiali ristrutturate e modernizzate Livique Egerkingen e Livique Cham
- Soddisfazione dei clienti di Livique e Lumimart ulteriormente aumentata

▾ Factsheet

IMPORT PARFUMERIE

Il principale operatore in Svizzera nella vendita di profumi di prestigio

- Leader di mercato nel segmento dei profumi e conquista di nuove quote di mercato
- Crescita del fatturato del 25.1% nello shop online
- Forte crescita degli ordini dall'assortimento online in filiale
- Offerta del negozio online ampliata del 10%; espansione della distribuzione con la marca di cosmetici MAC
- Leader di mercato nel commercio omni-channel secondo uno studio di Google/ASVAD (Associazione svizzera di vendita a distanza)
- Lancio di "The Member Club" con 34 500 soci
- Apertura di nuove sedi nei centri commerciali Shopping Arena di San Gallo e Gäupark di Egerkingen
- Un totale di otto filiali ristrutturate secondo la nuova immagine
- Introduzione di cinture porta pennelli e flash make-up per tutti i collaboratori addetti alle vendite
- Import Parfumerie ed Estée Lauder inaugurano un nuovo shop-in-shop con la marca di cosmetici MAC e AVEDA presso Coop City di Losanna Au Centre
- Aumento della soddisfazione complessiva dei clienti

▾ Factsheet

CHRIST

Orologi & Gioielli

Il punto di riferimento per orologi e gioielli

- Crescita di fatturato del 43.7% per lo shop online
- Ampliamento dell'assortimento online del 12%
- Leader nel commercio omni-channel per la categoria "Gioielli & Orologi" secondo lo studio di Google/ASVAD (Associazione svizzera di vendita a distanza)
- Nuova apertura di Christ nella Bahnhofstrasse di Zurigo
- Ristrutturazione delle filiali di Jelmoli Zurigo, Coop City Losanna Au Centre e Volketswil
- Ampliamento e crescita nel segmento dei gioielli di marca propria
- Modernizzazione del settore fedi nuziali, creazione della collezione Christ Bridal (gioielli con diamanti, anelli di fidanzamento e fedi nuziali)
- Ampliamento dell'assortimento di marche esterne nei settori degli orologi e dei gioielli alla moda e dei gioielli di pregio
- Ottima crescita degli orologi made in Switzerland e crescita superiore alla media della marca propria Christ
- 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
- Continua la netta crescita nel commercio online del 24%
- Processo di consulenza nelle filiali supportato con tablet
- Realizzazione della nuova infrastruttura informatica basata su SAP
- Inaugurazione del centro logistico ampliato e automatizzato di Oberbüren
- Apertura di 5 nuovi negozi, 5 modernizzazioni
- Potenziamento e focalizzazione dell'offerta di servizi di assistenza per le amministrazioni immobiliari con i marchi Service 7000 e Schubiger Haushalt
- Elevata soddisfazione dei clienti secondo una ricerca di mercato di GfK e un sondaggio interno tra i clienti (Net Promoter Score)

▾ Factsheet



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

- Ulteriore crescita del ricavo netto del 3%
- Introduzione di nuovi servizi di assistenza (consegne su appuntamento, estensione di garanzia)
- Tempi di consegna ridotti
- Consulenze online ora anche via chat
- Espansione del marketing 1:1 tramite la nuova piattaforma di e-mail marketing
- Aumento dei tassi di riacquisto e del livello di 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 del 5.8%
- Crescita delle vendite del 122.3% nel commercio online; presenza sui social media estesa a Instagram e Facebook
- Introduzione di una hotline gratuita per consulenze telefoniche con farmacisti
- Introduzione dell'app Coop Vitality con piano di trattamento farmacologico digitale
- Espansione della rete di farmacie con sei nuove aperture a Basilea Erlenmatt, Uster, Aeroporto di Zurigo, Shopping Arena San Gallo, Morat e Châtel St-Denis, oltre a due acquisizioni a Delémont e Mellingen
- Lancio del nuovo concept dei negozi in quattro località: Jona, Volketswil, Oftringen, Kriens Schappe
- Introduzione dei servizi Taping e Burgerstein microcare
- Incremento delle vendite di medicinali generici e marche proprie

▼ Factsheet



L'azienda di cosmetici naturali e sostenibili

- Crescita del fatturato del 10.8% nel commercio online
- Applicazione del nuovo concept dei negozi a Winterthur e Oftringen
- Modernizzazione del punto di vendita di Zurigo Letzipark
- Apertura di una nuova filiale a Volkiland
- Nuovo look e ulteriori funzionalità dell'app del club
- The Body Shop si pone l'obiettivo di diventare il Beauty Retailer più sostenibile entro il 2030
- 25° anniversario del programma Community Trade per il burro di karité in Ghana
- Nuovo programma Community Trade mondiale per il riciclo della plastica in India: nel primo anno, The Body Shop ha recuperato 250 tonnellate di plastica dall'ambiente.
- Soddisfazione della clientela: campione di settore nel "Branchenmonitor" svizzero 2019/2020 per la categoria "Shopping, Fashion & Lifestyle"

▼ Factsheet



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

- Conquista di nuove quote di mercato
- Idrogeno: pianificazione di altri due impianti nel 2020 (Crissier e Dietlikon)
- Più di 35 sedi con AdBlue direttamente alla pompa
- Collaborazione con HitchHike in oltre 100 sedi

▼ Factsheet

	Calore e benessere	<ul style="list-style-type: none">• Crescita al 44% della quota degli ordini nello shop online• Crescita al 63% della quota di clienti che acquista l'olio combustibile ecologico, a basso contenuto di sostanze nocive• Possibilità di compensazione delle emissioni di CO₂ attraverso Myclimate
 Factsheet		
<i>BâleHotels</i>	La catena alberghiera di Coop	<ul style="list-style-type: none">• Completamento della ristrutturazione generale del BâleHotel Victoria• Il 1° luglio il ristorante dell'Hotel Baslertor viene rilevato dalla Gastronomia Coop• Il 1° gennaio 2020 il ristorante Les Quatre Saisons viene riconvertito a sala banchetti/eventi• Completamento del piano dettagliato del progetto Märthof con hotel e ristorazione; inizio dei lavori a fine 2019
 Factsheet		
	Il tour operator di Coop e Rewe: il numero uno in Svizzera nella vendita diretta di vacanze al mare	<ul style="list-style-type: none">• Introduzione di un sistema di generazione di offerte dinamiche (collegamento di voli e camere d'albergo su una piattaforma digitale)• Ampliamento del portafoglio prodotti con visite alle città• Crescita della quota delle vendite online al 34%
 Factsheet		
	L'azienda leader nel settore del fitness nella Svizzera tedesca	<ul style="list-style-type: none">• Ampliamento da 40 a 48 sedi in 13 Cantoni; facelift in 3 strutture• Numero degli iscritti cresciuto del 19.3%, fatturato del 21.8%• Team ampliato con 101 nuove persone; ora 898 collaboratori a tempo pieno e parziale• Nuova sede centrale per la Svizzera orientale; nuova base Ovest a Ostermundigen
 Factsheet		
	Serra tropicale con ristorante	<ul style="list-style-type: none">• Ricavo netto in crescita del 15% rispetto all'anno precedente• Produzione di persico e di lucioperca aumentata del 30%• Vendite di caviale aumentate del 34%• Lancio di un caviale surgelato e porzionato per eventi e banchetti• Illuminazione nell'area pubblica convertita a LED
 Factsheet		

Logistica, Informatica e Immobili

L'ampliamento della centrale di distribuzione di Aclens procede a ritmo spedito

A giugno dell'anno in esame, ad Aclens è stato avviato l'ampliamento della centrale di gestione dei vuoti della Regione di vendita Suisse Romande per ospitare la nuova centrale logistica e amministrativa. Centralizzando l'amministrazione e la logistica nella sede di Aclens, Coop potrà garantire anche in futuro un approvvigionamento ottimale per la Svizzera romanda. A tal fine, in una prima fase del progetto, sono stati ampliati di 753 m² i settori del fabbricato dedicati a latticini, crossdocking, frutta e verdura e merci generali. Direttamente accanto alla centrale di distribuzione esistente è stato costruito un edificio di circa 21 700 m². Questa nuova costruzione è destinata prevalentemente all'uso come centrale di gestione dei vuoti, con una superficie di circa 10 700 m², ed entrerà in funzione in modo graduale entro la metà del 2020. Inoltre, l'edificio ospiterà su 8600 m² l'amministrazione della Regione di vendita Coop Suisse Romande, attualmente ubicata presso la sede di Renens (VD). Alla sede si aggiungeranno così circa 300 collaboratori, per un totale di quasi 850 collaboratori. Il nuovo edificio è conforme allo standard Minergie. La messa in servizio completa della sede è prevista per il 2022.

1000

filiali offrono
Passabene Mobile

Passabene Mobile disponibile in tutti i supermercati

Da novembre Coop offre Passabene Mobile come primo sistema di self-scanning, in tutti i supermercati Coop della Svizzera. In questo modo i clienti di circa 1000 filiali possono scansionare i prodotti con il proprio dispositivo mobile iOS o Android e pagare direttamente il proprio carrello virtuale alla cassa evitando lunghe attese per una scansione finale. Coop offre Passabene Mobile già dal 2012 e ha continuamente ampliato il sistema. In alternativa, dal 2005 i clienti possono semplificare digitalmente i propri acquisti anche utilizzando gli speciali scanner manuali Coop Passabene.

Digitalizzazione nella logistica

La digitalizzazione nella logistica Coop è proseguita anche nel 2019. L'anno in esame è stato dedicato in particolare all'ottimizzazione della pianificazione degli itinerari, all'espansione dei punti Pick-up e al miglioramento della logistica dei servizi di assistenza. Grazie a una collaborazione tra la startup americana "Project 44" e gli specialisti di elaborazione dati di Coop, è stata generata una visualizzazione della rete di consegna. Utilizzando metodi come il "Geofencing", è ora possibile confrontare la pianificazione con i dati in tempo reale, al fine di ottimizzare costantemente le consegne. Anche la preparazione delle consegne si avvale di una maggiore digitalizzazione: per la prima volta sono stati utilizzati occhiali a realtà aumentata che indicano le aree di preparazione e le quantità.

Nel 2019 è stata ulteriormente ampliata la rete dei punti Pick-up: i clienti possono ora ritirare gli ordini effettuati negli shop online anche presso alcune filiali Coop Pronto selezionate. Tra gli shop online figura dal 2019 anche la piattaforma Non Food di Microspot.ch, che rifornisce oltre 460 stazioni Pick-up.

Intelligenza artificiale per determinare i quantitativi degli articoli in azione

Nell'ambito del progetto "Promo2017+", Coop ha introdotto nel 2019 un nuovo tool di previsione per la merce in azione. Questo tool consente ai punti di vendita di calcolare nel modo più accurato possibile i quantitativi da ordinare per le azioni. Finora, i Category Manager assegnavano i quantitativi destinati ai punti di vendita in base a una chiave di ripartizione fissa che, tuttavia, non consentiva di tenere conto delle eventuali rimanenze di precedenti azioni nei punti di vendita. Grazie all'intelligenza artificiale, invece, il tool di previsione consente un calcolo il più possibile accurato dei quantitativi in azione, per singolo punto di vendita e singolo articolo. Il calcolo tiene conto anche delle scorte già presenti nei punti di vendita. Inoltre, ogni punto di vendita ottiene un indicatore relativo alla qualità dei quantitativi previsti. Il risultato è non solo un'ottimizzazione dei quantitativi ordinati, ma anche maggiore freschezza e meno sprechi alimentari.

Sostenibilità presso Coop Immobilien

Per Coop, l'efficienza energetica e la produzione di energia sostenibile svolgono un ruolo chiave nella pianificazione e nella realizzazione dei suoi progetti immobiliari. Tutti gli edifici di Coop Immobilien sono realizzati e, dove possibile, anche certificati conformemente agli standard Minergie. Nell'anno in esame, Coop ha ottenuto la certificazione per l'ampliamento del centro commerciale di Schwarzenburg e per quello del centro Coop Edile+Hobby di Rickenbach. Anche il progetto di nuova costruzione a Domat/Ems e il nuovo edificio del centro commerciale a Morat-Löwenberg hanno ottenuto la certifica-

zione. Nel 2019 Coop ha investito circa 2.1 milioni di franchi per otto progetti di risanamento a risparmio energetico. A tale riguardo sono state adottate misure strutturali come l'ottimizzazione della generazione di calore, il miglioramento dell'isolamento termico o l'installazione di sistemi di illuminazione a LED ad alta efficienza energetica. Dal 2013 Coop ha così investito un totale di circa 19 milioni di franchi. L'obiettivo di realizzare nuovi impianti fotovoltaici è stato ancora una volta superato del 32% rispetto alle previsioni, per una superficie totale di circa 26 400 m². Coop ha installato moduli fotovoltaici per una superficie di 5400 m² sul Gallusmarkt di San Gallo, 6670 m² sugli edifici di Transgourmet di Hinwil e Kriens e 2900 m² a Morat e Löwenberg. Anche nella Svizzera romanda, a Bassecourt, sono stati installati pannelli fotovoltaici su un'area di circa 4500 m².

Digitalizzazione nella pianificazione immobiliare

Nel 2019 Coop ha realizzato per la prima volta quattro progetti immobiliari utilizzando il sistema Building Information Modeling (BIM). Lo scopo di questo sistema è di aumentare l'efficienza nella pianificazione ed evitare errori di progettazione. Per il nuovo punto di vendita di Vich, il nuovo edificio di Morat, il punto di vendita di Löwenberg, la ristrutturazione totale dell'edificio TH12 di Basilea e l'ampliamento del punto di vendita di Aadorf, ai progettisti è stato fornito un modello BIM. Grazie al software BIM, ogni progettista può modificare la propria parte di progetto e consegnare i suoi dati al coordinatore BIM ogni tre-quattro settimane. Il coordinatore BIM crea quindi una lista di conflitti che le parti discutono durante una riunione di coordinamento per eliminarli di conseguenza.

Progetti immobiliari

Nel 2019 Coop ha avviato complessivamente 16 progetti immobiliari e ne ha portati a termine 14, tra cui sei nuove costruzioni, otto ampliamenti/risanamenti, due ristrutturazioni e quattro modernizzazioni.

Sede principale di Basilea

A giugno, presso la sede centrale di Coop a Basilea Gundeldingen ha avuto inizio la ristrutturazione generale dell'edificio della Thiersteinallee 12, con rinnovo della facciata e degli uffici. Il progetto di modernizzazione prevede il rinnovo delle aree destinate agli uffici dal 1° al 12° piano. Il ristorante è stato spostato dal 13° piano al piano terra dell'edificio della Thiersteinallee 14, al fine di consentire una riconversione del 13° piano. I lavori di ristrutturazione e la messa in servizio si svolgeranno per fasi graduali fino a dicembre 2020.

BâleHotels

Da novembre il Märthof, un edificio del centro storico di Basilea tutelato come monumento storico, viene trasformato in un Boutique-Hotel a 4 stelle con 68 camere. L'intero progetto Märthof è stato sviluppato dalla Direzione Immobili in stretta collaborazione con BâleHotels. La messa in servizio dell'hotel è prevista per il 2021.

Opfikon-Rümlang

Al confine tra i comuni di Opfikon e Rümlang, su due terreni nell'area di Bäuler/Cher sui quali Coop vanta un diritto di superficie, è prevista la realizzazione di un complesso multifunzionale con una superficie utile totale di circa 80 000 m² e un ampio mix di destinazioni d'uso. Nell'ambito di una gara di progettazione, ben 10 team hanno preparato ciascuno una proposta di progetto. È risultato vincitore il progetto dell'architetto giapponese Sou Fujimoto. Coop Società Cooperativa, insieme a investitori e partner dei settori uffici, hotel, salute, formazione e tempo libero, intende inserire in quest'area oggi frammentata un elemento costitutivo per un nuovo insediamento multifunzionale. Non si tratterà di un centro commerciale in senso tradizionale, ma di un luogo concepito a beneficio del proprio territorio e di quelli limitrofi, dove persone di ogni età che qui vivono, lavorano o giungono in visita, possano avere il piacere di recarvisi, sentirsi a proprio agio e dedicarsi a un ampio ventaglio di attività. Coop ottimizzerà il progetto vincitore entro il 2023 ed elaborerà i piani di utilizzazione in collaborazione con i comuni e con il Cantone.

Centro commerciale Volkiland

Il 21 novembre il centro commerciale Coop Volkiland di Volketswil ha riaperto i battenti dopo circa 30 mesi di lavori di ristrutturazione. Oltre a noti formati Coop come il Ristorante Coop, Coop Vitality, Coop Edile+Hobby, Interdiscount, Christ Orologi & Gioielli, The Body Shop e Import Parfumerie, il centro commerciale propone anche nuovi formati come il caffè Zopf & Zöpfli. Sono stati inoltre realizzati un Coop City con circa 3300 m² di superficie di vendita, allestito secondo il concept "Bellacasa", e un Coop Megastore allestito secondo il concept dei negozi 2025+, con una superficie di vendita di circa 5450 m².

Centri commerciali Centro Tenero e Morat Löwenberg

Il 28 giugno è stato inaugurato il centro commerciale ristrutturato al piano superiore del Centro Tenero. Dopo 20 mesi di lavori di costruzione, inoltre, il 7 novembre ha aperto i battenti il centro commerciale Morat Löwenberg. Nel nuovo centro commerciale, i clienti possono ora trovare un formato combinato che unisce un Supermercato Coop con 6200 m² di superficie di vendita e un centro Coop Edile+Hobby da 4500 m². L'offerta è completata da un Ristorante Coop con 168 posti a sedere, una farmacia Coop Vitality e una filiale di "Let's Go Fitness".

Nuovo punto di vendita a Châtel-St-Denis

Il 27 novembre è stato inaugurato il progetto Châtel-St-Denis. Al posto dell'ex punto di vendita Coop demolito nel 2016, Coop ha costruito un nuovo punto di vendita con 2100 m² di superficie di vendita. Il nuovo edificio comprende anche una farmacia Coop Vitality, un Ristorante Coop e un garage sotterraneo con 115 posti auto per i clienti. Ai piani superiori, inoltre, si trovano 45 appartamenti e uffici per un totale di quasi 550 m².

Prestazioni supplementari

Gestione della qualità a 360°

Anche nel 2019, la Gestione della Qualità ha continuato a concentrarsi 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. Questa 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.

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 2019, 407 punti di vendita in totale hanno superato con successo gli audit, che si sono svolti in aggiunta ai circa 2500 audit effettuati internamente dall'Assicurazione qualità di Coop.

Coop ha controllato nel proprio laboratorio un totale di circa 30 600 campioni di prodotti Food e Non Food per verificare il rispetto delle disposizioni. Per i controlli sono stati applicati oltre 835 000 criteri. A seguito della crescente offerta di prodotti freschi preparati nei punti di vendita, anche il monitoraggio dell'igiene in questo settore sta assumendo sempre maggiore importanza.

Nell'ambito della gestione dei rischi nel settore della qualità dei prodotti, durante il 2019 Coop ha lavorato intensamente per garantire la sicurezza della catena di approvvigionamento delle materie prime critiche nei prodotti trasformati. Inoltre, Coop ha specificato i requisiti per gruppi merceologici critici nel settore Non Food e li ha messi a disposizione dei potenziali fornitori in forma automatizzata. In ambito di competenza dei collaboratori addetti alle vendite e agli approvvigionamenti, sono stati introdotti i corsi di e-learning "Vendita sicura di prodotti chimici" e "Gestione della qualità negli approvvigionamenti".

Impegno sociale

Anche nel 2019 Coop ha preso parte a tantissimi progetti a sfondo sociale. Solo attraverso il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, Coop ha investito circa 16.85 milioni di franchi in progetti di pubblica utilità. Oltre alla seguente selezione, è possibile trovare ulteriori progetti sul sito web fatti-non-parole.ch.

Coop lancia la prima "Giornata della buona azione" per motivare a compiere tante buone azioni

Il 25 maggio Coop ha indetto la prima "Giornata della buona azione". L'obiettivo dell'iniziativa lanciata su tutto il territorio svizzero era di richiamare l'attenzione sul volontariato e sui gesti di solidarietà verso il prossimo, e di ispirare e motivare la popolazione a fare del bene. La "Giornata della buona azione" di Coop ha superato ogni aspettativa. Centinaia di migliaia di volontari si sono mobilitati dimostrando il loro impegno e la loro solidarietà verso la società e l'ambiente. I partner – Croce Rossa Svizzera, WWF Svizzera, Tavola Svizzera, Il Tavolino Magico e il Movimento Scout Svizzera – hanno organizzato innumerevoli campagne di partecipazione a livello nazionale.

12.4 mio.
di pasti distribuiti

Più cibo per i bisognosi grazie al progetto Pre-triage

Ormai da molti anni le organizzazioni Il Tavolino Magico e Tavola Svizzera ricevono dai supermercati Coop alimenti di ottima qualità, ma che non possono più essere venduti il giorno successivo. In questo modo sono in grado di distribuire ogni anno circa 12.4 milioni di pasti con 200 grammi di cibo alle persone bisognose. Coop sostiene le due organizzazioni sia con la donazione degli alimenti sia con un contributo finanziario aggiuntivo. Al fine di coinvolgere altri punti di vendita in questo sistema e anche per donare maggiori quantitativi di frutta e verdura, nel 2017 è stato lanciato il progetto pilota "Pre-triage nel punto di vendita". Nei punti di vendita pilota, prima della chiusura a fine giornata, frutta e verdura sono state suddivise in "ancora buone da consumare" o "non le mangerei più" e quindi portate con i normali mezzi di trasporto Coop alla centrale di distribuzione. Da qui partiva un ulteriore trasporto destinato a Il Tavolino Magico, che si occupava infine della distribuzione ai bisognosi. Dato il grande successo riscosso, il progetto pilota è stato esteso anche al 2019. Nell'anno in esame, il progetto "Pre-triage nei punti di vendita" ha consentito di raccogliere e consegnare un totale aggiuntivo di 80 tonnellate di alimenti (frutta e verdura).

Ricerca sulle sementi per la produzione di cotone senza OGM

Il cotone biologico utilizzato nei prodotti Naturaline proviene fin dall'inizio dai siti di produzione di bioRe India e bioRe Tanzania. Coop sostiene questi progetti da molti anni. Dall'introduzione in India nel 2002 di sementi geneticamente modificate, la produzione di cotone biologico senza OGM rappresenta una sfida molto ardua. Già nel 2013 il 95% dei semi di cotone disponibili in India era geneticamente modificato. Grazie al progetto di ricerca sulle sementi è stato possibile individuare e moltiplicare semi di cotone privi di modificazioni genetiche. Sei dei semi di cotone bio ottenuti grazie alla ricerca sulle sementi bioRe sono stati approvati per la commercializzazione e sono adatti per la produzione su vaste superfici di terreno. Si tratta di una pietra miliare fondamentale, raggiunta dopo 9 anni di intensa ricerca. bioRe India è pioniera nella coltivazione di cotone bio ed è ora pronta a mettere a disposizione degli agricoltori le prime consegne di sementi biologiche. Il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile sostiene la ricerca sulle sementi di bioRe con contributi sostanziali, consentendo così il proseguimento della coltivazione di cotone bio in India.

Impegno per l'educazione economica tra i giovani

Nel 2019 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 Padrinato Coop per le regioni di montagna sostiene l'Alpe Frid con 382 000 franchi

Il Padrinato Coop per le regioni di montagna promuove migliori condizioni di vita e di lavoro per le popolazioni di montagna e sostiene le famiglie dei contadini di montagna della Svizzera. Nel 2019 sono stati supportati 159 progetti di auto-aiuto per un ammontare complessivo di circa 4.8 milioni di franchi. Un particolare successo è stato riscosso dall'azione dei panini del 1° Agosto per la Festa Nazionale svizzera. Una parte dei proventi di vendita di ogni panino del 1° Agosto, nonché di altri prodotti, va al Padrinato per le regioni di montagna. In questo modo, nel 2019 è stato possibile raccogliere oltre 300 000 franchi. Il Padrinato per le regioni di montagna ha portato l'importo a 382 000 franchi, rendendo così possibile l'importante risanamento dell'Alpe Frid nel Canton Vallese. La ricertificazione ZEWO effettuata nell'anno in esame attesta al Padrinato Coop per le regioni di montagna che le donazioni sono state utilizzate in modo mirato, efficiente e orientato agli effetti previsti.

Maggiore integrazione delle persone disabili nel mondo del lavoro

Coop favorisce l'integrazione delle persone disabili nel mondo del lavoro, assegnando diversi incarichi a laboratori protetti: nel 2019 ha destinato a tali istituzioni ordini per un valore complessivo di oltre 4.3 milioni di franchi.

La partnership con la Croce Rossa Svizzera

Coop è partner della Croce Rossa Svizzera (CRS). Nell'anno in esame, Coop ha effettuato una donazione spontanea di 100 000 franchi per gli aiuti di emergenza al Malawi, colpito dal ciclone tropicale Idai, e una donazione dello stesso importo dopo il terremoto in Albania. Per il progetto "2x Natale", Coop ha inoltre donato generi alimentari per un valore di 384 000 franchi. Grazie alle donazioni raccolte con la campagna di vendita dei pupazzi di pasta dolce, Coop ha raccolto 108 000 franchi per le famiglie bisognose della

Svizzera. Un'iniziativa molto speciale è stata realizzata da CRS e Coop nell'ambito della "Giornata della buona azione": insieme hanno motivato la popolazione a donare sangue o cellule staminali del sangue.

Impegno per promuovere l'attività fisica e un'alimentazione sana tra i bambini e i giovani

Coop sostiene le organizzazioni "Fit4future" e "Gorilla" che, attraverso workshop nelle scuole, mirano a incoraggiare i bambini e i giovani a fare più attività fisica e a mangiare più sano. "Fit4future" è presente in un terzo di tutte le scuole elementari, dove oltre a "bidoni dei giochi" nei cortili di ricreazione propone anche corsi di cucina e campi sportivi. "Gorilla" è attiva nelle scuole per ispirare i giovani con sport freestyle come street skate o break dance, oltre che con laboratori di alimentazione per cucinare con ingredienti sani. Nell'anno in esame, oltre 21 000 bambini e adolescenti hanno potuto beneficiare di queste proposte grazie ai due progetti.

Comunicazione e pubblicità

Il Servizio clienti risponde a circa 800 000 richieste

Nel 2019 il Servizio clienti ha risposto a un totale di circa 800 000 richieste dei clienti. Oltre a informazioni di carattere generale su Coop, sulla rivista Cooperazione e sulla Supercard, sono emerse soprattutto richieste relative al tema della sostenibilità: in particolare, hanno ricevuto grande attenzione la campagna "Fatti, non parole" e tematiche relative alla plastica. Oltre a questi temi, i clienti hanno mostrato interesse anche per le attività di marketing come Emoji, Bee Happy e Sea Happy e hanno posto domande sulle campagne promozionali in corso, nonché sulla definizione di prezzi e assortimenti.

Campagne di immagine per i supermercati

Ad aprile Coop ha avviato la sua nuova campagna di immagine. Al centro di tutti gli spot della campagna si trovano i clienti Coop e le loro diverse esigenze. Ma un ruolo centrale in ogni spot è ricoperto anche dai collaboratori di Coop, che aiutano con simpatia i clienti durante i loro acquisti, regalando sempre sorrisi. La nuova campagna, che ha suscitato grande interesse, proseguirà anche nel 2020.

Le famiglie beneficiano dei programmi di fidelizzazione

Nel 2019 Coop ha premiato la fedeltà dei propri clienti con un totale di quattro promozioni-raccolta. Le promozioni hanno dedicato ancora una volta grande attenzione alle famiglie con bambini, che hanno beneficiato di prodotti gratuiti. Le promozioni "Bee Happy" e "Sea Happy" si sono concentrate su tematiche relative alla sostenibilità. Durante l'estate, la promozione Emoji ha riscosso ancora una volta grande apprezzamento. Nel periodo prenatalizio, poi, Coop si è ispirata alle atmosfere di uno dei film più attesi dell'anno, "Frozen 2", nell'ambito di una partnership con Disney. Tutte e quattro le promozioni hanno goduto di grande popolarità presso i clienti, contribuendo così a ottimi risultati nelle vendite.

La carta di credito Supercard supera l'obiettivo prefissato

Nel 2019, più di 3.2 milioni di famiglie in tutta la Svizzera hanno utilizzato Supercard, il più grande programma di fidelizzazione della clientela in Svizzera. Nell'anno in esame l'utilizzo dell'app Supercard e dei servizi digitali ha continuato a crescere notevolmente. Per favorire questo sviluppo, il login della Supercard è stato rielaborato e semplificato. Il nuovo ID Supercard fornisce ora un accesso facile e sicuro a tutti i servizi Supercard. La nuova carta di credito Supercard dorata, lanciata nel novembre 2018, riscuote grande successo. A fine 2019 erano già in circolazione oltre 167 000 carte attive: un risultato che si colloca ben oltre l'obiettivo, pur ambizioso, prefissato da Coop. La nuova carta di credito è disponibile nelle versioni Mastercard e Visa. E per i clienti più attenti al controllo delle proprie spese, Coop ha previsto anche una carta prepagata Visa.

Coop Mobile passa con successo alla rete di Swisscom e supera gli obiettivi

Da gennaio Coop Mobile utilizza la rete Swisscom, considerata la migliore della Svizzera. L'offerta di Coop Mobile ha già raggiunto ottimi risultati e attratto numerosi clienti, convinti in particolare dai vantaggi in termini di prezzo, flessibilità e supporto.

Club per enoappassionati Mondovino

Come club per enoappassionati di Coop, Mondovino continua a godere di grande popolarità: Mondovino conta oggi circa 160 000 soci e oltre 6000 fan su Facebook, per un totale di 10 000 clienti in più rispetto all'anno precedente. Mondovino si basa su 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. Per rafforzare la notorietà del club, nel 2019 Mondovino è stato ospite dell'evento

Circa **160 000** soci

iscritti al club per enoappassionati Mondovino

enologico “Matter of Taste” e ha partecipato attivamente al “Food Zürich”. La gamma dei vini Mondovino comprende attualmente oltre 2200 vini, integrati da proposte di vini in sottoscrizione e da specialità di Casa del Vino e Riegger. I soci usufruiscono di vari vantaggi come le offerte settimanali riservate ai soci e i coupon digitali.

I social media continuano a puntare su video e piattaforme di networking

Nel 2019 l'attività sui social media è stata incentrata soprattutto sulla campagna di immagine Coop e sui temi della sostenibilità. Una campagna che ha riscosso particolare successo sui social media è stata quella dedicata alla “Giornata della buona azione”: con l'hashtag #GiornataDellaBuonaAzione sono state condivise tante buone azioni compiute in tutta la Svizzera. È inoltre proseguito lo sviluppo di diversi canali per gruppi target specifici: la presenza di Coop sui social media si è arricchita con una pagina Facebook dedicata a Mondovino e con un canale Instagram sulla formazione di base di Coop. Sul canale Instagram TV, inoltre, è stata creata una speciale serie in cui i collaboratori di vari settori raccontano il loro lavoro quotidiano in Coop.

La Content House che pubblica la diffusa rivista Cooperazione si trasforma in un'agenzia interna

Nel 2018 la Stampa Coop è stata ribattezzata Content House e si è ulteriormente sviluppata diventando un'agenzia interna. Cooperazione e le riviste per i collaboratori restano come sempre i più importanti prodotti di Corporate Publishing realizzati nella Content House.

Le riviste settimanali Coopzeitung, Coopération e Cooperazione, pubblicate nelle tre lingue nazionali svizzere, raggiungono una tiratura complessiva di oltre 2.5 milioni di copie e sono lette da circa 3.3 milioni di persone. E l'indagine condotta ogni anno dall'istituto di ricerca svizzero indipendente REMP SA conferma: Cooperazione si attesta ancora una volta come il prodotto stampato con la maggiore tiratura e il maggior numero di lettori di tutta la Svizzera. Nell'anno in esame è proseguita la regionalizzazione della rivista Cooperazione: edizioni speciali dedicate a formaggio, birra e vino sono apparse con copertine e articoli di copertina personalizzati per 21 sottoregioni. Un'edizione speciale di Cooperazione e varie forme di copertura mediatica dal vivo hanno accompagnato anche la prima edizione della “Giornata della buona azione” indetta da Coop.

Inoltre, i collaboratori della Content House hanno realizzato su mandato interno diversi contenuti multimediali. Nell'anno in esame, la Content House ha ulteriormente ampliato la sua gamma di servizi e realizzato più di 110 progetti per numerose unità organizzative del Gruppo Coop. Nel settore Publishing, la Content House realizza per esempio la rivista Mondovino; inoltre, nel settore Editorial Design sono stati progettati diversi opuscoli illustrativi e informativi. Nel settore Video e canali digitali, la Content House ha ampliato le proprie competenze e realizzato video brevi, video informativi e reportage di eventi per vari committenti interni.

Sponsoring per il grande pubblico

Nel 2019 Coop ha adattato la propria strategia di sponsoring. In futuro acquisiranno maggiore importanza i progetti di cui Coop è title sponsor e le attività locali i cui effetti giungono fin nei punti di vendita. Un altro obiettivo strategico continueranno a essere i progetti per le famiglie. Nel 2019 un'iniziativa importante è stata la Festa federale di ginnastica di Aarau, cui partecipano società di ginnastica di tutta la Svizzera. Con circa 70 000 ginnasti, la Festa federale di ginnastica è il più grande evento sportivo popolare della Svizzera e si svolge ogni sei anni. Coop è da molti anni sponsor principale della Festa federale di ginnastica e sostiene anche vari eventi sportivi cantonali e regionali. L'impegno di Coop a favore dello sport popolare in Svizzera è rappresentato anche dalle 160 Sfide fra comuni e da sette eventi Coop Andiamo.

Ufficio Stampa: grande attenzione verso i temi della sostenibilità

Nel 2019 l'Ufficio Stampa di Coop, uno dei più grandi della Svizzera, ha ulteriormente intensificato il dialogo con i professionisti dei media. Anche nell'anno in esame, un gran numero di temi di attualità riguardanti Coop ha trovato spazio nei media. Un particolare interesse mediatico è stato suscitato per esempio dall'apertura del nuovo centro logistico di Fust a Oberbüren e dalla prima “Giornata della buona azione”. In relazione al movimento per il clima, nel 2019 l'attenzione mediatica si è concentrata sui temi legati alla riduzione della plastica: riduzione degli imballaggi nel settore della frutta e verdura bio, nuove soluzioni di imballaggio per i prodotti da forno, nonché alternative di prodotti sostenibili come spazzolini da denti in legno, piatti in foglia di palma e cannucce di carta. Nell'anno in esame l'Ufficio Stampa Coop ha inviato oltre 40 comunicati stampa e risposto a oltre 1600 richieste da parte dei media.

Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

Gruppo Transgourmet	37
Strategia multicanale: sistema informatico unificato a livello di gruppo	37
Servizi digitali su misura	38
Cresce l'offerta di prodotti freschi	38
Standard internazionali per un approvvigionamento sostenibile	39
Misure nel settore degli imballaggi sostenibili	39
Transgourmet Österreich: un'acquisizione e ridenominazione di quattro mercati cash&carry	39
Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet	40
Produzione	45
Bell Food Group	45
Rincarare dei prezzi delle materie prime per la carne di suino	45
Cessione delle attività di produzione di salsicce in Germania	45
Nuovo stabilimento di produzione di prosciutto Serrano in Spagna	45
Il mercato dei prodotti convenienza continua a crescere	45
Tappe principali del Bell Food Group	46
Aziende di produzione Coop	47
Chocolats Halba forma coltivatori di cacao nel Ghana	47
Reismühle Brunnen/Nutrex punta sull'approvvigionamento sostenibile	47
Le Panetterie Coop investono in Ticino	47
Tappe principali delle aziende di produzione Coop	47

Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

Il Gruppo Transgourmet arricchisce la propria offerta di prodotti freschi e unifica sistemi informatici internazionali consentendo servizi digitali su misura per i suoi clienti. Bell consolida la propria posizione nel mercato dei prodotti convenience. Le aziende di produzione Coop investono maggiormente in prodotti sostenibili.

14.1 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 2019 un ricavo netto di oltre 14.1 miliardi di franchi, pari a una crescita del 2.5% in valuta locale.

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 2019 il gruppo Transgourmet, attraverso 145 mercati Cash&Carry e il rifornimento all'ingrosso, ha realizzato un ricavo netto di oltre 9.7 miliardi di franchi, che rappresenta una crescita del 3.7% in valuta locale 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 2019 Transgourmet ha registrato un fatturato di 341.5 milioni di franchi con gli assortimenti sostenibili, un risultato reso possibile solo grazie a un impegno straordinario se si pensa che lo sviluppo degli assortimenti sostenibili nel commercio all'ingrosso è di gran lunga inferiore rispetto, per esempio, a quello nel commercio al dettaglio.

Strategia multicanale: sistema informatico unificato a livello di gruppo

Transgourmet ha ampiamente digitalizzato i classici processi di base nel commercio all'ingrosso. In una fase successiva, Transgourmet punta a sfruttare sistematicamente le possibilità delle nuove tecnologie per migliorare la propria offerta di servizi e diventare leader di innovazione in questo settore. Il punto di partenza per questa evoluzione è un panorama IT armonizzato a livello di gruppo per tutte le società nazionali. Per poter servire i clienti in modo ottimale e personalizzato, nell'ambito del progetto multicanale di Transgourmet è stato messo a punto un nuovo sistema di gestione merci con processi automatizzati. Grazie agli affidabili servizi multifunzionali di SAP, Transgourmet è in grado di reagire in qualsiasi momento in modo rapido, semplice e flessibile, coprendo al tempo stesso efficacemente tutte le esigenze specifiche dei singoli paesi. Il processo è stato avviato da Transgourmet Deutschland, ma vi confluiscono costantemente anche le esperienze con SAP di altri paesi e il know-how maturato dal commercio al dettaglio Coop. Nel 2019 in Germania sono complessivamente passati a SAP tre centrali di distribuzione e cinque mercati Selgros o filiali Cash&Carry. Entro il 2024 la soluzione SAP sarà implementata a livello dell'intero gruppo.

Servizi digitali su misura

Transgourmet si è posta l'obiettivo di offrire una gamma a 360 gradi di prestazioni supplementari e soluzioni software specifiche per i clienti del settore gastronomico. A tal fine, Transgourmet Holding ha acquisito competenze preziose rilevando una quota di maggioranza della start-up tedesca Gastronovi nel 2017. Gastronovi Office offre una soluzione completa e tagliata su misura per il settore gastronomico, dalla gestione merci al sistema di cassa, passando per il sistema di ordinazione e la prenotazione dei tavoli. Un altro esempio è Gastivo, una piazza di mercato stand alone per la gastronomia: come filiale di della società acquisita Team Beverage AG, Gastivo consente con questa piazza di mercato aperta a tutti i fornitori e prestatori di servizi un'esperienza di "one stop shopping" (tutto da un'unica piattaforma), contribuendo alla digitalizzazione del commercio all'ingrosso di bevande.

Il Menu Manager di Transgourmet Deutschland, con accesso allo shop online, facilita la pianificazione degli acquisti e dei menu anche per ospedali e case di cura.

Da febbraio 2019 Transgourmet France ha un nuovo shop online per i propri clienti, completo di sistema di pagamento online (passaggio da uno shop online di e-order a uno shop online di e-commerce). Inoltre, a seguito del lancio nel 2018 della soluzione online per la gestione dell'igiene "e-Quilibre Hygiène", nell'anno in esame è stato introdotto "Jardin de Pays": grazie a questa piattaforma i clienti possono effettuare ricerche mirate nell'offerta regionale di frutta e verdura e quindi ordinare i prodotti desiderati tramite Transgourmet. È stato inoltre implementato il nuovo modello di Intranet del gruppo (Adobe Intranet).

Esclusivamente per Transgourmet Österreich è disponibile il nuovo servizio "Transgourmet Click&Carry": il carrello personale può essere riempito nello shop online o tramite app e dopo sole due ore l'ordine è pronto per il ritiro presso la sede indicata e all'orario desiderato dal cliente.

A decorrere dal 1° maggio 2019 Transgourmet Deutschland ha rilevato Sanalogic GmbH, una delle azienda leader nello sviluppo, nell'implementazione e nella supervisione di soluzioni software complete per la gestione informatizzata del catering nel settore sanitario. L'azienda offre servizi di consulenza a clienti in Germania, Austria, Nord Italia e Svizzera. Grazie a questa acquisizione, Transgourmet Deutschland può consolidare ulteriormente una cooperazione iniziata già anni fa, tanto nelle vendite quanto nello sviluppo, e contribuire attivamente a plasmare il progresso tecnico e l'automazione dei processi a vantaggio dei clienti. Sanalogic continua a operare sul mercato come fornitore indipendente di software per l'intero processo di ristorazione, dalla pianificazione dei pasti all'elaborazione di richieste relative ai menu, dal controllo della produzione e dalle consegne fino agli acquisti.

Cresce l'offerta di prodotti freschi

Nell'anno in esame, Transgourmet Svizzera ha rilevato Emmi Frisch-Service AG, un'azienda commerciale svizzera nata dall'unione di Burra e Interfrais. Questa acquisizione consente di offrire ai clienti un assortimento ancora più ampio, di sfruttare sinergie nella logistica nazionale e di ampliare le competenze nel settore dei latticini. Tra i clienti vi sono circa 700 aziende nei settori Foodservice, ospedali e case di cura, convenience store e grossisti. Grazie all'integrazione delle attività di Emmi Frisch-Service AG con l'attuale servizio di fornitura di Transgourmet, i clienti possono ora accedere all'intero assortimento di prodotti freschi, Food e di bevande di Transgourmet. Sono stati rilevati tutti i collaboratori ed è stata mantenuta la sede centrale Interfrais di Schlieren, come anche la marca Burra.

Nel 2019 la collaborazione con Eisberg Österreich ha portato a un'espansione dell'assortimento dei prodotti ultrafreschi: in totale 63 articoli nel settore delle insalate e delle verdure convenience e undici specialità gastronomiche della marca propria Transgourmet Quality. Gli articoli fresh-cut vengono consegnati quotidianamente e raggiungono i clienti della ristorazione nello stesso giorno. L'eccellente qualità dei prodotti e la varietà degli assortimenti, che comprende anche articoli specifici per i clienti, soddisfano una domanda decisamente vivace: nei primi quattro mesi di collaborazione sono già state vendute 189 tonnellate di merce.

In Germania, Frischeparadies è il più grande mercato specializzato e fornitore di alimenti freschi e di alta qualità tanto per i ristoratori quanto per i clienti privati. Nel 2019 Transgourmet Svizzera ha introdotto il modello tedesco, dopo lievi adattamenti, nelle sedi di Basilea e Zurigo. L'approccio tipico di Frischeparadies, che combina B2B e B2C con un bistrot integrato, rappresenta un'innovazione per la Svizzera.

Standard internazionali per un approvvigionamento sostenibile

Sui fronti della qualità e della sostenibilità, che riguardano anche il benessere degli animali, le società nazionali di Transgourmet hanno adottato nel 2019 una serie di standard minimi per l'approvvigionamento congiunto di prodotti di marca propria. Per esempio, l'olio di palma deve soddisfare come minimo lo standard di sostenibilità RSPO Mass Balance. Inoltre, diverse società nazionali di Transgourmet hanno già definito linee guida proprie per un approvvigionamento sostenibile, basate sulla rispettiva direttiva Coop. L'obiettivo è che tutte le società nazionali di Transgourmet adottino linee guida proprie per un approvvigionamento sostenibile entro il 2021.

Misure nel settore degli imballaggi sostenibili

Un progetto lanciato nel 2019 da Transgourmet Deutschland in collaborazione con esperti esterni mira a sviluppare una strategia completa sulla plastica e sugli imballaggi. Questo progetto pluriennale e di ampio respiro si concentra sull'ambito di intervento della plastica e degli imballaggi nei prodotti di marca propria, nel settore dei prodotti freschi dei mercati Cash&Carry e nell'assortimento dei prodotti ToGo. Oltre a gettare le basi per una progressiva implementazione della strategia, il progetto testa costantemente imballaggi alternativi. La successiva implementazione pratica della strategia mira in particolare a supportare i settori Acquisti e Category Management nell'identificazione di soluzioni di imballaggio sostenibili nel pool dei fornitori.

292 articoli

della marca propria sostenibile Origine nell'assortimento di Transgourmet Svizzera

Dalla fine del 2019, Transgourmet Österreich confeziona frutta e verdura in vaschette di cartone certificate FSC. In questo modo si risparmiano più di 600 000 vaschette di polistirolo all'anno: un importante passo avanti per diventare il più sostenibile tra i rivenditori all'ingrosso per la gastronomia in Austria. La pellicola estensibile in plastica per proteggere la merce è per il momento mantenuta, ma l'obiettivo è di sviluppare un'alternativa sostenibile anche per questo materiale.

Transgourmet Österreich: un'acquisizione e ridenominazione di quattro mercati cash&carry

Nel 2019 Transgourmet Österreich ha rilevato dal Gruppo Hochreiter il 100% della società di commercio alimentare all'ingrosso Gastro Profi GmbH, con sede ad Alkoven, in Alta Austria. Gastro Profi resta un'azienda indipendente, ma beneficia ora del know-how e delle sinergie di Transgourmet. Gastro Profi è un'azienda specializzata nel campo della gastronomia etnica, in cui offre 800 prodotti dando lavoro a 80 collaboratori. Con l'acquisizione di pizzerie etniche e ristoranti di kebab, attualmente in forte espansione, Transgourmet Österreich sta conquistando nuovi gruppi target dei quali può soddisfare esigenze e necessità in maniera più mirata.

Da giugno 2019 i quattro affermati mercati regionali "mein c+c" per i ristoratori e i clienti commerciali di Graz, Bruck an der Mur, Feldbach e Oberwart, fortemente integrati con la gastronomia locale, offrono assortimenti ampliati e ancora più servizi con il nome di "Transgourmet Cash & Carry". Questa offerta regionale è ulteriormente potenziata con Transgourmet Click&Carry.

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



- Dal 1° maggio 2019, Sanalogic GmbH è un'affiliata al 100% di Transgourmet Deutschland.
- Nuova costruzione del centro logistico di Colonia Langel
- Ampliamento dell'assortimento di prodotti sostenibili Ursprung e potenziamento della comunicazione
- Introduzione in Transgourmet e Selgros dell'assortimento di spezie di marca propria, con circa 100 prodotti
- Plant based Food (alimenti senza carne): progetto pilota nel mercato Selgros
- Prima esperienza Go-Live con il progetto SAP nelle aziende di Transgourmet e nei mercati Cash&Carry di Selgros
- Acquisto di nuovi camion a gas in Transgourmet e avvio dell'utilizzo di biogas
- Ulteriore ampliamento dell'utilizzo di cargo bike sull'ultimo miglio sia in Transgourmet sia in Selgros Cash&Carry
- Nuova apertura di Selgros Stoccarda Feuerbach con bistrot proprio, armadio frigorifero per la stagionatura di Dry Aged Beef e nuovo banco del pesce fresco di Frischeparadies
- Primo mercato Cash&Carry con impianto solare (Selgros Ingolstadt)
- 60 anni di Selgros, con numerose promozioni nei mercati e introduzione dell'app Selgros
- Lancio in Germania della prima quota azionaria del pesce (primo progetto di Crowdfarming per la gastronomia e la ristorazione per comunità)
- Proseguimento del progetto Cucinare per gli anziani: pubblicazione del libro di ricette e del manuale pratico per le case di riposo per anziani in Germania
- Promozione del Box Pane Bio: alimenti sostenibili per la scuola

Polonia



- Ulteriore digitalizzazione delle attività operative nel settore delle consegne per la ristorazione e ampliamento delle funzioni dell'app
- Adattamento del formato compatto per le città più piccole come Siedlce, Slupsk, Gorzów Wlkp – Avvio della costruzione del primo mercato ridotto a Siedlce
- Prime collaborazioni con le scuole professionali per sostenere e garantire i posti di lavoro per i nuovi collaboratori
- Riorientamento della strategia di marketing con una comunicazione mirata per gruppi di clienti e supportata da una campagna TV dedicata

Romania



- Inaugurazione a novembre 2019 del nuovo mercato C&C a Baia Mare
- Espansione dei servizi di rifornimento nel settore della ristorazione
- Proseguimento del programma lealtà per clienti privati/sistema bonus
- Ampliamento degli assortimenti delle marche proprie Economy, Quality, Premium
- Introduzione della marca propria Topseller nel segmento primo prezzo
- Conversione di tutti i mercati a sistemi di illuminazione a LED
- Misure di risparmio energetico con sostituzione dell'impianto di refrigerazione e dei frigoriferi a Pantelimon
- Prosecuzione e ampliamento del programma "La salute inizia nel piatto"
- Programma completo di formazione e specializzazione per tutti i livelli e settori
- Ampliamento della formazione duale nelle città di Iasi, Cluj, Brasov, Costanza e Bucarest
- Sviluppo delle competenze gastronomiche di giovani cuochi e chef senior nell'ambito degli "Arena Bucatarilor Cooking Contests"

Russia



- Ristrutturazione del mercato di Mosca-Kotelniki con ampliamento del settore dei prodotti freschi e illuminazione a LED, nonché un bistrot secondo il nuovo concept
 - Servizi congiunti di Selgros e Globalfoods per i clienti professionisti del settore HORICA, assortimento più ampio e logistica ottimizzata
 - Introduzione di un modulo CRM per vendite orientate al cliente e continuo sviluppo dell'app mobile
 - Pallet pooling con l'azienda Chep, riduzione delle emissioni inquinanti e della quantità di rifiuti
-

Aziende specializzate

- Food & Beverage Services GmbH acquisisce una partecipazione del 51% in GEVA, fornitore di soluzioni per il settore delle bevande.
- Transgourmet Seafood si aggiudica la stella Seafood Star 2019 nelle categorie “Prodotti streetfood” e “Pesce affumicato”.
- Nuova costruzione e ampliamento della sede di EGV AG a Eberswalde, con nuove aree di surgelazione e di approntamento
- Team Beverage ha ora dieci nuovi partner nel settore delle bevande all'ingrosso con quasi 21 800 esercizi gastronomici per la propria piattaforma di commercio all'ingrosso: Vendis (Homburg) e Bierhalter (Karlsruhe)
- Team Beverage integra VfG-Vertriebsgesellschaft für Gastronomie-Betriebe (commercio di bevande all'ingrosso Radeberger)
- Il Gruppo Markt Aktiv, con 191 mercati cash&carry di bevande, entra a far parte di Team Beverage GmbH
- Team Beverage avvia la fornitura di bevande a Deutsche Bahn per la ristorazione a bordo e per le sedi Lounge
- A settembre il portale per la ristorazione Gastivo ha superato la soglia di circa 13 000 ordini, generando così oltre 10 milioni di euro di fatturato dagli ordini. Un fattore decisivo per questo successo è l'introduzione dell'app di ordinazione di Gastivo.
- Gastronovi si espande verso la Francia. Paesi serviti: D, A, CH
- Gastronovi lancia campagne pubblicitarie e di vendita congiunte con Selgros C&C, Transgourmet Deutschland, Svizzera e Österreich
- Gastronovi inaugura un nuovo ufficio a Würzburg.
- Sump & Stammer intensifica la cooperazione per gli acquisti con le società del Gruppo Coop e Transgourmet.
- Sump & Stammer continua a registrare tassi di crescita a due cifre nel settore delle crociere
- Niggemann introduce un nuovo sistema di gestione merci
- Con la tracciabilità delle carni fresche, Niggemann garantisce il massimo della trasparenza, superiore alle regolamentazioni applicabili alle carni bovine. Lo stesso vale per tutti gli altri tipi di carne (pollame, maiale, agnello)
- Frischeparadies lancia un nuovo logo
- Frischeparadies rielabora la marca propria “Frische Paradies” e l'omonimo marchio di qualità, arricchito con pesce e prodotti ittici provenienti dalla Galizia
- Frischeparadies espande ASC, MSC, Friend of the Sea e Label Rouge, aumentando significativamente le vendite nel settore dei prodotti sostenibili
- Frischeparadies Monaco riceve la Seafoodstar 2019
- Lancio del nuovo sistema CRM per Frischeparadies
- Frischeparadies è partner ufficiale di Jeunes Restaurateurs, di Romantik Hotels e della casa editrice Busche (guida Schlemmeratlas)





Transgourmet France

▼ Factsheet

Francia



- Da febbraio 2019 lo shop online Transgourmet consente il pagamento online degli ordini (passaggio da shop online di e-order a vero e proprio shop online di e-commerce).
- Introduzione della gamma di prodotti "Premium"
- Ampliamento dell'assortimento di prodotti "Origine" (circa 35 articoli nel 2019)
- Introduzione degli assortimenti di Transgourmet con prodotti locali
- Estensione del modello di marketing/vendita "Premium" alle città di Nantes, Strasburgo e Tolosa
- Lancio di un nuovo esclusivo assortimento di coppette di gelato con la marca "L'Atelier des Ecrins"
- Introduzione del sistema di preparazione delle consegne con comandi vocali attraverso Personal Digital Assistant (PDA) e sistema di guide luminose sul carrello di preparazione
- Equipaggiamento degli autisti dei veicoli per le consegne con i nuovi PDA (dotati di scanner e fotocamera): visualizzazione di percorso, clienti, supporti e articoli, registrazione dei supporti da caricare e scaricare (rollcontainer), pianificazione del percorso via GPS include informazioni sul traffico, certificazione della consegna (foto e firma)
- Ampliamento del magazzino e completamento della ristrutturazione di Transgourmet Cash&Carry a Schiltigheim
- Ammodernamento della flotta di camion con sistemi di propulsione alternativi. Obiettivo: almeno il 40% della flotta alimentato con energie rinnovabili e/o combustibili alternativi entro il 2025
- Certificazione BREEAM (Building Research Establishment 's Environmental Assessment Method) per la sede di Transgourmet Aquitaine (Saint-Loubès)
- Certificazione ISO 14001 per la sede centrale di Transgourmet France
- Certificazione ISO 22000 per tutte le sedi di Transgourmet Operations (eccetto Transgourmet Seafood, Transgourmet Laplace e Transgourmet BP East).
- Campagna di sensibilizzazione e prevenzione per i collaboratori in materia di sicurezza stradale
- Campagna potenziata per l'integrazione nel mondo del lavoro delle persone con disabilità.

Aziende specializzate

- Lancio in Francia di Gastronovi nell'ambito di Transgourmet Solutions
- Ricertificazione ISO 14001 per Transgourmet Fruits & Légumes.





Transgourmet Österreich

▼ Factsheet

Austria



- Introduzione del sistema Click&Carry: gli ordini vengono inviati tramite shop online o app e dopo due ore i prodotti sono pronti per il ritiro presso la sede indicata e all'orario desiderato dal cliente
- Ri-certificazione ISO 14001
- Passaggio dalle vaschette in polistirolo a vaschette in cartone certificate FSC per il confezionamento di frutta e verdura
- Continua espansione dell'utilizzo di coperture riutilizzabili per rollcontainer: a ottobre 2019 conversione della sede di Villach
- Formazione su temi ambientali ed energetici per tutti i collaboratori

Aziende specializzate

- Acquisizione di Gastro Profi GmbH, azienda specializzata nel campo della gastronomia etnica
- Integrazione degli ex "mein c+c-Märkte" nel marchio ombrello Transgourmet Österreich con la nuova denominazione "Transgourmet Cash&Carry" e assortimento ampliato



Transgourmet Svizzera

▼ Factsheet

Svizzera



- Acquisizione di Emmi Frisch-Service AG con ampliamento delle competenze nei settori Vendita e Logistica
- Aumento delle vendite nel settore del rifornimento all'ingrosso: Transgourmet conquista nuove quote di mercato, netta crescita di clienti e assortimenti regionali
- Inaugurazione del mercato Prodega di Kriens, con entrata in esercizio dell'ottavo magazzino regionale di Transgourmet: ampliamento della capacità logistica, percorsi di consegna abbreviati per la Svizzera centrale
- Il settore del rifornimento all'ingrosso registra una netta crescita delle vendite per le marche proprie Economy, Quality e Premium
- Ampliamento degli assortimenti della marca propria sostenibile Origine con un'ampia varietà di prodotti in tutti i gruppi merceologici
- Il marchio distintivo Cook registra un elevato incremento delle vendite presso uno specifico gruppo di clienti
- Lancio di eventi di Live Cooking nei mercati francofoni di Prodega (cuochi del centro di competenza per l'arte culinaria cucinano utilizzando prodotti Transgourmet)

Aziende specializzate

- Inaugurazione di Frischeparadies con ampliamento delle competenze nel settore del pesce fresco a Basilea e Zurigo; ottima integrazione degli specialisti del pesce fresco Polar Comestibles e Braschler's Comestibles.



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 convenienza, rappresenta per Coop un importante pilastro internazionale.

Oltre il **6.7%**
di fatturato in più dalla
produzione di assortimenti
sostenibili

Nel 2019, il ricavo netto del settore aziendale Coop Società Cooperativa Produzione è salito a 815 milioni di franchi, a cui si aggiunge il ricavo netto del Bell Food Group, salito a 4 miliardi di franchi. Nel 2019 il fatturato complessivo realizzato con la produzione degli assortimenti sostenibili è ammontato a circa 1.32 milioni di franchi. Coop è riuscita così a incrementare il fatturato dei prodotti sostenibili nel settore Produzione del 6.79% rispetto all'anno precedente.

Bell Food Group

L'anno di esercizio 2019 è stato caratterizzato da un forte rincaro a livello europeo dei prezzi delle materie prime nel settore della carne di suino, dalla riorganizzazione di Bell Deutschland, dall'avvio dell'impianto convenienza più moderno d'Europa a Marchtrenk, in Austria, e da risultati positivi per la Svizzera nella seconda metà dell'anno.

Rincaro dei prezzi delle materie prime per la carne di suino

A causa della peste suina africana e della conseguente carenza di materie prime, nonché delle diatribe commerciali tra Stati Uniti e Cina, nel 2019 in Europa i prezzi delle materie prime nel settore della carne di suino sono aumentati di oltre il 40%. Il tempestivo avvio di negoziati sugli aumenti di prezzo ha avuto un successo solo parziale. Tale sviluppo ha avuto un impatto significativo sui risultati della divisione Bell International.

Cessione delle attività di produzione di salsicce in Germania

Nel 2019 la divisione Bell Deutschland ha attuato diversi cambiamenti organizzativi. Alla fine di giugno il Bell Food Group ha annunciato la cessione della propria attività di produzione di salsicce in Germania. Gli stabilimenti di Suhl e Börger sono stati venduti sotto forma di un trasferimento d'impresa. Prima della fine dell'anno lo stabilimento di Bad Wünnenberg è stato trasformato in uno stabilimento di produzione di prodotti convenienza freschi. In futuro Bell Deutschland intende concentrare i propri sforzi sul settore del prosciutto crudo, continuando a consolidare la sua forte posizione in questo mercato.

Nuovo stabilimento di produzione di prosciutto Serrano in Spagna

Nella prima metà del 2019 la società nazionale spagnola, che fa parte di Bell Deutschland, ha inaugurato il nuovo stabilimento di produzione di prosciutto Serrano, situato nei pressi di Madrid. Insieme ai due stabilimenti esistenti si può così contare su una base ideale nel mercato della salumeria spagnola, attualmente in crescita.

Il mercato dei prodotti convenienza continua a crescere

Il settore aziendale Convenienza procede con successo e il mercato dei prodotti convenienza continua a crescere. In particolare i prodotti ultra-freschi e "ready to eat" possono vantare tassi di crescita superiori alla media. A Marchtrenk, il Bell Food Group ha inaugurato uno stabilimento di produzione all'avanguardia in cui vengono prodotti, per la prima volta sotto lo stesso tetto, prodotti convenienza freschi e ultra-freschi di Bell, Eisberg e Hilcona destinati ai mercati della Germania e dell'Austria. Il nuovo stabilimento di produzione, inaugurato nella primavera del 2019, è entrato in funzione in fasi progressive.

Tappe principali del Bell Food Group

La tabella seguente illustra le tappe principali del Bell Food Group AG 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



Divisione Bell Svizzera

- Nel 2019 Bell Svizzera ha festeggiato il suo 150° anniversario. La linea di prodotti "Samuel Bell 1869", lanciata per l'occasione, ha avuto un ottimo andamento nell'anno in esame.
- Dopo un difficile anno di esercizio 2018 e un inizio di 2019 debole, nella seconda metà dell'anno la situazione di Bell Svizzera è migliorata.
- A tale miglioramento delle attività commerciali hanno contribuito tutti i settori aziendali, con sviluppi particolarmente positivi per i settori del pollame e dei prodotti ittici.

Divisione Bell International

- La situazione delle materie prime nel settore della carne di suino è rimasta tesa anche nel 2019.
- La cessione delle attività di produzione di salsicce in Germania e la conversione dello stabilimento di produzione di Bad Wünnenberg hanno comportato una significativa contrazione del volume d'affari per Bell Deutschland.
- A Fuensalida, nei pressi di Madrid, è stato inaugurato un nuovo stabilimento di produzione con una capacità annua di circa un milione di prosciutti Serrano.
- Continua il trend positivo di Hubers. Grazie all'acquisizione di nuovi clienti, le vendite in Austria sono aumentate; in particolare evidenziano uno sviluppo positivo i prodotti biologici e specialità sostenibili come i polli nutriti con mais.
- Le società nazionali di Polonia e Ungheria hanno avuto andamenti positivi e hanno portato avanti con successo la strategia quantitativa.



Settore aziendale Convenience

- Data la carenza di personale specializzato in gastronomia, lo sviluppo di nuovi concept di soluzioni Food avrà un'importanza sempre maggiore. Seguendo questa tendenza, il Bell Food Group intende assumere un ruolo di leader e investire in nuove tecnologie produttive per offrire soluzioni personalizzate nel settore Food Service.
- La situazione delle materie prime per quanto riguarda insalate e verdure provenienti dall'Europa è stata difficile a causa dell'estate calda e secca.
- Nonostante una certa saturazione del mercato svizzero, Eisberg ha chiuso un 2019 positivo grazie a prodotti innovativi e a forti tassi di crescita nell'Europa dell'Est. Si conferma la tendenza a favore di prodotti convenience con un elevato grado di praticità (insalate pronte, shaker).
- Hilcona registra una crescita anche nel 2019. A dicembre 2019 è stato inaugurato il nuovo stabilimento di produzione per il mercato tedesco a Bad Wünnenberg. Con il lancio del Green Mountain Burger, nel 2019 Hilcona è entrata con successo nel fiorente mercato degli hamburger senza carne.
- Hügli ha registrato nel 2019 buone vendite nel settore Food Service e beneficia di ulteriori sinergie all'interno del gruppo. A fine anno, per esempio, Hügli rileva da Sunray, impresa di produzione propria di Coop, le attività di confezionamento delle spezie. Prosegue inoltre la tendenza verso prodotti freschi e liquidi.



Aziende di produzione Coop

Chocolats Halba forma coltivatori di cacao nel Ghana

Chocolats Halba ha avviato nel 2019 un progetto denominato Sankofa. Si tratta del primo progetto mondiale di coltivazione del cacao che combina metodi di agroselvicoltura dinamica con una compensazione di CO₂ secondo il certificato Gold Standard. Nelle parcelle agroforestali, gli agricoltori piantano alberi che immagazzinano gas serra fornendo al tempo stesso ombra, sostanze nutritive e acqua alle piante di cacao. Con questo progetto, Coop compenserà entro il 2023 circa 75 000 tonnellate di CO₂. Chocolats Halba e Coop forniscono un importante contributo al progetto Sankofa, formando 2900 agricoltori e mostrando loro in che modo le monoculture possono essere convertite in colture miste, così da garantire la loro sopravvivenza in modo sostenibile. Circa 400 ettari di terreno vengono

Circa **75 000** tonnellate
di CO₂ compensate in Ghana

coltivati con metodi di agroselvicoltura dinamica. In questo modo il cacao cresce in condizioni simili a quelle della foresta pluviale, insieme a numerose altre piante come mais, mango e mogano. Questo migliora la fertilità del suolo e la biodiversità, mentre grazie alle colture miste gli agricoltori ottengono raccolti di cacao più abbondanti e fonti di reddito aggiuntive.

Reismühle Brunnen/Nutrex punta sull'approvvigionamento sostenibile

In fase di acquisto dei prodotti, Reismühle Brunnen/Nutrex considera non soltanto gli aspetti economici, ma anche quelli di carattere etico, sociale ed ecologico. Nel 2019, nell'ambito di progetti avviati in India e Thailandia, 453 agricoltori sono stati formati e addestrati al livellamento laser. Gli agricoltori possono così misurare le proprie risaie con un laser e livellarle dove occorre, ottenendo un'altezza omogenea in tutti i punti. In questo modo la sommersione delle risaie richiede una quantità inferiore di acqua, bene scarso e prezioso. Grazie a questa tecnica che consente un uso efficiente dell'acqua, Reismühle Brunnen/Nutrex ha consentito di ridurre del 42% il fabbisogno di acqua per kg di riso (senza considerare la stagione dei monsoni): in questo modo è disponibile acqua a sufficienza per tutti gli agricoltori. Nel 2019 Reismühle Brunnen/Nutrex ha deciso di passare dalle cisternette IBC a container pieghevoli con Inliner per il confezionamento dell'aceto. Poiché il contenitore pieghevole può essere non solo riutilizzato, ma anche ripiegato e impilato dopo l'uso, richiede meno spazio sia per il trasporto sia per lo stoccaggio presso il cliente. Il tutto a vantaggio della sostenibilità.

Le Panetterie Coop investono in Ticino

Nel 2019 Coop ha investito nella panetteria di Castione, in cui vengono prodotti panettoni e pani cotti in forno a legna per i punti di vendita Coop. Per la produzione dei panettoni è stata realizzata una speciale linea di cottura dotata delle più moderne tecnologie, mentre per il pane cotto in forno a legna Coop ha realizzato tre forni a legna comprendenti ciascuno sei camere di cottura. La vendita dei prodotti avrà inizio a marzo 2020.

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

- Incremento della capacità produttiva a più di 210 000 tonnellate, con conseguente ampliamento delle quote di mercato nel settore dei cereali per il consumo umano lavorati in Svizzera
- Successo del tandem con Hilcona e Transgourmet
- Ulteriore diversificazione degli assortimenti e completamento delle ottimizzazioni dei processi nel segmento avena e farro
- Messa in esercizio del 2° impianto estrusore con lancio di nuovi prodotti (agenti di carica e additivi)
- Complessi lavori di ristrutturazione del silo 1924 in corso
- Applicazione della compensazione dei prezzi delle materie prime secondo il diritto privato per i clienti esportatori

▼ Factsheet



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

- Crescita superiore al 20% per il fatturato realizzato con cioccolato esportato; ingresso positivo nel mercato cinese con cioccolato di alta qualità senza zucchero
- Conquista di nuove quote di mercato in Svizzera con prodotti biologici/Fairtrade; ampliamento del progetto Coop di cioccolato proveniente dal Madagascar che ha riscosso molto successo
- Espansione dell'approvvigionamento diretto e certificato nei paesi di origine delle materie prime
- Avvio in Ghana di un progetto, unico al mondo, di coltivazione sostenibile del cacao e di compensazione climatica
- Produzione completamente CO₂ neutrale; utilizzo di oltre il 90% di energie rinnovabili; piantumazione di circa 133 alberi al giorno per compensare il cambiamento climatico

▼ Factsheet



Cosmetici, detersivi e detergenti, prodotti per l'igiene

- Incremento delle vendite superiore al 2% in tutti i segmenti di clientela, in Svizzera e all'estero
- Vantaggio consolidato con gli assortimenti sostenibili: vendite di prodotti sostenibili aumentate dell'11% in tutti i segmenti di clientela
- Lancio sul mercato di sei nuovi prodotti Naturaline Sensitive con certificazione aha
- Flaconi in PET dei prodotti per la pulizia Oecoplan ora realizzati in PET riciclato al 100%
- Introduzione presso un gran numero di clienti di un sistema di dosaggio controllato via app per il lavaggio professionale delle stoviglie
- Halal: ottenimento della certificazione, prerequisito per i mercati del Sud-est asiatico

▼ Factsheet

Panetterie
Coop

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

- Panettoni: nuova linea di produzione, nuove ricette, nuovo design degli imballaggi
- Nuova linea di produzione con forni a legna nella sede di Castione
- Impasti freschi estesi a 41 punti di vendita
- Paste destinate alla vendita: Nuove ricette e nuovi imballaggi
- Automazione in ulteriore espansione
- Certificazione IFS della panetteria di Schafisheim

▼ Factsheet



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

- Crescita positiva del segmento industriale in Svizzera, superiore al 25%
- Aumento duraturo delle esportazioni con SC Swiss, con nuovi clienti nella vendita al dettaglio e online, nonché con le specialità di Transgourmet Österreich e Transgourmet France



Aceto e specialità a base di aceto

- Lancio di due nuovi tipi di riso Fine Food: Sushi Koshihikari dal Giappone e riso Sadri dall'Iran
- Notevole crescita dell'aceto biologico dal 25% al 30% del volume totale
- Premio "Chapeau" per l'impegno sociale in materia di reinserimento di beneficiari di una rendita AI nel mercato del lavoro

▼ Factsheet



Acqua minerale e bibite gassate

- Riduzione del 10% dello zucchero in tutte le bibite dolci
- Lancio della nuova limonata da 1 litro e dell'acqua alla menta da 0.5 litri con ottima evoluzione dei volumi
- Grande successo e crescita sul mercato della limonata da 0.5 litri Lemon
- Aumento del volume delle vendite di Aquina per Transgourmet
- Ottenimento della concessione edilizia per perforazioni esplorative sul terreno di Coop; preparazione all'acquisizione di nuove sorgenti
- Riduzione dei materiali da imballaggio per pellicole termo-retraibili, etichette e singoli preformati

▼ Factsheet

Cave

Vini bianchi, rosé, rossi, dolci, spumanti

- Significativo incremento delle vendite da vinificazione propria e aumento della performance generale
- Ampliamento del portafoglio prodotti di Transgourmet Svizzera, inserimento di nuovi articoli
- Ottima realizzazione dei vini Trophy primavera/estate, autunno/inverno
- Ampliamento della produzione di spumanti
- Realizzazione di un'edizione speciale commissionata da "Swiss International Air Lines" per "La Fête des Vignerons 2019"

▼ Factsheet

Centro di maturazione delle banane

Banane, frutti esotici quali ananas e kiwi, frutta secca

- Sostituzione di due robot per aumentare l'efficienza
- Passaggio di tutti i processi al cartone standard internazionale

▼ Factsheet

Collaboratori

Un datore di lavoro interessante	51
Sviluppi soddisfacenti della CPV/CAP Cassa pensione Coop	51
Riconoscimenti come migliore datore di lavoro per Coop e Transgourmet France	52
Formazione e sviluppo delle risorse umane	52
Investimenti in formazione e perfezionamento professionale	52
Esami di apprendistato finali: un vero successo	52
Conclusi con successo i pretirocini d'integrazione	52
Coop Campus: lancio del CAS in management e leadership di Coop	52
Formazione di base del Coop Campus ai blocchi di partenza	53
Digital Recruiting e introduzione di SuccessFactors	53
Scambio di idee e pareri tra gerenti di Edeka e Coop	53
Le società affiliate usufruiscono dei corsi sulla resilienza	53

Collaboratori

Coop accresce con soluzioni digitali la propria efficienza nel reclutamento, mentre nell'ambito della formazione punta a collegare i contenuti di apprendimento digitali con l'esperienza pratica. Con il CAS in management e leadership, Coop offre per la prima volta una formazione dei quadri certificata di livello universitario professionale.

Nel 2019, il Gruppo Coop ha complessivamente dato lavoro a 90 307 collaboratori nei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione, di cui 3455 apprendisti. Nell'anno in esame, il 62.7% dei posti di lavoro si trova in Svizzera, il resto all'estero. Impiegando persone di ogni livello formativo e nazionalità, Coop esercita un'importante funzione di integrazione nella società.

90 307

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

Sviluppi soddisfacenti della CPV/CAP Cassa pensione Coop

Nonostante il persistere di un contesto molto difficile, la CPV/CAP Cassa pensione Coop ha realizzato un rendimento molto soddisfacente pari al 9.1%. Al 31.12.2019 la cassa presentava un grado di copertura del 116%. Il valore teorico del 115% è stato raggiunto e la CPV/CAP è riuscita a costituire nuovi mezzi liberi.

Grazie a questo risultato positivo, sugli averi di vecchiaia degli assicurati attivi è stato applicato per l'anno 2019 un tasso di interesse del 2%, quindi il doppio rispetto al saggio minimo d'interesse stabilito dalla LPP. Il tasso d'interesse provvisorio previsto per il 2020 è pari al 2%. Le pensioni sono rimaste invariate e lo stesso vale anche per l'anno 2020. A maggio del 2020, i pensionati potranno tuttavia beneficiare di un'erogazione una tantum di 500 franchi. Con 37 266 persone, il numero degli assicurati attivi è stato lievemente superiore rispetto all'anno precedente (37 181 assicurati attivi). Il numero di pensionati è cresciuto di 346 persone salendo a 20 488 alla fine del 2019.

Riconoscimenti come migliore datore di lavoro per Coop e Transgourmet France

Grazie ai regolari investimenti nello sviluppo del personale in atto da molti anni, nel 2019 Coop ha ottenuto per la seconda volta di seguito il premio “Prix des Meilleurs Employeurs” nella categoria “grandes entreprises” della rivista Bilan.

L'edizione francese della rivista “Capital” ha scelto Transgourmet France tra i migliori datori di lavoro della Francia per il 2019. Nella categoria “Commercio all'ingrosso”, Transgourmet ha ottenuto nel 2019 l'11° posto nella classifica dei migliori datori di lavoro. Il ranking è il risultato di un sondaggio condotto da un istituto indipendente, che ha intervistato 20 000 persone impiegate in imprese con oltre 500 collaboratori in tutta la Francia.

Formazione e sviluppo delle risorse umane

Investimenti in formazione e perfezionamento professionale

Nel 2019 i collaboratori hanno ampliato le loro competenze e conoscenze nell'ambito di circa 4 200 eventi di perfezionamento professionale interni, pari a un totale di oltre 422 000 ore. E per un numero di ore per lo meno altrettanto elevato hanno avuto modo di formarsi sul posto di lavoro, sia sotto forma di e-learning, che di istruzioni o di training on the Job. Con investimenti di 45 milioni di franchi e 350 corsi interni circa, Coop ha assicurato un'ampia offerta formativa. Circa 65 000 e-learning sono stati svolti su temi quali tutela dei minori, sicurezza sul lavoro, igiene, protezione antincendio e catena del freddo. Al di fuori del Coop Campus, Coop ha inoltre finanziato formazioni esterne per circa 3.8 milioni di franchi consentendo il conseguimento di titoli formativi di vario genere, come manager nel commercio al dettaglio, tecnico/a diplomato/a in tecnologia alimentare EPS o esperto/a di etica economica con CAS.

Esami di apprendistato finali: un vero successo

Nel 2019, il 98.6% degli apprendisti di tutto il Gruppo Coop ha superato gli esami finali. Le Direzioni Coop sono riuscite ad assicurare un impiego al 69.7% dei neodiplomati e delle neodiplomate. Rimane invariato l'interesse nei confronti di Coop nella ricerca di posti di apprendistato: al 1° agosto 2019 all'interno del Gruppo Coop erano stati assegnati 1083 posti di apprendistato. In totale, Coop offre 3505 posti di apprendistato all'anno in 32 professioni. È possibile scegliere tra diverse professioni nei settori vendite, logistica, amministrazione, gastronomia standardizzata, produzione o trasporto. I nostri apprendisti sono costantemente affiancati e assistiti da 2 000 formatori professionali e da 30 responsabili a tempo pieno. Coop è pertanto il secondo maggior offerente di posti di apprendistato in Svizzera.

Conclusi con successo i pretirocini d'integrazione

All'inizio dell'anno di apprendistato 2019, circa 40 giovani hanno iniziato il loro pretirocinio d'integrazione presso Coop. Questa iniziativa consente a giovani rifugiati di affacciarsi al mercato del lavoro svizzero. Già ad agosto del 2018, circa 30 giovani avevano iniziato il percorso di pretirocinio d'integrazione di un anno presso Coop. Ad agosto del 2019, quasi il 70% dei partecipanti ha potuto iniziare un apprendistato di due o tre anni. Elevata motivazione, evidenti progressi nelle conoscenze linguistiche, volontà di integrazione ed entusiasmo per la professione sono stati fattori determinanti per il passaggio all'apprendistato classico.

Coop Campus: lancio del CAS in management e leadership di Coop

Dopo un'accurata revisione dei contenuti e dei metodi, nel 2019 Coop ha ridefinito la formazione dei quadri del settore vendita. In totale sono stati programmati 33 giorni di corso circa su quattro livelli e delineati i profili di corso per i gruppi target. Oltre ai quadri del settore vendita, anche i dirigenti operanti nel settore della logistica e della gastronomia possono beneficiare di un design formativo di concezione più moderna, di piattaforme di apprendimento elettroniche e di nuove impostazioni del corso basate sulla filosofia “Management e Leadership”. Tra l'altro, nell'estate del 2019 è stato avviato anche un corso che i collaboratori potranno concludere con un Certificate of Advanced Studies (CAS) di livello universitario professionale.

Formazione di base del Coop Campus ai blocchi di partenza

Per rispondere meglio ai nuovi requisiti richiesti dal commercio al dettaglio, nel 2019 Coop ha avviato un processo di aggiornamento totale della formazione per impiegate/i del commercio al dettaglio. Con la nuova formazione di base Coop Campus, a partire da agosto 2020 i materiali di studio saranno disponibili in formato elettronico. In base a criteri accurati e precisi, verranno inoltre introdotti alla nuova professione fino a dodici apprendisti operanti nei grandi punti di vendita di base. In futuro, a partire dal secondo anno gli apprendisti svolgeranno mansioni in modo autonomo e competente presso i punti di vendita Coop minori.

Digital Recruiting e introduzione di SuccessFactors

Dopo la centralizzazione della redazione degli attestati di lavoro, degli annunci di lavoro e della preselezione nello Shared Service Center (SSC) nel 2018, Coop ha introdotto nell'anno in esame il nuovo sistema SAP "SuccessFactors". In caso di vacanza di posti, il team dello SSC "Annunci di lavoro centralizzati e preselezione" può utilizzare il software per pubblicare inserzioni sui canali predefiniti.

In futuro, il software dovrà consentire anche lo svolgimento di altre fasi, come l'introduzione dei nuovi collaboratori, la formazione, i colloqui di valutazione, i colloqui sugli obiettivi e il rendimento, la remunerazione e la pianificazione delle successioni, nonché la gestione delle risorse umane. In futuro, l'elaborazione dei compiti del personale potrà essere svolta anche tramite i dispositivi mobili.

Nell'anno in esame, Coop ha aggiornato inoltre l'Employer Branding in collaborazione con i fornitori di servizi esterni e introdotto il cosiddetto "Active Sourcing". Nell'ambito di questo processo, Coop cerca e contatta i candidati più adatti nei social media quali LinkedIn o Xing. In tal modo è possibile ampliare il pool di candidati per posti difficili da riassegnare a fronte del profilo richiesto. Nei social media e nelle pagine delle offerte di lavoro, Coop pubblica inoltre attivamente informazioni, video e immagini aggiornate.

Scambio di idee e pareri tra gerenti di Edeka e Coop

Nel 2019 Coop ed Edeka hanno dato vita a uno scambio tra gerenti. Per una settimana, dieci gerenti di Coop selezionati hanno avuto la possibilità di visitare i responsabili di mercato del partner dell'alleanza d'acquisti in Germania. Queste visite sono state l'occasione per discutere i temi legati al settore vendite, parlare di aspetti gestionali e dare vita a uno scambio di idee sulla presentazione delle merci. Questa iniziativa sarà ripetuta il prossimo anno.

Le società affiliate usufruiscono dei corsi sulla resilienza

Dal 2017 Coop ha svolto con successo circa 70 seminari per i quadri sul tema della resilienza. Adesso Coop offrirà questi corsi anche alle società affiliate Transgourmet, Coop Mineralöl AG e Bell Food Group. Nel giugno del 2018 sono stati svolti dei test con i responsabili delle società affiliate. Nell'ambito di un seminario di due giorni, i partecipanti hanno avuto modo di apprendere i sette pilastri della resilienza e i metodi della regolazione emozionale. Per il 2020 e il 2021 Coop sta pianificando lo svolgimento di 30 seminari per i quadri di Transgourmet, Bell Food Group e Coop Mineralöl AG.

Corporate Governance

Struttura del gruppo	56
Struttura del capitale	57
Consiglio d'amministrazione	58
Membri del Consiglio d'amministrazione	58
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	58
Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione	62
Organizzazione interna	62
Regolamentazione delle competenze	62
Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale	63
Direzione generale	64
Membri della Direzione generale	64
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	64
Contratti di management	67
Remunerazioni	68
Diritti di partecipazione	68
Cambio di controllo e misure di difesa	68
Ufficio di revisione	69
Politica dell'informazione	69
Management Gruppo Coop	70
Coop Società Cooperativa	70
Altre società affiliate	72

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 2019, il numero dei soci cooperativi aveva superato i 2,5 milioni. Possono diventare soci della società cooperativa tutte le persone residenti in Svizzera o nel Principato del Liechtenstein. Il Gruppo Coop Società Cooperativa partecipa a diverse aziende in Svizzera e all'estero. La struttura del gruppo è illustrata alle pagine 110–113 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). A partire dal mandato dal 2021 al 2025 il limite di età sarà innalzato al 70° 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 2019, 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	Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Patrick Csikos	Patrick Bruni	Sibylle Bader Biland	Stefan Baumann	Fridolin Eberle	Carlo Frigerio
Yvan Délèze	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Beatrice Bertschinger	Markus Eugster	Fiorenzo Robbiani
Olivier Grangier	Sandra Ghisoni Schenk	André Dalla Vecchia	Kilian D'Alberto	Christa Flückeriger	Gabriella Rossetti
Doris Grobéty	Fränzi Grunder	Sandra Nicole Engeler	Anna Maria Forlano	Michael Fuhrer	Raffaele Sartori
Nicole Hosseini	Jürg Kradolfer	Adrian Fankhauser	Alexander Gossauer	Kurt Gansner	
Nadine von Büren-Maier	Corinne Lehmann	Susanne Jäger	Ronald Hauser	Roberto Godenzi	
Zohra Ottoz	Sibylle Miescher	Peter Jossi	Evelyn Hofer	Hedwig Kohler	
Benoît Santschi	Felix Truffer	Pascal Konrad	Cornelia Luchsinger	Richard Kübler	
Catherine Stern	Annette Wisler Albrecht	Daniel Mürger	Alex Rutz	Leonardo Longaretti	
Marc Vauthey	Zippora Wüthrich	Heidi Straumann	Beda Schlumpf	Gabi Senn	

Struttura del capitale

La struttura del capitale del Gruppo Coop può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 89 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine 92–97). Il patrimonio netto del Gruppo Coop Società Cooperativa consiste solo in fondi autogenerati. I soci cooperativi non partecipano al patrimonio netto.

Consiglio d'amministrazione

Memberi 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 2019, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa era 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
Roman Kuhn	1955	Membro, rappresentante della Regione Nordwestschweiz	2010	2021
Doris Leuthard ²	1963	Membro	2019	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 31.12.2019)

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 Ecopol AG, San Gallo

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Rofima Holding AG, Horn; Säntis-Schwebbahn 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; Mobiliare Svizzera Società Cooperativa, Berna

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 und Schweizer Radio DRS, Zurigo e Berna; 2008 scrittrice e giornalista free lance; 2009–2017 redattrice economica e moderatrice Schweizer Radio und 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, consiglio di fondazione Zewo, Zurigo

Altre funzioni e cariche:

membro del consiglio d'amministrazione di HSG Alumni Women's Chapter
membro del comitato consultivo dell'Istituto Lassalle



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:

professore titolare e docente all'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 Hochschule für Wirtschaft Zürich AG, 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)



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; thecompact GmbH, Aarau

Altre funzioni e cariche:

membro del comitato direttivo dell'associazione Schloss Hallwyl; associazione Melodyaarau (presidente)



Doris Leuthard

Svizzera

Formazione:

lic. iur. Università di Zurigo, avvocato

Carriera professionale:

1991–2006 avvocato e partner presso lo studio di avvocatura Fricker Rechtsanwälte, Wohlen. Inoltre membro di vari Consigli d'amministrazione (tra cui Nuova Banca d'Argovia S.A., Società elettrica Laufenburg SA, Baugenossenschaft Merenschwand) e attività politica quale membro del consiglio scolastico distrettuale di Muri (1993–2000), membro del Gran Consiglio del Cantone di Argovia (1997–2000), Consigliera nazionale (1999–2006) nonché presidente del PPD Svizzera (2004–2006).

2006–2018 Consigliera federale, dapprima capo del Dipartimento federale dell'economia (DFE) e dal novembre 2010 capo del Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni (DATEC), 2010 e 2017 presidente della Confederazione

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Bell Food Group SA, Basilea; Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche:

Fondazione Ulrico Hoepli (presidente), fondazione Swiss Digital Initiative (presidente), Steering Committee Europa Forum (copresidente), consiglio di fondazione ETH Zürich Foundation



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; 2013 -2019 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; Precitherm SA, Paudex; Socorex Isba SA, Ecublens

Altre funzioni e cariche:

Economiesuisse (vicepresidente); membro del Consiglio di fondazione della Fondation de Beaulieu

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, a titolo di supporto, un Comitato di revisione che consiglia il Consiglio d'amministrazione in questioni relative alla presentazione dei conti e alla rendicontazione, alle attività di revisione interna ed esterna, al sistema di controllo interno e alla 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 Doris Leuthard.

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 2019, il Comitato di revisione ha tenuto quattro 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 incumbenti. Alle riunioni del Consiglio d'amministrazione prendono solitamente parte il presidente e il vicepresidente della Direzione generale (per tutti i punti all'ordine del giorno) ed eventualmente gli altri membri della Direzione generale con voto consultativo. Il Consiglio d'amministrazione è in grado di deliberare in presenza della maggioranza dei membri. Per essere valida, una decisione dev'essere presa con la maggioranza dei voti espressi. In caso di parità di voti, il voto decisivo spetta al presidente del Consiglio d'amministrazione.

Nel 2019, 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 2019 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).

Compliance

Il nuovo codice di condotta del Gruppo Coop rende concrete le linee guida di Coop. Il codice di condotta, vincolante per i collaboratori, descrive le regole che disciplinano i rapporti interni, quelli con i nostri clienti e con tutti i nostri partner commerciali. Le regole prevedono in primo luogo l'adozione di un comportamento rispettoso, antidiscriminatorio, onesto e integro, e includono anche il rispetto delle norme di legge e delle direttive interne. Le violazioni del codice di condotta devono essere segnalate in primo luogo ai propri superiori. Nei casi in cui non fosse possibile, la persona che fornisce la segnalazione può contattare un apposito ufficio. Tutte le informazioni sono trattate a titolo strettamente confidenziale.

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 2019, la Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa era 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 31.12.2019)

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

Carriera professionale:

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

Mandati in consigli d'amministrazione:

AgeCore SA, Ginevra (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea; Two Spice SA, Zurigo

Altre funzioni e cariche:

Comunit  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:

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 pensioni 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); Robix AG, Baden (presidente)



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 Interdiscount, Jegenstorf; 2005–2010 responsabile logistica, informatica, assistenza tecnica 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; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Basilea; Transgourmet Holding AG, Basilea; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Svizzera SA, Basilea



Philipp Wyss

Svizzero

Formazione:

apprendistato commerciale e tirocinio per macellaio

Carriera professionale:

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

Mandati in consigli d'amministrazione:

AgeCore SA, Ginevra; Betty Bossi SA, Zurigo (presidente); Casa del Vino SA, Zurigo; Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (presidente); Hilcona SA, FL-Schaan; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon (presidente); Peter Riegger Holding SA, Zugo; Transgourmet Holding AG, Basilea; Two Spice SA, Zurigo; 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, la vicepresidente del Consiglio d'amministrazione e il terzo membro del Comitato di revisione, 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 nel 2019 remunerazioni per un importo pari a 1,3 milioni di franchi (2018: 1,3 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2019 salari lordi per un importo pari a 4,2 milioni di franchi per sette unità di personale (2018: 4,1 milioni di franchi per 7 unità di personale). Gli onorari per le attività del presidente e della vicepresidente del Consiglio d'amministrazione nonché dei membri della Direzione generale in seno ai consigli d'amministrazione delle società affiliate spettano al Gruppo Coop Società Cooperativa e a Coop Società Cooperativa.

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

Diritti di partecipazione

Diritto di voto

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

Quorum statuari

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

Convocazione dell'Assemblea dei delegati

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

Inserimento di punti da trattare all'ordine del giorno

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

Cambio di controllo e misure di difesa

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

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 2019 da KPMG. Il revisore capo responsabile, Jürg Meisterhaus, ha assunto il mandato nel 2019.

Onorari degli audit

Per adempiere al suo mandato legale per l'anno di esercizio 2019, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3,5 milioni di franchi.

Onorari supplementari

Per i servizi aggiuntivi che vanno oltre il mandato legale, l'Ufficio di revisione ha fatturato durante l'anno di esercizio 2019 un totale di 0,6 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 2019, 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.

Politica dell'informazione

Il Gruppo Coop Società Cooperativa informa i suoi soci attraverso il settimanale Cooperazione e i siti web 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 trimestrale 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 2020

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 delle Risorse umane Coop
Alfred Hubler, responsabile Segretariato generale
Jörg Ledermann, responsabile Comunicazione/Qualità/
Sostenibilità

Direzione Retail

Joos Sutter, capo della Direzione Retail
Stefano Alberucci, responsabile Regione di vendita BE
Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
Philippe Huwyler, responsabile Coop@home
Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Peter Schmid, responsabile Regione di vendita NWZZ
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 delle Risorse umane
Thierry Boudol, capo vendita VD/FR
Claudio Marra, capo vendita GE
Bertrand Pasteur, capo vendita VD/GE
Jean-Luc Peulet, capo vendita VS/VD
Laurent Voelin, capo vendita NE/JU/BE
Frederik Heller, capo vendita VD/FR/NE

Regione di vendita Bern (BE)

Stefano Alberucci, responsabile Regione di vendita BE
Peter Jacobian, capo vendita Berna/Burgdorf
Philippe Ziörjen, 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 delle Risorse umane
André Wenger, responsabile EA/Controlling
Roland Frefel, responsabile CCM

Regione di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

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

Isabelle Moesch, responsabile delle Risorse umane
Jean-Claude Prosdocimo, capo vendita Zurigo Nord
Besim Ramadani, capo vendita Città di Zurigo
Christine Keller, 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 delle Risorse umane
Mario Colatrella (fino al 30.06.2020), capo vendita Dario a Marca (dal 01.01.2020), capo vendita TI
René Dörig, capo vendita SG Est/AI/AR/FL/GL
Shenasi Haziri, capo vendita SG Ovest/TG
Sven Herzog, capo vendita Winterthur/SH
Annatina Mehli (dal 01.03.2020), capo vendita GR

Direzione Trading

Daniel Stucker, capo della Direzione Trading
Martin Meier, responsabile EA/Controlling
Claudia Aeschlimann, responsabile delle Risorse umane
Antonella Catellani, responsabile Total Store/Espansione

Coop City

Christian Staub, responsabile Coop City
Rita Zicola, responsabile Vendita Regione Centro
Claudia Schreen, responsabile Vendita Regione Est
Daniel Tona, responsabile Vendita Regione Ovest

Coop Edile+Hobby

Andreas Frischknecht, responsabile Edile+Hobby
Walter Rüeegg, responsabile CM/Acquisti Edile+Hobby
Marco Bertoli, CM Giardinaggio/Piante
Marc Rheia, CM Tempo libero/Sport/Decorazioni
Gabriele Vassena, CM Bricolage/Utensili e materiali elettrici
Dario Oemeroglu, CM Edilizia/Arredamento
Lukas Frey, CM Giardinaggio

Interdiscount/Microspot.ch

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 Piattaforma di vendita/Logistica/
Servizi
Marc Zesiger, responsabile IT

Livique /Lumimart

Oliver Roth, responsabile Divisione Livique/Lumimart

Import Parfumerie

Michael Susta, responsabile Divisione Import Parfumerie

Christ Uhren & Schmuck

Vacante

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
Marc Haselbach, capo vendita Commercio al dettaglio
Silvio Cioffi, responsabile comparto GU Novacasa
Giovanni De Mieri, responsabile comparto Multimedia
Peter Fankhauser, responsabile Finanze & Servizi
Susanne Benz, responsabile comparto Impianti elettrici
Manfred Spiller, responsabile comparto Cucina/Bagno

RS Vertriebs AG

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Peter Rothenbühler, responsabile RS Vertriebs AG

The Body Shop Switzerland SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Adrian Känel, 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
Marc Helfenstein, CM/Acquisti Prodotti freschi convenienza
Oliver Krüsi, CM/Acquisti Pane/Prodotti di panetteria

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
Tobias Schuler, 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
Pascal Probst, CM/Acquisti Articoli di cancelleria/Articoli da
viaggio/Biancheria per la casa/Articoli per la festa
Christian Jochberg, 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

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

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, direttore

Alifresca SA

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione
Vladimir Cob, direttore
Mauro Manacchini, Project Manager

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 Regione logistica SR
Domenico Repetto, responsabile Regione logistica BE
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
Servizi finanziari
Hansjörg Klossner, responsabile Contabilità
Yves Kräutli, responsabile Controlling
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 Sedmeyer, responsabile Regione immobiliare NWZZ
Philippe Sublet, responsabile Centri commerciali nazionale
Fritz Ulmann, responsabile Regione immobiliare OT

Direzione Informatica/Produzione/Servizi

Reto Conrad, capo della Direzione Informatica/Produzione/Servizi
August Harder, responsabile Informatica
Martin von Bertrab, responsabile BâleHotels
Stephan Rupprecht, responsabile Progetti
Romeo Sciaranetti, responsabile Swissmill
Andreas Hasler, responsabile Chocolats Halba/Sunray
Christian Koch, responsabile Steinfels Swiss
Gerhard Marty, responsabile Reismühle Brunnen/Nutrex

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 per 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

Serra tropicale di Frutigen

Marcel Baillods, direttore

Altre società affiliate

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 Europa dell'Est, Finanze; Amministrazione
Frank Seipelt, presidenza della Direzione generale Germania
Manfred Hofer, direttore Acquisti, Aziende di produzione, Digitale

Transgourmet Polonia

Alexander Orlowski, presidenza della Direzione generale e direttore Cash & Carry
Piotr Kolodziejczak, direttore Finanze/Controlling
Piotr Sklodowski, direttore Acquisti/Marketing
Christian Alberty, direttore Foodservice

Selgros Romania

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

Selgros Russia

Michael Zipfel, presidenza della Direzione generale
Jens Frerichs, direttore Acquisti
Maximilian von Blanquet, direttore Finanze
Sergej Kuropatov, direttore Vendita

Transgourmet France

Eric Decroix, presidenza della Direzione generale
Caroline Besselièvre, responsabile delle Risorse umane
Yves Cebron, direttore 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
Patrick Lobsiger, responsabile Marketing e Acquisti
Stefan Tschumi, responsabile delle Risorse umane
Andrea Pellizzari, responsabile Finanze/Controlling/Edilizia/ Immobili
Michael Kocher, responsabile Informatica (dal 1° trimestre 2019)
Ralph Zigerlig, responsabile Vendita Svizzera

Bell Food Group SA

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Lorenz Wyss, presidente della Direzione del gruppo, CEO
Volker Baltes, membro della Direzione del gruppo
Xavier Buro, membro della Direzione del gruppo, CFO
Marco Tschanz, membro della Direzione del Gruppo

Settori centrali

Davide Elia, responsabile Corporate Marketing/Communication
Michael Gloor, responsabile Revisione interna/Compliance
Bernhard Lengacher, responsabile HR Bell Food Group
Etienne Petitjean, responsabile Segretariato generale
Marco Tschanz, responsabile Informatica Bell Food Group

Settore aziendale Convenience

Volker Baltes, responsabile Settore aziendale Convenience
Thomas Bodenmann, responsabile Divisione Hügli
Martin Henck, responsabile Divisione Hilcona
André von Steiger, responsabile Divisione Eisberg

Bell Svizzera

Lorenz Wyss, responsabile Divisione Bell Svizzera
Philipp Allemann, responsabile Produzione/Acquisti
Johannes Meister, responsabile HR Bell Svizzera
Marko Pirc, responsabile Finanze/Controlling Bell Svizzera
Christoph Schatzmann, responsabile Gestione della Qualità/ Sostenibilità
Christine Schlatter, responsabile Vendita/Marketing

Bell International

Marco Tschanz, responsabile Divisione Bell International
Daniel Böhny, responsabile Divisione Bell Europa dell'Ovest/Est
Johannes Huber, responsabile Divisione Hubers/Süttag
Christian Schröder, responsabile Divisione Bell Germania

Settore aziendale Finanze/Servizi

Xavier Buro, settore aziendale Finanze/Servizi

Il Gruppo Coop in cifre

Le cifre indicative	74
Cifre indicative importanti in sintesi	74
Sviluppo del Gruppo Coop	75
Ricavo netto	76
Punti di vendita/Mercati	77
Investimenti (flusso finanziario)	78
Conto economico a valore aggiunto	79
Collaboratori	80
Sostenibilità	84
Rendiconto sull'anno di esercizio	86
Conto annuale consolidato	88
Conto economico consolidato	88
Bilancio consolidato	89
Rendiconto finanziario consolidato	90
Prospetto di variazione del patrimonio netto	91
Allegato al conto annuale consolidato	92
Relazione dell'ufficio di revisione	114

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

Le cifre indicative

Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

30 669 mio. di CHF

Ricavo netto Gruppo

29 633 mio. di CHF

di cui

20 159 mio. di CHF Svizzera

9 474 mio. di CHF Estero

Ricavo netto settori

17 986 mio. di CHF Commercio al dettaglio

14 148 mio. di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto commercio online

913 mio. di CHF Commercio al dettaglio

1 691 mio. di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Collaboratori al 31.12

47 455 Commercio al dettaglio

42 852 Commercio all'ingrosso/Produzione

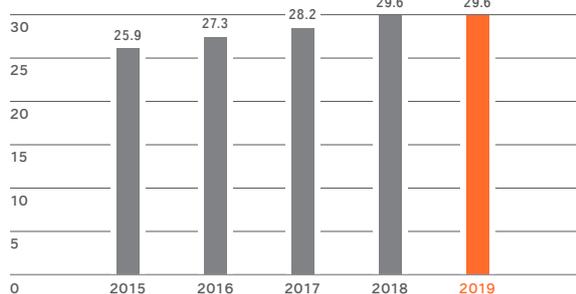
Apprendisti al 31.12

2 459 Commercio al dettaglio

996 Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto

in mia. di CHF



Risultato operativo

2 046 mio. di CHF EBITDA
6.9% del ricavo netto

782 mio. di CHF EBIT
2.6% del ricavo netto

Risultato del periodo

531 mio. di CHF
1.8% del ricavo netto

Patrimonio netto

10 265 mio. di CHF
50.2% Quota di patrimonio netto

Flusso finanziario da attività operative

1 877 mio. di CHF

Investimenti in immobilizzi materiali

888 mio. di CHF Svizzera

360 mio. di CHF Estero

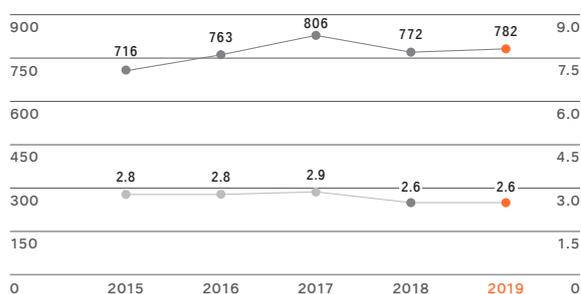
Punti di vendita/mercati

2 333 Commercio al dettaglio

145 Commercio all'ingrosso/Produzione

Risultato operativo (EBIT)

— in mio. di CHF — in % del ricavo netto



Sviluppo del Gruppo Coop

in mio. di CHF o come indicato	2015	2016	2017	2018	2019
Fatturato complessivo	26 932	28 322	29 207	30 662	30 669
Commercio al dettaglio	17 253	17 162	17 405	17 743	17 986
Commercio all'ingrosso/Produzione	10 611	12 248	13 006	14 170	14 148
Consolidamento	-1 969	-2 151	-2 259	-2 348	-2 502
Ricavo netto da forniture e servizi	25 895	27 259	28 152	29 565	29 633
di cui ricavo netto Svizzera	19 252	19 251	19 476	19 931	20 159
in % del ricavo netto	74.3	70.6	69.2	67.4	68.0
di cui ricavo netto Estero	6 643	8 008	8 676	9 634	9 474
in % del ricavo netto	25.7	29.4	30.8	32.6	32.0
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	1 933	2 044	1 994	2 103	2 046
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.5	7.5	7.1	7.1	6.9
Risultato operativo (EBIT)	716	763	806	772	782
in % del ricavo netto (margine EBIT)	2.8	2.8	2.9	2.6	2.6
Risultato del periodo	416	475	485	473	531
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.6	1.7	1.7	1.6	1.8
Flusso finanziario da attività operative	1 653	1 582	1 453	1 701	1 877
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	6.4	5.8	5.2	5.8	6.3
Flusso finanziario da attività d'investimento	-1 477	-1 939	-1 473	-1 792	-1 391
in % del ricavo netto	5.7	7.1	5.2	6.1	4.7
Flusso finanziario da attività di finanziamento	-301	238	-238	325	-536
Free cash flow¹	234	61	99	218	533
Somma di bilancio	17 654	18 663	19 482	20 364	20 456
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza	8 401	8 928	9 339	9 754	10 265
Quota di patrimonio netto incluse le quote di minoranza in % Obiettivo > 40.0	47.6	47.8	47.9	47.9	50.2
Debiti finanziari	4 700	5 043	5 096	5 781	5 348
Indebitamento finanziario netto	3 614	4 061	4 368	4 832	4 427
Fattore di indebitamento Obiettivo < 3.0	1.9	2.0	2.2	2.3	2.2
Fattore di copertura degli interessi ² Obiettivo > 8.0	25.4	33.8	40.2	42.7	49.9
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	69 039	73 451	74 638	77 448	78 264
Collaboratori (persone in formazione incluse) al 31.12	79 954	85 001	86 424	89 579	90 307
Apprendisti al 31.12	3 410	3 505	3 486	3 449	3 455
Punti di vendita/mercati Commercio al dettaglio al 31.12	2 198	2 254	2 296	2 313	2 333
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m ² al 31.12	1 814 469	1 852 653	1 869 362	1 882 500	1 891 825
Punti di vendita/mercati Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	214	226	142	145	145
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m ² al 31.12	938 768	1 004 472	1 007 100	1 008 731	1 004 633
Numero di soci	2 536 800	2 542 848	2 582 309	2 547 851	2 536 702

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 mio. di CHF	2019	2018		
Supermercati Coop	10 452	10 408		
Coop@home	159	151		
Interdiscount	1 048	1 014		
Coop City	764	769		
Coop Edile+Hobby	630	629		
Livique/Lumimart	201	197		
Import Parfumerie	147	146		
Christ Orologi & Gioielli	78	81		
Ing. dipl. Fust SA	1 051	1 031		
Coop Vitality AG	213	202		
The Body Shop Switzerland SA	27	29		
Coop Mineraloel AG	2 478	2 476		
Betty Bossi SA	81	75		
Marché Ristoranti Svizzera SA	113	111		
Coop Ristorante	245	245		
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	298	179		
Formati specializzati	7 534	7 335		
Commercio al dettaglio	17 986	17 743		
	in mio. di EUR	2019	2018	
Transgourmet France	1 233	1 190	1 372	1 375
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 410	5 302	6 019	6 124
Transgourmet Svizzera			1 713	1 598
Transgourmet Österreich	566	529	630	611
Altre società ed effetti di consolidamento del Transgourmet			2	2
Gruppo Transgourmet			9 737	9 710
Bell Food Group			4 013	4 059
Coop Società Cooperativa Produzione			815	802
Altre società ed effetti di consolidamento del settore			-417	-401
Commercio all'ingrosso/Produzione			14 148	14 170
Consolidamento Gruppo Coop			-2 502	-2 348
Ricavo netto			29 633	29 565
Altri ricavi operativi			1 036	1 097
Fatturato complessivo			30 669	30 662
di cui ricavo netto commercio online			2 605	2 329
Commercio online Elettronica di consumo			602	512
– Microspot.ch			279	242
– Nettoshop.ch			91	88
– Altri			231	181
Coop@home			159	151
Altro commercio online, Commercio al dettaglio			153	122
Commercio online, Commercio al dettaglio			913	785
Commercio online, Commercio all'ingrosso/Produzione			1 691	1 544
di cui ricavo netto Svizzera			20 159	19 931
di cui ricavo netto Estero			9 474	9 634

Valori dell'anno precedente adattati

Punti di vendita/Mercati

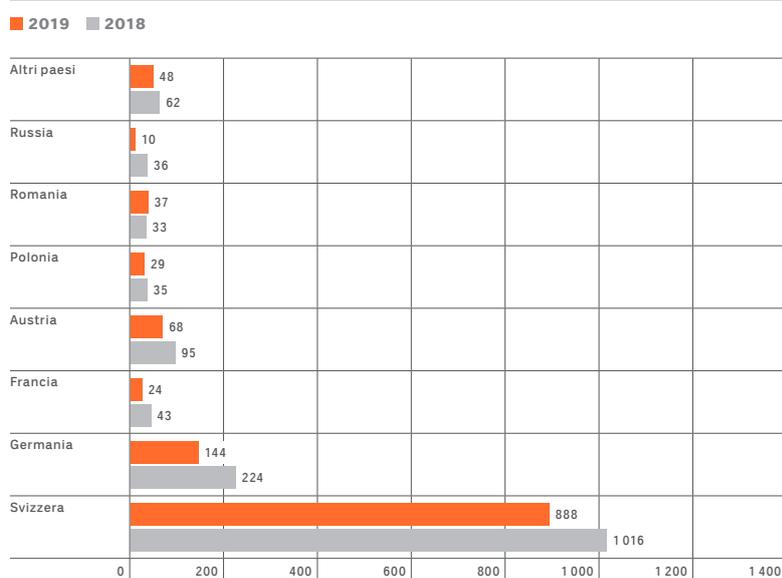
	2019	Quantità al 31.12 2018	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2019	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2018
Supermercati Coop	931	918	998 966	988 896
Interdiscount	179	186	56 418	62 467
Coop City	31	30	130 600	126 031
Coop Edile+Hobby	73	74	307 197	309 920
Livique/Lumimart	44	46	118 466	123 965
Import Parfumerie	115	118	9 593	9 864
Christ Orologi & Gioielli	64	65	5 254	5 395
Ing. dipl. Fust SA	159	155	87 893	87 988
Coop Vitality AG	84	78	10 100	9 623
The Body Shop Switzerland SA	45	45	2 610	2 659
Coop Mineraloel AG	322	318	37 897	37 329
Marché Ristoranti Svizzera SA	35	33	15 673	15 481
Coop Ristorante	198	201	60 963	59 510
BäleHotels	4	4	0	0
update Fitness AG	48	40	50 195	43 372
Tropenhäuser	1	2		
Formati specializzati	1 402	1 395	892 859	893 604
Commercio al dettaglio	2 333	2 313	1 891 825	1 882 500
Transgourmet Central and Eastern Europe	101	102	821 592	829 831
Transgourmet Svizzera	31	30	127 560	123 419
Transgourmet Österreich	13	13	55 481	55 481
Gruppo Transgourmet	145	145	1 004 633	1 008 731
Commercio all'ingrosso/Produzione	145	145	1 004 633	1 008 731
Gruppo Coop	2 478	2 458	2 896 458	2 891 231

Valori dell'anno precedente adattati

Investimenti (flusso finanziario)

in mio. di CHF	2015	2016	2017	2018	2019
Svizzera	1 202	992	920	1 016	888
Germania	94	160	161	224	144
Francia	34	27	27	43	24
Austria		191	58	95	68
Polonia	74	36	32	35	29
Romania	17	40	23	33	37
Russia	13	47	38	36	10
Altri paesi	20	20	22	62	48
Estero	253	517	361	527	360
Investimenti in immobilizzi materiali	1 455	1 509	1 281	1 544	1 248
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	105	107	59	198	41
Investimenti netti in immobilizzi materiali	1 350	1 402	1 222	1 346	1 206
Altri investimenti netti	127	537	251	446	184
Investimenti netti	1 477	1 939	1 473	1 792	1 391

Investimenti in immobilizzi materiali per paese in mio. di CHF



Conto economico a valore aggiunto

in mio. di CHF	2019	2018	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	29 633	29 565	100.2
Altri servizi operativi	1 078	1 139	94.6
Costo merci e altre prestazioni preliminari	22 418	22 475	99.7
Valore aggiunto lordo	8 292	8 230	100.8
Ammortamenti/altro	1 275	1 315	96.9
Valore aggiunto aziendale	7 017	6 914	101.5
Collaboratori			
Salari e stipendi	3 884	3 821	101.7
Oneri sociali/altri oneri	1 259	1 232	102.2
Mano pubblica	1 196	1 213	98.6
Mutuanti	41	49	83.3
Interessi di minoranza (azionisti terzi)	105	126	83.7
Utili non distribuiti (autofinanziamento)	531	473	112.4
Ripartizione del valore aggiunto	7 017	6 914	101.5

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 73.3% (anno precedente: 73.1%), la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop contava 78 264 FTE (anno precedente: 77 448).

Il 17.0% (anno precedente: 17.5%) è destinato alla mano pubblica sotto forma di imposte, dazi doganali e tasse.

Il 0.6% (anno precedente: 0.7%) rappresenta gli interessi pagati ai mutuanti. A causa del minor livello dei tassi, gli interessi continuano a essere piuttosto bassi.

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

Collaboratori

FTE

	2019	2018
Supermercati Coop	18 945	18 833
Coop@home	158	151
Interdiscount	1 679	1 658
Coop City	2 028	2 016
Coop Edile+Hobby	1 603	1 601
Livique/Lumimart	561	561
Import Parfumerie	502	503
Christ Orologi & Gioielli	281	296
Ing. dipl. Fust SA	2 173	2 129
Coop Vitality AG	686	649
The Body Shop Switzerland SA	152	166
Coop Mineraloel AG	116	107
Betty Bossi SA	99	102
Marché Ristoranti Svizzera SA	616	627
Coop Ristorante	1 568	1 581
Altre società	1 000	999
Logistica/Settori centrali	5 547	5 517
Commercio al dettaglio	37 714	37 497
Transgourmet France	2 992	3 101
Transgourmet Central and Eastern Europe	21 329	20 713
Transgourmet Svizzera	2 016	1 775
Transgourmet Österreich	1 616	1 658
Gruppo Transgourmet	27 953	27 246
Bell Svizzera	4 771	4 848
Bell Estero	6 022	6 007
Bell Food Group	10 793	10 855
Coop Società Cooperativa Produzione	1 792	1 838
Altre società	12	12
Commercio all'ingrosso/Produzione	40 550	39 952
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	78 264	77 448

Collaboratori

	2019	2018
Supermercati Coop	24 893	24 782
Coop@home	161	155
Interdiscount	1 753	1 792
Coop City	2 519	2 518
Coop Edile+Hobby	2 013	2 003
Livique/Lumimart	644	640
Import Parfumerie	657	672
Christ Orologi & Gioielli	386	401
Ing. dipl. Fust SA	2 248	2 208
Coop Vitality AG	949	893
The Body Shop Switzerland SA	210	220
Coop Mineraloel AG	119	110
Betty Bossi SA	120	127
Marché Ristoranti Svizzera SA	922	898
Coop Ristorante	2 049	2 050
Altre società	1 797	1 754
Logistica/Settori centrali	6 015	5 972
Commercio al dettaglio	47 455	47 195
Transgourmet France	3 058	3 115
Transgourmet Central and Eastern Europe	22 501	22 145
Transgourmet Svizzera	2 205	1 963
Transgourmet Österreich	1 727	1 764
Gruppo Transgourmet	29 491	28 987
Bell Svizzera	5 175	5 241
Bell Estero	6 302	6 224
Bell Food Group	11 477	11 465
Coop Società Cooperativa Produzione	1 872	1 920
Altre società	12	12
Commercio all'ingrosso/Produzione	42 852	42 384
Collaboratori (persone in formazione incluse) al 31.12	90 307	89 579

Apprendisti

	2019	2018
Supermercati Coop	1 295	1 359
Interdiscount	325	345
Coop City	157	155
Coop Edile+Hobby	121	117
Livique/Lumimart	35	35
Import Parfumerie	45	42
Christ Orologi & Gioielli	23	29
Ing. dipl. Fust SA	87	92
Coop Vitality AG	135	132
The Body Shop Switzerland SA	1	1
Coop Mineraloel AG	4	4
Betty Bossi SA	1	1
Marché Ristoranti Svizzera SA	15	10
Coop Ristorante	15	22
Altre società	32	40
Logistica/Settori centrali	168	165
Commercio al dettaglio	2 459	2 549
Transgourmet France	89	87
Transgourmet Central and Eastern Europe	565	467
Transgourmet Svizzera	83	84
Transgourmet Österreich	73	80
Gruppo Transgourmet	810	718
Bell Svizzera	81	80
Bell Estero	74	75
Bell Food Group	155	155
Coop Società Cooperativa Produzione	31	27
Commercio all'ingrosso/Produzione	996	900
Apprendisti al 31.12	3 455	3 449

Valori dell'anno precedente adattati

Diversità collaboratori

in %	Commercio al dettaglio		Commercio all'ingrosso/ Produzione 2018		Gruppo Coop	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Rapporto di lavoro						
Collaboratori a tempo pieno	56.5	56.7	81.0	81.8	68.1	68.6
Collaboratori a tempo parziale	43.5	43.3	19.0	18.2	31.9	31.4
Quota di donne	62.3	62.3	42.1	42.6	52.7	53.0
con grado di occupazione a tempo pieno	43.9	44.0	37.3	38.0	40.1	40.6
con grado di occupazione a tempo parziale	86.2	86.1	62.6	63.3	79.5	79.9
nel management	42.1	41.4	26.3	25.6	35.8	35.3
nel CdA e nella DG del Gruppo Coop Società Cooperativa					29.4	29.4
Quota di collaboratori sopra i 50 anni	25.7	26.6	27.1	26.6	26.4	26.6
Apprendisti						
Vendita	85.9	86.2	28.4	26.9	69.3	70.7
Settore commerciale	5.0	5.1	38.8	42.1	14.8	14.7
Artigianato/Altro	9.1	8.7	32.8	31.0	15.9	14.6
Paese di lavoro						
Svizzera	99.6	99.7	21.6	21.5	62.6	62.7
Germania			31.3	31.4	14.9	14.9
Polonia			11.5	11.3	5.5	5.3
Romania			10.9	11.1	5.2	5.2
Francia			8.1	8.3	3.8	3.9
Austria			7.3	6.9	3.5	3.3
altri	0.4	0.3	9.3	9.5	4.5	4.7
Nazionalità¹						
Svizzera	67.3	67.8	43.9	44.2	63.6	64.3
Estero	32.7	32.2	56.1	55.8	36.4	35.7

Valori dell'anno precedente adattati

¹ solo di settori con sede sociale in Svizzera

Sostenibilità

Prodotti sostenibili

	2015	2016	2017	2018	2019
Fatturato assortimenti sostenibili					
in mio. di CHF					
Fatturato assortimenti sostenibili Gruppo Coop	3 543	3 855	4 256	4 671	4 711
di cui bio	1 174	1 255	1 389	1 653	1 793
di cui fairtrade ¹	373	462	514	755	760

Valori dell'anno precedente adattati

¹ fino al 2017 esclusi UTZ e Rainforest Alliance

Imballaggi

in tonnellate

Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio al dettaglio	85	230	145	336	273
Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio all'ingrosso/Produzione	145	334	287	605	277
Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Supermercati dal 2012					24 000

Tutela dell'ambiente e del clima

	2015	2016	2017	2018	2019
Consumo energetico					
in megawattore					
Commercio al dettaglio	1 127 499	1 134 156	1 167 296	1 115 086	1 125 824
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	1 441 986	1 527 834	1 602 460	1 593 851	1 610 206
Consumo energetico totale	2 569 485	2 661 990	2 769 756	2 708 937	2 736 030

Valori dell'anno precedente adattati

¹ fino al 2018 esclusi il gruppo Hügli

Vettori energetici rinnovabili

Quota in %

Commercio al dettaglio	66.8	68.0	68.5	71.5	70.5
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	37.0	36.3	39.6	40.1	37.4
Quota di vettori energetici rinnovabili	50.1	49.8	51.8	53.7	51.6

Valori dell'anno precedente adattati

Emissioni di biossido di carbonio (CO₂)

in tonnellate

Commercio al dettaglio	107 135	103 849	105 751	97 983	97 393
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	350 062	367 049	309 806	322 224	363 463
Emissioni totali di biossido di carbonio (CO ₂)	457 197	470 898	415 557	420 207	460 855

Valori dell'anno precedente adattati

¹ fino al 2018 esclusi il gruppo Hügli

2015 2016 2017 2018 2019

Consumo idrico

in migliaia di metri cubi

Commercio al dettaglio	1 060	1 282	1 300	1 378	1 313
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	5 632	5 902	6 115	6 756	6 069
Consumo idrico totale	6 692	7 184	7 415	8 134	7 382

¹ fino al 2018 esclusi il gruppo Hügli

Rifiuti

Quota di riciclaggio

in %

Commercio al dettaglio	80.0	80.2	80.7	80.5	81.2
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	70.1	73.4	76.9	78.6	79.7

Quantità di rifiuti

in tonnellate

Commercio al dettaglio	129 896	134 145	139 445	136 665	132 710
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	65 409	84 085	109 551	124 073	139 143
Quantità totale di rifiuti	195 305	218 230	248 996	260 738	271 853

¹ fino al 2018 esclusi il gruppo Hügli

Impegno sociale

2015 2016 2017 2018 2019

Impegno sociale

in migliaia di CHF

Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile	17 000	18 655	17 511	17 146	16 850
Padrinato Coop per le regioni di montagna	860	827	700	606	597
Altri contributi per progetti di natura sociale	6 496	6 053	5 782	6 952	7 176
Impegno sociale totale	24 356	25 535	23 993	24 704	24 623

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 settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. Nel 2019 è salito dello 0.2%, a un totale di 29 633 milioni di CHF (anno precedente: 29 565 milioni di CHF). Il fatturato complessivo del Gruppo Coop ammonta a 30 669 milioni di CHF (anno precedente: 30 662 milioni di CHF). Con il commercio online, il Gruppo ha conseguito un ricavo netto di 2 605 milioni di CHF (anno precedente: 2 329 milioni di CHF). Ciò corrisponde a una crescita dell'11.8%, a cui hanno contribuito entrambi i settori.

Risultato operativo (EBIT)

Le spese per il personale ammontano a 5 102 milioni di CHF e gli altri costi operativi a 3 205 milioni di CHF. Il risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA) ammonta a 2 046 milioni di CHF (anno precedente: 2 103 milioni di CHF) con un margine EBITDA del 6.9%, lievemente inferiore rispetto all'anno precedente.

Gli ammortamenti, pari a 1 264 milioni di CHF, si compongono di ammortamenti su fabbricati/terreni e impianti per 567 milioni di CHF, altri immobilizzi materiali per 464 milioni di CHF, avviamento per 102 milioni di CHF e altri immobilizzi immateriali per 131 milioni di CHF. Il risultato operativo (EBIT), pari a 782 milioni di CHF, è superiore rispetto all'esercizio precedente (772 milioni di CHF), con un margine EBIT del 2.6%, invariato rispetto all'esercizio precedente.

Utile netto

La perdita legata al risultato su valute estere e al risultato finanziario ammonta a 47 milioni di CHF (anno precedente: perdita di CHF 40 milioni). Una volta dedotti 6 milioni di CHF per una perdita estranea all'esercizio, 93 milioni di CHF di imposte sul reddito (anno precedente: 140 milioni di CHF) e 105 milioni di CHF di partecipazioni minoritarie (anno precedente: 126 milioni di CHF), risulta un utile netto di 531 milioni di CHF, ovvero 59 milioni di CHF in più rispetto all'anno precedente.

Analisi per settore

Commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio, Coop ha fatto registrare una crescita dell'1.4%, realizzando un ricavo netto di 17 986 milioni di CHF. Nei supermercati Coop l'afflusso dei clienti è aumentato del 2.5% e con 10 452 milioni di CHF il ricavo netto dell'anno precedente è stato superato dello 0.4%.

Il ricavo netto dei formati specializzati è salito a 7 534 milioni di CHF (+2.7%). Il segmento dell'elettronica di consumo ha realizzato un ricavo netto di 2 099 milioni di CHF. Ciò equivale a una crescita del 2.6%. In questo modo è stata rafforzata la leadership nel mercato dell'elettronica di consumo.

Livique/Lumimart è riuscita a guadagnare nuove quote di mercato e a incrementare il ricavo netto del 2.0% a 201 milioni di CHF.

Coop Edile+Hobby rimane leader nel settore dei mercati edili. Il ricavo netto, pari a 630 milioni di CHF, è rimasto pressoché invariato rispetto all'anno precedente.

In seguito a due grandi progetti di ristrutturazione, il ricavo netto dei grandi magazzini Coop City è diminuito dello 0.6% a 764 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 pari a 2 478 milioni di CHF si attesta allo stesso livello dell'anno precedente. A questo si accompagna anche una crescita dell'1.9% degli shop Pronto.

Coop Vitality AG ha nuovamente registrato un andamento molto positivo, incrementando il ricavo netto del 5.8% a 213 milioni di CHF.

Nel commercio al dettaglio online, il ricavo netto è cresciuto del 16.3% a 913 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 5.4% ed è riuscito a conquistare nuove quote di mercato; il ricavo netto è stato di 159 milioni di CHF.

Il risultato operativo (EBIT) del segmento Commercio al dettaglio è salito di 79 milioni di CHF a 540 milioni di CHF (anno precedente: 462 milioni di CHF). I punti di vendita del settore (inclusi i ristoranti) sono ora 2 333, ossia 20 in più. Il Gruppo Coop impiega nel commercio al dettaglio 47 445 collaboratori (anno precedente: 47 195).

Commercio all'ingrosso/Produzione

Il ricavo netto nel settore Commercio all'ingrosso/Produzione è salito a 14 148 milioni di CHF (anno precedente: 14 170 milioni di CHF). La crescita è stata del 2.5% in valuta locale.

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 9 737 milioni di CHF (anno precedente: 9 710 milioni di CHF). Transgourmet ha quindi registrato un aumento del 3.7% in valuta locale confermandosi la seconda azienda in ordine di grandezza nel commercio europeo del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso. Transgourmet gestisce complessivamente 145 mercati Cash&Carry (anno precedente: 145), dando lavoro a 29 491 collaboratori (anno precedente: 28 987).

Il ricavo netto delle aziende di produzione ammonta a 4 835 milioni di CHF (anno precedente: 4 867 milioni di CHF). La crescita è stata dello 0.5% in valuta locale.

Il Bell Food Group è tra i principali operatori in Europa per la lavorazione della carne e di prodotti convenienze. Con i marchi Bell, Hilcona, Eisberg e Hügli, il gruppo copre le svariate esigenze dei clienti. I clienti operano in diversi settori, tra cui commercio, Foodservice e industria alimentare. Con 4 013 milioni di CHF, il ricavo netto è stato dell'1.1% inferiore a quello dell'anno precedente (4 059 milioni di CHF). Il Bell Food Group conta 11 477 collaboratori (anno precedente: 11 465).

Il risultato operativo (EBIT) del settore Commercio all'ingrosso/Produzione è diminuito di 69 milioni di CHF a 242 milioni di CHF (anno precedente: 311 milioni di CHF).

Situazione finanziaria e patrimoniale

Bilancio

La somma di bilancio del Gruppo Coop è aumentata di 92 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Sul lato degli attivi, l'attivo circolante è cresciuto di 30 milioni di CHF a 6 429 milioni di CHF, a fronte di un aumento dei ratei e risconti attivi e delle scorte. L'attivo fisso è passato a 14 027 milioni di CHF, con un incremento di 61 milioni di CHF. Agli ammortamenti si contrappongono maggiori investimenti nonché incrementi derivanti dalle acquisizioni effettuate. Il capitale di terzi, attestatosi a 10 191 milioni di CHF, è diminuito di 419 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il capitale di terzi a breve termine è diminuito di 133 milioni di CHF a 4 776 milioni di CHF, mentre quello a lungo termine è diminuito di 287 milioni di CHF a 5 415 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 minoritarie, è salito a 10 265 milioni di CHF. Al 31 dicembre 2019 la quota di patrimonio netto, attestatasi al 50.2%, si situa ben al di sopra dell'obiettivo strategico del 40%.

Rendiconto finanziario

Con 1 877 milioni di CHF, l'afflusso monetario da attività operativa è aumentato di 176 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il deflusso monetario da attività di investimento, pari a 1 391 milioni di CHF, corrisponde a 401 milioni di CHF in meno rispetto all'anno precedente. Ciò deriva da ridotte uscite per acquisizioni e da minori investimenti netti in immobilizzi materiali. Sono stati investiti al netto 1 344 milioni di CHF in immobilizzi materiali e immateriali, e altri 45 milioni di CHF in acquisizioni. Negli investimenti finanziari/nei titoli sono stati investiti al netto 2 milioni di CHF. Ne è derivato un free cash flow di 533 milioni di CHF. Il deflusso monetario da attività di finanziamento ammonta a 536 milioni di CHF. Il Gruppo Coop Società Cooperativa ha rimborsato un prestito di 250 milioni di CHF. I debiti finanziari a breve e lungo termine hanno registrato un calo pari a 209 milioni di CHF al netto. La vendita di azioni di F&B – Food and Beverage Services GmbH ha generato un afflusso di fondi pari a 12 milioni di CHF; sono stati inoltre versati dividendi agli azionisti minoritari per un importo di 89 milioni di CHF.

Conto annuale consolidato

Conto economico consolidato

in mio. di CHF	Spiegazioni	2019	2018
Ricavo netto da forniture e servizi	1	29 633	29 565
Altri ricavi operativi	2	1 036	1 097
Costo delle merci		20 316	20 350
Costi del personale	3	5 102	5 011
Altri costi operativi	4	3 205	3 198
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)		2 046	2 103
Ammortamenti immobilizzi materiali	5	1 031	1 009
Ammortamenti immobilizzi immateriali	5	233	322
Risultato operativo (EBIT)	1	782	772
Risultato organizzazioni associate		0	2
Risultato da valute estere		-17	-17
Risultato finanziario	6	-30	-22
Risultato ordinario		736	735
Risultato estraneo all'esercizio	7	-6	4
Risultato ante imposte sull'utile (EBT)		730	739
Imposte sull'utile	8	93	140
Risultato al netto delle imposte sull'utile		637	599
Quote di minoranza		105	126
Risultato del periodo		531	473

Valori dell'anno precedente adattati

Bilancio consolidato

in mio. di CHF	Spiegazioni	31.12.2019	31.12.2018
Liquidità	9	917	945
Titoli		4	4
Crediti da forniture e servizi	10	1 273	1 282
Altri crediti a breve termine	11	285	297
Ratei e risconti attivi		565	535
Rimanenze	12	3 384	3 336
Attivo circolante		6 429	6 398
Immobilizzi materiali	13	12 803	12 675
Immobilizzi finanziari	14	150	158
Immobilizzi immateriali	15	1 074	1 132
Attivo fisso		14 027	13 966
Attivi		20 456	20 364
Debiti da forniture e servizi		1 793	1 864
Debiti finanziari a breve termine	16	924	1 126
Altri debiti a breve termine	17	378	356
Accantonamenti a breve termine	18	261	255
Ratei e risconti passivi		1 420	1 306
Capitale di terzi a breve termine		4 776	4 908
Debiti finanziari a lungo termine	16	4 425	4 655
Accantonamenti a lungo termine	18	990	1 047
Capitale di terzi a lungo termine		5 415	5 702
Capitale di terzi		10 191	10 610
Riserve da utili		9 337	8 916
Riserve di capitale		-233	-241
Risultato del periodo		531	473
Patrimonio netto senza quote di minoranza		9 635	9 148
Quote di minoranza		630	606
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza		10 265	9 754
Passivi		20 456	20 364

Rendiconto finanziario consolidato

in mio. di CHF	2019	2018
Risultato al netto delle imposte sull'utile	637	599
Ammortamenti	1 168	1 286
Perdite per riduzioni durevoli di valore	120	73
Soppressione di riduzioni durevoli di valore	-17	-25
Utili (-)/perdite da cessione attivo fisso	-13	-91
Altro spese/ricavi senza effetto sulla liquidità	54	48
Risultato organizzazioni associate	0	-2
Dividendi percepiti da organizzazioni associate	1	0
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi	37	0
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti e dei ratei e risconti attivi	-12	24
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze	-79	-44
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi	-95	-88
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi	101	-22
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine	6	-50
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine	-31	-8
Flusso finanziario da attività operative	1 877	1 701
Investimenti in immobilizzi materiali	-1 248	-1 544
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	41	198
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli	-14	-76
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli	12	63
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate	-45	-296
Investimenti in immobilizzi immateriali	-137	-139
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali	0	1
Flusso finanziario da attività d'investimento	-1 391	-1 792
Accensioni di prestiti	0	650
Rimborso di prestiti	-250	-175
Aumento/Riduzione del capitale	6	198
Dividendi agli azionisti minoritari	-89	-88
Acquisto/Vendita quote di minoranza	6	-389
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine	-333	76
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine	124	53
Flusso finanziario da attività di finanziamento	-536	325
Saldo flusso finanziario	-50	234
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio	945	722
Saldo flusso finanziario	-50	234
Effetto valutario liquidità	23	-11
Liquidità alla fine del periodo d'esercizio	917	945

Prospetto di variazione del patrimonio netto

in mio. 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 01.01.2019	9 448	-532	-241	473	9 148	606	9 754
Aumento/Riduzione del capitale						6	6
Variazioni nel perimetro di consolidamento						8	8
Acquisto/Vendita quote di minoranza			8		8	-2	6
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	473			-473			
Risultato del periodo				531	531	105	637
Dividendi						-89	-89
Effetto valutario		-52			-52	-4	-56
Patrimonio netto al 31.12.2019	9 921	-584	-233	531	9 635	630	10 265
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

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 2019, il 49% delle quote della società F&B – Food & Beverage Services GmbH è stato venduto al gruppo Oetker. 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.

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 2019 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 conto dei flussi di tesoreria è preparato sulla base del fondo Mezzi liquidi. Il flusso finanziario da 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 entità associate sono società sulle quali il Gruppo Coop può esercitare un influsso determinante, di norma quando la percentuale dei diritti di voto è compresa tra il 20 e il 50%.

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 a valori equi in base ai principi uniformi del gruppo e integrate nel conto annuale consolidato a partire dal momento in cui la presa di controllo diventa effettiva. 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	
		2019	2018	31.12.2019	31.12.2018
1	EUR	1.113	1.155	1.085	1.127
1	GBP	1.268	1.306	1.276	1.260
1	HKD	0.127	0.125	0.124	0.126
100	HUF	0.342	0.362	0.328	0.351
1	PLN	0.259	0.271	0.255	0.262
1	RON	0.234	0.248	0.227	0.242
1	RUB	0.015	0.016	0.016	0.014
1	USD	0.994	0.978	0.966	0.984

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 di disporre 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 a 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 a 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 se inferiore di realizzo. 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 di 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.

Di norma, il periodo di ammortamento delle immobilizzazioni materiali rientra nei seguenti intervalli:

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 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.

Di norma, il periodo di ammortamento delle immobilizzazioni immateriali rientra nei seguenti intervalli:

Goodwill	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. 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.

Coop si finanzia tra l’altro con la Cassa Depositi, che propone conti deposito fruttiferi agli investitori. Una volta conclusosi il blocco di 6 mesi sui nuovi depositi previsto dalla legge, è possibile prelevare CHF 20000 al mese (calendario) dal saldo disponibile sul conto deposito, mentre per importi superiori è necessario un preavviso di 3 mesi. La ripartizione dei conti deposito in debiti finanziari a breve e lungo termine si basa sui dati raccolti in relazione alle precedenti uscite monetarie (approccio economico).

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 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.

Adeguamento dei dati dell'esercizio precedente

Secondo Swiss GAAP RPC 17.17, i costi d'acquisto delle rimanenze comprendono anche i costi ausiliari d'acquisto come costi di trasporto, spedizione e scarico. Nella valutazione delle rimanenze si tiene pertanto conto dei costi interni del personale e di trasporto da sostenere, che finora erano inclusi in toto direttamente nei costi delle merci, mentre ora sono dichiarati nel costo del personale e negli altri costi operativi. Il conto economico consolidato così come le tabelle 3 e 4 in allegato al conto annuale consolidato sono state quindi modificati per il periodo 2018. La variazione delle rimanenze risultante dalla considerazione di questi costi nella valutazione delle rimanenze è dichiarata come in precedenza nei costi delle merci.

in mio. di CHF

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

	2019		2018	
	Ricavo netto da forniture e servizi	Risultato operativo (EBIT)	Ricavo netto da forniture e servizi	Risultato operativo (EBIT)
Commercio al dettaglio	17 986	540	17 743	462
Commercio all'ingrosso/Produzione	14 148	242	14 170	311
Consolidamento	-2 502		-2 348	
Gruppo Coop	29 633	782	29 565	772

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

	2019	2018
Svizzera	20 159	19 931
Estero	9 474	9 634
Gruppo Coop	29 633	29 565

2 Altri ricavi operativi

	2019	2018
Ricavi locativi operativi	189	193
Utili da cessione di attivo fisso operativo	5	72
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	31	27
Altri ricavi da servizi	811	805
Totale	1 036	1 097

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

	2019	2018
Salari/Stipendi	3 884	3 821
Oneri sociali	913	869
Altri costi del personale	305	320
Totale	5 102	5 011

Tasso oneri sociali in % 23.5 22.7

Valori dell'anno precedente adattati

4 Altri costi operativi

	2019	2018
Spese pubblicitarie	515	534
Spese di locazione	741	737
Spese di ufficio e di amministrazione	292	279
Tributi e assicurazioni cose	86	91
Imposte di esercizio	46	45
Manutenzione e sostituzione	464	461
Costi energetici e materiale di esercizio	438	450
Spese di trasporto	416	406
Spese varie	206	195
Totale	3 205	3 198

Valori dell'anno precedente adattati

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 mio. di CHF

5 Ammortamenti	2019	2018
Avviamento, ammortamenti programmati	100	196
Avviamento, ammortamenti non programmati	2	21
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	109	105
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati	22	0
Ammortamenti immobilizzi immateriali	233	322
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	959	983
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	89	51
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-17	-25
Ammortamenti immobilizzi materiali	1 031	1 009
Totale	1 264	1 331

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	2019	2018
Dividendi e utili di corso su titoli	0	0
Altri ricavi finanziari	11	27
Ricavi finanziari	11	27
Perdite di corso su titoli	0	0
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	41	49
Rettifiche di valore su immobili finanziari	0	0
Oneri finanziari	41	49
Totale	-30	-22

7 Risultato estraneo all'esercizio	2019	2018
Ricavi locativi	0	1
Utili da cessione di attivo fisso non operativo	13	6
Ricavi non operativi	13	7
Costi immobiliari non operativi (incl. ammortamenti su immobilizzi non operativi)	10	3
Altri costi non operativi	9	0
Costi non operativi	19	3
Totale	-6	4

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

in mio. di CHF

8 Imposte sull'utile	2019	2018
Imposte correnti sull'utile	130	145
Variazione delle imposte differite	-37	-5
Totale	93	140

	Aliquota d'imposta in %	2019 Importo fiscale in mio. di CHF	Aliquota d'imposta in %	2018 Importo fiscale in mio. di CHF
Aliquota d'imposta media applicabile/Previsione delle imposte sul reddito	15.9	116	19.4	143
Perdite per l'anno in corso per le quali non sono state attivate imposte differite		65		15
Utilizzo di perdite riportate non ancora registrate		-4		-30
Aliquota media d'imposta sull'utile da applicare al netto delle perdite riportate	24.3	177	17.4	129
Altri effetti		-84		11
Aliquota d'imposta effettiva sull'utile/Imposte effettive sull'utile	12.8	93	18.9	140

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 nel 2019 derivano per più della metà da modifiche riguardanti l'aliquota d'imposta delle imposte differite. Gli ulteriori effetti provengono sostanzialmente da spese e ricavi non tassabili nonché da imposte sul reddito estranee al periodo.

Non è stato attivato un credito potenziale d'imposta pari a 223 mio. di CHF (31.12.2018: 179 mio. di CHF) sull'utile dovuto a perdite non ancora fiscalmente sfruttate.

9 Liquidità	31.12.2019	31.12.2018
Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancario	871	910
Assegni/Buoni	29	23
Depositi a termine	17	11
Totale	917	945

10 Crediti da forniture e servizi	31.12.2019	31.12.2018
Crediti da forniture e servizi	1 324	1 333
Rettifica di valore	-51	-51
Totale	1 273	1 282

11 Altri crediti a breve termine	31.12.2019	31.12.2018
Altri crediti	276	290
Acconti a fornitori	10	9
Rettifica di valore	-2	-2
Totale	285	297

12 Rimanenze	31.12.2019	31.12.2018
Merci commerciali	2 793	2 746
Prodotti finiti (Produzione)	233	215
Semilavorati, prodotti in produzione	186	177
Materie prime	176	187
Materiale ausiliario e d'imballaggio	87	82
Acconti a fornitori	50	68
Rettifica di valore	-141	-139
Totale	3 384	3 336

in mio. di CHF

14 Immobilizzi finanziari

	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Organizzazioni associate	Altri immobilizzi finanziari	Totale
Immobilizzi finanziari 2019				
Valori contabili netti 01.01.2019	11	90	58	158
Variazioni nel perimetro di consolidamento			1	1
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto	0	-10	13	3
Disinvestimenti	0		-12	-12
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		-1	0	-1
Effetto valutario		0	0	0
Valori contabili netti 31.12.2019	10	79	61	150
di cui avviamento organizzazioni associate		8		8

Immobilizzi finanziari 2018

Valori contabili netti 01.01.2018	11	80	29	120
Variazioni nel perimetro di consolidamento			0	0
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto		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

Altri immobilizzi finanziari

	31.12.2019	31.12.2018
Prestiti	57	55
Vari immobilizzi finanziari	10	10
Rettifiche di valore su altri immobili finanziari	-7	-7
Totale	61	58

in mio. di CHF

15 Immobilizzi immateriali	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Immobilizzi immateriali in fase di sviluppo	Totale
Immobilizzi immateriali 2019						
Valori d'acquisto 01.01.2019	3 842	646	594	49	138	5 270
Variazioni nel perimetro di consolidamento	29	9	2	1		41
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto	2	0	51	5	84	142
Disinvestimenti		-1	-49	-1	0	-51
Effetto valutario	-10	-1	-4	-1	0	-17
Riclassificazioni		0	12	11	-23	0
Valori d'acquisto 31.12.2019	3 862	653	607	65	199	5 386
Ammortamenti cumulati al 01.01.2019						
Ammortamenti cumulati al 01.01.2019	3 256	387	426	39	30	4 138
Variazioni nel perimetro di consolidamento		0	1	0		2
Ammortamenti programmati	100	32	71	6		209
Ammortamenti non programmati	2	21	1			24
Disinvestimenti		-1	-48	-1		-50
Effetto valutario	-5	-1	-4	-1		-11
Riclassificazioni		0	-3	3		0
Ammortamenti cumulati al 31.12.2019	3 352	438	444	47	30	4 312
Valori contabili netti 31.12.2019	510	215	162	17	169	1 074
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						
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		
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

in mio. di CHF

16 Debiti finanziari	Tasso d'interesse in % (ponderato)	31.12.2019	31.12.2018
Conti correnti bancari		3	1
Conti deposito	0.51	1 770	1 754
Obbligazioni di cassa	0.70	310	238
Prestiti obbligazionari		2 805	3 055
Prestiti bancari	0.44	90	431
Ipoteche	3.68	39	67
Leasing finanziario		0	1
Altri debiti finanziari		332	233
Totale		5 348	5 781
di cui debiti finanziari a breve termine		924	1 126
di cui debiti finanziari a lungo termine		4 425	4 655
di cui debiti verso istituti di previdenza	0.20	216	200

La suddivisione dei debiti derivanti dai conti depositi avviene in virtù di valori empirici delle uscite monetarie verificatesi in passato. Degli effettivi pari a 1 770 milioni di franchi (31.12.2018: 1 754 milioni di franchi), 214 milioni di franchi (31.12.2018: 227 milioni di franchi) sono iscritti a bilancio a breve termine e 1 556 milioni di franchi (31.12.2018: 1 527 milioni di franchi) a lungo termine.

Prestiti obbligazionari	Valuta	Durata	Tasso d'interesse in % (ponderato)	31.12.2019	31.12.2018
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2012–2019	1.250		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 SA	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 SA	CHF	Feb. 2018–2024	0.375	200	200
Bell Food Group SA	CHF	Mar. 2016–2025	0.625	300	300
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Giu. 2018–2025	0.750	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 SA	CHF	Jan. 2018–2028	0.750	150	150
Totale				2 805	3 055

17 Altri debiti a breve termine	31.12.2019	31.12.2018
Buoni in circolazione	76	74
Anticipi da clienti	143	145
Altre imposte	99	86
Altri debiti a breve termine	60	51
Totale	378	356

in mio. di CHF

18 Accantonamenti	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Supercard	Imposte differite	Altri accantonamenti	Totale
Accantonamenti 2019						
Valori contabili 01.01.2019	113	13	164	783	230	1 303
Variazioni nel perimetro di consolidamento				0	0	1
Costituzione di accantonamenti	26	2	212		56	296
Utilizzo degli accantonamenti	-20	-5	-201		-33	-260
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-3	-2	-4		-23	-32
Variazione delle imposte differite				-37		-37
Effetto valutario	-2	0		-16	-1	-19
Valori contabili 31.12.2019	115	7	171	731	228	1 252
di cui accantonamenti a breve termine	21	5	171		65	261
di cui accantonamenti a lungo termine	94	2		731	163	990
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
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

Gli altri accantonamenti includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 110 mio. di CHF (102 mio. di CHF al 31.12.2018) e per i punti di vendita pari a 19 mio. di CHF (25 mio. di CHF al 31.12.2018).

in mio. di CHF

19 Istituti di previdenza

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2019

	Valore nominale	Rinuncia utilizzazione	Valore del bilancio
Valori contabili 01.01.2019	11		11
Utilizzo (Costi del personale)	0		0
Valori contabili 31.12.2019	10		10

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2018

Valori contabili 01.01.2018	11	11
Utilizzo (Costi del personale)	0	0
Valori contabili 31.12.2018	11	11

Utile economico/impegno economico	Fondi liberi/copertura insufficiente		Quota economica del Gruppo Coop	
	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018
Istituto di previdenza con fondi liberi	93	8	0	0
Piano di previdenza senza azioni proprie	0	0	-115	-113
Totale	93	8	-115	-113

Costo per la previdenza	Modifica voce di bilancio 2019		Contributi di competenza del periodo 2019	Costo per la previdenza nei costi del personale 2019	Modifica voce di bilancio 2018		Contributi di competenza del periodo 2018	Costo per la previdenza nei costi del personale 2018
	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			26	26			252	252
Istituto di previdenza con fondi liberi			268	268			8	8
Piano di previdenza senza azioni proprie	-21	23	0	23	-20	22		22
Istituto di previdenza riassicurato			4	4			11	11
Totale	-21	23	298	321	-20	22	271	293

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

Il 31.12.2019, la CPV/CAP presentava un grado di copertura del 116.1% (anno precedente: 108.4%). Nell'ottica delle RPC 16 sussiste una sovracopertura, in quanto il valore target della riserva di fluttuazione è stato raggiunto.

in mio. di CHF

20 Operazioni fuori bilancio	31.12.2019	31.12.2018
Fideiussioni, garanzie	9	10
Altri impegni quantificabili di carattere eventuale	10	10
Altri impegni potenziali che non devono essere registrati nel bilancio	72	65
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	63	127

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. Vi sono ulteriori impegni eventuali, derivanti da contratti in essere, che non possono essere valutati in modo affidabile a causa della scarsa probabilità che si realizzino e di possibili uscite monetarie difficilmente quantificabili. Questi riguardano prevalentemente gli immobili in locazione.

21 Obblighi da leasing operativo non iscritto in bilancio	31.12.2019	31.12.2018
Scadenza entro un anno	740	766
Scadenza nell'arco di 1-5 anni	2 492	2 562
Scadenza dopo oltre 5 anni	3 224	3 366

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 2019		Valori di contratto	Riconciliato al bilancio		Non riconciliato al bilancio	
Valore base	Scopo		Attivi	Passivi	Attivi	Passivi
Valute	Copertura	1 531	10	4	0	4

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

23 Transazioni con parti correlate

Transazioni con organizzazioni associate	2019	2018
Ricavo netto da forniture e servizi	13	19
Altri ricavi operativi	1	1
Ricavi finanziari	1	0
Costo delle merci	9	8
Spese di ufficio e di amministrazione	2	2
Spese di locazione	3	3
	31.12.2019	31.12.2018
Crediti da forniture e servizi	1	1
Altri crediti a breve termine	3	0
Prestiti	39	37
Debiti da forniture e servizi	7	7
Debiti finanziari a breve termine	2	0

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

2019

Società		Variazione	Data	31.12.2019 in %	31.12.2018 in %
Centre Commercial Moncor S.A.	CH-Villars-sur-Glâne	Fusione in Coop Società Cooperativa	01/2019	100.0	100.0
Braschler's Comestibles Import AG	CH-Zurigo	Fusione in Transgourmet Svizzera SA	01/2019	100.0	100.0
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	Riduzione della quota di partecipazione	01/2019	51.0	100.0
Team Beverage AG	DE-Brema	Riduzione della quota di partecipazione	01/2019	35.7	70.0
siroop trading SA	CH-Basilea	Resa inattiva	01/2019	100.0	100.0
Interfrais Frisch-Service AG	CH-Schlieren	Acquisizione	04/2019	100.0	
Sanalogic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	Costituzione e asset deal	05/2019	100.0	
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	Acquisizione	06/2019	100.0	
GEVA Beteiligungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	Acquisizione	09/2019	51.0	

2018

Società		Variazione	Data	31.12.2018 in %	31.12.2017 in %
Gruppo Hügli	CH-Steinach	Acquisizione	01/2018	66.3	
Der Milchbauer Grosshandels-gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Fusione in EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	01/2018	100.0	100.0
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Fusione in Bell Svizzera SA	01/2018	100.0	100.0
Peter Riegger Holding AG	CH-Zugo	Fusione in Weinkeller Riegger AG	01/2018	100.0	100.0
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Fusione in update Fitness AG	01/2018	51.0	51.0
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	Acquisizione	02/2018	100.0	
Two Spice SA	CH-Hergiswil	Acquisizione	03/2018	32.8	
Braschler's Comestibles Import AG	CH-Zurigo	Acquisizione	04/2018	100.0	
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	Acquisizione	05/2018	66.3	
Service 7000 AG	CH-Netstal	Aumento della quota di partecipazione	05/2018	100.0	75.0
siroop SA	CH-Zurigo	Aumento della quota di partecipazione e fusione in Coop Società Cooperativa	05/2018	100.0	50.0
Bell Food Group SA	CH-Basilea	Aumento di capitale	06/2018	66.3	66.3
Palink UAB	LT-Vilnius	Vendita	09/2018		20.0

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

in mio. di CHF

25 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni

2019	Gastro Profi GmbH	Sanalogic Solutions GmbH	Gruppo GEVA	Interfrais Frisch-Service AG	Altre organizzazioni
Liquidità			5	5	0
Crediti e Risconti attivi	2		52	13	0
Rimanenze	3			2	0
Immobilizzi materiali	1		3	4	0
Immobilizzi finanziari			1		0
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)	0	3		3	3
Debiti e ratei e risconti passivi	3		50	14	0
Debiti finanziari	2				0
Accantonamenti	0		0	0	0
2018	siroop SA	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

26 Perimetro di consolidamento

		Quota di capitale ¹		Inclusione
		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	
Gruppo Coop				
Gruppo Coop Società Cooperativa	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
Alifresca SA	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
Alifresca Italy S.R.L.	IT-Villafranca di Verona	100.0	100.0	☐
Alifresca Spain S.L.	ES-Valencia	100.0	100.0	☐
Autobahn-Raststätte Basel-Nord AG	CH-Basilea	38.3	38.3	●
CapCo AG	FL-Vaduz	100.0	100.0	☐
Centre de formation "du Léman"	CH-Jongny	100.0	100.0	☐
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	75.0	75.0	☐
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	50.0	50.0	●
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	51.0	51.0	☐
Centro per Seminari Coop	CH-Muttenz	100.0	100.0	☐
Coop Vitality AG	CH-Berna	51.0	51.0	☐
Coop Vitality Management AG	CH-Berna	51.0	51.0	☐
Elektronik Distribution AG	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
Eurogroup Europe AG	CH-Wangen	100.0	100.0	☐
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	100.0	100.0	☐
Marché Ristoranti Svizzera SA	CH-Dietlikon	100.0	100.0	☐
Panflor AG	CH-Zurigo	100.0	100.0	☐
railCare AG	CH-Härkingen	100.0	100.0	☐
Raststätte Glarnerland AG	CH-Niederurnen	21.3	21.3	☐
Raststätte Heildiland AG	CH-Maienfeld	51.5	51.5	☐
Relais du St-Bernard Martigny SA	CH-Martigny	68.0	68.0	●
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
SC Swiss commercial GmbH	DE-Costanza	100.0	100.0	☐
Stazioni Autostradali Bellinzona SA	CH-Bellinzona	68.4	68.4	●
Steinfels Swiss GmbH	DE-Costanza	100.0	100.0	☐
Tanklager Rothenburg AG	CH-Rothenburg	17.0	17.0	●
Two Spice SA	CH-Zurigo	32.8	32.8	●
update Fitness AG	CH-Uzwil	51.0	51.0	☐
update akademie GmbH	CH-Uzwil	25.5	25.5	●
Coop Società Cooperativa	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
Betty Bossi SA	CH-Zurigo	100.0	100.0	☐
Coop Immobilien AG	CH-Berna	100.0	100.0	☐
Ing. dipl. Fust SA	CH-Oberbüren	100.0	100.0	☐
Parking des Remparts SA	CH-La Tour-de-Peilz	33.3	33.3	●
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	100.0	100.0	☐
RS Vertriebs AG	CH-San Gallo	100.0	100.0	☐
Service 7000 AG	CH-Netstal	100.0	100.0	☐
The Body Shop Switzerland SA	CH-Uster	100.0	100.0	☐
Gruppo Transgourmet				
Transgourmet Holding AG	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
gastronovi GmbH	DE-Brema	51.0	51.0	☐
Interfrais Frisch-Service AG	CH-Schlieren	100.0	100.0	☐
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	☐
Ahoii GmbH	DE-Amburgo	8.9	17.6	●
Brand Views GmbH	DE-Amburgo	22.3	43.8	●
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	100.0	100.0	☐
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	51.0	100.0	☐

		Quota di capitale ¹		Inclusione
		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Francoforte	100.0	100.0	□
FRISCHEPARADIES ESPAÑA S.L.U.	ES-Palma de Mallorca	100.0	100.0	□
Fruchthof Handel-GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□
gastivo portal GmbH	DE-Brema	35.7	70.0	□
Gastro Tracking GmbH	DE-Norimberga	17.9	35.0	●
Geo-Marketing GmbH	DE-Colonia	25.0	25.0	●
GEVA Beteiligungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	51.0		□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH	DE-Frechen	26.0		□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH & Co. KG	DE-Frechen	26.0		□
Hamburger Feinfrost GmbH	DE-Amburgo	100.0	100.0	□
MVF Markenvertriebs- und Förderungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	26.0		□
NEV Nordwest GmbH	DE-Brema	35.7	70.0	□
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	100.0	100.0	□
OOO Basa	RU-Mosca	100.0	100.0	□
OOO Mikotrans	RU-Mosca	100.0	100.0	□
OOO Selgros	RU-Mosca	100.0	100.0	□
OOO Selgros Immobilien	RU-Mosca	100.0	100.0	□
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Mosca	100.0	100.0	□
proGetränkePartner GmbH	DE-Eggenfelden	17.9	35.0	●
Richard Sump GmbH	DE-Amburgo	75.0	75.0	□
Sanalogic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	100.0		□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	100.0	100.0	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Amburgo	75.0	75.0	□
Team Beverage AG	DE-Brema	35.7	70.0	□
Team Beverage Category Management und Vermarktung GmbH	DE-Brema	35.7	70.0	□
Team Beverage Convenience GmbH	DE-Rostock	35.7	70.0	□
Team Beverage Dienstleistungen GmbH	DE-Rostock	35.7	70.0	□
Team Beverage Einzelhandel GmbH	DE-Brema	35.7	70.0	□
Team Beverage Einzelhandel Süd GmbH	DE-Eggenfelden	35.7	70.0	□
Team Beverage Großhandel GmbH	DE-Brema	35.7	70.0	□
Team Beverage Marken und Systeme GmbH	DE-Brema	35.7	70.0	□
Team Business IT GmbH	DE-Stralsund	35.7	70.0	□
transCoop GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	100.0	100.0	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Immobilien GmbH & Co. KG	DE-Pullach	100.0	100.0	□
Transgourmet Foodservice Immobilien GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	100.0	100.0	□
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
ALDIS ASP 6 SARL	FR-Valenton	100.0	100.0	□
All Fresh Logistique SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
BSP SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
COFIDA SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	30.8	30.8	●
Locagroup SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-jolie	100.0	100.0	□
SCI Mittelfeld-Knoderer	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Sodiexval SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
SPEIR SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Transgourmet Immobilier France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Management Gie	FR-Valenton	100.0	100.0	□

		Quota di capitale ¹		Inclusione
		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	
Transgourmet Opérations SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	☐
Transgourmet Seafood SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	☐
Transgourmet Services SNC	FR-Valenton	100.0	100.0	☐
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	100.0	100.0	☐
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	100.0		☐
immodevelop GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	☐
Top Team Zentraleinkauf GmbH	AT-Traun	50.0	50.0	●
Transgourmet Svizzera SA	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
Casa del Vino SA	CH-Zurigo	100.0	100.0	☐
Domaines & Châteaux Vins Birrhard SA	CH-Birrhard	100.0	100.0	☐
Grossopanel AG	CH-Stans	33.3	33.3	●
Weinkeller Riegger AG	CH-Mellingen	100.0	100.0	☐
wine AG Valentin & Von Salis	CH-Pontresina	50.0	50.0	●
Zanini Vinattieri SA	CH-Ligornetto	100.0	100.0	☐
Bell Food Group				
Bell Food Group SA	CH-Basilea	66.3	66.3	☐
Bell Svizzera SA	CH-Basilea	66.3	66.3	☐
Geiser SA	CH-Schlieren	66.3	66.3	☐
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Production Services GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	66.3	66.3	☐
Bell España Alimentación S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	66.3	66.3	☐
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	66.3	66.3	☐
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	☐
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	☐
Bell Nederland B.V.	NL-Houten	66.3	66.3	☐
Bell Logistics N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	☐
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	66.3	66.3	☐
Bell France SAS	FR-St-André-sur-Vieux-Jonc	66.3	66.3	☐
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	66.3	66.3	☐
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	66.3	66.3	☐
Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	66.3	66.3	☐
Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	66.3	66.3	☐
Val de Lyon SAS	FR-Valenton	66.3	66.3	☐
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
Hubers Landhendl GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
Süddeutsche Truthahn AG	DE-Ampfing	66.3	66.3	☐
Brütere Schlierbach GmbH	AT-Pettenbach	63.0	63.0	☐
Frisch Express GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
VTE-Beteiligungs GmbH + Co. KG	DE-Ampfing	66.3	66.3	☐
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	66.3	66.3	☐
ZIMBO Perbal Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbál	66.2	66.2	☐
Hilcona SA	FL-Schaan	66.3	66.3	☐
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	66.3	66.3	☐

		Quota di capitale ¹		Inclusione
		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden-Echterdingen	66.3	66.3	☐
Frostag Food-Centrum AG	CH-Landquart	66.3	66.3	☐
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	66.3	66.3	☐
Eisberg AG	CH-Dällikon	66.3	66.3	☐
Eisberg Österreich GmbH	AT-Marchtrenk	66.3	66.3	☐
Eisberg Hungary Kft.	HU-Gyál	66.3	66.3	☐
Eisberg Spolka z o.o.	PL-Legnica	66.3	66.3	☐
Eisberg srl	RO-Pantelimon	66.3	66.3	☐
E.S.S.P. España 2000 SL	ES-Aguilas	66.3	66.3	☐
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	66.3	66.3	☐
Dr. A. Stoffel Holding AG	CH-Steinach	66.3	66.3	☐
Hügli Holding AG	CH-Steinach	66.3	66.3	☐
Hügli Nahrungsmittel AG	CH-Steinach	66.3	66.3	☐
Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GmbH	AT-Hard	66.3	66.3	☐
Hügli Nahrungsmittel GmbH	DE-Radolfzell	66.3	66.3	☐
Granovita S.A.	ES-La Vall d'Uixó	66.3	66.3	☐
Hügli UK Ltd.	GB-Redditch	66.3	66.3	☐
Bresc B.V.	NL-Sleeuwijk	66.3	59.0	☐
Ali-Big Industria Alimentare s.r.l.	IT-Brivio	66.3	66.3	☐
Hügli Food s.r.o.	CZ-Zásmuky u Kolína	66.3	66.3	☐
Hügli Food Élelmiszeripari Kft.	HU-Budapest	66.3	66.3	☐
Hügli Food Polska sp. z o.o.	PL-Lódz	66.3	66.3	☐
Hügli Food Slovakia s.r.o.	SK-Trnava	66.3	66.3	☐
Centravo Holding AG	CH-Zurigo	19.7	19.7	●
GVFI International AG	CH-Basilea	16.4	16.4	●
Baltic Vianco OÜ	EE-Rõuge Vald	22.1	22.1	●

☐ = Società consolidata integralmente

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

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

27 Eventi successivi alla chiusura del bilancio

Il 12 febbraio 2020, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 2 aprile 2020.



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 2019, dal conto economico consolidato, dal prospetto di variazione del patrimonio netto e dal rendiconto finanziario consolidato per l'esercizio chiuso a tale data, come pure l'allegato al conto annuale consolidato, ivi inclusa una sintesi dei principi contabili significativi.

A nostro giudizio, l'annesso conto annuale consolidato (pagine 88 - 113) presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo al 31 dicembre 2019, 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.

Riteniamo che gli elementi probativi da noi ottenuti siano sufficienti e appropriati per fondare il nostro giudizio.

Aspetti significativi emersi dalla revisione secondo la Circolare 1/2015 dell'Autorità federale di sorveglianza dei revisori



Riconoscimento dei ricavi



Valutazione delle merci commerciali

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.



Riconoscimento dei ricavi

Aspetto significativo emerso dalla revisione

Il Gruppo riconosce i ricavi quando i rischi e i benefici derivanti dalla proprietà dei prodotti sono trasferiti all'acquirente. I ricavi sono costituiti dalle vendite al dettaglio e dalle vendite da forniture (fatturate). I ricavi sono indicati al netto di sconti, ribassi e altre riduzioni di prezzo.

Il fatturato è una base importante per valutare l'andamento degli affari del Gruppo e pertanto è al centro degli obiettivi interni e delle aspettative di sviluppo del pubblico, degli analisti finanziari, degli investitori istituzionali, dei creditori significativi e di altre parti interessate. In quanto posizione centrale del conto economico, il fatturato riveste quindi una grande importanza per il Gruppo.

Pertanto, in quest'area ci siamo focalizzati sulla verifica dell'esistenza di transazioni di vendita e della loro contabilizzazione nel corretto periodo temporale, nonché sulla corretta registrazione dei dati.

La nostra procedura di revisione

Nell'ambito della nostra revisione contabile, abbiamo verificato l'adeguatezza dei principi contabili in relazione con il riconoscimento dei ricavi del Gruppo. Per la valutazione del corretto riconoscimento dei ricavi abbiamo svolto, fra le altre, le seguenti procedure:

- Abbiamo analizzato il processo di riconoscimento dei ricavi e di contabilizzazione temporale e abbiamo valutato se i flussi di valore sono correttamente riflessi in bilancio. Abbiamo identificato i controlli chiave relativi al riconoscimento dei ricavi e ne abbiamo testato l'efficacia su base campionaria. Abbiamo coinvolto i nostri specialisti IT per assisterci nelle nostre procedure di revisione contabile;
- Per verificare la correttezza dei dati anagrafici (prezzi dei prodotti, periodi di promozione, ecc.), questi sono stati riconciliati con i relativi documenti selezionati sulla base di campioni;
- Nell'ambito delle vendite al dettaglio abbiamo verificato il corretto funzionamento dei registratori di cassa controllando le impostazioni di sistema. Inoltre, abbiamo riconciliato, su base campionaria, gli scontrini di cassa con i corrispondenti pagamenti in entrata;
- Inoltre, nell'ambito del fatturato da fornitura, abbiamo verificato su base campionaria la registrazione delle vendite nel periodo corretto attraverso il confronto delle fatture di vendita, dei relativi ordini di acquisto e delle bolle di consegna. Ci siamo concentrati in particolare sulle operazioni di vendita poco prima e dopo la data di chiusura del bilancio.

Abbiamo inoltre verificato se i principi contabili utilizzati per il riconoscimento dei ricavi sono stati adeguatamente descritti e presentati.

Per maggiori informazioni sul riconoscimento dei ricavi si rimanda alle seguenti note dell'allegato al conto annuale:

- Principi di consolidamento e contabili



Valutazione delle merci commerciali

Aspetto significativo emerso dalla revisione

Il bilancio consolidato del Gruppo include al 31 dicembre 2019 rimanenze per CHF 3.4 miliardi (anno precedente: CHF 3.3 miliardi). Le rimanenze sono valutate al minore tra il costo d'acquisto o di produzione e il valore netto di realizzo.

Dei CHF 3.4 miliardi di rimanenze, CHF 2.7 miliardi si riferiscono a merci commerciali (anno precedente: CHF 2.6 miliardi). Le merci commerciali sono valutate al prezzo medio d'acquisto (prezzo medio ponderato) a cui vanno aggiunti i costi della logistica e detratti i rimborsi dai fornitori, i ribassi, gli sconti, ecc..

La determinazione della corretta valutazione delle merci commerciali contiene componenti di stima. Inoltre, vi è il rischio di sopravvalutazione a causa di merci non più utilizzabili, giacenze di magazzino difficili da vendere così come pressioni sui prezzi. Di conseguenza, la determinazione delle rettifiche di valore comporta diversi ipotesi discrezionali. La corretta valutazione delle merci commerciali è quindi fondamentale per la comprensione globale del bilancio consolidato.

Di conseguenza, nella verifica della valutazione delle rimanenze ci siamo focalizzati sulla corretta valutazione delle merci commerciali.

La nostra procedura di revisione

Nell'ambito della nostra revisione contabile, abbiamo verificato l'adeguatezza dei principi contabili utilizzati per la valutazione delle merci commerciali del Gruppo. Abbiamo eseguito, fra le altre, le seguenti procedure di verifica:

- Abbiamo valutato l'adeguatezza dei processi nell'ambito della valutazione delle merci commerciali. Abbiamo identificato i controlli chiave e li abbiamo testati, su base campionaria, per verificarne l'efficacia;
- Sulla base di un campionamento e con il supporto dei nostri specialisti IT, abbiamo valutato l'integrità dei controlli generali IT e testato l'efficacia dei controlli chiave delle applicazioni IT. In particolare, abbiamo condotto una verifica nell'ambito della registrazione degli ordini valutando i campi obbligatori e la separazione delle funzioni nel processo di ordinazione. Inoltre, abbiamo verificato il corretto calcolo dei prezzi nel sistema utilizzando le impostazioni di sistema, le fatture dei fornitori così come le entrate e le uscite di merci;
- Abbiamo controllato se le riduzioni di prezzo (rimborsi dai fornitori, ribassi, sconti, ecc.) e i costi della logistica sono stati computati correttamente tramite la ricostruzione dei calcoli;
- Abbiamo valutato l'adeguatezza dei processi gestionali utilizzati per l'identificazione delle merci non più utilizzabili e dei prodotti di difficile vendita. Inoltre, abbiamo valutato criticamente le basi e le modalità di valutazione di tali merci commerciali;
- Abbiamo verificato il calcolo delle rettifiche di valore sulle merci commerciali.

Abbiamo inoltre verificato se i principi contabili utilizzati sono stati adeguatamente descritti e presentati.

Per maggiori informazioni sulla valutazione delle rimanenze si rimanda alle seguenti note dell'allegato al conto annuale:

- Principi di consolidamento e contabili
- Nota illustrativa 12 Rimanenze



Altri aspetti

Il conto annuale consolidato del Gruppo Coop Società per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2018 è stato sottoposto a revisione contabile da parte di un altro revisore che, il 13 febbraio 2019, ha espresso un giudizio senza modifica su tale conto annuale consolidato.

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 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, presenti nel conto annuale consolidato, 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 o la disattivazione dei controlli interni.
- 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.
- valutiamo l'adeguatezza delle norme contabili applicate e la ragionevolezza dei valori stimati riportati nel rendiconto e dei dati ad essi correlati.
- 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 modificare il nostro giudizio. 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 dificienze significative nel sistema di controllo interno, rilevate nel corso della revisione.

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

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

Relazione su altre disposizioni di legge e regolamentari

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

Raccomandiamo di approvare il presente conto annuale consolidato.

KPMG SA

Jürg Meisterhans
Perito revisore abilitato
Revisore responsabile

Sandra Terzic
Perito revisore abilitato

Basilea, 12 febbraio 2020

KPMG SA, Viaduktstrasse 42, Casella postale 3456, CH-4002 Basilea

KPMG SA è una filiale di KPMG Holding SA, la quale è membro della rete KPMG di società indipendenti affiliate a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una persona giuridica del diritto svizzero. Tutti i diritti riservati.

