



RAPPORTO DI GESTIONE DEL GRUPPO COOP 2022

Impressum

Tutte le dichiarazioni riportate nel presente rapporto di gestione che non si basano su dati 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 sfuggono al controllo dell'azienda.

Il presente rapporto è disponibile in tedesco, francese, italiano e inglese. È determinante la versione tedesca. Una versione elettronica è disponibile online all'indirizzo: report.coop.ch

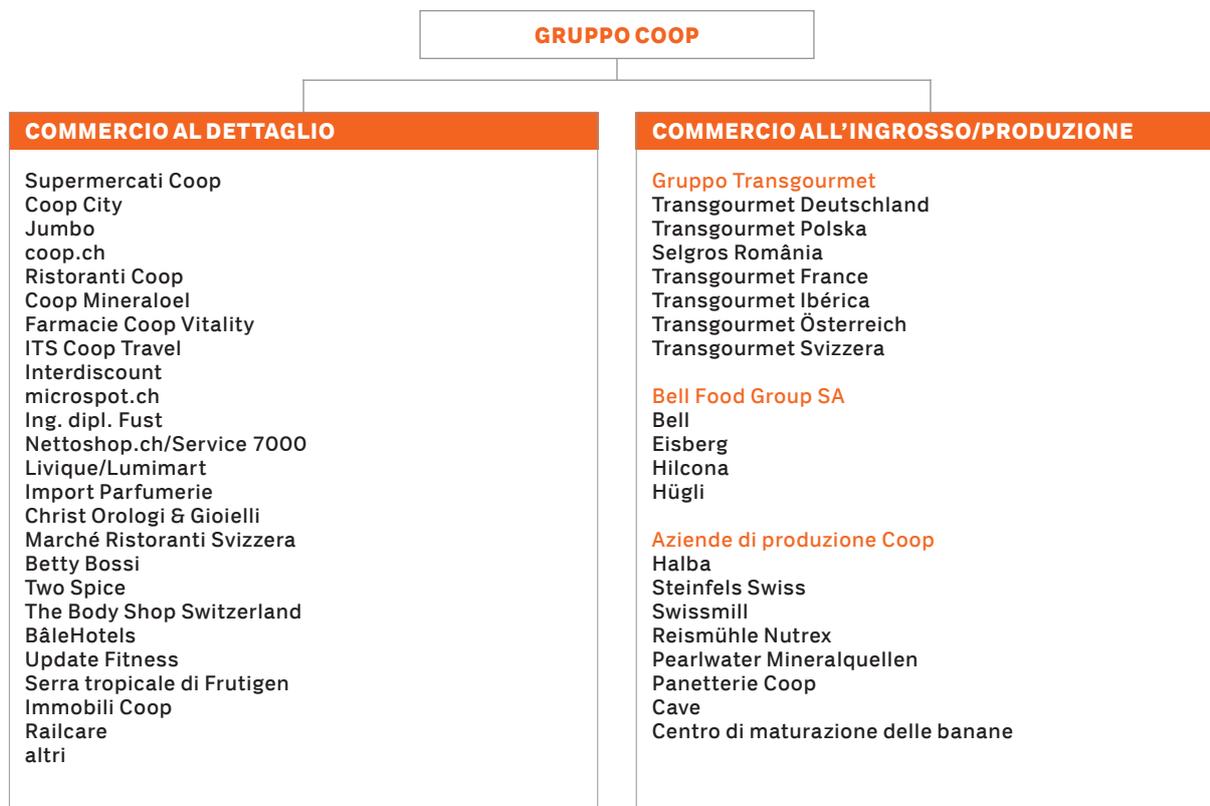
Editore: Coop Società Cooperativa, 4002 Basilea
Redazione/coordinamento: Corporate Content Coop
Realizzazione: Corporate Content Coop/gateB AG, Steinhausen/Zugo
Pubblicazione: marzo 2023

Informazioni/contatto
Coop
Servizio informazioni
Casella postale 2550
CH-4002 Basilea
Telefono 0848 888 444
www.coop.ch

Rapporto di gestione del Gruppo Coop 2022

Settori aziendali del Gruppo Coop	4
Cifre indicative importanti in sintesi	5
Prefazione	6
Tappe principali nel 2022	8
Strategia e contesto	10
Profilo aziendale	10
Strategie e obiettivi	10
Scenario economico e politico	13
Tanta voglia di fare a favore della sostenibilità	14
Temi generali nel campo della sostenibilità	16
Settore aziendale Commercio al dettaglio	19
Formati di vendita e offerta	20
Settori specializzati	31
Impegno sociale	37
Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione	39
Gruppo Transgourmet	40
Produzione	48
Collaboratrici e collaboratori	52
Attrattiva come datore di lavoro	54
Imprenditorialità e conduzione	55
Change management	56
CPV/CAP Cassa pensione Coop	56
Corporate Governance	57
Il Gruppo Coop in cifre	71

Settori aziendali del Gruppo Coop



Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

34 206 mio. di CHF

Ricavo netto Gruppo

33 104 mio. di CHF

di cui

22 231 mio. di CHF Svizzera
67.2% del ricavo netto Gruppo

10 873 mio. di CHF Estero
32.8% del ricavo netto Gruppo

Ricavo netto settori

19 921 mio. di CHF Commercio
al dettaglio
55.9% del ricavo netto settori

15 747 mio. di CHF Commercio
all'ingrosso/
Produzione
44.1% del ricavo netto settori

Ricavo netto commercio online

4 952 mio. di CHF

Collaboratrici/tori al 31.12

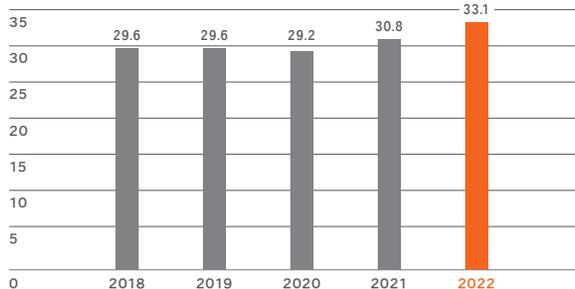
94 790

Persone in formazione al 31.12

3 417

Ricavo netto

in mia. di CHF



Risultato operativo

2 184 mio. di CHF EBITDA
6.6% del ricavo netto

843 mio. di CHF EBIT
2.5% del ricavo netto

Risultato del periodo

562 mio. di CHF
1.7% del ricavo netto

Patrimonio netto

11 439 mio. di CHF
52.1% Quota di patrimonio netto

Flusso finanziario da attività operative

1 696 mio. di CHF

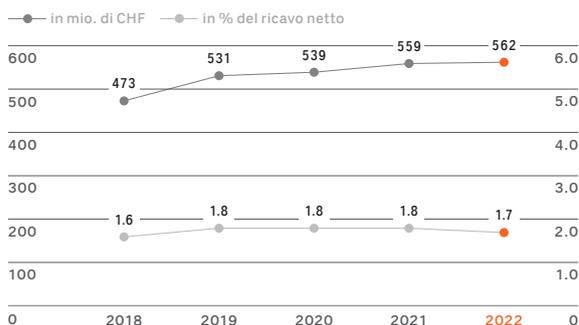
Investimenti

1 496 mio. di CHF

Punti di vendita/mercati

2 633

Risultato del periodo





Joos Sutter e Philipp Wyss

Prefazione

Coop 2022: crescita solida del fatturato e utili stabili

Il Gruppo Coop ha alle proprie spalle un anno di esercizio 2022 positivo. Il fatturato complessivo è aumentato in totale di 2,3 miliardi di franchi, attestandosi a 34,2 miliardi di franchi, il che corrisponde alla crescita più forte degli ultimi dieci anni. Questo risultato è anche frutto della comprovata e mirata strategia a due pilastri con una presenza di successo nel commercio al dettaglio così come nel commercio all'ingrosso e nella produzione. Entrambi i settori aziendali commercio al dettaglio e commercio all'ingrosso/produzione hanno guadagnato nettamente terreno. Gli aumenti di costi pari a circa 250 milioni di franchi sono gravati sugli utili dell'azienda stessa e non sono quindi andati a carico della clientela. L'utile di 562 milioni di franchi è leggermente superiore a quello dell'anno precedente e viene completamente reinvestito nell'azienda. Il patrimonio netto ammonta al 52,1% della somma di bilancio. Coop continua quindi a fare affidamento su una base finanziaria solida.

Con la più fitta rete di punti di vendita della Svizzera e un assortimento variegato, il ricavo netto nel commercio al dettaglio è cresciuto di 304 milioni di franchi, attestandosi a 19,9 miliardi di franchi.

I supermercati Coop, coop.ch compreso, hanno realizzato un ricavo netto di 11,6 miliardi di franchi. Ciò equivale a un aumento dell'8,8% rispetto all'anno di riferimento del 2019, prima della pandemia, ma rimane al di sotto dei valori record legati al coronavirus degli anni precedenti. Per noi è stato particolarmente importante che, nonostante la pressione dei costi, Coop abbia continuato a investire nelle riduzioni dei prezzi e nell'ampliamento dell'assortimento Prix Garantie.

I formati specializzati hanno realizzato un ricavo netto di 8,4 miliardi di franchi e rispetto all'anno precedente hanno visto un aumento dell'11,2%. Hanno registrato una crescita positiva del fatturato per esempio Coop City, Jumbo, Import Parfumerie, CHRIST Orologi & Gioielli, Coop Vitality o la Gastronomia Coop. Con concept innovativi per i negozi, interessanti novità in termini di prodotti e servizi e nuovi strumenti digitali, Coop si posiziona anche qui come pioniera sul mercato.

Anche quest'anno il commercio online ha fatto un grande balzo in avanti. Il commercio online di Coop ha realizzato un fatturato di circa 5 miliardi di franchi con una crescita pari a 1,2 miliardi di franchi. In questo contesto, il supermercato online coop.ch con i suoi oltre 18.000 prodotti è cresciuto dell'8,5%. Nel settore del commercio all'ingrosso, il fatturato online è aumentato del 55,2%.

Siamo molto soddisfatti anche del settore d'attività commercio all'ingrosso/produzione, che nell'anno in esame ha raggiunto un fatturato record. Il ricavo netto è aumentato complessivamente del 14,9% per un ammontare di 15,7 miliardi di franchi, il che rappresenta una crescita di 2,0 miliardi di franchi.

Transgourmet ha realizzato un ricavo netto di 11,1 miliardi di franchi, pari a una crescita del 21,4%. Il merito di questo risultato positivo risiede non solo nell'eliminazione dei lockdown legati alla pandemia di coronavirus nei vari Paesi, ma anche nell'acquisizione di Transgourmet Ibérica, l'azienda spagnola leader di mercato nel commercio all'ingrosso. Tutte le società nazionali di Transgourmet hanno superato nettamente i risultati dell'anno precedente. In questo modo, Transgourmet consolida ulteriormente la propria solida posizione nel settore europeo del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso.

Anche le aziende di produzione del Gruppo Coop hanno registrato una crescita duratura. Il ricavo netto delle aziende di produzione è aumentato di 177 milioni di franchi, attestandosi a 5,2 miliardi di franchi. Ulteriori investimenti, come per esempio nelle aziende Reismühle Nutrex, Swissmill o Steinfels, testimoniano il grande impegno di Coop nei confronti della produzione in Svizzera.

Siamo particolarmente orgogliosi del fatto che Coop sia riuscita a consolidare ulteriormente la sua posizione di leadership nel settore della sostenibilità. Nell'anno in esame è entrata in vigore la nuova strategia di sostenibilità del Gruppo Coop, che definisce circa 70 obiettivi misurabili nell'ambito di tre pilastri della sostenibilità "Gamma di prodotti sostenibili", "Protezione dell'ambiente e del clima" e "Collaboratori e impegno sociale". Già oggi Coop con 20.900 prodotti ha la più ampia gamma di prodotti sostenibili. Con 1360 prodotti Fairtrade, Coop offre il più grande assortimento di questo genere al mondo. Nell'ambito dell'impegno per la protezione dell'ambiente e del clima puntiamo a raggiungere le zero emissioni nette entro il 2050. A tal fine Coop ridurrà ad esempio del 20% le emissioni CO₂e dirette entro il 2026. Anche in ambito sociale continua il forte impegno di Coop, che ha ad esempio ampliato la "Giornata della buona azione" e offre ogni anno 3400 posti di apprendistato in 33 professioni diverse.

Nel complesso è stato possibile aumentare il fatturato della sostenibilità di circa 382 milioni di franchi, raggiungendo 6,2 miliardi di franchi e quindi una crescita del 6,5%.

Un sentito ringraziamento per l'anno di esercizio positivo va al personale del Gruppo Coop composto da quasi 95.000 collaboratrici e collaboratori, che con grande impegno e passione hanno svolto insieme ancora una volta un eccellente lavoro. Le prestazioni sono state di altissimo livello non solo nei punti di vendita, ma anche nella produzione, nella logistica e in tutti gli altri settori.

Nel complesso, nonostante il contesto difficile, il Gruppo Coop guarda con ottimismo al futuro. Grazie ai suoi modelli aziendali di successo nel commercio al dettaglio e nel commercio all'ingrosso/nella produzione, l'azienda è pronta per affrontare al meglio il futuro. Saremo lieti di far sì che anche nel 2023 la nostra clientela sia nuovamente soddisfatta di Coop e di sorprenderla con nuove idee e offerte.

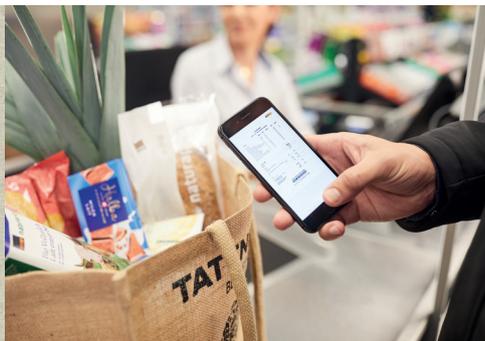


Joos Sutter
Präsident des Verwaltungsrates



Philipp Wyss
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Tappe principali nel 2022



Gennaio

La nuova strategia di sostenibilità 2022–2026

Entra in vigore la nuova strategia di sostenibilità di Coop, che si basa anche sulle aspettative della clientela e comprende 26 aree tematiche. Coop definisce 70 obiettivi misurabili e ambiziosi nell'ambito dei suoi tre pilastri di sostenibilità, come una quota del 90% di prodotti con un valore aggiunto per il benessere degli animali nel commercio al dettaglio o emissioni nette zero entro il 2050 nell'intero gruppo. Per quanto riguarda il suo notevole impegno contro lo spreco alimentare, Coop mira a raddoppiare entro il 2026 il volume di cibo donato. Già oggi si contano 16 milioni di piatti all'anno.

Marzo

Stampa degli scontrini solo su richiesta

Anche alle casse servite, Coop stampa gli scontrini solo su richiesta. In questo modo si risparmiano oltre 400 tonnellate di carta all'anno.

Transgourmet si ritira completamente dalla Russia

In seguito al conflitto in Ucraina, Transgourmet si ritira completamente dalle attività commerciali in Russia. Per fornire una prospettiva ai collaboratori e alle collaboratrici in loco, il ritiro è realizzato con un management buyout.

Coop sostiene la popolazione colpita dal conflitto in Ucraina

Insieme al Dipartimento federale degli affari esteri, Coop invia beni di uso quotidiano per un valore di oltre 500 000 franchi nella regione di confine tra Polonia e Ucraina, raccoglie 150 000 franchi con la vendita di un pane speciale per sostenere l'impegno della CRS e mette a disposizione buoni spesa per un valore di 500 000 franchi alle persone che dall'Ucraina sono dovute fuggire in Svizzera.



Aprile

Coop amplia i suoi impianti fotovoltaici

Coop amplia a circa 115 000 metri quadrati la superficie per la produzione di energia solare. In questo modo, Coop è in grado di generare circa 19 milioni di chilowattora di energia solare sostenibile all'anno, avvicinandosi così all'obiettivo emissioni nette zero entro il 2050.

Maggio

Centinaia di migliaia di buone azioni nella "Giornata della buona azione"

La popolazione svizzera compie centinaia di migliaia di buone azioni durante la terza "Giornata della buona azione" di Coop e si impegna a favore della società e dell'ambiente. Numerosi volontari e varie associazioni e organizzazioni provenienti da ogni parte del Paese partecipano alle diverse campagne.

"scoop!" – è arrivata la nuova rivista digitale Coop lancia la rivista digitale "scoop!" su Tiktok e Instagram. Si tratta di una piattaforma creata per le giovani generazioni come perfetto complemento a Cooperazione e Cooperazione Weekend. La rivista convince con informazioni e intrattenimento in diversi settori, tra cui sostenibilità, alimentazione, tecnologia, Lifestyle e società.



Luglio

80 anni di Padrinato Coop per le regioni di montagna

Da 80 anni, il Padrinato Coop per le regioni di montagna si impegna a migliorare le condizioni di vita e di lavoro delle popolazioni di montagna. Nell'anno in esame il Padrinato sostiene oltre 150 progetti con circa 5,2 milioni di franchi svizzeri. Con la marca propria Pro Montagna, da 15 anni Coop offre specialità dalle montagne svizzere. Per ogni prodotto venduto, Coop devolve un contributo di solidarietà al Padrinato Coop per le regioni di montagna.

Agosto

Oltre 1 000 nuove persone in formazione

1 130 giovani iniziano il proprio tirocinio nel Gruppo Coop. La società cooperativa impiega un totale di circa 3 000 apprendiste e apprendisti, collocandosi tra le maggiori aziende di formazione in Svizzera.

Con l'azione del 1° Agosto, Coop sostiene quattro progetti di aiuto nelle montagne svizzere

Il ricavato dell'azione del 1° Agosto serve a sostenere per la prima volta in contemporanea quattro progetti nelle regioni di montagna svizzere. Coop stanziava 412 000 franchi per finanziare urgenti lavori di risanamento e di costruzione sugli alpi d'Onnaz, Wimmis e Oberflüe e in una fattoria a Obersaxen.

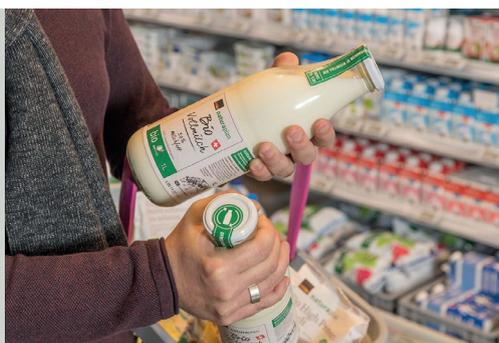
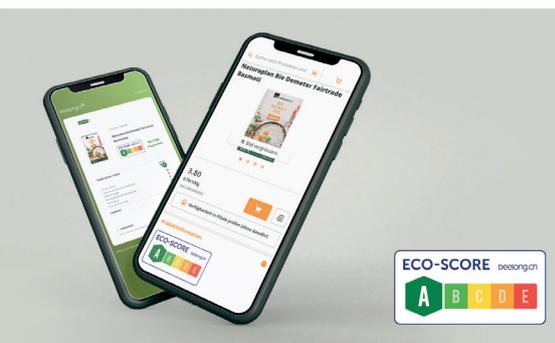
Settembre

Marca comune Jumbo

Coop EdileGHobby e Jumbo, i due principali mercati edili e di giardinaggio in Svizzera, operano ora sotto la marca comune Jumbo.

1° posto agli Swiss Fairtrade Award

Max Havelaar assegna a Coop il 1° posto nella categoria Commercio al dettaglio ai Fairtrade Awards, onorando così i 30 anni di lavoro pionieristico di Coop con i prodotti certificati Fairtrade. Con oltre 1 360 prodotti Fairtrade, Coop offre il più grande assortimento di questo genere al mondo.



Novembre

Coop adotta l'eco-score per le sue marche proprie

Coop è la prima grande azienda di commercio al dettaglio in Svizzera ad adottare il sistema volontario di etichettatura dei prodotti alimentari sviluppato da Beelong. L'eco-score fornisce informazioni trasparenti sull'impatto ambientale dei prodotti e aiuta i clienti nella scelta. Con questo sistema, Coop rende ancora più trasparenti le informazioni sui prodotti delle sue marche proprie.

Latte intero biologico Naturaplan in vetro a rendere

Coop reintroduce il latte intero in vetro a rendere. Con la sua soluzione sostenibile, il latte intero bio Coop Naturaplan evita la produzione di rifiuti e chiude il ciclo degli imballaggi. Coop prosegue così il suo impegno nella riduzione di confezioni usa e getta.

Dicembre

Nuovo acetificio per Reismühle Nutrex

Dopo 17 mesi di costruzione, il nuovo acetificio di Brunnen inizia la produzione. Qui si producono ogni anno circa 10 000 000 di litri di aceto.

Lancio dell'app per il personale myCoop

Con il nome di myCoop, Coop lancia un'app per i collaboratori e le collaboratrici, che consente al personale di vendita, della logistica e della produzione di accedere a informazioni importanti e a funzioni utili.

Strategia e contesto

Con assortimenti innovativi, il suo orientamento alla sostenibilità, 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 promuove la digitalizzazione, automatizza processi e adegua la supply chain alle nuove esigenze. Nel commercio all'ingrosso, Coop punta con Transgourmet ad accrescere le sue competenze e a espandersi su nuovi mercati e su quelli esistenti. Nella produzione, per le merci d'importanza strategica, Coop punta sulla sostenibilità e sulla verticalizzazione, 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, Spagna, 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 circa 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 e investimenti a lungo termine e sostenibili.

Strategie e obiettivi

Orientamento alle linee guida

L'operato quotidiano di Coop e la sua cultura aziendale sono profondamente influenzati da una visione comune, da linee guida condivise e dalle missioni delle singole aziende. Più di 94 790 collaboratrici e 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 e sono l'espressione della nostra filosofia lavorativa: vicinanza, varietà, immagine, innovazione e collaborazione. Le missioni, definite tenendo conto dell'azienda specifica e del formato, 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 la rete dei punti di vendita in Svizzera in modo mirato per la propria clientela, adeguando l'assortimento e cogliendo le nuove tendenze sul mercato. In aggiunta, amplia ulteriormente la rete di punti di vendita. Inoltre, il Gruppo cresce lanciando nuovi formati ed espandendo quelli esistenti. 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, grazie all'integrazione delle aziende di produzione, Coop è in grado di reagire velocemente ai nuovi trend e alle nuove esigenze della clientela, 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 della clientela 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, orientato sistematicamente al servizio alla clientela e suddiviso in sette pilastri che mettono in primo piano temi come "Vendita stazionaria", "E-Business e CRM", "Category Management e Acquisti", "Logistica e produzione", "E-Backoffice" e "Infrastruttura IT". Il concept si incentra sull'approccio omni-channel, ossia sulla combinazione tra commercio online e stazionario. Le aziende Coop figurano tra le imprese svizzere leader nel commercio online. Oltre allo shop online Coop.ch con l'assortimento dei supermercati, tutti i formati specializzati Non Food hanno un proprio shop online. Il centro commerciale online microspot.ch offre non solo il meglio nel segmento degli elettrodomestici e dell'elettronica di consumo, ma anche molti altri articoli di grande utilità per la casa, il tempo libero e la vita quotidiana. La merce ordinata online può essere consegnata a casa oppure ritirata personalmente presso il punto di vendita del rispettivo formato specializzato o presso uno degli oltre 525 punti Pick-up (Click & Collect). Il Gruppo Coop gestisce complessivamente 46 shop online, di cui 25 nel settore Commercio al dettaglio e 19 nel settore Commercio all'ingrosso/Produzione. La digitalizzazione offre numerose opportunità per l'apertura di nuovi mercati. Coop prosegue lo sviluppo delle innovazioni anche con Digital Switzerland e Kickstart Accelerator, l'hub di innovazione digitale per start-up, di cui Coop è partner principale.

A partire dal 1° gennaio 2023, il Gruppo Coop si orienta in modo ancora più sistematico sulle sfide della digitalizzazione. Nella nuova direzione "Digital & Customer" Coop riunisce i settori dell'informatica, del marketing e dei servizi digitali a livello della Direzione generale. Ciò consentirà di rispondere alle esigenze di clienti, partner commerciali e personale in modo ancora più mirato, efficiente ed efficace. Sul piano organizzativo Coop tiene anche conto del fatto che, da un lato, l'informatica si avvicina sempre più all'interfaccia diretta con la clientela (ne sono un esempio le casse self-checkout o le app) e con le collaboratrici e i collaboratori (per esempio con i dispositivi di lavoro mobili del personale delle filiali) e che, dall'altro lato, il marketing si basa sempre più su tecnologia e dati.

Approvvigionamento

Con l'approvvigionamento Coop mira ad assicurare l'accesso a fonti di materie prime e la 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 i redditi 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. Le filiali di Hong Kong, Shanghai, Delhi e della città di Ho Chi Minh consentiranno al Gruppo Coop di garantire e imporre tutti i requisiti di qualità in loco, come pure di supportare i 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. La clientela non beneficia solo dell'assicurazione qualità di Alifresca: l'azienda consegna e garantisce anche l'approvvigionamento dei mercati con la dovuta quantità e qualità. La divisione Food di Alifresca è riuscita ad ampliare l'approvvigionamento e la fornitura di formaggio italiano e a integrare altre linee di prodotti, come il panettone. Coop punta a livello nazionale e internazionale a partnership a lungo termine con i suoi fornitori, insieme ai quali ottimizza la Supply Chain e sfrutta le sinergie.

Gestione della qualità

Già da 117 anni Coop gestisce laboratori per soddisfare le sue elevate esigenze nei confronti della qualità dei prodotti. Con un approccio orientato ai rischi, i prodotti sono testati non solo in base ai requisiti di qualità e sicurezza prescritti dalla legge, ma anche sulla base degli standard normativi e di settore, 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 le marche proprie e i label è stato sviluppato un concept che aiuta a garantire i valori di qualità e sostenibilità di Coop nella catena di approvvigionamento. 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, 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

Calo del commercio al dettaglio in Svizzera: influenza della pandemia e del conflitto in Ucraina

Il 2022 è trascorso all'insegna della normalizzazione dopo la crisi dovuta al coronavirus e del rincaro causato dal conflitto in Ucraina. Nonostante il rincaro, lo scorso anno il fatturato dei prodotti Food nel commercio al dettaglio, che era fortemente aumentato durante il periodo del coronavirus, è diminuito. È cambiato il comportamento delle consumatrici e dei consumatori, che hanno orientato la propria spesa verso singoli beni Non Food, carburanti e servizi. I prezzi energetici aumentati a causa della guerra in Ucraina hanno lasciato il segno negli assortimenti del commercio al dettaglio dei prodotti Food e Non Food, e in particolare nel settore dei carburanti. Il fatturato del commercio al dettaglio, carburanti inclusi, è aumentato soprattutto grazie all'inflazione, e in termini reali, ossia senza rincaro, è leggermente incrementato.

Iniziativa sull'allevamento intensivo

Nell'ambito della CI Commercio al dettaglio Svizzera, Coop si è espressa contro l'iniziativa sull'allevamento intensivo. Durante il dibattito parlamentare, Coop si è battuta per una controproposta efficace ed è dispiaciuta che tale proposta non si sia concretizzata. Alla fine di settembre, l'iniziativa è stata nettamente respinta dal popolo. A prescindere da questo risultato, Coop continuerà a lavorare per un maggiore benessere degli animali e a potenziare ulteriormente i suoi programmi di successo in tale ambito. Questo vale sia per la vendita al dettaglio che per il commercio all'ingrosso, in Svizzera e all'estero. Coop è, per esempio, l'unica azienda di commercio al dettaglio in Svizzera a offrire carne di bovini allevati al pascolo con le madri e con un'alimentazione prevalentemente a base di erba. La collaborazione con Vacca madre Svizzera dura da oltre 40 anni.

Organizzazione sostenibile della politica agricola

La sospensione della Politica agricola 2022 ha in un certo senso creato un vuoto politico, che Coop ritiene debba essere colmato con gli strumenti che sono ora disponibili. Coop s'impegna a favore di una politica agricola sostenibile e orientata al mercato, e punta molto sui prodotti svizzeri nel suo assortimento. La resilienza dell'agricoltura svizzera deve essere aumentata nelle strategie di politica agricola e alimentare per il 2030. A tal fine occorrono strumenti che promuovano approcci innovativi e una maggiore responsabilità individuale per le aziende e i settori, nonché condizioni quadro che consentano una produzione orientata al mercato.

Consentire l'economia circolare

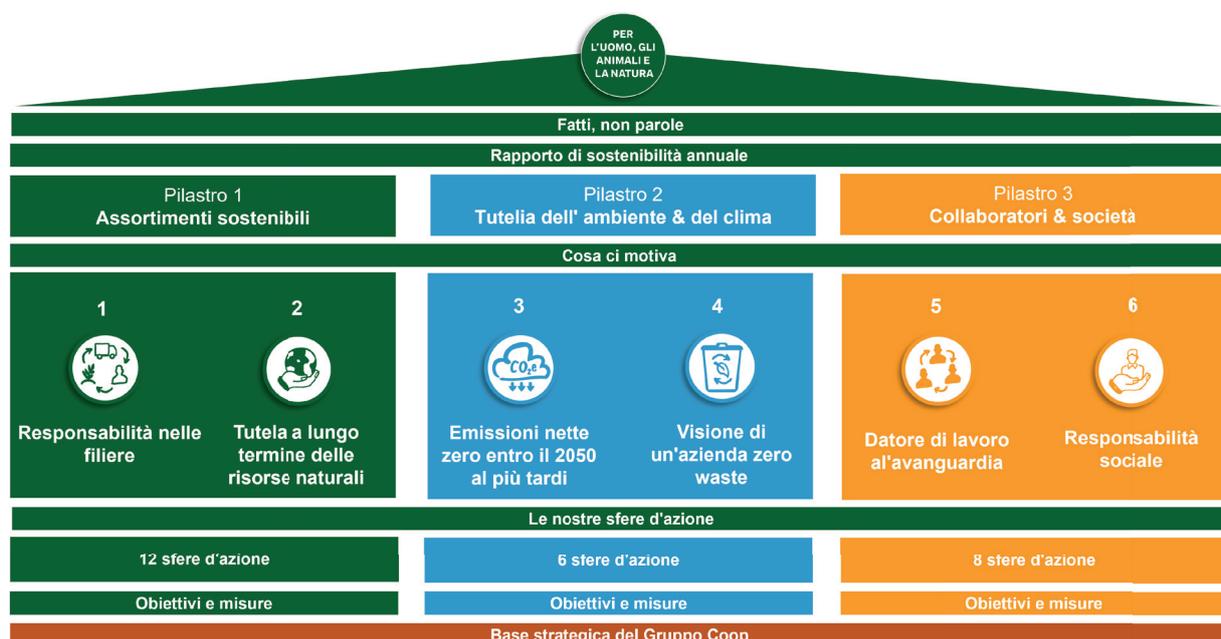
La revisione della legge sulla protezione dell'ambiente (LPAmb) radica ulteriormente l'economia circolare nel diritto svizzero. Coop e la CI Commercio al dettaglio ritengono che sia appropriato che le numerose richieste attualmente in campo siano trattate in modo aggregato. Coop considera le proposte presentate nel 2022 come un quadro politico mirato per poter chiudere ancora meglio i cicli dei materiali. Dal punto di vista di Coop, le attuali iniziative del settore privato devono essere prese in considerazione nella progettazione concreta. In questo senso occorre mitigare il monopolio dei Comuni sui rifiuti urbani, evitare il free riding e definire in modo liberale i requisiti per gli accordi di settore. Indipendentemente dalle condizioni quadro politiche, Coop persegue obiettivi ambiziosi per chiudere i cicli dei propri materiali e ridurre il materiale di imballaggio. Le condizioni quadro sono tuttavia decisive per compiere importanti progressi nel campo del riciclaggio, a cui possono e devono partecipare tutti gli attori interessati.

Tanta voglia di fare a favore della sostenibilità

La sostenibilità fa parte del DNA aziendale di Coop e confluisce in tutte le strategie rilevanti. L'attenzione è rivolta in particolare agli assortimenti di 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 un futuro sostenibile sul lungo periodo.

Forte radicamento della sostenibilità

Dopo oltre 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 questa tematica 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 nel 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 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. Nella scelta degli argomenti ci concentriamo sulle aspettative della clientela, dei nostri partner commerciali e degli altri stakeholder, in particolare ONG e autorità.



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. La sostenibilità è gestita integralmente da Coop e tutti gli obiettivi confluiscono nelle relative strategie aziendali. Nel 2022 Coop ha lanciato la nuova strategia di sostenibilità, che si basa sulle aspettative della clientela e di altri stakeholder e comprende 26 aree tematiche. Sono stati definiti circa 70 obiettivi misurabili in tutto il Gruppo nell'ambito dei tre pilastri della sostenibilità: Assortimenti sostenibili, Tutela dell'ambiente e del clima, Collaboratori e impegno sociale. La nuova strategia si basa su standard internazionali e tiene conto, tra l'altro, del concetto dei limiti planetari. In questo modo Coop contribuisce alla conservazione a lungo termine delle risorse naturali del nostro pianeta.

Pilastro 1: Assortimenti sostenibili

Coop si adopera in tutti i segmenti d'assortimento per il rispetto di severi standard minimi lungo l'intera catena di valore aggiunto. 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. Grazie al grande impegno profuso, dal 2012 le vendite di prodotti biologici sono aumentate del 82% e il fatturato totale realizzato con prodotti sostenibili è cresciuto del 244%.

Pilastro 2: Tutela dell'ambiente e del clima

Coop riconosce gli obiettivi climatici basati su evidenze scientifiche e rafforza il proprio impegno a favore di una tutela efficace del clima sottoscrivendo il "Science Based Target Initiative". Di conseguenza, Coop calcola regolarmente le proprie emissioni di CO₂-eq e fissa obiettivi ambiziosi ed efficaci in tutti i settori aziendali. Tra il 2008 e il 2021 Coop è riuscita a ridurre del 38% le emissioni di CO₂-eq nel core business. Entro il 2026 Coop vuole ridurre di un altro 21% le emissioni di CO₂-eq nella propria area di competenza diretta, oltre a intervenire nella riduzione delle emissioni lungo la filiera di produzione e in ogni fase di creazione di valore aggiunto che si è prefissa. Coop dà inoltre grande importanza alla gestione sostenibile delle risorse: punta infatti a diventare un'azienda zero waste con la chiusura dei cicli di energia e materiali, laddove possibile. Anche il proprio consumo idrico viene ulteriormente ridotto in modo sistematico.

Pilastro 3: Collaboratori e impegno sociale

In qualità di società cooperativa, Coop è particolarmente in obbligo nei confronti dei suoi soci, ma anche della collettività e del proprio personale. Oltre 38 000 collaboratrici e collaboratori provenienti da tutte le regioni del Paese ottengono il miglior contratto collettivo di lavoro nel panorama del commercio al dettaglio svizzero, ma anche corsi di formazione e perfezionamento in molteplici ambiti, e buone opportunità di carriera. Coop è inoltre la seconda maggior azienda di tirocinio in Svizzera. Insieme a diversi partner, Coop promuove direttamente il bene comune e incoraggia le sue collaboratrici e i suoi collaboratori e l'intera popolazione a compiere buone azioni.

Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile: 80 milioni di CHF entro il 2026

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 Coop per lo sviluppo sostenibile per risolvere importanti questioni sociali ed ecologiche vengono presentati direttamente al personale e al pubblico in occasione di iniziative ed eventi. Con prestazioni d'avanguardia nel campo della sostenibilità, Coop sensibilizza il pubblico verso il consumo sostenibile. Il Fondo dispone di almeno 16.85 milioni di franchi all'anno per sostenere questo tipo di progetti. Negli ultimi 10 anni ne sono stati finanziati per un totale di oltre 100 milioni di franchi. Per informazioni sui progetti del Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, visitare il sito <https://www.fatti-non-parole.ch/fondo>.

Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità

Ogni anno su sustainable.coop.ch viene pubblicato un Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità che fornisce informazioni specifiche dettagliate sul nostro impegno a riguardo e sul grado di raggiungimento degli obiettivi pluriennali di Coop nel settore della sostenibilità. Il rapporto è conforme agli standard internazionali di rendicontazione ed è soggetto a revisione esterna.

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. Di seguito vengono presentati alcuni progetti selezionati nei sei campi d'intervento generali dei tre pilastri della sostenibilità. Le novità sui progetti sostenibili relative ai singoli settori aziendali sono riportate nei rispettivi capitoli.

Responsabilità nelle filiere

1° posto agli Swiss Fairtrade Award

A settembre Fairtrade Max Havelaar ha assegnato per la prima volta i Fairtrade Awards in Svizzera, premiando Coop con il 1° posto nella categoria Commercio al dettaglio. Da 30 anni Coop è partner di Fairtrade Max Havelaar e pioniera nell'offerta di prodotti certificati Fairtrade. Con oltre 1 360 prodotti Fairtrade, Coop offre il più grande assortimento di articoli equosolidali al mondo e, secondo la direttrice generale di Fairtrade Max Havelaar, può essere considerata un modello internazionale. Coop ha inoltre convertito a Fairtrade diversi segmenti di prodotti delle nostre marche proprie, come le tavolette di cioccolato, ed è stata la prima azienda di commercio al dettaglio in Svizzera a introdurre il label Fairtrade per singoli ingredienti. Coop continuerà ad ampliare l'assortimento di prodotti Fairtrade anche in futuro.

Coop adotta una strategia per garantire salari dignitosi nelle proprie filiere

Coop analizza regolarmente le proprie filiere in relazione ai rischi di sostenibilità, anche in ambito sociale. Chi lavora nei campi o in fabbrica non riceve in tutti i Paesi un salario sufficientemente alto che consenta di vivere in modo dignitoso. Coop è consapevole di questo problema e negli ultimi 30 anni – con spirito pionieristico e in collaborazione con Max Havelaar – ha contribuito molto a creare condizioni di lavoro eque in questi Paesi. Insieme ai suoi partner e con la sua nuova strategia per salari dignitosi, Coop compie ora un ulteriore passo avanti e colma altri divari di reddito per le collaboratrici e i collaboratori interessati. In questo modo Coop lancia un segnale importante in tutto il settore e intende convincere anche altre aziende del commercio al dettaglio a seguire questa strada.

Value-based Supply Chain Management

L'obiettivo generale di Coop è diventare il supermercato leader in termini di sostenibilità e qualità, e di ottenere la piena trasparenza sulle catene critiche di valore aggiunto. Occorre un sistema centrale e integrato per coprire i requisiti più severi e i crescenti obblighi di verifica per Coop e i suoi attori nelle filiere. Con la creazione della nuova unità organizzativa "Value-based Supply Chain Management (VSCM)" e lo sviluppo di una piattaforma tecnica aziendale, Coop consente la raccolta efficiente, la validazione, la valutazione e l'analisi e disponibilità centralizzata di dati e informazioni per la garanzia e la comunicazione delle performance di qualità e sostenibilità.

Tutela a lungo termine delle risorse naturali

Coop rinuncia all'olio di palma convenzionale negli impasti e nei prodotti freschi di panetteria

Coop raggiunge una nuova pietra miliare nella propria visione sull'olio di palma: ha infatti realizzato con successo un progetto pionieristico per la fornitura di olio di palma bio sostenibile nel quadro di una catena di approvvigionamento trasparente. In questo modo Coop può rinunciare da subito all'olio di palma convenzionale in tutti gli impasti e i prodotti da forno freschi dell'assortimento di marca propria, contribuendo così all'obiettivo di sostituirlo in tutti gli alimenti di marca propria.

Emissioni nette zero entro e non oltre il 2050

Espansione degli impianti fotovoltaici

Coop produce energia solare grazie agli impianti fotovoltaici installati su oltre 60 tetti di supermercati, centri commerciali, stabilimenti di produzione e centrali di distribuzione. Finora è stata installata una superficie di quasi 120 000 metri quadrati che produce circa 19 milioni di chilowattora di elettricità solare sostenibile all'anno, il che corrisponde al consumo elettrico annuale di circa 5 800 famiglie svizzere. In vista dell'incombente carenza energetica, Coop ha modificato le direttive per la costruzione degli impianti: ora si deve utilizzare l'intera superficie del tetto, anche se per il proprio fabbisogno massimo di energia è sufficiente una superficie più piccola. Coop sta inoltre valutando la possibilità di utilizzare moduli fotovoltaici sulle facciate in caso di ristrutturazione di edifici, contribuendo così ulteriormente alla sicurezza energetica della Svizzera.

Transgourmet Germania rifornisce a impatto climatico zero

Dal 1° ottobre Transgourmet rifornisce tutti i suoi clienti a impatto climatico zero. Questo fa dell'azienda un pioniere dell'ambito nel proprio settore e il primo grossista di prodotti alimentari in Germania a implementare un trasporto a impatto climatico zero. Entro il 2026 Transgourmet Germania convertirà un terzo della sua flotta di camion in camion a biogas, ognuno dei quali produce il 90% in meno di CO₂-eq rispetto ai camion alimentati a diesel. Ogni grammo rimanente e inevitabile di CO₂-eq emesso dalla flotta di camion sarà compensato da progetti di tutela del clima.

Ulteriore trasferimento su rotaia nella logistica

Grazie al costante coinvolgimento della nostra società ferroviaria Railcare, è stato possibile incrementare ulteriormente il trasporto sostenibile su rotaia: rispetto al 2010, Coop ha trasportato indicativamente il triplo del volume su rotaia, risparmiando quindi un totale di circa 13 milioni di chilometri di strada all'anno.

Visione di un'azienda zero waste

Continua l'impegno nella lotta allo spreco alimentare

Coop ha potenziato ulteriormente il suo impegno contro lo spreco alimentare anche nel 2022. Prima della chiusura, tutti i Ristoranti Coop offrono menu a sorpresa scontati grazie alla collaborazione con Too Good To Go. Inoltre, il volume delle donazioni con le organizzazioni partner Tavolino magico e Tavola Svizzera è stato ulteriormente ampliato. Ogni anno, 20 milioni di piatti possono così essere offerti a persone colpite dalla povertà. Sono stati inoltre avviati diversi progetti per ottimizzare i processi di ordinazione e di valorizzazione. Coop ha aderito all'iniziativa United Against Waste nell'ambito della CI Commercio al dettaglio e, insieme ad altri rappresentanti del settore, dà un importante contributo alla lotta contro lo spreco alimentare.

Datore di lavoro all'avanguardia

Coop promuove l'inclusione

Grazie al progetto "Integrazione al lavoro", Coop impiega al momento circa 150 persone con disabilità. Il progetto consente a queste persone di svolgere una regolare attività lavorativa in un punto di vendita Coop. Esperti esterni li supportano in diverse mansioni lavorative quotidiane. Coop collabora con 15 fondazioni in tutta la Svizzera e si impegna a integrare nel mondo del lavoro ulteriori persone con disabilità nei prossimi anni.

Responsabilità sociale

Giornata della buona azione 2022

Centinaia di migliaia di persone in Svizzera hanno compiuto buone azioni in occasione della Giornata della buona azione 2022. Anche circa 2 000 filiali Coop hanno nuovamente aderito all'iniziativa. Insieme ai suoi partner nazionali Pro Infirmis, WWF, Movimento Scout Svizzero, CRS, Tavolino magico e Tavola Svizzera, Coop porta all'attenzione dell'opinione pubblica l'importante tema della solidarietà comune e reciproca. La Giornata della buona azione si svolge ogni anno a maggio.

Transgourmet Francia sostiene l'alimentazione sostenibile di domani

Transgourmet Francia si è impegnata a fornire un ulteriore contributo a un'alimentazione più sostenibile e responsabile e a tal fine unisce le forze con il campus Hectar. Hectar è il più grande campus agricolo del mondo con una fattoria pilota per l'agricoltura rigenerativa. Transgourmet condivide i valori e le conoscenze comuni e sostiene questo progetto con una prima azione concreta: la creazione di "tg Origine", un nuovo assortimento di yogurt. Agendo da ponte tra produttori, fattoria e consumatrici e consumatori, Transgourmet Francia garantisce alla propria clientela una produzione il più possibile ecologica e l'ottimizzazione della catena logistica e commerciale. Altri progetti sono previsti per il futuro.

2

Settore aziendale Commercio al dettaglio

Formati di vendita e offerta	20
Supermercati e Formati Food	21
Tappe principali dei formati Food	21
Formati specializzati Non Food	24
Tappe principali dei formati Non Food	24
Marche proprie e label di qualità	30
Settori specializzati	31
Approvvigionamento	31
Logistica	31
Integrazione delle centrali di distribuzione Jumbo	31
Railcare riceve nuovi carri merci propri per il trasporto in carri completi	31
Massimizzazione dei vantaggi per la clientela con la revisione del Service-Level-Agreement	31
Coop supporta "Cargo sous terrain" anche nella fase di autorizzazione edilizia	31
Informatica	31
Migrazione SAP S/4HANA	31
Integrazione di Jumbo	32
Immobili	32
Progetti immobiliari	32
Aperture	32
In costruzione	33
Avvio di lavori di costruzione	33
EKZ National	34
Carenza di gas ed elettricità	34
Gestione della qualità	34
Assicurazione qualità a 360 gradi	34
Comunicazione e pubblicità	35
Impegno sociale	37

Settore aziendale Commercio al dettaglio

Coop investe nuovamente in prezzi convenienti, puntando sull'artigianato nei supermercati e offrendo il più ampio assortimento di prodotti vegani e vegetariani. I formati specializzati convincono per i nuovi layout dei negozi e Jumbo – numero 1 incontrastato dei mercati edili e di giardinaggio in Svizzera – raggruppa il meglio di due mondi.

Nel 2022 il Gruppo Coop ha generato nel commercio al dettaglio un ricavo netto di 19.9 miliardi di franchi, approfittando in particolare della sua vasta e moderna rete di supermercati e della sua vicinanza alla clientela, nonché dell'assortimento di prodotti diversificati e innovativi.

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 2022 il gruppo contava 2 425 punti di vendita su tutto il territorio svizzero, 29 in più rispetto all'anno precedente. Coop si distingue, inoltre, per un'ampia offerta di shop online e per la sistematica integrazione tra commercio stazionario e commercio online (omni-channel). Quasi tutti i formati specializzati di Coop gestiscono anche uno shop online oltre ai propri punti di vendita.

Coop attribuisce particolare importanza strategica ai suoi assortimenti sostenibili. Nel 2022 il fatturato dei prodotti sostenibili nel commercio al dettaglio ammontava a quasi 4.9 miliardi di franchi (per i dettagli vedi sustainable.coop.ch). Solo il fatturato realizzato con i prodotti biologici è stato di quasi 1.7 miliardi di franchi.

19.9 miliardi di CHF

di ricavo netto nel
commercio al dettaglio

4.2 miliardi di CHF

di fatturato sosteni-
bile nel commercio
al dettaglio

1.7 miliardi di CHF

di fatturato realizza-
to con i prodotti bio

Supermercati e Formati Food

Nel 2022 i supermercati Coop hanno realizzato un ricavo netto di oltre 11.6 miliardi di franchi. Con 960 punti di vendita, Coop vanta la più fitta rete di vendita di tutta la Svizzera. Nell'anno di esercizio 2022 sono stati aperti 11 punti di vendita, mentre ne sono stati chiusi 6. Durante l'anno, 42 supermercati sono stati modernizzati in base al nuovo concept dei negozi 2025+, portando così a 247 i supermercati già allestiti in base al nuovo concept.

Tappe principali dei formati Food

La tabella seguente illustra i momenti salienti dell'anno in esame.



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

Tappe principali 2022

- Ristrutturazione di altre 42 filiali in base al nuovo concept dei negozi; a fine del 2022 erano ristrutturate 247 filiali
- Apertura di 11 nuovi punti di vendita
- Il primo Ipermercato con il concept 2025+ a Tenero in Ticino
- Sale a 1 270 articoli la gamma di prodotti Prix Garantie con lo stesso prezzo e la medesima qualità dei discounter
- Sale a 2 000 articoli la gamma di prodotti vegetariani/vegani, l'offerta più ampia dell'intero commercio al dettaglio svizzero
- Il più grande assortimento Fairtrade al mondo con 1 360 articoli
- Oltre 20 900 prodotti sostenibili nell'assortimento
- Inclusione nell'assortimento di erbe aromatiche svizzere da agricoltura verticale
- Sostegno da 15 anni alle regioni di montagna svizzere con la marca propria Pro Montagna
- Ulteriore ampliamento dell'offerta artigianale nei punti di vendita con Panetterie della casa, Case del formaggio, isole traiteur e della freschezza e banchi del pesce e della carne
- Investimento di 50 milioni di franchi in riduzioni di prezzo
- Rinuncia alla stampa automatica degli scontrini presso tutte le casse
- Ulteriore impegno contro lo spreco alimentare con oltre 20 milioni di piatti donati a organizzazioni quali Tavolino magico e Tavola svizzera
- Collaborazione con oltre 50 istituzioni e fondazioni svizzere per persone con disabilità

Coop.ch

Piattaforma omni-channel con la più ricca scelta e consegna personale fino alla porta di casa

Tappe principali 2022

- Tassi di crescita al 8.5% rispetto al 2021
- La clientela acquisita è stata mantenuta e ulteriormente ampliata durante la pandemia
- La più grande offerta online di articoli Food con oltre 18 000 prodotti; assortimento di vini ampliato a oltre 2 700 vini con 500 articoli in più
- Introduzione dell'Eco-Score con informazioni sull'impatto ambientale di un prodotto in collaborazione con Beelong
- Inizializzazione de "La mia Coop", offerte personalizzate che consentono acquisti completi e veloci
- Attivazione di due nuovi hub logistici a Winterthur e Conthey per essere ancora più vicini alla clientela con maggior rapidità

Punti di vendita  960 ⁺⁵

Nuovi prodotti  3 332

Shop online  www.coop.ch



Il numero uno sul mercato svizzero dei prodotti convenienze

Tappe principali 2022

- Espansione degli assortimenti di carne, latticini, pane, acqua
- Ampliamento degli assortimenti di prodotti ultrafreschi nel settore Ready to eat e Ready to cook con Freshly Made
- Ampliamento della strategia Freschezza con hot dog in 181 sedi e panini freschi di giornata in 320 sedi
- Conversione a nuove e potenti macchine da caffè Franke per Coffee to go in tutta la rete di shop
- Nuovo design con look legno in tutti gli shop Coop Pronto
- Collaborazione tra Coop Pronto ed EcoDrive con consigli per ridurre le emissioni di CO₂-eq
- Possibilità di compensazione di CO₂-eq grazie alla collaborazione con Myclimate
- Compensazione di CO₂-eq della propria flotta di veicoli

Punti di vendita

 320

Maggiori informazioni: www.coop-pronto.ch



Autentiche prelibatezze italiane e formato di negozio Coop.

Tappe principali 2022

- Introduzione di "Too Good To Go" in tutti i punti di vendita Sapori per ridurre lo spreco alimentare
- Nuovi prodotti innovativi come Farine Manitoba Sapori d'Italia

Prodotti

 311

Maggiori informazioni: www.saporiditalia.ch



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

Tappe principali 2022

- Introduzione di "Too Good To Go" in tutti i punti di vendita Coop to go per ridurre lo spreco alimentare

Punti di vendita

 20

Maggiori informazioni: www.cooptogo.ch



Il formato trendy per prodotti vegetariani e vegani della linea Karma.

Tappe principali 2022

- Greenbox: nuova offerta di insalate fresche preparate sul posto in confezioni riutilizzabili con deposito di 5 franchi
- Nuovi prodotti innovativi come Karma Max Havelaar Creamy Hazelnut Balls

Prodotti

 323

Maggiori informazioni: www.karmastore.ch



La piattaforma e il formato dedicato all'artigianalità culinaria, la regionalità e la sostenibilità con la popolare app di ricette.

Tappe principali 2022

- Introduzione di un banco con pasta preparata al momento nel wok per il consumo immediato, con salsa a scelta
- Nuova funzione Swipe&Cook per scoprire nuove ricette divertendosi

Visualizzazioni di pagine

 65 milioni

Maggiori informazioni: www.fooby.ch/bel-air



La buona tavola, ogni giorno, a prezzi imbattibili.

Tappe principali 2022

- Netto aumento delle quote di mercato e del fatturato
- Introduzione a livello nazionale di alternative al latte vegane e senza lattosio in tutti i Ristoranti Coop
- Aumento esponenziale al 15.2% della quota di prodotti con la Gemma Bio
- 1 nuove aperture e 6 riaperture
- Lancio di contenuti per i social media (TikTok, Instagram, Facebook)

Ristoranti

 **183**

Maggiori informazioni: www.coop-restaurant.ch

Marché
Schweiz Suisse Svizzera



Ristorazione rigenerante in luoghi ad alta frequenza, il numero uno della gastronomia autostradale.

Tappe principali 2022

- Forte ripresa delle vendite dopo la pandemia di coronavirus
- Completamento della ristrutturazione all'aeroporto di Zurigo
- Apertura con successo della nona filiale di Burger King nel St. Jakob Park di Basilea
- Acquisizione dei tre esercizi svizzeri Popeyes e apertura della prima filiale Popeyes propria nel centro commerciale Letzipark
- Introduzione su scala nazionale dell'app "Too Good To Go" per la riduzione dello spreco alimentare
- Integrazione della Supercard Coop su scala nazionale

Ristoranti

 **45** ⁺⁶

Maggiori informazioni: www.marche.ch

twospice



Una gastronomia fast-casual innovativa e contemporanea

Tappe principali 2022

- Dopo l'impatto del coronavirus, i fatturati di ogni marca registrano un'evoluzione nuovamente positiva
- Ampliamento della partecipazione di Coop a oltre il 50%
- Dal 2018, ampliamento dell'assortimento di prodotti vegani Yooji's dal 7% al 20%
- Crescita positiva del fatturato di Yalda
- Ampliamento di fonti proteiche a base vegetale per la marca Rice Up!
- Sviluppo positivo della marca Zenbu (linea sushi da Coop)

Ristoranti

 **28**

Maggiori informazioni: www.twospice.ch

Betty Bossi

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

Tappe principali 2022

- Rilancio dell'app di ricette Betty Bossi con oltre 100 000 utenti al mese
- "20 anni di prodotti Betty Bossi nei negozi Coop": anniversario della collaborazione di grande successo tra Betty Bossi e Coop
- Lancio del primo ricettario vegano di Betty Bossi
- Importante passo avanti nella digitalizzazione del database di ricette Betty Bossi: estrazione automatizzata di valori nutrizionali, allergeni, forme di alimentazione e stagionalità

Lettori del giornale

 **1.56** milioni

Maggiori informazioni: www.bettybossi.ch

Formati specializzati Non Food

Nel 2022 i formati specializzati Non Food di Coop hanno realizzato un ricavo netto di 8.4 miliardi di franchi. I 18 formati diversi (Coop Mineraloel e Coop Olio combustibile contati come unico formato) comprendono 1 465 punti di vendita ed esercizi, nonché 20 negozi online. Il nuovo concept dei negozi è stato implementato in 57 punti di vendita. I formati specializzati puntano sistematicamente alle strategie omnichannel e investono in nuovi e attraenti concept dei negozi e in moderni shop online. Nella nuova app Supercard sono stati integrati anche i formati specializzati ed è stato semplificato l'accesso ai corrispondenti negozi online.

Tappe principali dei formati Non Food

La tabella seguente illustra i momenti salienti dell'anno in esame.



La migliore esperienza d'acquisto per l'elettronica di consumo in Svizzera.

Tappe principali 2022

- Apertura a Zurigo di una filiale pilota con nuovo allestimento
- Rafforzamento del Customer Care Center per quanto riguarda reperibilità e livello di servizio
- Integrazione in altre 20 filiali di zone con la marca Apple
- Allestimento in 170 filiali di una presentazione dei prodotti per la salute Beurer
- Integrazione in 150 filiali di zone con la marca Logitech
- Consultazione mobile nei punti di vendita: funzionalità estese ai tablet (per esempio per il processo di riparazione)

Punti di vendita



170

Shop online



www.interdiscount.ch



La migliore esperienza d'acquisto online.

Tappe principali 2022

- Ulteriore ampliamento della posizione di mercato e del grado di notorietà
- Integrazione nel programma Supercard di Coop
- Lancio dell'app microspot.ch
- Introduzione di un centro di assistenza per semplificare la gestione dei reclami della clientela
- Ampliamento dell'assortimento con 100 000 articoli
- Creazione dell'assortimento di e-bike con oltre 200 articoli (per esempio marche premium come "Flyer" e "Stromer")
- Espansione dell'assortimento di accessori nel settore della mobilità con marche come "Thule", "POC" e "Abus"
- Espansione dell'assortimento Home & Living con le marche "House Nordic", "Brilliant", "Steinhauer" e "Inter Link"
- Ampliamento del settore grill e cucina

Punti
Pick-up



525

Shop online



www.microspot.ch



Leader nel settore dei mercati edili in Svizzera

Tappe principali 2022

- Successo della fusione dei formati Edile+Hobby e Jumbo, precedentemente separati, sotto un'unica marca
- Ribattezzati tutti gli ex punti di vendita Coop Edile+Hobby
- Raggruppamento dei settori centrali nella sede di Dietlikon
- Rilancio dello shop online unificato e ottimizzazione per i dispositivi mobili
- Armonizzazione continua dell'assortimento
- Apertura del nuovo punto di vendita Coira Wiesental
- Rollout dei sistemi informatici Coop nei punti di vendita Jumbo acquisiti
- Integrazione di tutto il personale Jumbo in Coop Società Cooperativa e adesione al CCL di Coop

Punti di vendita  114 ⁺¹

Shop online  www.jumbo.ch



La seconda più grande catena di grandi magazzini in Svizzera.

Tappe principali 2022

- Concept dei negozi "Bellacasa" implementato nel Coop City Losanna Saint-François e ristrutturazione del Coop City di Neuchâtel
- Nuovo concept dei negozi con Panetteria della casa e banco prodotti freschi a Zugo e ristrutturazione del reparto Food a Ginevra Plainpalais
- Ulteriore ampliamento della posizione di mercato
- Ulteriore sviluppo del concept dei negozi "Bellacasa" per una esperienza d'acquisto più coinvolgente
- Ulteriore ampliamento dell'assortimento online

Punti di vendita  31

Shop online  www.coop-city.ch



La prima scelta per l'illuminazione.

Tappe principali 2022

- Inaugurazione di Lumimart Villmergen
- Modernizzazione di Lumimart Romanel
- Inserimento nell'assortimento delle marche "HAY", "Secto Design" e "Anglepoise"

Punti di vendita  19 ⁺¹

Shop online  www.lumimart.ch

LIVIQUE

Il fornitore di soluzioni di arredo personalizzate.

Tappe principali 2022

- Apertura del primo punto di vendita Livique con concept Boutique nel Centre Signy presso Nyon
- Ristrutturazione e modernizzazione di Livique Bienne e Livique Lyssach
- Introduzione del configuratore nella sezione mobili di livique.ch
- Ulteriore crescita del marchio ombrello "Swiss Collection", con il quale vengono proposti assortimenti Swiss Made di 10 produttori svizzeri
- Inserimento nell'assortimento delle marche "Willisau Design Collection" e "Novamobili"

Punti di vendita  26

Shop online  www.livique.ch



Tutto quello che fa bene alla salute: dai medicinali con obbligo di prescrizione medica fino ai prodotti di bellezza.

Tappe principali 2022

- › Lancio del nuovo concept dei negozi in tre località: Basilea Europe, Zurigo Bahnhofstrasse, Delémont
- › Ampliamento della rete di farmacie con due aperture a Huttwil e Berna Freudenberg
- › Forte crescita di "Primary Care" (primo consulto medico) e consegna di medicinali con obbligo di ricetta senza una prescrizione medica
- › Incremento delle vendite di medicinali generici e marche proprie

Punti di vendita

 86

Shop online

 www.coopvitality.ch

IMPORT PARFUMERIE

La principale profumeria di prestigio in Svizzera.

Tappe principali 2022

- › Realizzazione del nuovo concept dei negozi in altre 19 filiali
- › Introduzione di nuove marche di prestigio e di lusso, per esempio Tom Ford, Sisley Paris, Origins e Gisada
- › Introduzione del servizio di incisione online su impo.ch per oltre 600 prodotti
- › Introduzione del live shopping come ulteriore canale di consulenza e vendita
- › Espansione a 300 000 membri di "The Member Club"

Punti di vendita

 108

Shop online

 www.impo.ch



THE BODY SHOP

L'azienda di cosmetici naturali e sostenibili.

Tappe principali 2022

- › Nuovo concept dei negozi a Basilea Freie Strasse e Ginevra Balexert con stazione di ricarica
- › Rilancio dell'intero assortimento con novità delle linee Edelweiss, Choice e Wellness; entro il 2023 certificazione vegan e imballaggio ecologico per il 100% dell'assortimento
- › Successo della campagna di raccolta a favore dell'Associazione per l'infanzia Stella Cadente

Punti di vendita

 41

Shop online

 www.thebodyshop.ch

CHRIST

Orologi & Gioielli

Il punto di riferimento per orologi e gioielli.

Tappe principali 2022

- › Ristrutturazione delle filiali di Kriens, Oftringen e Sierre
- › Crescita positiva in tutte le categorie di CHRIST: orologi, gioielli e servizi. Successo dello sviluppo delle marche proprie di CHRIST, in particolare Diamonds by CHRIST, Kids by CHRIST e Men's by CHRIST
- › Omni-Channel Readiness (Studio ORI 2022): CHRIST è nuovamente il numero 1 nel settore degli orologi e dei gioielli
- › Introduzione di successo del live shopping con trasmissioni mensili come ulteriore canale di consulenza e vendita
- › La marca propria di moda Silver Spirit by CHRIST per la prima volta con un nuovo assortimento di orologi fashion
- › Introduzione del riciclaggio degli orologi con l'istituzione sociale Bürgerspital di Basilea

Punti di vendita

 61

Shop online

 www.christ-swiss.ch



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

Tappe principali 2022

- 18 punti di vendita modernizzati, due nuove aperture
- Espansione di tutti i canali di consulenza a distanza: vendita telefonica, consulenza via chat e video
- Notifica di riparazione online per grandi elettrodomestici con possibilità di scegliere l'appuntamento per l'assistenza a domicilio
- Ampliamento delle competenze in materia di ristrutturazione di cucine e bagni con servizi di direzione lavori all'insegna del motto "Tutto da un unico operatore"
- Riprogettazione dello shop online www.fust.ch

Punti di vendita



153

Shop online



www.fust.ch



Leader nella fornitura online di elettrodomestici con un'ampia offerta di servizi.

Tappe principali 2022

- Ampliamento della gamma di prodotti nei settori Gastronomia e Bricolage
- Integrazione di nuovi partner logistici e di assistenza per ottimizzare le prestazioni del servizio clienti
- Consegna già il giorno successivo delle ordinazioni online spedibili per posta effettuate fino alle ore 21
- Introduzione del sistema SAP
- Introduzione del nuovo sistema di ticket nel servizio clienti

Prodotti



30 000

Shop online



www.nettohop.ch



Performance per passione.

Tappe principali 2022

- Forte crescita nel settore delle marche proprie
- Introduzione di sondaggi sistematici sulla soddisfazione della clientela secondo la logica NPS con i primi risultati superiori alla media
- Introduzione della pianificazione automatizzata degli itinerari per i tecnici dell'assistenza

Interventi



95 000

Maggiori informazioni: www.service7000.ch



Il più grande istituto podologico in Svizzera.

Tappe principali 2022

- Trasferimento dello studio podologico in Freie Strasse 38 a Basilea, in locali nuovi e moderni
- Ampliamento dell'offerta grazie a ulteriori ambulatori
- Trasferimento dell'assortimento di calzature comode al reparto calzature di Pfauen Basilea
- Forte aumento di nuovi clienti
- Successo nell'assistenza alle/agli apprendiste/i (risultati eccellenti negli esami finali 2022, 3 nuove/i apprendiste/i nel 2022)

Numero di trattamenti



22 000

Maggiori informazioni: www.per-piedi.ch



mineraloel

Leader sul mercato svizzero con una moderna rete di stazioni di servizio Coop.

Tappe principali 2022

- Apertura di due nuovi impianti a idrogeno nel 2022 a Frenkendorf e Coira; pianificati altri tre impianti nel 2023
- Disponibilità di AdBlue presso i distributori di 75 sedi

Punti di vendita

 **326**

Maggiori informazioni: www.coop-mineraloel.ch



olio combustibile

Calore e benessere.

Tappe principali 2022

- Shop online apprezzato: il 60% delle ordinazioni è effettuato online
- Dall'inizio del 2022 nell'offerta solo olio da riscaldamento ecologico a basso tenore di zolfo
- Possibilità di compensazione delle emissioni di CO₂-eq con myclimate

Ordinazioni online

 **14 500**

Maggiori informazioni: www.coop-heizoel.ch



Serra tropicale con ristorante.

Tappe principali 2022

- Aumento del numero di ospiti rispetto all'anno precedente
- Aumento del 38% delle vendite di caviale, inizio dell'esportazione di caviale in Austria
- Ampliamento della piscicoltura con una sala supplementare per l'allevamento ittico
- Ottenimento dei label sostenibili Suisse Garantie e Pro Montagna per pesce persico e storione provenienti dalla serra tropicale
- Installazione di un impianto fotovoltaico di 980 m²

Pesce persico

 **1.2** milioni

Maggiori informazioni: www.tropenhaus-frutigen.ch



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

Tappe principali 2022

- Consistente ampliamento dell'offerta grazie alla nuova tecnologia di prenotazione
- Ripresa del fatturato dopo gli anni di coronavirus
- Aumento al 45% della quota online
- Successo dell'introduzione del nuovo sistema di prenotazione

Destinazioni

 112 ⁺⁴

Shop online

 www.itscoop.ch



Uno dei principali operatori di fitness in Svizzera.

Tappe principali 2022

- Espansione a 65 sedi in 17 Cantoni
- Tre sedi aperte nella Svizzera romanda
- Più di 52 000 membri
- Update Akademien: corsi di formazione ora offerti online e in forma ibrida

Sedi

 65 ⁺⁶

Maggiori informazioni: www.update-fitness.ch



BâleHotels

La catena alberghiera di Coop.

Tappe principali 2022

- Forte sviluppo del boutique hotel Märthof di Basilea
- Acquisizione dell'Holiday Inn Express Aarburg/Oftringen
- Microformazioni per collaboratrici e collaboratori "Noi di BâleHotels diamo all'ospitalità la massima priorità"
- Nuovi siti web di diversi hotel
- Prosecuzione della cooperazione gastronomica con Swiss Indoors
- ISO 9001: ottenimento della ricertificazione fino al 2023 per BâleHotels

Pernottamenti

 8 ⁺¹

Maggiori informazioni: www.balehotels.ch

Marche proprie e label di qualità

Da Coop la clientela trova la più ampia scelta di articoli di marca nazionali e internazionali in tutte le fasce di prezzo. L'offerta si focalizza su gusto, sostenibilità, regionalità, ecologia, prezzi vantaggiosi e lifestyle. Con i suoi label di qualità indipendenti, Coop si impegna per un assortimento di articoli sostenibili e lavora in stretta collaborazione con organismi indipendenti per promuovere lo sviluppo sostenibile. La marca propria sostenibile Naturaplan è per esempio la principale marca bio della Svizzera. Con Naturaplan, Coop si orienta in maniera sistematica alla Gemma di Bio Suisse, anche per la lavorazione e i prodotti importati. Con Naturafarm, Coop viene promossa a pieni voti sul fronte del benessere degli animali. Oecoplan offre un'alternativa ecologica a quasi tutti i prodotti convenzionali per la casa, il giardinaggio, il fai-da-te e le costruzioni. Coop è numero uno al mondo nella commercializzazione di cotone bio da commercio equosolidale, e per quanto riguarda l'offerta di prodotti certificati Fairtrade Max Havelaar è leader in Svizzera e in tutto il mondo tra le aziende del commercio al dettaglio.

MARCHE PROPRIE E LABEL DI QUALITÀ SOSTENIBILI



MARCHE PROPRIE PER GRUPPI TARGET SPECIFICI



MARCHE PROPRIE STANDARD



➔ Questa lista riporta 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.

Settori specializzati

Approvvigionamento

Nel 2022, a causa del conflitto in Ucraina e delle sue conseguenze, diverse incertezze hanno influito sugli approvvigionamenti, il che ha generato grandi difficoltà sui mercati d'acquisto. La scarsità di materie prime, le carenze di capacità negli impianti di produzione, la scarsità di energia e le filiere non sicure hanno generato un aumento dei prezzi di acquisto e una riduzione della disponibilità. Grazie alle partnership con i fornitori, alle trattative sistematiche ma anche all'effetto valutario, Coop è riuscita a garantire la massima disponibilità, senza interruzioni nella maggior parte dei casi, e a ridurre al minimo il rincaro.

Logistica

Integrazione delle centrali di distribuzione Jumbo

In seguito all'acquisizione dei 41 punti di vendita Jumbo, Coop ha rilevato anche le tre centrali di distribuzione logistica a Dagmersellen, Oensingen e Oberbuchsitzen, che in precedenza organizzavano il rifornimento di merci ai mercati Jumbo. Nel 2022 i processi logistici di Jumbo sono stati integrati con quelli dell'universo Coop. Sono stati per esempio pianificati nuovi itinerari, adeguati i processi di immagazzinamento, armonizzati i ritmi di ordinazioni e consegne e organizzati il riciclaggio e lo smaltimento congiunti. I processi di Coop, compreso per esempio il sistema WAMAS per la gestione dei magazzini, continueranno a essere integrati progressivamente nei mercati Jumbo anche dopo il 2022.

Railcare riceve nuovi carri merci propri per il trasporto in carri completi

Nel 2022 l'impresa ferroviaria Railcare, di proprietà di Coop, ha messo in funzione 105 carri pianali propri, con in totale 210 container da 45 piedi. Questi mezzi vengono utilizzati per effettuare trasporti giornalieri su rotaia tra le centrali di distribuzione nazionali e regionali di Coop. Con questa manovra Railcare potrà fare a meno dei carri ferroviari convenzionali che affittava in passato. In analogia alla flotta stradale Coop, i container bianchi sono chiaramente riconoscibili come mezzi di trasporto Coop grazie al logo Coop e all'immagine di prodotti ortofrutticoli freschi. Un altro valore aggiunto positivo dei contenitori è che sono isolati, possono essere raffreddati all'occorrenza e soddisfano pertanto i requisiti di temperatura.

Massimizzazione dei vantaggi per la clientela con la revisione del Service-Level-Agreement

Al fine di massimizzare i vantaggi per la clientela, il precedente Service-Level-Agreement (SLA) interno è stato esaminato e rielaborato a fondo. Lo SLA regola la collaborazione tra la vendita (Retail) e la Logistica. L'obiettivo è di poter consegnare la merce alla clientela finale in quantità sufficiente e nella massima qualità. Per raggiungere questo obiettivo, è necessario disporre a monte di un sistema logistico sofisticato con relativi processi informatici. Per esempio, gli orari di ordinazione sono stati adattati al comportamento di acquisto della clientela o gli itinerari sono stati ottimizzati in modo da poter consegnare prodotti ancora più freschi prima dell'apertura dei negozi. Inoltre, vengono definite finestre di consegna più strette per garantire una migliore integrazione con i processi del punto di vendita.

Coop supporta "Cargo sous terrain" anche nella fase di autorizzazione edilizia

Il progetto visionario "Cargo sous terrain" sta diventando sempre più concreto. Insieme ad altri dieci investitori, Coop si è dichiarata disponibile sin dall'inizio a partecipare in modo considerevole alla fase di autorizzazione edilizia, purché siano soddisfatte le condizioni definite. "Cargo sous terrain" è in linea con la tabella di marcia e ha raggiunto l'importante traguardo della fase di autorizzazione edilizia alla fine di agosto. Il passo successivo consiste nel preparare l'inizio dei lavori di costruzione a partire dal 2026 e di concretizzare la progettazione del sistema.

Informatica

Migrazione SAP S/4HANA

Per essere pronti ad affrontare le sfide della digitalizzazione e mantenere la sicurezza della manutenzione negli anni a venire, i sistemi informatici centralizzati per il Retail sono stati migrati all'attuale prodotto SAP S/4HANA. Dopo circa un anno e mezzo di intenso lavoro, la migrazione dei due sistemi SAP è stata completata con successo nel weekend di Pasqua del 2022. La nuova versione è caratterizzata da una gestione dei dati più snella e da una migliore performance.

Integrazione di Jumbo

Il meglio di due mondi: dall'inizio di settembre, Edile+Hobby e Jumbo sono presenti online sul nuovo sito unificato jumbo.ch. Dopo un intenso lavoro di progettazione, la fusione è stata completata con successo. Nello stesso periodo, tutti i processi esistenti dell'e-shop di Jumbo sono stati migrati verso i processi e i sistemi di gestione delle merci di Coop. A partire da ottobre, in una seconda fase, è stato avviato il rollout per tutti i 41 punti di vendita Jumbo. La transizione durerà fino a metà febbraio 2023.

Immobili

Progetti immobiliari

Nel 2022, Coop ha avviato complessivamente nove progetti immobiliari e ne ha portati a termine 24, di cui due nuove costruzioni, un ampliamento e 21 modernizzazioni/risanamenti.

Aperture

Dopo 13 mesi di lavori, la nuova filiale di *Fust a San Gallo* è stata inaugurata con successo il *20 gennaio 2022*. La zona clienti si estende dal piano terra con il negozio di materiale elettrico fino al primo piano dove si trova un'esposizione di bagni e cucine. In aggiunta vi sono quattro appartamenti al secondo piano e al piano attico. Ai fini della sostenibilità, l'edificio è stato progettato secondo gli standard Minergie, utilizzando una pompa di calore bivalente in combinazione con sonde geotermiche e un impianto fotovoltaico. La vegetazione circostante garantisce la conservazione dei microrganismi e delle api selvatiche ed è, al tempo stesso, uno spettacolo per gli occhi.

Nel 2020 è stato rivitalizzato il primo piano del *Centro Tenero* e nel 2021 è iniziata la rivitalizzazione del piano terra, compresa la terrazza e i due piani di parcheggio. Parallelamente ai lavori di costruzione, la direzione Retail ha realizzato in Ticino in più tappe il primo Ipermercato con il Concept 2025+. Il Ristorante Coop e la farmacia Coop Vitality sono stati completamente ristrutturati. L'inaugurazione del centro si è svolta il *31 marzo 2022*.

Dopo 10 mesi di lavori, dal *31 marzo 2022* l'*edificio residenziale* nella *Austrasse 1 a Reinach (BL)*, costruito 53 anni fa, risplende nel suo fascino originale degli anni '60. In stretta collaborazione con il dipartimento di sviluppo urbano del comune di Reinach, è stato rimosso l'intero involucro edilizio originale, tetti compresi, e l'intera struttura dell'edificio è stata migliorata sul piano statico, energetico e della protezione antincendio.

Il *centro commerciale Ifis Center di Langnau im Emmental (BE)* è di proprietà di Coop ed è stato inaugurato nel 2010. Nell'estate del 2021 sono stati avviati i lavori di rivitalizzazione e di totale ammodernamento degli interni. Alla fine dell'estate, la cupola esistente è stata sostituita con grandi vetrate e i lavori si sono conclusi il *31 ottobre 2022*.

Il *16 novembre 2022* è stato inaugurato nei termini previsti il nuovo *punto di vendita di Courroux (JU)*. La superficie di vendita di 660 m² offre alla clientela un'interessante gamma di prodotti. Il nuovo edificio soddisfa i requisiti energetici e di progettazione di Coop, con l'installazione di un impianto di riscaldamento con recupero di calore grazie a un sistema integrale, un nuovo involucro dell'edificio e un impianto fotovoltaico sul tetto. La struttura portante e la facciata sono in legno e le ampie vetrate garantiscono la massima diffusione di luce naturale.

Il *centro commerciale Bärenmarkt di Reinach (AG)* è stato rivitalizzato e reso più attraente e a misura di cliente. Gli impianti tecnici dell'edificio sono stati ottimizzati e adattati alle nuove normative. L'impianto di riscaldamento originale a gasolio è stato sostituito da un impianto a pellet e sul tetto è stato installato un impianto fotovoltaico. Il centro commerciale è stato dotato di un grande lucernario con vista verso l'esterno e diffusione di luce naturale. L'inaugurazione generale si è svolta il *24 novembre 2022*.

Il *Grüzemarkt di Winterthur*, costruito negli anni '80, è stato sottoposto a una ristrutturazione completa nel 2022, durante la quale l'edificio è stato dotato di un nuovo isolamento esterno e rivestito con una moderna facciata in legno. Gli impianti tecnici dell'edificio sono stati completamente sostituiti e il tetto è stato interamente rinnovato e integrato con un impianto fotovoltaico. L'Ipermercato di 5300 m² e il Ristorante Coop sono stati ammodernati e sono stati creati ulteriori spazi da dare in locazione a terzi. L'inaugurazione generale si è svolta il *24 novembre 2022*.

Il *centro commerciale Aarepark di Würenlingen (AG)* è stato ammodernato in modo attraente e a misura di cliente. Gli impianti tecnici dell'edificio sono stati ottimizzati e adattati alle nuove normative. Sul tetto è stato installato un impianto fotovoltaico. Il punto di vendita Coop e il Ristorante Coop sono stati ristrutturati. L'inaugurazione generale si è svolta il *24 novembre 2022*.

In costruzione

A causa della costante crescita degli ultimi anni, la *Centrale di gestione dei vuoti della centrale di distribuzione di Berna* non poteva essere adattata e ottimizzata come necessario. Per ottenere un'ampia superficie contigua, l'attuale immobile della Centrale di gestione dei vuoti sarà ampliato con un edificio annesso di due piani e cinque rampe aggiuntive, mentre l'attuale edificio del garage sarà smantellato a partire dal piano terra in su. La messa in funzione è prevista per il 2024.

A *Villars-sur-Glâne (FR)*, nel *centro commerciale di Friburgo Sud*, i lavori di costruzione sono iniziati a fine novembre 2019 e nel 2020 è entrata in funzione una struttura provvisoria. Dopodiché, sono stati avviati i lavori di demolizione e ricostruzione della parte del centro commerciale in cui prima del Natale 2021 si è svolto il primo giorno di vendite. A partire dal 2022 è stata demolita la struttura provvisoria e successivamente è iniziata la ricostruzione della parte dedicata ai formati specializzati, che aprirà il *23 marzo 2023* con un punto di vendita Jumbo e un negozio Livique, Lumimart compreso.

Nell'edificio tutelato dai beni culturali costruito nel 1936, che ospita il *centro commerciale Centre Bahnhof di Bienne (BE)*, lo sviluppo dei lavori di costruzione sui lotti vicini ha consentito di trasferire le superfici di ristorazione verso la facciata sul lato della Robert-Walser-Platz. Il Ristorante Coop è stato aperto nel dicembre 2021. Sono state create e ammodernate nuove aree di vendita per Interdiscount, Fust e Import Parfumerie, e l'intera facciata dell'area di vendita Livique è stata sostituita per ottimizzare l'energia. In occasione della rivitalizzazione del centro sono stati sostituiti tutti i pavimenti, i soffitti e le facciate dei negozi e sono state create nuove zone per eventi e zone lounge con molta luce naturale. L'Ipermercato, la farmacia Vitality e il Take-Away saranno ristrutturati nel 2023.

I lavori del *centro commerciale Riviera Center di Rennaz (VD)* procedono secondo la tabella di marcia in vista dell'inaugurazione ufficiale dell'8 marzo 2023. Per questo progetto sarà realizzato un Ipermercato di 3 700 m² con un chiosco, un Ristorante Coop di 500 m² e superfici di vendita di 3 000 m² da dare in locazione a terzi. L'energia è garantita da un impianto di sfruttamento del calore residuo e la produzione di una parte del fabbisogno di corrente avviene mediante un impianto fotovoltaico sul tetto.

Avvio di lavori di costruzione

I lavori di demolizione del *nuovo edificio sostitutivo del punto di vendita a Bachenbülach (ZH)* sono iniziati alla fine di gennaio 2022. Il lungo periodo di tempo richiesto per soddisfare i requisiti richiesti è stato utilizzato per prefabbricare molti elementi di costruzione, al fine di ottimizzare il più possibile la prossima realizzazione e ridurre i tempi. L'inaugurazione è prevista per l'8 marzo 2024.

Negli ultimi anni *Steinfels Swiss di Winterthur (ZH)* è riuscita a imporsi sul mercato, aumentando costantemente sia la quota di mercato che il fatturato. A causa degli edifici e delle attrezzature operative obsolete, è stato necessario rinnovare in parte le strutture per poter continuare a garantire il futuro della produzione. I lavori sono iniziati il *30 marzo 2022* e la conclusione del progetto è prevista per settembre 2023.

Ad *Allaman (VD)*, il 19 aprile 2022 sono iniziati i lavori di costruzione per la rivitalizzazione del *centro commerciale Littoral Centre*. In una prima tappa sono stati chiusi il centro Edile+Hobby e il negozio Livique, che oggi è presente a Etoy (VD). Il progetto sarà realizzato a tappe senza interruzione delle attività commerciali. A partire da marzo 2024, il centro sarà continuamente integrato con nuovi affittuari e i lavori di ristrutturazione dovrebbero concludersi entro la fine di *ottobre 2024*.

Con la rivitalizzazione del *centro commerciale Telli di Aarau (AG)*, la struttura architettonica ormai obsoleta dovrà essere rinnovata e riparata in modo mirato entro il 2026 con particolare attenzione all'involucro dell'edificio e agli impianti tecnici. Questo progetto mira a mantenere il valore dell'immobile e ad aumentarne l'attrattiva. L'aspetto interno ed esterno sarà modernizzato. I lavori sono iniziati il *22 agosto 2022*.

EKZ National

Con oltre 400 eventi nazionali, locali e regionali Coop sorprende costantemente la propria clientela nei centri commerciali. Nel 2022 sono stati organizzati a livello nazionale gli eventi “Harry Potter”, “Swiss Voice Tour”, “Selfie World” e “Viva Montagna”. Coop mantiene alta l’innovazione nei centri commerciali introducendo novità: per esempio, immergendo la clientela in un mondo virtuale, avviando vari concorsi digitali o collaborando con partner esclusivi. L’obiettivo è sempre quello di aumentare la frequenza e la soddisfazione della clientela, incrementando anche il grado di notorietà dei centri commerciali e i loro fatturati. Grazie al coinvolgimento di associazioni e organizzazioni locali, uno storytelling unico o la collaborazione con VIP, Coop ha generato oltre 500 articoli d’impatto positivo sui media.

Carenza di gas ed elettricità

Coop fa parte dei grandi consumatori, e in quanto tale è pronta a reagire alle varie misure associate a una situazione di carenza. Al centro di queste misure da adottare c’è il mandato di approvvigionamento per la popolazione. In tutta la Svizzera sono già state attuate misure di risparmio volontarie, come la rinuncia all’illuminazione del logo e delle vetrine al di fuori degli orari di apertura. È stata seguita anche la raccomandazione del Consiglio federale di passare dal gas naturale all’olio da riscaldamento. Sono stati inoltre avviati i preparativi per poter adottare misure adeguate nel caso di un contingentamento dell’energia.

Essendo membro di diverse associazioni di categoria, Coop s’impegna a definire le misure di risparmio energetico con il minor danno economico complessivo in caso di carenza di energia. La situazione attuale viene anche colta come un’opportunità per sostituire il riscaldamento a combustibili fossili e i sistemi industriali di generazione di calore prima di quanto già previsto.

Gestione della qualità

Assicurazione qualità a 360 gradi

La gestione della qualità di Coop è orientata ai processi chiave: acquisti, produzione, logistica e vendita. Tutte le collaboratrici e i collaboratori contribuiscono a garantire la qualità. Anche nel 2022, per quanto riguarda la gestione della qualità, è stato fondamentale assicurare la conformità alle norme di legge e ai requisiti dei label nell’intero assortimento di marche proprie. Questo anche, per esempio, in materia di etichettatura degli articoli prodotti e confezionati nel punto di vendita e, di conseguenza, di indicazione dei valori nutrizionali. Dal 2012, il rispetto dei requisiti di qualità da parte di tutti i negozi con vendita al banco è soggetto al controllo e alla certificazione dell’ente di controllo indipendente q.inspecta. Nel 2022, 409 punti di vendita in totale hanno superato gli audit che si sono svolti in aggiunta ai circa 1200 audit effettuati internamente dall’Assicurazione qualità di Coop. Coop ha effettuato nel proprio laboratorio un totale di circa 40000 controlli a campione di prodotti Food e Non Food per verificare il rispetto delle disposizioni. Per i controlli sono stati applicati oltre 1 milione di criteri. A seguito della crescente offerta di prodotti freschi preparati nei punti di vendita, il monitoraggio dell’igiene continua ad assumere sempre più importanza anche in questo settore.

Per poter soddisfare questi requisiti più severi, in laboratorio è stata ulteriormente sviluppata l’automazione per migliorare i processi. È stato dimostrato che la qualità è stata all’altezza dei più severi requisiti. Nell’ambito della gestione dei rischi nel settore della qualità dei prodotti, nel 2022 Coop ha lavorato intensamente per garantire la sicurezza della catena di approvvigionamento delle materie prime critiche nei prodotti trasformati. È stato sviluppato un piano pionieristico di gestione delle filiere basata su valori e l’organizzazione è stata adattata per poterlo realizzare. Nel settore Non Food, Coop ha definito requisiti ancora più precisi per gruppi merceologici critici, mettendoli a disposizione dei potenziali fornitori in forma automatizzata. Sono stati inoltre raggruppati il sistema di gestione della qualità e l’organizzazione GQ di Jumbo e Coop Edile+Hobby. La competenza di collaboratrici e collaboratori in materia di processi di qualità nella vendita e nell’approvvigionamento è stata ulteriormente consolidata dalla partecipazione a nuovi corsi e-learning.

Comunicazione e pubblicità

Il Servizio clienti risponde a oltre 640 000 richieste

Nel 2022, i Servizi clienti della rivista Cooperazione, di Supercard e di Coop hanno risposto complessivamente a oltre 640 000 richieste della clientela. Il passaggio allo scontrino digitale in primavera ha generato commenti positivi e qualche critica da parte della clientela. Nel frattempo, la rinuncia alla stampa dello scontrino si è affermata ed è sostenuta dalla clientela. Il conflitto tra Russia e Ucraina ha portato anche a molte richieste di informazioni al Servizio clienti in merito a boicottaggi e donazioni. Le carte regalo e la definizione dei prezzi e dell'assortimento continuano a essere gli argomenti più sentiti dalla clientela per tutta la durata dell'anno.

Coop lancia la nuova app Supercard

A ottobre è stata lanciata la nuova app Supercard. Il layout rinnovato consente una panoramica più rapida delle funzioni. La nuova app include ora anche l'accesso diretto ai formati Trading, ai club per clienti e allo shop dei premi Supercard. Nelle sezioni dedicate ai formati, la clientela può trovare offerte promozionali del momento, ispirazioni attraverso i contenuti dei social media e l'accesso diretto ai rispettivi shop online. Anche gli scontrini digitali e i certificati di garanzia possono essere ora visualizzati nell'app. La nuova versione include come in passato i buoni digitali, le promozioni-raccolta e i giochi a premi.

Le famiglie beneficiano dei programmi fedeltà

Nel 2022 Coop ha premiato la fedeltà della clientela con quattro attività di raccolta in totale. L'attenzione si è concentrata sulle famiglie con bambini, le quali hanno beneficiato di diversi prodotti gratuiti. L'attività "Amici per le piume" in primavera ha tematizzato l'affascinante mondo degli uccelli. Il bradipo della campagna "Let's chill" ha assicurato un'estate particolarmente rilassata e variegata. In autunno, la campagna "Un albero per amico" ha offerto prodotti adatti alla stagione. Il riccio "Charly" ha assicurato un Natale confortevole nell'ambito dell'attività natalizia "Tempo di sognare". Il feedback della clientela su tutte le attività è stato positivo.

"A caccia di": programmi di fidelizzazione molto amati

Nell'anno in esame, Coop ha entusiasmato la propria clientela con tre interessanti programmi di fidelizzazione "A caccia di". La raccolta "A caccia di pentole & Co." con pentole e padelle della nota marca svizzera Kuhn Rikon è durata fino alla fine di febbraio. Particolarmente apprezzata, si è conclusa come la raccolta "A caccia di" di maggior successo degli ultimi 15 anni.

Da marzo ad agosto, Coop ha sorpreso la clientela con la raccolta "A caccia di Outdoor". I 15 articoli della marca Rewind, dalla lampada frontale a un gommone, sono stati progettati appositamente per Coop. La quota di partecipanti digitali, pari a un quarto, è stata la più alta di sempre nella storia delle raccolte Coop "A caccia di". In autunno Coop, insieme a Interdiscount e Fust, ha lanciato il concorso "A caccia di Sound" con cuffie e altoparlanti JBL.

Le riviste Coop conquistano una fetta più ampia di pubblico rafforzando la propria leadership

La rivista Cooperazione (d/f/i), che con oltre 3,3 milioni di lettrici e lettori (WEMF MACH Basic 2022-2) è il settimanale più letto e diffuso in Svizzera, consolida ulteriormente la sua leadership in tutte le parti del Paese. Insieme a "Cooperazione Weekend" è letto da un totale di 4,6 milioni di lettrici e lettori (WEMF MACH Basic 2022-2). Rispetto all'anno precedente, sono stati conquistati 60 000 nuove lettrici e nuovi lettori in un mercato della stampa in recessione.

Ulteriore consolidamento di Cooperazione Weekend

La rivista "Cooperazione Weekend" (d/f/i), che da agosto 2020 esce ogni venerdì come inserto di 16 pagine all'interno del quotidiano "20 minuti", si è ben affermata sul mercato dei lettori e della pubblicità. Viene letta da 1,3 milioni di pendolari e, secondo uno studio rappresentativo, è molto popolare in questa fascia di popolazione.

Sponsorizzazione: un mezzo per avvicinarsi alla clientela

Nel 2022 non si è più percepito l'impatto del coronavirus nelle attività di sponsorizzazione di Coop sul territorio. Clienti e famiglie hanno apprezzato l'impegno di Coop per il Coop Openair Cinema, la Sfida fra comuni Coop, Coop Andiamo, Coop Paese dei Ragazzi Openair, il musical per bambini Coop, il teatro delle favole Fidibus Coop, gli spettacoli di Bliss e tanti altri progetti. Oltre al focus sulle famiglie, nel 2022 le attività di sponsorizzazione si sono concentrate anche su molti progetti locali realizzati con successo fin dentro ai punti di vendita. Nel 2022 hanno riscontrato successo anche le carte Sconto colonie per bambini e ragazzi.

Premiata la rivista per il personale Forte

Con una tiratura di oltre 75 000 copie, la rivista Forte viene pubblicata quattro volte l'anno e inviata direttamente a casa di tutte le collaboratrici e di tutti collaboratori oltre che delle pensionate e dei pensionati del Gruppo Coop. In otto diverse edizioni, con contenuti adattati su misura alla lingua e all'ambito di lavoro, i reportage informano su notizie, decisioni e obiettivi aziendali. Anche nel 2022 la rivista per il personale moderna e di facile lettura ha ricevuto il premio "Award of Excellence" all'International Creative Media Award (ICMA).

Coop ora su TikTok

Con "scoop!" nel maggio 2022 è stata lanciata una rivista digitale interamente dedicata alle consumatrici e ai consumatori di domani. Nei primi cinque mesi sono stati raggiunti più di 4,7 milioni di giovani adulti su Instagram e TikTok: oltre la metà (2,8 milioni) interagisce regolarmente con i post pubblicati esprimendo così il proprio interesse per i contenuti. L'idea è fresca, giovane e audace e si basa molto sulle collaborazioni con influencer. Dal punto di vista tematico, "scoop!" è orientato agli interessi della Generazione Z e offre ogni settimana un riferimento diretto al Gruppo Coop. Ispirazione, storytelling e intrattenimento rivestono un ruolo di primissimo piano.

Social media

L'anno 2022 è iniziato sui social media anche con Veganuary. Per la prima volta, la campagna è stata accompagnata da un totale di 8 influencer, che a loro volta hanno generato una portata di 2,1 milioni di contatti, per un totale di 8,9 milioni di impressioni. Nel maggio 2022 il tool Salesforce è stato sostituito da Khoros per il community management. Ogni mese vengono pubblicati circa 13 000 post e menzioni, di cui poco meno di 300 al mese sono casi di assistenza alla clientela. Sulla piattaforma TikTok, che diventa sempre più forte, Coop ha raggiunto il milione di like, e i follower sono passati dai 60 000 dell'anno precedente a oltre 80 000. Il boom di TikTok ha avuto un impatto anche su tutti gli altri canali di social media, motivo per cui dall'inizio del 2022 Coop si è concentrata sempre più sui contenuti con immagini in movimento.

Ufficio Stampa: Coop sempre più presente nei media svizzeri

Nel 2022 l'Ufficio Stampa di Coop, uno dei più richiesti della Svizzera, ha ulteriormente intensificato il dialogo con i professionisti dei media rafforzando i contatti personali e organizzando vari eventi per i media. Anche nell'anno in esame, un gran numero di temi di attualità riguardanti Coop ha trovato spazio nei media. Il risultato d'esercizio positivo per il 2021, la nuova rivista digitale scoop!, la Giornata della buona azione e la nuova strategia di sostenibilità hanno riscosso un interesse mediatico particolarmente elevato. L'attenzione della stampa si è focalizzata anche sul presidente della Direzione generale, Philipp Wyss, che rispetto all'anno precedente è stato ancora più presente sui media esterni con 22 interviste. Questa attenzione mediatica non solo gli è valso il terzo posto nella classifica d'immagine dei CEO della Sonntagszeitung, ma anche il sesto posto nella classifica dei 100 manager di maggior successo dell'anno stilata dalla «Handelszeitung». I temi critici legati alla gestione energetica, all'inflazione e alla guerra in Ucraina sono stati sempre più ripresi dai media. La notizia del ritiro di Transgourmet dalla Russia ha suscitato grande attenzione mediatica. La pandemia di coronavirus è ulteriormente passata in secondo piano, diventando argomento mediatico di tutti i giorni. Nell'anno in esame, l'Ufficio Stampa di Coop ha inviato 25 comunicati stampa, diffuso oltre 80 informazioni esclusive, anteprime e articoli su temi proattivi, concesso e partecipato a circa 50 interviste e risposto a 1800 richieste dei media.

Impegno sociale

L'impegno di Coop Società Cooperativa nei confronti della società si basa sulla strategia di sostenibilità di Coop. Oltre agli esempi riportati a pagina 16, l'azienda è stata coinvolta in numerosi altri progetti, riassunti sul sito www.fatti-non-parole.ch. Ecco alcuni progetti selezionati dall'anno in esame:

Padrinato Coop per le regioni di montagna: 80 anni di solidarietà con le regioni di montagna

Nel 1942, nel bel mezzo delle difficoltà della Seconda Guerra Mondiale, l'Unione Svizzera delle Società di Consumo, oggi Coop, fondò il Padrinato Coop per le regioni di montagna. Il suo obiettivo è aiutare la gente di montagna in modo solidale come società cooperativa. Gli introiti del Padrinato nel 2022 ammontano a 5.3 milioni di franchi e sono costituiti da numerose donazioni private, eredità nonché dai proventi della campagna Panini del 1° agosto e delle raccolte di tessili di Coop. Nell'anno dell'anniversario, il Padrinato ha ricevuto inoltre più di 1.25 milioni di franchi di contributi dalla vendita dei prodotti Pro Montagna. Poiché Coop si fa carico di tutti i costi amministrativi, ogni centesimo va alle regioni di montagna. Nell'anno in esame, oltre 1 000 persone che vivono nelle regioni di montagna svizzere sono state sostenute da 180 progetti con oltre 7.1 milioni di franchi.

Con l'azione del 1° Agosto, Coop sostiene quattro progetti di aiuto nelle montagne svizzere

Con il ricavato dell'azione del 1° Agosto, nell'anno in esame Coop ha sostenuto per la prima volta in contemporanea quattro progetti nelle regioni di montagna svizzere. Coop ha stanziato 412 000 franchi per finanziare urgenti lavori di risanamento e di costruzione sugli alpi d'Onnaz nel Vallese, di Wimmis a Berna e di Oberflüe nel Canton Obvaldo e presso una fattoria a Obersaxen, nei Grigioni. Con la vendita di panini, pane e cervelas del 1° Agosto e con il contributo di Coop sono stati raccolti 280 000 franchi. A questi si sono aggiunti i fondi stanziati dal Padrinato Coop per le regioni di montagna che hanno permesso di raggiungere una donazione complessiva di 412 000 franchi. Gli interventi miglioreranno il futuro delle popolazioni delle montagne svizzere e renderanno queste regioni più forti.

Coop sostiene la popolazione colpita dalla crisi in Ucraina

Nella primavera del 2022 Coop ha reagito rapidamente per rifornire di beni di prima necessità le numerose persone colpite dalla crisi in Ucraina. Insieme alla DSC e alle FFS, nel marzo 2022 sono stati inviati beni di uso quotidiano nella zona di confine tra Polonia e Ucraina. Nell'ambito della "Giornata della buona azione", la vendita di un pane speciale ha sostenuto l'impegno della CRS a favore delle popolazioni colpite con un ricavato totale di 150 000 franchi svizzeri, mentre i nostri clienti hanno potuto fornire generi alimentari alle persone direttamente colpite dalla crisi ucraina con pacchi donazione acquistati online. Coop ha inoltre messo a disposizione buoni acquisto del valore di 500 000 franchi.

Sostegno alle persone in povertà con l'iniziativa "2 x Natale"

Anche quest'anno, Coop ha supportato l'iniziativa "2 x Natale" a favore della Croce Rossa Svizzera, pensata per le persone in povertà della Svizzera. Coop ha venduto circa 11 500 pacchetti solidarietà del valore merceologico di 230 000 franchi. Tramite coop.ch sono stati venduti 1 124 pacchetti del valore merceologico di 65 080 franchi. Inoltre, Coop ha sostenuto l'iniziativa con una donazione di prodotti del valore di circa 350 000 franchi.

Approvvigionamento sostenibile di materie prime per l'olio di cocco e di palma

In Costa d'Avorio sono stati realizzati con successo due progetti di approvvigionamento Coop: uno per l'olio di palma certificato Bio-Suisse, l'altro per l'olio di cocco certificato Fairtrade e Bio-Suisse. I progetti consentono alle aziende di produzione Coop di approvvigionarsi in modo sostenibile di materie prime provenienti da coltivazioni rispettose del clima secondo le best practices, come la produzione e l'utilizzo di carbone vegetale per migliorare la fertilità del suolo. Le attività comprendono il sostegno alla certificazione Fairtrade e Bio-Suisse e il miglioramento della gestione biologica tra i piccoli coltivatori coinvolti e lungo la catena di valore aggiunto. Nell'ambito del progetto per il cocco è stata avviata anche un'iniziativa per promuovere l'agroforestazione dinamica, ossia la coltivazione mista di palme da cocco, alberi da frutto e legni pregiati. Grazie a questi progetti, i piccoli coltivatori beneficiano di partnership e canali di vendita sicuri a lungo termine e Coop di materie prime di alta qualità prodotte in modo sostenibile.

Promozione dell'agricoltura biologica con Transgourmet Deutschland

Chi vuole diventare produttore biologico in Germania ha bisogno di tempo e pazienza oltre che di partner forti. Il finanziamento giusto e una forte rete nella distribuzione di prodotti biologici sono le chiavi del successo. Per soddisfare la crescente domanda di prodotti biologici locali, Transgourmet Deutschland ha avviato il programma di promozione biologica "Creatrici e creatori di possibilità bio" (Bio-Möglichmacher:innen). Nell'ambito di questo programma, alcune aziende agricole selezionate che intendono convertire la produzione da convenzionale a biologica vengono promosse attraverso un concorso per ottenere un sostegno finanziario da Transgourmet. L'obiettivo è creare una "situazione win-win-win": da un lato, le aziende agricole in conversione ricevono un solido sostegno per la fase di conversione. Dall'altro è possibile individuare nuovi partner affidabili per la rete di fornitori di Transgourmet e garantire la crescente domanda di prodotti biologici da parte della clientela di Transgourmet.

Lamponi coltivati con l'agrivoltaico in Spagna e Svizzera

In due progetti pilota, l'elettricità è prodotta da moduli fotovoltaici su terreni coltivabili e i frutti sono coltivati direttamente sotto i moduli. In Svizzera si coltivano lamponi e fragole insieme al partner di Coop Beerenland. A Huelva, in Spagna, si coltivano lamponi. In questo sistema di coltivazione, chiamato agrivoltaico o agro-fotovoltaico, la produzione di elettricità e la produzione di generi alimentari si completano a vicenda. Le superfici scarse vengono utilizzate due volte. I moduli voltaici proteggono inoltre le coltivazioni delle bacche da eventi meteorologici estremi sempre più frequenti e l'agricoltura può dare un importante contributo alla fornitura di elettricità alla popolazione. Sostenendo questi progetti, Coop si assume la propria responsabilità nell'ambito della protezione del clima e, insieme ai suoi fornitori, diventa un pioniere della sostenibilità in un settore agricolo promettente e innovativo.

3

Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

Gruppo Transgourmet	40
Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet	40
Produzione	48
Bell Food Group	48
Highlights Bell Food Group	48
Aziende di produzione Coop	49
Tappe principali delle aziende di produzione Coop	49

Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

Transgourmet si riprende bene dalla pandemia di coronavirus, amplia ulteriormente le sue prestazioni in materia di sostenibilità e, con l'integrazione di Transgourmet Ibérica, si posiziona come uno dei leader di mercato nel settore europeo del cash & carry e del rifornimento all'ingrosso. La situazione geopolitica, l'aumento dei prezzi energetici e delle materie prime e i cambiamenti climatici impattano anche le aziende di produzione Coop.

15.7 miliardi di CHF

di ricavo netto nel commercio all'ingrosso e nella produzione

Dopo la fine delle chiusure dei ristoranti dovute al coronavirus all'inizio dell'anno, la domanda presso il gruppo Transgourmet è tornata a crescere rapidamente. Anche l'integrazione di Transgourmet Ibérica, che serve con la Spagna uno dei maggiori mercati gastronomici europei, ha avuto un impatto molto positivo sullo sviluppo del gruppo. La situazione internazionale ha tuttavia fortemente condizionato i mercati di approvvigionamento internazionali, e anche gli effetti valutari, gli aumenti dei prezzi ener-

getici e il blocco selettivo delle esportazioni hanno rappresentato una sfida importante sia per il commercio all'ingrosso che per la produzione. Nonostante tutto, il settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione del Gruppo Coop ha realizzato nel 2022 un ricavo netto di oltre 15.7 miliardi di franchi, pari a una crescita di 14.6%.

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, Spagna, Francia, Austria e Svizzera. Con i suoi mercati cash & carry e il rifornimento all'ingrosso, Transgourmet ha realizzato nel 2022 un ricavo netto di 11.1 miliardi di franchi, il che rappresenta una crescita del 22%. Anche lo scorso anno Transgourmet è riuscita a consolidare ulteriormente il secondo posto nella classifica europea del commercio all'ingrosso, arrivando a generare un fatturato di 847 milioni di franchi con gli assortimenti sostenibili.

Con l'integrazione di Transgourmet Ibérica, il Gruppo Coop è ora presente anche in uno dei mercati gastronomici più grandi d'Europa. In seguito al conflitto in Ucraina, Transgourmet si è inoltre ritirata completamente dalle attività commerciali in Russia. Le attività di Selgros e Global Foods in Russia hanno continuato a essere gestite in loco nel quadro di un management buyout. Ciò ha permesso di offrire una prospettiva alle collaboratrici e ai collaboratori interessati.

Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet

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


TRANSGOURMET

Deutschland

Germania

Sotto il marchio ombrello Transgourmet Germania sono rappresentati gli specialisti di Transgourmet per il rifornimento all'ingrosso e di Selgros per il cash & carry. Si aggiungono, inoltre, altre aziende specializzate con una vasta gamma di servizi.

Tappe principali 2022

- Sviluppo molto positivo per il marchio Natura, soprattutto grazie a prezzi conformi al mercato
- Transgourmet Deutschland, incl. Selgros e Transgourmet Foodservice, registra un fatturato record
- Crescita superiore alla media degli assortimenti sostenibili pari al 39,8%, con i prodotti biologici (+82,8%) e i prodotti plant-based (+46,1%) in testa
- Fatturato delle marche proprie per la prima volta al di sopra dei 500 milioni di euro
- Raddoppiamento del fatturato nello shop online
- Dal 1° ottobre rifornimento a impatto climatico zero a tutta la clientela con il concept "logistica verde"
- Ampliamento del progetto di crowdfarming "Quota azionaria di pesce Origine" con introduzione della quota azionaria di volatili
- Da novembre sostegno agli agricoltori nella conversione dall'agricoltura tradizionale a quella biologica con i "Creatori di possibilità bio" (Bio-Möglichmacher)
- Medaglia di bronzo nel rating di sostenibilità "Ecovadis"
- Ristrutturazione del mercato Selgros: un grande successo con nuovi standard di riferimento nel commercio all'ingrosso stazionario
- L'introduzione del "negozio di specialità gastronomiche light" nei primi mercati Selgros amplia in modo particolare l'offerta già esistente di assortimenti esclusivi.



Specialisti



Transgourmet Seafood

- Nuovo record di vendite
- Realizzazione della 1ª Fiera dell'Innovazione a Bremerhaven
- Premio di settore "Seafood Star"

EGV

- Rilevamento delle attività commerciali di Bauer Frischdienst GmbH a Wasserburg am Inn
- Settima sede per l'assortimento completo in Germania, per la prima volta in Baviera

FrischeParadies

- Crescita delle vendite fino a raggiungere i livelli pre-pandemia
- Premio "Seafood Star" della rivista specializzata Fischmagazin per la sede di Francoforte
- Espansione dell'assortimento di prodotti di marca propria "FrischeParadies" e "QSFP"
- Go-live del negozio B2B di FrischeParadies come nuovo canale di ordinazione
- Ampliamento della cooperazione con Transgourmet Cook

Gastronovi

- Integrazione in Gastronovi Office di piattaforme di consegna come Lieferando, Wolt o Uber Eats
- Ulteriore sviluppo del programma di self-service Gastronovi

Sump & Stammer

- Conquista della leadership di mercato nella consegna di generi alimentari agli organizzatori di crociere in Europa
- Ingresso nel mercato del lusso e delle spedizioni con prodotti della massima qualità

TEAM BEVERAGE

- Stabilizzazione del fatturato ai livelli pre-pandemia nel commercio all'ingrosso e nella gastronomia
- Aumento della quota di mercato grazie a sei nuovi partner per la vendita all'ingrosso di bevande
- Fatturato record per Gastivo con 179 milioni di franchi
- Lancio del nuovo sito web e dell'app

GEVA Gastro

- Aumento del fatturato di GEVA Gastro del 96% rispetto all'anno precedente
- Implementazione della nuova app Gastivo
- Nuovi azionisti di GEVA: Südstar, Westdeutscher Getränke Handel, Heurich e Kratzer

Sanalogic

- Andamento positivo: crescita della clientela nel 2022 con percentuali a doppia cifra
- Gestione dati degli articoli Transgourmet da parte di Sanalogic Solutions

Niggemann

- Crescita redditizia nell'anno in esame
- Riduzione sostenibile dei consumi nel parco veicoli
- Rilancio del logo e roll out nuovo sito web

**Punti vendita,
aziende, sedi centrali**

 **96**

Maggiori informazioni:

www.transgourmet-deutschland.de



Romania

Selgros România, con sede a Brasov, gestisce 23 mercati Cash & Carry con una superficie di vendita totale di 193 235 m². L'azienda dispone di un assortimento di oltre 44 000 articoli Food e Non Food. I clienti del settore gastronomico vengono riforniti dai singoli mercati. A Bucarest i clienti vengono serviti mediante un apposito deposito di distribuzione.

Tappe principali 2022

- Quote di mercato stabili nel segmento della gastronomia
- Ampliamento dell'assortimento di prodotti freschi, soprattutto biologici; attualmente 1 200 articoli in lista
- Ampliamento della marca propria Topseller nel segmento primo prezzo; attualmente 311 articoli
- Misure di risparmio energetico e riduzione dell'impronta di CO₂ e grazie alla sostituzione dei sistemi di refrigerazione e degli armadi frigoriferi nel mercato di Timisoara
- Impianti fotovoltaici sui mercati di Cluj e Arad



Mercati

 **23**

Maggiori informazioni:

www.selgros.ro


TRANSGOURMET

Polska

Polonia

Con Selgros Cash & Carry, Transgourmet Polonia è uno principali specialisti nel settore del cash & carry.

Tappe principali 2022

- Incremento della quota di mercato nel segmento Foodservice e ricavo netto record dal lancio nel 2015, con un aumento del 44% rispetto all'anno precedente
- Aumento del 40% rispetto all'anno precedente del fatturato di prodotti gastronomici nel segmento cash & carry
- Aumento del 17% rispetto all'anno precedente delle vendite al dettaglio di generi alimentari, nonostante la diminuzione del numero di negozi nel mercato al dettaglio polacco
- Espansione della marca propria TopSeller con 40 nuovi prodotti per un totale di 119; aumento del fatturato del 254% rispetto all'anno precedente
- Rafforzamento dei prodotti di marca propria con un aumento delle vendite del 7% rispetto all'anno precedente
- Eventi e concorsi di anniversario per clientela e personale in occasione del 25° anniversario di Transgourmet Polonia
- Lancio del nuovo shop online per la clientela di alberghi, ristoranti e catering
- Transgourmet Polonia come partner gastronomico di uno dei più grandi eventi musicali in Polonia e del "Lotto Triathlon Energy"
- Inizio della costruzione di due magazzini Foodservice in Slesia
- Apertura di un transshipment point a Stettino
- Progetto pilota per un impianto fotovoltaico nel mercato Selgros
- Introduzione di Microsoft Office 365
- Sostegno all'Ucraina da parte di Transgourmet Polonia con generi alimentari per gli abitanti di Kharkiv in collaborazione con la città gemellata di Poznan, consegna di articoli per l'igiene, brandine, coperte, materassi, sacchi a pelo in collaborazione con Caritas Polonia, denaro e buoni spesa per bambini e giovani ucraini a Varsavia in collaborazione con l'"Associazione Amici di Varsavia", donazioni in natura



TRANSGOURMET



SELGROS

Mercati

19

Maggiori informazioni:

www.transgourmet.pl

**TRANSGOURMET**

France

Francia

In Francia, Transgourmet occupa il secondo posto nel settore del rifornimento all'ingrosso.

Tappe principali 2022

- Espansione delle quote di mercato grazie allo sviluppo del concept "one-stop delivery" e dei relativi contratti con la clientela
- Sviluppo del concept "Smart Cuisine" con l'introduzione di una soluzione di distributori automatici e frigoriferi interconnessi che consente un'offerta di catering self-service chiavi in mano e di alta qualità 24 ore su 24
- Introduzione di un nuovo assortimento di pasti appena cucinati in vasi per conserve che completano l'offerta "Smart Cuisine"
- Ampliamento dell'offerta premium
- Lancio e ulteriore sviluppo del concept "Plant-based"
- Lancio di 250 prodotti "tg Natura"
- La marca propria Couverture Legave dell'assortimento di prodotti da forno e pasticceria ora come prodotti del commercio equo e solidale
- Digitalizzazione sistematica al 100% di cataloghi e pubblicazioni, riduzione dei prodotti cartacei
- Partecipazione alla Settimana Europea dello Sviluppo Sostenibile con diversi eventi nelle filiali
- Installazione di un impianto fotovoltaico presso il sito di Saint-Loubès, un edificio progettato in modo ecologico con certificazione BREEAM "very good"
- Rinnovo della flotta di camion con investimenti in nuovi modelli più ecologici (a biodiesel e gas) e test con camion a trazione elettrica
- Partnership con il Campus Hectar, il più grande campus agricolo del mondo, con una fattoria pilota per l'agricoltura rigenerativa
- Lancio di un assortimento di yogurt denominato "tg Origine" realizzato con la produzione di latte della "Ferme des Godets" sul Campus Hectar
- Partnership con la chef Nadia Sammut: lancio di un'offerta di prodotti senza glutine, uova e lattosio (Kom&Sal)
- Partnership con la FMS Food Management School, la prima università specializzata nell'industria alimentare
- Premio della rivista "Capital" come miglior datore di lavoro del settore per il quarto anno consecutivo
- Piazzamento tra le prime 10 aziende francesi di tutti i settori impegnati nella diversità e primo posto nel settore "commercio all'ingrosso" (classifica stilata dalla rivista "Capital" nel numero di giugno 2022)

**TRANSGOURMET****TRANSGOURMET**
cash & carry**Specialisti****TRANSGOURMET**
fruits & légumes**TRANSGOURMET**
seafood**TRANSGOURMET**
export**TRANSGOURMET**
solutions**Magazzino** **42**

Maggiori informazioni:

www.transgourmet.fr


TRANSGOURMET

Ibérica

Spagna

Sul mercato spagnolo, Transgourmet è l'azienda leader nella vendita all'ingrosso di prodotti alimentari attraverso le sue attività di cash & carry e di vendita al dettaglio.

Tappe principali 2022

- Il fatturato nel settore Food Service supera i 153 milioni di franchi
- Nuovo team di vendita per il progetto Foodservice nelle principali città
- Netta crescita nell'e-commerce e nelle televendite
- Conquista di ampie quote di mercato del 25% come fornitore al dettaglio in franchising
- Lancio della marca Natura con più di 100 prodotti nei mercati cash & carry e quasi 300 prodotti presso i partner in franchising
- Passaggio a Economy e Quality in tutto l'assortimento di prodotti di marca propria, accompagnato da una campagna di comunicazione interna ed esterna
- Apertura di due nuove stazioni di servizio a Palamós e Vinarós
- Ristrutturazione di tre cash & carry a Sant Boi, Terrassa e Mataró
- Nuovo layout in undici negozi di prodotti freschi
- 84 nuovi franchisee nel settore Retail
- Centrale di distribuzione integrata in Andalusia, che rifornisce la clientela dei settori cash & carry e Retail con prodotti refrigerati, surgelati e secchi
- Investimento di 4.2 milioni di franchi in impianti fotovoltaici per i mercati cash & carry
- Installazione di lampadine LED in 24 negozi
- Acquisto di 116 veicoli ibridi



GROS MERCAT



GM CASH



TRANSGOURMET

Specialisti

Mercati

70

Maggiori informazioni:

www.transgourmet.es



TRANSGOURMET

Österreich

Austria

Con i suoi mercati Cash & Carry con servizio di consegna, in Austria Transgourmet è il principale grossista per il settore gastronomico.

Tappe principali 2022

- Vendite record nell'anno in esame
- Forte crescita delle vendite dopo il lockdown di inizio anno
- Incremento del vantaggio sui concorrenti e crescita della quota di mercato al 27,4% grazie all'espansione e ad acquisizioni
- Nuovo lancio del concept brand Transgourmet Plant-based
- Ampliamento della marca propria Transgourmet Natura a oltre 300 articoli
- 10° anniversario di TRINKWERK come grossista di bevande di Transgourmet
- Apertura del quattordicesimo sito di Transgourmet a Zell am See
- Acquisizione del grossista di prodotti gastronomici Riedhart in Tirolo
- Acquisto di un immobile di un concorrente a Klagenfurt (Carinzia)
- Quarta edizione dell'evento Transgourmet PUR con più di 4 500 partecipanti e ulteriore sviluppo dell'app Transgourmet
- Piastre di fissaggio riutilizzabili e sostenibili per i rollcontainer del settore alberghiero e della gastronomia in uso in tutta l'Austria



TRANSGOURMET



TRANSGOURMET
cash & carry

Specialisti



GASTRO PROFIS



Mercati



14⁺¹

Maggiori informazioni:

www.transgourmet.at


TRANSGOURMET

Svizzera

Svizzera

In Svizzera, Transgourmet è leader di mercato nel settore del cash & carry e del rifornimento all'ingrosso.

Tappe principali 2022

- Nuova clientela nel settore delle case per anziani e degli ospedali grazie al concept "Transgourmet Care"
- Disponibilità garantita dei prodotti come priorità nel 2022
- Ulteriore sviluppo della marca propria Transgourmet Plant-based con ampliamento dell'assortimento
- Ulteriore sviluppo della marca propria bio Transgourmet Natura con ampliamento dell'assortimento
- Lancio su larga scala dei prodotti sous-vide di Bell che offrono qualità sicura, preparazione rapida e sicurezza di calcolo
- Messa in funzione del nuovo impianto fotovoltaico di Givisiez a maggio, che copre il 30% del consumo di elettricità del sito
- Ulteriori sforzi per ridurre del 21% le emissioni di CO₂e causate direttamente entro il 2026 rispetto al 2021
- Passaggio dal cartone ai contenitori riutilizzabili IFCO nelle consegne a partire da luglio, risparmio annuo di 200 tonnellate di cartone e riduzione del consumo di acqua dell'80% rispetto al riciclaggio del cartone
- Acquisto di due nuovi camion elettrici a 2 zone per la flotta di Transgourmet nell'area di Zurigo, con un risparmio di circa 60–80 tonnellate di CO₂e con percorrenze di circa 150–200 km al giorno
- Ammodernamento di altri negozi Prodega a Dietikon, Dübendorf e Bellach
- Conversione all'elaborazione elettronica delle fatture per semplificare i flussi di lavoro, accorciare le distanze e accelerare i processi


PRODEGA

TRANSGOURMET

Specialisti



FRISCHE PARADIES


**CASA
del VINO**

VINATTIERI

- Terzo negozio di vendita stazionario di Casa del Vino dall'autunno nel Frischeparadies di Zurigo, che si aggiunge ai punti di vendita di Birrhard e Lugano
- Vinattieri: lancio del Rosso del Ticino DOC "811", annata 2020, e del "Vinattieri Bianco Riserva 2021" con uve cresciute sui terreni calcarei del Monte San Giorgio (patrimonio culturale dell'UNESCO) come ampliamento dell'offerta di vini pregiati per il settore della gastronomia di alta gamma
- Frischeparadies: forte crescita dopo il coronavirus, con l'acquisizione di nuova clientela a Zurigo e nella Svizzera centrale e orientale.
- Frischeparadies: ampliamento delle competenze sul tonno per le consumatrici e i consumatori di sushi con un nuovo servizio di taglio e un supercongelatore (-60 °C)
- Rafforzamento della marca propria QSFP (Qualité supérieure sélectionnée pour Frischeparadies) in collaborazione con Frischeparadies Germania

Mercati


31

Maggiori informazioni:

www.transgourmet.ch

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 nel panorama internazionale.

1.68 miliardi di fatturato

con prodotti sostenibili
nella produzione

Nel 2022, il ricavo netto del settore aziendale Coop Società Cooperativa Produzione è stato di 834 milioni di franchi, a cui si aggiunge il ricavo netto del Bell Food Group, salito a quasi 4.3 miliardi di franchi. Nel 2022, il fatturato complessivo realizzato con la produzione degli assortimenti sostenibili è stato di 1.68 miliardi di franchi. Coop è riuscita così a incrementare il fatturato dei prodotti sostenibili nel settore Produzione del 7.6% rispetto all'anno precedente.

Bell Food Group

In un anno di esercizio 2022 difficile, il Bell Food Group ha realizzato un ottimo risultato chiudendo al livello del record dell'anno precedente. Questo risultato è particolarmente soddisfacente perché nel 2022 la situazione del coronavirus si è normalizzata e vi sono stati significativi aumenti dei costi, il che ha avuto un impatto considerevole sull'andamento degli affari. L'attività con i prosciutti crudi internazionali e con i prodotti avicoli sostenibili in Europa ha fornito un contributo essenziale al buon risultato, che ancora una volta è aumentato in modo significativo.

La normalizzazione della situazione del coronavirus ha avuto l'effetto previsto: le vendite al dettaglio sono diminuite leggermente e il canale di vendita Food Service si è ripreso. Principale beneficiario è stato il settore convenienza, maggiormente orientato al Food Service e al settore To go. L'attività con la carne e gli affettati in Svizzera, invece, con il suo forte pilastro della vendita al dettaglio, non è stato in grado di eguagliare del tutto gli elevatissimi volumi degli anni precedenti.

Gli aumenti dei costi energetici, delle materie prime animali e vegetali, dei mangimi e dei materiali ausiliari e di imballaggio hanno avuto un impatto significativo sull'andamento degli affari. Nel mercato di approvvigionamento, l'estate calda e secca ha generato – oltre a un aumento dei prezzi – anche problemi di qualità e disponibilità delle materie prime animali e vegetali. Nel complesso, ciò ha comportato un aumento significativo dei costi dei fattori produttivi, che è stato possibile compensare solo ritoccando i prezzi.

Nel corso dell'anno, i tassi di inflazione sono aumentati ovunque in Europa. Oltre ai costi di produzione, questo aumento ha influenzato sempre più il comportamento dei consumatori verso la fine dell'anno. I timori di una recessione e il calo del potere d'acquisto hanno determinato uno spostamento della domanda. Sono diminuite le vendite di prodotti di marca più costosi e di prodotti a valore aggiunto sostenibile, mentre è aumentata la domanda degli assortimenti standard a basso prezzo e delle marche proprie.

Highlights Bell Food Group

Il Gruppo Bell Food è uno dei principali produttori europei di carne e prodotti convenienza ed è leader di mercato in Svizzera.

Highlights 2022

- In un difficile contesto di mercato, il Bell Food Group ha realizzato un risultato positivo per il 2022 riuscendo a consolidare gli eccellenti risultati dell'anno precedente.
- Il canale di vendita Food Service ha beneficiato della normalizzazione della situazione del coronavirus, e nell'anno in esame ha guadagnato nettamente terreno.
- Il settore aziendale Bell Svizzera ha registrato un buon anno di esercizio. A causa del forte ancoraggio nel settore della vendita al dettaglio, non è stata in grado di raggiungere del tutto gli alti volumi legati alla pandemia negli anni precedenti, ma in compenso ha guadagnato nettamente terreno nel Food Service.
- Grazie alla buona posizione di mercato nei segmenti strategici dei prodotti avicoli e dei prosciutti crudi, il settore aziendale Bell International è riuscito a crescere superando nettamente ancora una volta i già ottimi risultati dell'anno precedente.
- Il settore aziendale Eisberg ha registrato un anno di successo nel Food Service e negli assortimenti di tendenza To go. Tuttavia, il business tradizionale delle insalate in busta ha risentito delle difficili condizioni generali.
- Il settore aziendale Hilcona ha registrato vendite record nel 2022, soprattutto nei segmenti della pasta e dei sandwich. Tuttavia, l'aumento dei costi e la debole fiducia dei consumatori hanno pesato sulla redditività.
- Il programma d'investimento in Svizzera sta andando nella giusta direzione.
- Presso la sede centrale di Hilcona a Schaan (FL), nell'anno in esame è stata completata la prima fase dell'ampliamento graduale.
- Eisberg ha chiuso la sede di Villigen nell'ambito del consolidamento delle sedi trasferendo le attività ad altri stabilimenti.
- Nella sede di Oensingen è stata completata la costruzione del magazzino per i surgelati.



Nuovi prodotti


2 000

Maggiori informazioni: www.bellfoodgroup.com

Aziende di produzione Coop

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.

swissmill
Die Schweizer Getreidemühle.

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

Tappe principali 2022

- Crescita del volume delle vendite del 1.3% a oltre 220 000 tonnellate
- Buona gestione delle difficoltà nell'approvvigionamento di materie prime per i difficili raccolti del 2021 e 2022 in termini di volumi, qualità e aumento dei prezzi
- Ulteriore ampliamento fino a oltre il 35.6% delle quote di mercato dei cereali lavorati in Svizzera per l'alimentazione umana
- Volume dei prodotti sostenibili bio e IPS a oltre 58 450 tonnellate
- Lancio di prodotti innovativi nel segmento dei sostituti del latte a base di avena
- Ulteriori progressi positivi nell'ambito del progetto pilota Zoï – riciclo dei prodotti di scarto della molitura per la produzione di proteine di insetti di alta qualità

Volume di lavorazione  **220 000** tonnellate

Maggiori informazioni: www.swissmill.ch

Steinfels
S W I S S

Cosmetici, detersivi e detergenti, prodotti per l'igiene.

Tappe principali 2022

- Vendite record dopo il rilancio dei prodotti Sherpa Tensing con nuovo design e ricette più ecologiche
- Netto incremento delle quote di mercato nel settore dell'igiene professionale, anche grazie a prodotti sostenibili e a un'offerta di assistenza completa
- Successo del lancio dei servizi digitali per l'igiene HACCP
- Successo del lancio del primo progetto circolare con imballaggi in plastica: le taniche dei prodotti professionali vengono riciclate e trasformate in bottiglie per i prodotti Fox
- Progetto "WinTurbo": il rinnovamento della produzione di cosmetici procede secondo la tabella di marcia

Quantità di produzione  **18 020** tonnellate

Maggiori informazioni: www.steinfels-swiss.ch

HALBA
SWEET. SALT. SWISS.

Cioccolato: tavolette, articoli di confetteria e di stagione, industria.

Snack: noci, frutta secca, semi.

Ingredienti per prodotti da forno e cottura: zucchero, articoli per pasticceria, legumi, funghi e ortaggi secchi.

Tappe principali 2022

- Forte crescita dei prodotti a base di cioccolato vegano
- Difficile attività di esportazione a causa degli sviluppi economici, risultati positivi dalle fiere di Singapore, Melbourne e Chicago
- Sviluppo innovativo della gamma di prodotti verso "specialità" come il cioccolato con massa di cacao al 100%, ricette senza zucchero o a contenuto ridotto di zuccheri, vegane o proteiche.
- Messa in funzione di un nuovo impianto per tavolette di cioccolato e ampliamento dell'impianto di confezionamento (flowpack) per garantire la capacità produttiva
- Riduzione al minimo dei rischi di prezzo e disponibilità dovuti alle attuali condizioni socio-politiche grazie alla copertura tempestiva di materie prime e alla strategia multifornitore
- Espansione di progetti agroforestali sostenibili in Ecuador e Ghana, introduzione del salario di sussistenza per i coltivatori di cacao in Ghana

Quantità di produzione  **46 300** tonnellate

Maggiori informazioni: www.chocolatshalba.ch

Centro di maturazione delle banane

Banane, frutti esotici quali ananas e kiwi, frutta secca.

Tappe principali 2022

- Avviamento dell'automazione del rilevamento del grado di maturità
- Digitalizzazione del controllo della qualità delle merci in entrata e in uscita

Quantità di produzione  **33 203** tonnellate

Panetterie Coop

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

Tappe principali 2022

- Ampliamento di 4 unità delle panetterie della casa per un totale di 61
- Ulteriore estensione del concept di grande successo "Fresco e autentico" per un totale di 90 sedi
- Ottenimento della certificazione IFS a un livello superiore per le panetterie
- Rivisitazione di "Best in Class" come trecce e schenkeli
- Avvio della produzione di schenkeli presso la panetteria Gossau
- Ampliamento del business con clienti terzi nel commercio al dettaglio con prodotti speciali
- Successo del rollout di pani precotti per i punti di vendita nelle regioni della Svizzera orientale, della Svizzera nordoccidentale, della Svizzera centrale e di Zurigo e Berna

Quantità di
produzione



68 897 tonnellate

Maggiori informazioni: www.coop.ch/baeckerei

Cave

Vini bianchi, rosé, rossi, dolci, spumanti.

Tappe principali 2022

- Disponibilità dei prodotti finiti garantita a un buon livello nonostante le notevoli restrizioni nei mercati di approvvigionamento Capacità di vinificazione disponibile, sfruttata completamente con la vendemmia 2022
- Ampliamento del portafoglio prodotti di Transgourmet Svizzera con trend positivo
- Riuscita realizzazione di un nuovo vin brûlé biologico
- Riuscito ampliamento del formato di imballaggio "Bag in Box"

Capacità di
imbottigliamento



35 300 000 litri



pearlwater

Acqua minerale e bibite gassate.

Tappe principali 2022

- Espansione dell'assortimento Coop: Orange water 1l, Swiss Alpina & frutto della passione 1l
- Impianto fotovoltaico a terra: presentazione della domanda di costruzione con realizzazione nel 2023; dopo la realizzazione, una bottiglia su due sarà prodotta con energia solare
- Approvazione del progetto Riduzione del riscaldamento a gasolio attraverso l'uso di pompe di calore/acqua di sorgente e il recupero del calore residuo dei compressori
- Quattro trivellazioni di sondaggio effettuate per lo sfruttamento di una nuova sorgente con risultati positivi: trovata acqua leggermente mineralizzata

Quantità di
riempimento



81 058 944 litri

Maggiori informazioni: www.pearlwater.ch

REISMÜHLE 
NUTREX

Riso biologico e Fairtrade, specialità a base di riso e miscele di riso, aceto e specialità a base di aceto

Tappe principali 2022

- Ottimo anno di vendite nel commercio al dettaglio e nuova crescita nella gastronomia
- Realizzata una nuova immagine aziendale per Reismühle Nutrex
- Inaugurazione dell'acetaia di Brunnen, inclusi il 66° anniversario della riseria e l'80° anniversario della produzione di aceto
- Messa in funzione di una nuova linea di riempimento per "miscela/piccoli imballaggi"
- Lancio sul mercato del nuovo aceto balsamico Ticino
- Ampliamento della gamma Demeter per il riso
- Restrizioni all'esportazione di riso proveniente da nostri progetti a causa del nuovo regolamento UE per le materie prime provenienti da India e Pakistan

Quantità di
produzione



20 654 tonnellate

Maggiori informazioni: www.reismuehle.ch

4

Collaboratrici e collaboratori

Attrattiva come datore di lavoro	54
Employer Branding	54
Misure per aumentare l'attrattiva di Coop come datore di lavoro	54
Grande entusiasmo alla Riunione del management 2022	54
Donne in posizioni quadro	54
Istituzione della Rete delle donne quadro	54
Condizioni di lavoro	54
Nuovo CCL con miglioramenti per le collaboratrici e i collaboratori	54
Transgourmet Francia premiata per la diversità	54
Imprenditorialità e conduzione	55
Struttura salariale a misura di mercato e genere	55
Parità salariale certificata	55
Sviluppo del personale dirigente	55
Forte richiesta di programmi di sviluppo per quadri	55
Gestione dei talenti e campus	55
Nuove competenze con l'e-learning	55
Avvio di un progetto pilota per promuovere i talenti e i punti di forza delle persone in formazione	55
Change management	56
Cultura aziendale	56
Coop lancia un'app per collaboratori e collaboratrici: myCoop	56
Processi HR digitali	56
Facilitazioni per il personale grazie agli strumenti mobili	56
CPV/CAP Cassa pensione Coop	56
Anno di investimenti impegnativo per la CPV/CAP Cassa pensione Coop	56

Collaboratrici e collaboratori

Coop continua a crescere e investe molto nella formazione e nello sviluppo del proprio personale. Il tema dell'uguaglianza di genere sta vivendo nuovi impulsi e il rapido avanzamento della digitalizzazione sta facilitando il lavoro quotidiano di tutte le collaboratrici e di tutti i collaboratori.

94 790

collaboratrici e collaboratori
nel Gruppo Coop

In totale, nell'anno in esame l'azienda impiegava 94 790 collaboratrici e collaboratori nelle divisioni Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione.

Quasi il 63% dei posti di lavoro si trova in Svizzera. Coop si impegna molto per garantire posti di lavoro sicuri e stimolanti e offrire in tutte le regioni le condizioni d'impiego migliori nel commercio al dettaglio svizzero. Coop è l'unica grande dettagliante ad aver concluso un contratto collettivo di lavoro con cinque diverse parti sociali. Al contratto

collettivo di lavoro di Coop aderiscono più di 38 000 collaboratrici e collaboratori. Questi ultimi percepiscono salari equi e beneficiano di varie interessanti agevolazioni. Per il suo organico in Svizzera, Coop si fa ad esempio carico di due terzi dei premi assicurativi della cassa pensioni Coop CPV/CAP.

Con circa 2 670 apprendisti, solo in Svizzera, Coop è la seconda maggiore azienda di tirocinio a livello nazionale. Le persone in formazione possono scegliere tra 32 diverse professioni nei settori della vendita, dell'amministrazione, della logistica e della produzione. I giovani vengono seguiti da 32 responsabili apprendisti a tempo pieno e da circa 2 000 formatrici e formatori professionali. Una volta terminato il tirocinio, oltre il 72% degli apprendisti viene assunto. Data la loro solida formazione di base, molti di loro hanno tutte le carte in regola per poter muovere i primi passi in ambito dirigenziale.

Oltre al reclutamento di nuova forza lavoro, uno degli obiettivi principali di Coop nella gestione del personale è individuare collaboratrici e collaboratori qualificati e interessati alle nuove tecnologie e alla digitalizzazione.

Coop affronta le attuali sfide del mercato del lavoro con le seguenti priorità strategiche:

Gestione delle risorse umane

Attrattiva come datore di lavoro

Employer Branding
Donne in posizioni quadro
Condizioni di lavoro

Imprenditorialità e conduzione

Struttura salariale a misura di mercato e genere
Sviluppo del personale dirigente
Gestione dei talenti e campus

Change management

Innovazione tecnologica nel commercio al dettaglio
Cultura aziendale
HR come business partner
Processi HR digitali

Attrattiva come datore di lavoro

Employer Branding

Misure per aumentare l'attrattiva di Coop come datore di lavoro

Nell'anno in esame Coop ha avviato una ricerca di mercato per aumentare ulteriormente la propria attrattiva come datore di lavoro. In base ai risultati di tale ricerca sono state create alcune misure adeguate per rafforzare ulteriormente la reputazione dell'azienda come datore di lavoro. Anche il processo di reclutamento è ora più semplice per chi si candida, grazie alla landing page pilotata delle HR. La presenza di Coop a diversi eventi online e offline e alle giornate di orientamento per laureandi nelle università ha permesso di raggiungere anche questo gruppo target in modo ancora più pronunciato. La crescente presenza online su LinkedIn, con contenuti mirati per oltre 106 000 follower, aiuta Coop a reclutare nuovi professionisti.

Grande entusiasmo alla Riunione del management 2022

Il 22 giugno si è svolta nell'area Attisholz la grande Riunione del management Coop, che contava circa 3 400 collaboratrici e collaboratori quadro. Al centro dell'evento sono stati l'apprezzamento e il ringraziamento per il lavoro svolto durante il difficile periodo della pandemia di coronavirus.

Donne in posizioni quadro

37.1%

Percentuale di donne
in posizioni quadro del
Gruppo Coop

Istituzione della Rete delle donne quadro

La percentuale di donne in posizioni quadro del Gruppo Coop è già ora del 37.1%. Per aumentare ulteriormente questa quota in futuro, un gruppo di lavoro composto da varie specialiste attive in diversi formati e direzioni ha organizzato per la prima volta un evento nazionale per le donne in posizioni quadro di Coop. Circa 500 donne hanno partecipato al kick-off nell'agosto 2022. L'obiettivo dell'iniziativa è di incoraggiare il maggior numero possibile delle donne coinvolte a fare un passo avanti nella loro carriera sostenendole nel miglior modo possibile. La rete serve anche allo scambio di esperienze e vuole fungere da fonte di ispirazione.

ne. I primi eventi regionali di networking si sono svolti nelle Regioni Svizzera orientale, Svizzera nordoccidentale/Svizzera centrale/Zurigo e Berna.

Condizioni di lavoro

Nuovo CCL con miglioramenti per le collaboratrici e i collaboratori

Nel 1914 Coop è stata la prima azienda al dettaglio della Svizzera a introdurre il Contratto collettivo di lavoro (CCL). Grazie alle cinque parti sociali il CCL ha una base di consenso ampia, come mai nessun'altro contratto del settore prima d'ora. Il CCL regola i fondamentali per garantire un rapporto positivo e condizioni di assunzione all'avanguardia nel settore del commercio al dettaglio. Il 1° gennaio 2022 è stato introdotto il nuovo CCL, che implica diversi miglioramenti per le collaboratrici e i collaboratori di Coop. Oltre alla parità salariale, ai collaboratori Coop offre anche altre misure come il congedo di paternità di tre settimane e contributi finanziari per l'accudimento esterno dei bambini (Coop Child Care).

Transgourmet Francia premiata per la diversità

La rivista "Capital" ha premiato Transgourmet Francia come la migliore azienda del settore del commercio all'ingrosso impegnata sul fronte della diversità. Tra le 300 aziende francesi valutate in tutti i settori, la ditta ha conquistato un ottimo ottavo posto. La rivista utilizza questa classifica per premiare le aziende che si impegnano attivamente nella lotta al sessismo, al razzismo o all'omofobia.

Imprenditorialità e conduzione

Struttura salariale a misura di mercato e genere

Parità salariale certificata

Nel 2020 Coop ha ricevuto dall'Associazione Svizzera per Sistemi di Qualità e di Management (SQS) la certificazione "Fair Compensation" per le proprie Direzioni. È la conferma che la politica salariale di Coop soddisfa i criteri per il rispetto della parità salariale. Ciò dimostra anche che da Coop tutte le collaboratrici e tutti i collaboratori hanno le stesse opportunità, indipendentemente dal genere o dalla provenienza. Nel 2022 Coop ha superato con successo anche il secondo audit per il certificato "Fair Compensation".

Sviluppo del personale dirigente

Forte richiesta di programmi di sviluppo per quadri

Da Coop, circa 1 400 candidati si sono registrati nel 2022 per i programmi di sviluppo "Management & Leadership". Sia il nuovo personale dirigente che le persone in posizioni quadro con più esperienza hanno trovato nel Campus Coop ispirazione e strumenti per le loro attività dirigenziali quotidiane. Nel 2022, quasi 40 partecipanti si sono iscritti al CAS SUP in "Management & Leadership" e al CAS SUP in "Organizzare cultura e processi". Coop riesce così a occupare internamente con successo e in modo duraturo circa il 70% di tutte le posizioni quadro.

Gestione dei talenti e campus

Nuove competenze con l'e-learning

Le collaboratrici e i collaboratori di Coop hanno la possibilità di acquisire nuove conoscenze specialistiche con oltre 200 corsi e-learning. Nel 2022 sono stati completati con successo oltre 100 000 corsi di formazione online. Oltre a innumerevoli revisioni e aggiornamenti, è stato lanciato anche il programma di autoapprendimento "go4pro". Qui il nuovo personale addetto alle vendite lavora su quattro temi rilevanti per Coop: sostenibilità, Coop nel mercato, promozione vendite e gestione merci. Sono inoltre disponibili anche innumerevoli e-learning per il personale che lavora nella produzione e nella logistica. E grazie alla funzione di traduzione automatica, i corsi si possono ora frequentare anche in tamil, croato, ucraino o in una delle oltre 70 lingue a disposizione.

3 417

persone in formazione nel
Gruppo Coop

Avvio di un progetto pilota per promuovere i talenti e i punti di forza delle persone in formazione

A febbraio 2022 è stato lanciato il progetto pilota "Promozione del talento delle persone in formazione", cui hanno partecipato le apprendiste e gli apprendisti del secondo anno della formazione di base per impiegati del commercio al dettaglio. L'obiettivo di questo nuovo processo è sostenere singolarmente le persone in formazione in base al loro talento, alle potenzialità e ai punti di forza. Dopo aver verificato le loro competenze e individuato il loro talento, le

persone in formazione possono scegliere se implementare nell'ultimo anno di apprendistato le misure di supporto definite.

Change management

Cultura aziendale

Coop lancia un'app per collaboratori e collaboratrici: myCoop

Circa il 95% di tutte le persone impiegate nel Gruppo Coop non dispone di un login per PC. Per poter informare in modo rapido e diretto anche queste persone, nell'anno in esame Coop ha lanciato un'app che può essere scaricata sullo smartphone, tra i cui obiettivi vi sono anche l'identificazione delle collaboratrici e dei collaboratori con l'azienda e la coesione del personale. L'app si chiama myCoop e ha avuto un riscontro molto positivo. I collaboratori e le collaboratrici si scambiano idee nel loro canale specifico, parlano dei loro progetti di successo e raccontano storie avvincenti dell'universo di Coop. L'app myCoop offre inoltre una funzione di chat, in modo che possano comunicare tra di loro: un'opzione particolarmente apprezzata da collaboratrici e collaboratori che non hanno accesso a un proprio computer.

Processi HR digitali

Facilitazioni per il personale grazie agli strumenti mobili

Nel 2022 la digitalizzazione nel settore delle risorse umane è stata notevolmente ampliata e accelerata. Oltre al processo relativo al contratto di lavoro per il personale affiliato al CCL, è stata digitalizzata la consegna di tutti i conteggi salariali alle collaboratrici e ai collaboratori. Al tempo stesso, sono stati notevolmente ampliati i flussi di lavoro nell'area HR: oggi Coop offre circa 30 diversi flussi di lavoro, che ora possono essere avviati e modificati anche direttamente dal telefono cellulare con l'app Coop Access. Nel 2022 il tasso di utilizzo dell'app Coop Access è stato dell'80%. Coop ha inoltre registrato circa 600 000 chiamate al mese sul sistema mobile del piano di impiego del personale.

CPV/CAP Cassa pensione Coop

Anno di investimenti impegnativo per la CPV/CAP Cassa pensione Coop

Il 2022 è stato un anno di investimenti impegnativo per la CPV/CAP Cassa pensione Coop. La quasi totalità delle classi d'investimento ha subito perdite sulle quotazioni, con ripercussioni negative sul rendimento ottenuto. La performance della CPV/CAP ha registrato un -5.8%. Rispetto al benchmark strategico è stato comunque conseguito un rendimento in eccesso dell'1.1%. Nonostante il contesto difficile, la CPV/CAP ha applicato sugli averi di vecchiaia un interesse del 2.0% nel 2022. Anche il tasso di interesse provvisorio previsto per il 2023 è pari al 2.0%. Le pensioni sono rimaste invariate e lo stesso vale anche per l'anno 2023. Con 40 328 persone, il numero degli assicurati attivi supera quello dell'anno precedente (39 305 assicurati attivi). Il numero di pensionati cresce di 909 persone salendo a 22 049 alla fine del 2022.

Corporate Governance

5

Struttura del gruppo	58
Struttura del capitale	59
Consiglio d'amministrazione	60
Membri del Consiglio d'amministrazione	60
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	60
Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione	64
Organizzazione interna	64
Regolamentazione delle competenze	64
Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale	65
Direzione generale	66
Membri della Direzione generale	66
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	66
Contratti di management	68
Remunerazioni	69
Diritti di partecipazione	69
Cambio di controllo e misure di difesa	69
Ufficio di revisione	70
Politica dell'informazione	70

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 2022, il numero dei soci cooperativi aveva superato i 2.5 milioni. Possono diventare soci della società cooperativa tutte le persone domiciliate 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 da pagina 106 a pagina 109 del rapporto di gestione (perimetro di consolidamento). Non vi sono partecipazioni incrociate all'interno del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop Società Cooperativa è responsabile della direzione suprema del Gruppo Coop. Gli organi del Gruppo Coop Società Cooperativa sono i Consigli regionali, l'Assemblea dei delegati, il Consiglio d'amministrazione, la Direzione generale e l'Ufficio di revisione.

Organizzazione



Consigli regionali

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

Il mandato dei Consigli regionali e dei Comitati dei Consigli regionali dura quattro anni. Il mandato attuale dura dal 2021 al 2025. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (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 (> Chi siamo > Il Gruppo Coop > Società cooperativa)

Al 31 dicembre 2022, 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	Jolanda Bossert	Fridolin Eberle	Christian Broggi
Yvan Délèze	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Stefan Baumann	Markus Eugster	Cristina Calderari
Olivier Grangier	Sandra Ghisoni Schenk	André Dalla Vecchia	Kilian D'Alberto	Christa Flückiger	Carlo Frigerio
Doris Grobéty	Fränzi Grunder	Adrian Fankhauser	Anna Maria Forlano	Remo Keller	Raffaele Sartori
Nicole Hosseini	Jürg Kradolfer	Susanne Jäger	Alexander Gossauer	Kurt Gansner	
Nadine von Büren-Maier	Corinne Lehmann	Peter Jossi	Ronald Hauser	Roberto Godenzi	
Catherine Sahy	Sibylle Miescher	Pascal Konrad	Evelyn Hofer	Hedwig Kohler	
Benoît Santschi	Felix Truffer	Daniel Münger	Cornelia Luchsinger	Richard Kübler	
Catherine Stern	Annette Wisler Albrecht	Karin Alder-Blaser	Alex Rutz	Leonardo Longaretti	
Marc Vauthey	Zippora Wüthrich		Beda Schlumpf	Gabi Senn	

Struttura del capitale

La struttura del capitale del Gruppo Coop può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 85 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine 88-109). Il patrimonio netto del Gruppo Coop Società Cooperativa consiste solo in fondi autogenerati. I soci cooperativi non partecipano al patrimonio netto.

Consiglio d'amministrazione

Membr i 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 2022, 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
Joos Sutter ²	1964	Presidente	2021	2025
Markus Beer	1970	Membro, rappresentante del personale	2021	2025
Michela Ferrari-Testa	1963	Membro, rappresentante della Regione Ticino	2006	2025
Michael Fuhrer	1972	Membro, rappresentante della Regione Ostschweiz/FL	2021	2025
Susanne Giger	1970	Membro, rappresentante della Regione Zentralschweiz-Zürich	2018	2025
Petra Jörg Perrin ²	1964	Membro, rappresentante della Regione Bern	2017	2025
Doris Leuthard ¹	1963	Membro, vicepresidente	2019	2025
Grégoire Ribordy	1971	Membro	2021	2025
Bernard Rüeger	1958	Membro, rappresentante della Regione Suisse Romande	2009	2025
Karim Twerenbold	1985	Membro, rappresentante della Regione Nordwestschweiz	2021	2025

¹ Presidente del Comitato di revisione

² Membro del Comitato di revisione

Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

(al 31.12.2022)

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.



Joos Sutter

Svizzero

Formazione:

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

Carriera professionale:

1991–1996 esperto contabile presso PricewaterhouseCoopers, Zurigo; 1996–1999 responsabile Finanze/Risorse umane presso Import Parfümerien AG, Zurigo; 1999–2005 varie funzioni quali responsabile Finanze/Servizi o responsabile Vendita presso Interdiscount, Jegenstorf; 2005–2009 responsabile Divisione Interdiscount; 2010–2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Trading di Coop Società Cooperativa, Basilea; 2011–2021 presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Retail di Coop Società Cooperativa, Basilea; da maggio 2021 presidente del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

AgeCore SA, Ginevra; Bell Food Group SA, Basilea (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil (presidente); Swiss Household Services SA, Oberbüren (vicepresidente); Padrinato Coop per le regioni di montagna Società Cooperativa, Basilea (presidente); Transgourmet Holding°AG, Basilea (vicepresidente); Two Spice SA, Zurigo

Altre funzioni e cariche:

CPV/CAP Cassa pensione Coop, Basilea (presidente); membro del consiglio di fondazione Cassa pensione Jumbo, Dietlikon (presidente)



Markus Beer

Svizzero

Formazione:

panettiere-pasticciere, responsabile marketing con certificato ImBa, Certified Board Member (Rochester-Bern Executive Programs)

Carriera professionale:

1989 panettiere Coop Mittelland; 1994–2000 responsabile Panetteria della casa Coop Zofingen; 2000/01 viceresponsabile Panetteria Coop Mittelland; 2001–2010 responsabile di gruppo Category Management regionale Prodotti di panetteria; 2010–2015 responsabile di gruppo Category Management regionale Alimenti di base/Prodotti surgelati; dal 2015 responsabile Product Management/Innovazione Panetterie

Altre funzioni e cariche:

Associazione degli impiegati Coop (presidente)



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:

Banca dello Stato del Cantone Ticino, Bellinzona; Mobiliare Svizzera Società Cooperativa, Berna



Michael Fuhrer

Svizzero

Formazione:

dipl. fed. Esperto in finanza e controlling

Carriera professionale:

1996–2001 consulente alla clientela Banca Cantonale di San Gallo; 2001–2003 specialista crediti per clienti aziendali Credit Suisse San Gallo; 2003–2004 capo settore Finanza e contabilità Händseler AG; dal 2005 capo reparto Finanza & Amministrazione e membro della Direzione Händseler AG; dal 2021 vicedirettore Händseler AG

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Wasserversorgung Herisau

Altre funzioni e cariche:

membro del Comitato dell'Associazione IG Sport Region Herisau



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), Zollikon

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

consiglio di fondazione Certosa di Ittingen, Warth-Weiningen; consiglio di fondazione Zewo, Zurigo; Gemeinnützige Stiftung gegen die Mädchenbeschneidung (Fondazione senza scopo di lucro contro l'infibulazione), Hittnau (vicepresidente); Consiglio della Fondazione della Guardia Svizzera Pontificia al Vaticano, Friburgo

Altre funzioni e cariche:

delegata Patria Società cooperativa; 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

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

comitato direttivo swissICT

Altre funzioni e cariche:

professore titolare e docente all'Università di Berna; membro del Comitato consultivo per la formazione della Banca cantonale bernese; membro dello Strategic Advisory Board ZippSAFE



Doris Leuthard

Svizzera

Formazione:

lic. iur. Università di Zurigo, avvocata

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 (vicepresidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Stadler Rail AG, Bussnang; Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche:

Fondazione Kofi Annan; Fondazione Ulrico Hoepli (presidente), Fondazione Swiss Digital Initiative (presidente), Steering Committee Europa Forum (copresidente), Consiglio di fondazione ETH Zürich Foundation; associazione Esposizione nazionale Svizra27 (copresidente)



Grégoire Ribordy

Svizzero

Formazione:

Dr. in Fisica, Università di Ginevra

Carriera professionale:

dal 2001 Fondatore e CEO ID Quantique SA, Carouge

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Miraex SA, Ecublens

Altre funzioni e cariche:

Direzione Alumni Università di Ginevra; Association des parents d'élèves de l'école de Troinex



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; Gestion indépendante de patrimoines GIP SA, Granges-Paccot (presidente); Groupe Orllati SA, Bioley-Orjulaz; Precitherm SA, Paudex; Socorex Isba SA, Ecublens



Karim Twerenbold

Svizzero

Formazione:

BSc International Management, Scuola universitaria professionale della Svizzera nordoccidentale

Carriera professionale:

2011–2013 Project Manager/assistente del CEO del gruppo Twerenbold; 2013–2016 CEO del gruppo Twerenbold; dal 2016 titolare e presidente del Consiglio d'amministrazione del gruppo Twerenbold

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Rütihöfler Immobilien AG, Baden

Altre funzioni e cariche:

Fondazione Werner Twerenbold; comitato direttivo Young Presidents Organization (YPO) Zürich Chapter

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 16 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 70° 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 2021 e terminerà nella primavera del 2025.

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.

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 2022, il Comitato di revisione ha tenuto quattro riunioni e una videoconferenza.

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 2022, il Consiglio d'amministrazione ha tenuto sette riunioni con durate da una a due giornate nonché due riunioni straordinarie. Inoltre, ha fatto un viaggio di quattro giorni in Europa. 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 38 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 di definizione degli obiettivi

Coop applica un solido e continuo processo di pianificazione e definizione degli obiettivi, che comprende anche il reporting periodico al Consiglio d'amministrazione.

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 2021, 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 2021 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 codice di condotta del Gruppo Coop rende concrete le linee guida di Coop. Il codice di condotta, vincolante per le/i collaboratrici/tori, 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. Eventuali infrazioni al codice di comportamento vanno comunicate in primo luogo al(la) superiore. Nei casi in cui non fosse possibile, la persona che fornisce la segnalazione può contattare un apposito ufficio. Tutte le informazioni vengono trattate con la massima riservatezza.

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(a) presidente autorizzata/o a dare direttive agli altri membri della Direzione generale.

Per ancorare la transizione digitale nell'organizzazione, al 1° gennaio 2023 verrà riorganizzata la Direzione 7. Si chiamerà "Digital & Customer" e dall'inizio del 2023 sarà diretta da Thomas Schwetje, precedentemente responsabile del settore Marketing/Digital Services. Reto Conrad, capo della Direzione 7 Informatica/Produzione/Servizi, si è dimesso dalla Direzione generale nell'agosto 2022.

Al 31 dicembre 2022, la Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa era composta dai seguenti membri:

Nome	Classe	Funzione attuale	Membro dal
Philipp Wyss	1966	Presidente della Direzione generale	2009
Christian Coppey	1965	Membro	2017
Daniel Hintermann	1970	Membro	2017
Andrea Kramer	1969	Membro	2021
Daniel Stucker	1964	Vicepresidente della Direzione generale	2011
Adrian Werren	1969	Membro	2016

Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

(al 31.12.2022)

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



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; da maggio 2021 presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Retail di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

AgeCore SA, Ginevra; Bell Food Group SA, Basilea; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea; Two Spice SA, Zurigo

Altre funzioni e cariche:

Comitato consultivo Comunità d'interessi Commercio al dettaglio Svizzera



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, Basilea (presidente)

Altre funzioni e cariche:

membro del consiglio di fondazione della CPV/CAP Cassa pensione Coop, Basilea; membro del consiglio di fondazione della Cassa pensione Jumbo, Dietlikon



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:

Coop Mineraloel AG, Allschwil; Panflor AG, Zurigo; railCare AG, Härkingen



Andrea Kramer

Svizzera

Formazione:

lic. oec. publ. Università di Zurigo

Carriera professionale:

1995–1998 capa progetto marketing Winterthur Assicurazioni, Winterthur; 1999–2001 Brand Manager Unilever; 2001–2005 Product Manager Lindt & Sprüngli (Schweiz) AG, Kilchberg; 2005–2010 Key Account Manager, poi Head National Sales e successivamente Country Business Manager Switzerland Nestlé Suisse SA, Divisione Mövenpick Ice Cream; 2011–2013 responsabile Business Unit "Hilcona Fresh Express", Hilcona AG, Schaan; 2013–2014 Commercial Director "Gourmet Svizzera" Barry Callebaut Svizzera SA, Zurigo; 2014–2021 Category Manager, poi responsabile Category Management/Acquisti "Alimenti di base/Prodotti per la pulizia" Coop Società Cooperativa, Basilea; da maggio 2021 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capa della Direzione Marketing/Acquisti di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

Alifresca SA, Basilea (presidente); Eurogroup Far East Ltd, Hong Kong (presidente)

Altre funzioni e cariche:

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



Daniel Stucker

Svizzero

Formazione:

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

Carriera professionale:

1985–1986 Software Engineer PTT, Berna; 1989–1992 Management Consultant e responsabile della sede di Berna AF Consulting, Berna; 1992–1994 responsabile del Service-Center RESO, Soletta; 1994–1999 responsabile informatica e organizzazione presso la UEFA, Union of European Football Association, Nyon; 1999–2007 responsabile Informatica/Logistica, poi responsabile Finanze/Servizi, in seguito responsabile Approvvigionamento presso Interdiscount, Jegenstorf; 2007–2011 capo della Divisione Import Parfumerie/Christ Orologi & Gioielli, Winterthur; dal 2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Trading di Coop Società Cooperativa, Basilea; inoltre vicepresidente di Gruppo Coop Società Cooperativa

Mandati in consigli d'amministrazione:

Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (presidente); Coop Vitality AG, Berna (presidente); Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp (presidente della Direzione generale); Coop Vitality Management AG, Berna (presidente); Swiss Household Services SA, Oberbüren (presidente); Elektronik Distribution AG, Basilea (presidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong; Retail Marketing Switzerland AG, Basilea; Service 7000 AG, Netstal (presidente); The Body Shop Switzerland SA, Uster (presidente); update Fitness AG, Münchwilen (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; Swiss Household Services SA, Oberbüren; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon; railCare AG, Härkingen; Retail Marketing Switzerland AG, Basilea (presidente); Service 7000 AG, Glarona; The Body Shop Switzerland SA, Uster; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Basilea; Transgourmet Holding AG, Basilea; Transgourmet Ibérica, S.A.U., Vilamallá; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Svizzera SA, Basilea

Altre funzioni e cariche:

membro del comitato consultivo economico regionale Nordwestschweiz della BNS

Contratti di management

Non esistono contratti di management con terze parti.

Remunerazioni

Contenuto e modalità di determinazione delle remunerazioni e dei programmi di partecipazione

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

Le remunerazioni delle attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa sono costituite da uno stipendio fisso a seconda delle funzioni ricoperte (presidente, vicepresidente, presidente del Consiglio regionale, membro), a cui si aggiunge un importo variabile sotto forma di gettone di presenza. Fanno eccezione il presidente e la vicepresidente del Consiglio d'amministrazione, che ricevono una remunerazione fissa (forfait annuale).

Le remunerazioni dei membri della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa sono costituite da un salario lordo fisso concordato contrattualmente e una retribuzione variabile in funzione del risultato (partecipazione agli utili) in contanti. Quest'ultima ammonta al massimo al 20% del salario lordo, e l'importo dipende dal grado di raggiungimento del budget.

Nel 2022, per le attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa nonché di Coop Società Cooperativa e Coop Immobiliare AG sono state versate remunerazioni per un importo pari a 1.5 milioni di franchi (2021: 1.4 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2022 salari lordi per un importo pari a 3.9 milioni di franchi per 7 unità di personale (2021: 4.2 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 Meisterhans, ha assunto il mandato nel 2019.

Onorari degli audit

Per adempiere al suo mandato legale per l'anno di esercizio 2022, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3.9 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 2022 un totale di 0.8 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 2022, il revisore responsabile ha preso parte a tre riunioni ordinarie e a una riunione straordinaria 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 quadrimestrale scritto informa inoltre i delegati sull'andamento delle attività commerciali correnti.

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

Il Gruppo Coop in cifre

Le cifre indicative 72

Cifre indicative importanti in sintesi	72
Sviluppo del Gruppo Coop	73
Ricavo netto	74
Punti di vendita/Mercati	75
Investimenti (flusso finanziario)	76
Sostenibilità	76
Conto economico a valore aggiunto	77
Collaboratrici/tori	78

Rendiconto sull'anno di esercizio 82

Conto annuale consolidato 84

Conto economico consolidato	84
Bilancio consolidato	85
Rendiconto finanziario consolidato	86
Prospetto di variazione del patrimonio netto	87
Allegato al conto annuale consolidato	88
Relazione dell'ufficio di revisione	110

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

Le cifre indicative

Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

34 206 mio. di CHF

Ricavo netto Gruppo

33 104 mio. di CHF

di cui

22 231 mio. di CHF Svizzera
67.2% del ricavo netto Gruppo

10 873 mio. di CHF Estero
32.8% del ricavo netto Gruppo

Ricavo netto settori

19 921 mio. di CHF Commercio
al dettaglio
55.9% del ricavo netto settori

15 747 mio. di CHF Commercio
all'ingrosso/
Produzione
44.1% del ricavo netto settori

Ricavo netto commercio online

4 952 mio. di CHF

Collaboratrici/tori al 31.12

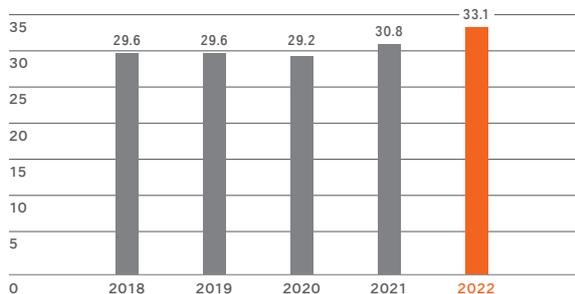
94 790

Persone in formazione al 31.12

3 417

Ricavo netto

in mia. di CHF



Risultato operativo

2 184 mio. di CHF EBITDA
6.6% del ricavo netto

843 mio. di CHF EBIT
2.5% del ricavo netto

Risultato del periodo

562 mio. di CHF
1.7% del ricavo netto

Patrimonio netto

11 439 mio. di CHF
52.1% Quota di patrimonio netto

Flusso finanziario da attività operative

1 696 mio. di CHF

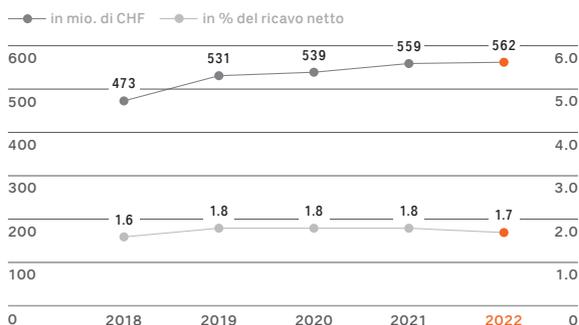
Investimenti

1 496 mio. di CHF

Punti di vendita/mercati

2 633

Risultato del periodo



Sviluppo del Gruppo Coop

in mio. di CHF o come indicato	2018	2019	2020	2021	2022
Fatturato complessivo	30 662	30 669	30 173	31 872	34 206
Commercio al dettaglio	17 743	17 986	19 113	19 618	19 921
Commercio all'ingrosso/Produzione	14 170	14 148	12 632	13 711	15 747
Consolidamento	-2 348	-2 502	-2 592	-2 576	-2 564
Ricavo netto da forniture e servizi	29 565	29 633	29 153	30 752	33 104
di cui ricavo netto Svizzera	19 931	20 159	21 110	21 654	22 231
in % del ricavo netto	67.4	68.0	72.4	70.4	67.2
di cui ricavo netto Estero	9 634	9 474	8 043	9 098	10 873
in % del ricavo netto	32.6	32.0	27.6	29.6	32.8
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	2 103	2 046	2 227	2 376	2 184
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.1	6.9	7.6	7.7	6.6
Risultato operativo (EBIT)	772	782	838	905	843
in % del ricavo netto (margine EBIT)	2.6	2.6	2.9	2.9	2.5
Risultato del periodo	473	531	539	559	562
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.6	1.8	1.8	1.8	1.7
Flusso finanziario da attività operative	1 701	1 877	2 426	1 989	1 696
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	5.8	6.3	8.3	6.5	5.1
Flusso finanziario da attività d'investimento	-1 792	-1 391	-1 293	-1 979	-1 496
in % del ricavo netto	6.1	4.7	4.4	6.4	4.5
Flusso finanziario da attività di finanziamento	325	-536	-180	-355	-448
Free cash flow¹	218	533	1 146	726	266
Somma di bilancio	20 364	20 456	20 646	21 569	21 951
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza	9 754	10 144	10 579	11 060	11 439
Quota di patrimonio netto incluse le quote di minoranza in %	47.9	49.6	51.2	51.3	52.1
Debiti finanziari	5 781	5 348	5 288	5 199	4 883
Indebitamento finanziario netto	4 832	4 427	3 404	3 664	3 608
Fattore di indebitamento	2.3	2.2	1.5	1.5	1.7
Fattore di copertura degli interessi²	42.7	49.9	47.4	53.8	53.0
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	77 448	78 118	78 574	82 688	82 054
Collaboratrici/tori (persone in formazione incluse) al 31.12	89 579	90 520	90 819	95 410	94 790
Persone in formazione al 31.12	3 449	3 457	3 364	3 413	3 417
Punti di vendita/mercati Commercio al dettaglio al 31.12	2 313	2 331	2 352	2 396	2 425
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m² al 31.12	1 882 500	1 891 525	1 907 627	2 105 458	2 121 345
Punti di vendita/mercati Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	145	148	149	219	209
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m² al 31.12	1 008 731	1 021 119	1 026 269	1 204 221	1 113 605
Numero di soci	2 547 851	2 536 702	2 537 294	2 505 578	2 503 439

Valori dell'anno precedente adattati

¹ Definizione di Free cash flow: flusso finanziario dall'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	2022	2021
Supermercati Coop (coop.ch incluso)	11 568	12 103
Interdiscount	1 046	1 107
Coop City	779	751
Jumbo	1 206	948
Livique/Lumimart	219	236
Import Parfumerie	137	133
Christ Orologi & Gioielli	81	77
Ing. dipl. Fust	984	1 022
Coop Vitality AG	267	261
The Body Shop Switzerland SA	22	24
Coop Mineraloel AG	2 932	2 496
Betty Bossi	73	83
Marché Ristoranti Svizzera SA	105	72
Coop Ristorante	210	109
Two Spice	90	
Altre società/formati ed effetti di consolidamento del settore	202	195
Formati specializzati	8 353	7 514
Commercio al dettaglio	19 921	19 618
Transgourmet France	1 595	1 227
Transgourmet Ibérica	1 274	526
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 727	5 382
Transgourmet Svizzera	1 743	1 454
Transgourmet Österreich	707	506
Altre società ed effetti di consolidamento Transgourmet	5	6
Gruppo Transgourmet	11 051	9 100
Bell Food Group	4 315	4 152
Coop Società Cooperativa Produzione	834	820
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	-453	-361
Commercio all'ingrosso/Produzione	15 747	13 711
Consolidamento Gruppo Coop	-2 564	-2 576
Ricavo netto	33 104	30 752
Altri ricavi operativi	1 102	1 120
Fatturato complessivo	34 206	31 872
di cui ricavo netto commercio online	4 952	3 711
Commercio online Elettronica di consumo	722	841
– Microspot.ch	349	358
– Nettoshop.ch	99	116
– Altri	273	367
coop.ch	288	266
Altro commercio online Commercio al dettaglio	249	224
Commercio online Commercio al dettaglio	1 259	1 331
Commercio online Commercio all'ingrosso/Produzione	3 694	2 380
di cui ricavo netto Svizzera	22 231	21 654
di cui ricavo netto Estero	10 873	9 098

Valori dell'anno precedente adattati

Punti di vendita/Mercati

	2022	Quantità al 31.12 2021	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2022	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2021
Supermercati Coop	960	955	1 021 447	1 012 157
Interdiscount	170	173	48 793	52 052
Coop City	31	31	129 087	128 600
Jumbo	113	112	494 982	490 697
Livique/Lumimart	45	45	121 818	128 420
Import Parfumerie	108	110	8 846	9 159
Christ Orologi & Gioielli	61	61	5 102	5 103
Ing. dipl. Fust	153	153	86 064	85 999
Coop Vitality AG	86	87	10 235	10 491
The Body Shop Switzerland SA	41	43	2 326	2 473
Coop Mineraloel AG	326	328	39 218	39 331
Marché Ristoranti Svizzera SA	45	39	17 090	16 197
Coop Ristorante	183	191	59 476	60 619
Two Spice	28		8 394	
BâleHotels	8	7		
update Fitness AG	65	59	63 696	59 389
Tropenhaus	1	1		
Formati specializzati	1 464	1 440	1 095 127	1 088 530
Commercio al dettaglio	2 424	2 395	2 116 574	2 100 687
Transgourmet Ibérica	70	70	178 346	178 346
Transgourmet Central and Eastern Europe	94	105	748 868	842 834
Transgourmet Svizzera	31	31	127 560	127 560
Transgourmet Österreich	14	13	58 831	55 481
Gruppo Transgourmet	209	219	1 113 605	1 204 221
Commercio all'ingrosso/Produzione	209	219	1 113 605	1 204 221
Gruppo Coop	2 633	2 614	3 230 179	3 304 908

Valori dell'anno precedente adattati

Investimenti (flusso finanziario)

in mio. di CHF	2018	2019	2020	2021	2022
Svizzera	1 016	888	901	954	987
Estero	527	360	280	256	336
Investimenti in immobilizzi materiali	1 544	1 248	1 181	1 210	1 323
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	198	41	42	68	35
Investimenti netti in immobilizzi materiali	1 346	1 206	1 138	1 142	1 288
Altri investimenti netti	446	184	154	837	208
Investimenti netti	1 792	1 391	1 293	1 979	1 496

Sostenibilità

Fatturato assortimenti sostenibili

in mio. di CHF	2018	2019	2020	2021	2022
Fatturato assortimenti sostenibili Gruppo Coop	4 671	4 711	5 449	5 858	6 240
di cui bio	1 653	1 793	2 003	2 113	2 050
di cui fairtrade	755	760	797	818	830

A partire dal 6 giugno 2023, tutti gli altri indici del Gruppo Coop in materia di sostenibilità ai sensi dello standard GRI saranno disponibili qui:
<https://sustainable.coop.ch/>



Conto economico a valore aggiunto

in mio. di CHF	2022	2021	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	33 104	30 752	107.6
Altri servizi operativi	1 145	1 161	98.6
Costo merci e altre prestazioni preliminari	25 400	23 125	109.8
Valore aggiunto lordo	8 849	8 788	100.7
Ammortamenti/altro	1 337	1 459	91.6
Valore aggiunto aziendale	7 512	7 329	102.5
Collaboratrici/tori			
Salari e stipendi	4 160	3 947	105.4
Oneri sociali/altri oneri	1 436	1 360	105.6
Mano pubblica	1 166	1 274	91.5
Mutuanti	41	44	93.3
Interessi di minoranza (azionisti terzi)	147	144	102.1
Utili non distribuiti (autofinanziamento)	562	559	100.5
Ripartizione del valore aggiunto	7 512	7 329	102.5

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 74.5% (anno precedente: 72.4%), la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop contava 82 054 FTE (anno precedente: 82 688).

Il 15.5% (anno precedente: 17.4%) è destinato alla mano pubblica sotto forma di imposte, dazi doganali e tasse.

Lo 0.5% (anno precedente: 0.6%) rappresenta gli interessi pagati ai mutuant. A causa del minor livello dei tassi, gli interessi continuano a essere piuttosto bassi.

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

Collaboratrici/tori

FTE

	2022	2021
Supermercati Coop (coop.ch incluso)	19 840	20 287
Interdiscount	1 559	1 606
Coop City	1 983	1 946
Jumbo	2 799	2 942
Livique/Lumimart	625	654
Import Parfumerie	475	463
Christ Orologi & Gioielli	279	269
Ing. dipl. Fust	2 156	2 244
Coop Vitality AG	746	731
The Body Shop Switzerland SA	130	137
Coop Mineraloel AG	130	124
Betty Bossi	103	104
Marché Ristoranti Svizzera SA	649	555
Coop Ristorante	1 446	1 431
Two Spice	589	
Altre società e formati	1 155	1 063
Logistica/Settori centrali	5 750	5 607
Commercio al dettaglio	40 414	40 163
Transgourmet France	2 970	2 784
Transgourmet Ibérica	2 374	2 208
Transgourmet Central and Eastern Europe	19 195	20 983
Transgourmet Svizzera	1 852	1 777
Transgourmet Österreich	1 906	1 605
Gruppo Transgourmet	28 296	29 356
Bell Svizzera	4 835	4 770
Bell Estero	6 748	6 583
Bell Food Group	11 583	11 353
Coop Società Cooperativa Produzione	1 752	1 806
Altre società	8	11
Commercio all'ingrosso/Produzione	41 640	42 526
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	82 054	82 688

Valori dell'anno precedente adattati

Collaboratrici/tori

	2022	2021
Supermercati Coop (coop.ch incluso)	25 617	26 370
Interdiscount	1 624	1 683
Coop City	2 452	2 413
Jumbo	3 383	3 570
Livique/Lumimart	716	748
Import Parfumerie	604	606
Christ Orologi & Gioielli	378	364
Ing. dipl. Fust	2 231	2 319
Coop Vitality AG	1 059	1 022
The Body Shop Switzerland SA	189	198
Coop Mineraloel AG	136	130
Betty Bossi	125	126
Marché Ristoranti Svizzera SA	910	807
Coop Ristorante	1 859	1 847
Two Spice	826	
Altre società e formati	2 071	1 916
Logistica/Settori centrali	6 236	6 087
Commercio al dettaglio	50 416	50 206
Transgourmet France	3 055	2 882
Transgourmet Ibérica	2 495	2 312
Transgourmet Central and Eastern Europe	20 794	22 551
Transgourmet Svizzera	2 046	1 943
Transgourmet Österreich	2 077	1 727
Gruppo Transgourmet	30 467	31 415
Bell Svizzera	5 131	5 100
Bell Estero	6 935	6 781
Bell Food Group	12 066	11 881
Coop Società Cooperativa Produzione	1 830	1 897
Altre società	11	11
Commercio all'ingrosso/Produzione	44 374	45 204
Collaboratrici/tori (persone in formazione incluse) al 31.12	94 790	95 410

Valori dell'anno precedente adattati

Persone in formazione

	2022	2021
Supermercati Coop (coop.ch incluso)	1 210	1 248
Interdiscount	298	290
Coop City	169	156
Jumbo	160	164
Livique/Lumimart	36	35
Import Parfumerie	42	38
Christ Orologi & Gioielli	17	16
Ing. dipl. Fust	100	97
Coop Vitality AG	163	152
The Body Shop Switzerland SA	1	1
Coop Mineraloel AG	4	4
Betty Bossi	2	2
Marché Ristoranti Svizzera SA	14	14
Coop Ristorante	9	13
Two Spice	10	
Altre società e formati	32	27
Logistica/Settori centrali	182	174
Commercio al dettaglio	2 449	2 431
Transgourmet France	87	48
Transgourmet Ibérica		1
Transgourmet Central and Eastern Europe	508	570
Transgourmet Svizzera	95	91
Transgourmet Österreich	78	76
Gruppo Transgourmet	768	786
Bell Svizzera	97	91
Bell Estero	68	66
Bell Food Group	165	157
Coop Società Cooperativa Produzione	35	39
Commercio all'ingrosso/Produzione	968	982
Persone in formazione al 31.12	3 417	3 413

Valori dell'anno precedente adattati

Diversità collaboratrici/tore

in %	Commercio al dettaglio		Commercio all'ingrosso/Produzione 2021		Gruppo Coop	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Rapporto di lavoro						
Collaboratrici/tori a tempo pieno	56.7	56.5	80.7	80.4	67.9	67.8
Collaboratrici/tori a tempo parziale	43.3	43.5	19.3	19.6	32.1	32.2
Quota di donne						
con grado di occupazione a tempo pieno	43.1	43.1	35.8	37.5	39.0	40.0
con grado di occupazione a tempo parziale	85.2	85.6	60.2	60.9	78.2	78.5
nel management	43.0	42.8	27.7	26.9	37.1	36.5
nel CdA e nella DG del Gruppo Coop Società Cooperativa					29.4	29.4
Quota di collaboratrici/tori sopra i 50 anni	26.8	26.6	29.8	29.9	28.2	28.1
Persone in formazione						
Vendita	84.9	85.9	25.9	27.8	68.2	69.2
Settore commerciale	4.5	4.6	38.1	39.4	14.0	14.6
Artigianato/altro	10.6	9.5	36.0	32.8	17.8	16.2
Paese di lavoro						
Svizzera	99.6	99.5	20.3	19.8	62.5	61.7
Germania			31.4	30.5	14.7	14.4
Polonia			11.1	11.0	5.2	5.2
Romania			11.1	10.7	5.2	5.1
Spagna			6.2	5.7	2.9	2.7
Francia			7.7	7.2	3.6	3.4
Austria			8.5	7.5	4.0	3.6
altri	0.4	0.5	3.7	7.7	1.9	3.9
Nazionalità¹						
Svizzera	66.9	68.3	42.8	43.3	63.2	64.5
Eestero	33.1	31.7	57.2	56.7	36.8	35.5

Valori dell'anno precedente adattati

¹ solo di settori con sede sociale in Svizzera

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 2022 è salito del 7,6%, attestandosi a 33 104 milioni di CHF (anno precedente: 30 752 milioni di CHF). Il fatturato complessivo del Gruppo Coop ammonta a 34 206 milioni di CHF (anno precedente: 31 872 milioni di CHF). Con il commercio online, il Gruppo ha conseguito un ricavo netto di 4 952 milioni di CHF (anno precedente: 3 711 milioni di CHF).

Risultato operativo (EBIT)

Le spese per il personale ammontano a 5 553 milioni di CHF e gli altri costi operativi a 3 790 milioni di CHF. Il risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA) ammonta a 2 184 milioni di CHF (anno precedente: 2 376 milioni di CHF) e genera un margine EBITDA pari al 6,6 %.

Gli ammortamenti, pari a 1 341 milioni di CHF, si compongono di ammortamenti su fabbricati/terreni e impianti per 613 milioni di CHF, altri immobilizzi materiali per 462 milioni di CHF, avviamento per 89 milioni di CHF e altri immobilizzi immateriali per 177 milioni di CHF. Il risultato operativo (EBIT), pari a 843 milioni di CHF, è inferiore rispetto all'esercizio precedente (905 milioni di CHF), con un margine EBIT pari al 2,5%.

Risultato d'esercizio

L'inclusione delle organizzazioni associate genera un utile di 9 milioni di CHF. La perdita legata al risultato su valute estere e al risultato finanziario ammonta a 48 milioni di CHF (anno precedente: perdita di 41 milioni di CHF). Una volta dedotti 2 milioni di CHF di utile estraneo all'esercizio, 96 milioni di CHF di imposte sul reddito (anno precedente: 169 milioni di CHF) e 147 milioni di CHF di partecipazioni minoritarie (anno precedente: 144 milioni di CHF), ne deriva un risultato d'esercizio di 562 milioni di CHF, ovvero 3 milioni di CHF in più rispetto all'anno precedente.

Analisi per settore

Commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio, Coop registra una crescita dell'1,6%, realizzando un ricavo netto di 19 921 milioni di CHF.

Il ricavo netto dei supermercati Coop, compreso coop.ch, ammonta a 11 568 milioni di CHF ed è pertanto inferiore ai valori record legati al coronavirus degli ultimi due anni.

I formati specializzati registrano rispetto all'anno precedente una crescita dell'11,2%, totalizzando un ricavo netto di 8 353 milioni di CHF. Il segmento dell'elettronica di consumo realizza un ricavo netto di 2 030 milioni di CHF e continua a detenere la posizione di leader nel mercato dell'elettronica di consumo.

Livique/Lumimart consegue un ricavo netto di 219 milioni di CHF, registrando un calo del 7,1% rispetto all'anno precedente.

Jumbo rafforza la propria posizione di leader nel settore dei mercati edili. Il ricavo netto, pari a 1 206 milioni di CHF, ha superato del 27,3% quello dell'anno precedente.

Il ricavo netto dei grandi magazzini Coop City è aumentato del 3,7%, attestandosi a 779 milioni di CHF. Coop Mineraloel AG si conferma leader di mercato. Il ricavo netto pari a 2 932 milioni di CHF è aumentato del 17,5% rispetto a quello dell'anno precedente. L'aumento è dovuto alle maggiori vendite di carburanti e combustibili; anche gli shop Pronto hanno registrato un aumento (6,7%).

Coop Vitality AG ha nuovamente avuto un andamento positivo, incrementando il ricavo netto del 2,2% a 267 milioni di CHF.

Dopo gli ultimi due anni resi difficili dalle restrizioni legate al coronavirus, il settore Gastronomia con i ristoranti Coop, Marché e, da ultimo, Two Spice ha conseguito un ricavo netto di 405 milioni di CHF, che corrisponde a un aumento del 123,9% rispetto al 2021.

Nel commercio al dettaglio online, il ricavo netto è diminuito del 5,4% a 1 259 milioni di CHF. Il calo è dovuto principalmente alla vendita online nel settore dell'elettronica di consumo, che ha raggiunto i 722 milioni di CHF dopo gli 841 milioni di CHF dell'anno precedente. Il supermercato online coop.ch ha registrato invece una crescita dell'8,5%, totalizzando un ricavo netto di 288 milioni di CHF.

Il numero di punti di vendita è salito a 2 424 unità (+29). Il Gruppo Coop impiega nel commercio al dettaglio 50 416 collaboratrici e collaboratori (anno precedente: 50 206).

Commercio all'ingrosso/Produzione

Il settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione ha realizzato un ricavo netto di 15 747 milioni di CHF (anno precedente: 13 711 milioni di CHF). Ciò è dovuto, da un lato, alla ripresa del commercio all'ingrosso dopo le restrizioni legate alla pandemia di coronavirus e, dall'altro, all'integrazione di Transgourmet Ibérica.

Il gruppo Transgourmet, che opera nel settore del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso in Germania, Polonia, Romania, Francia, Austria, Spagna e Svizzera, ha realizzato un ricavo netto di 11 051 milioni di CHF (anno precedente: 9 100 milioni di CHF), pari a un aumento del 21,4%.

Transgourmet gestisce complessivamente 209 mercati Cash&Carry (anno precedente: 219) con 30 467 collaboratrici e collaboratori (anno precedente: 31 415). Questo calo è dovuto principalmente al deconsolidamento di Transgourmet Russia.

Il ricavo netto delle aziende di produzione è aumentato del 3,6% a 5 157 milioni di CHF (anno precedente: 4 980 milioni di CHF).

Il Bell Food Group è tra i principali operatori in Europa per la lavorazione della carne e di prodotti convenience. Con i marchi Bell, Hilcona, Eisberg e Hügli, il gruppo copre le svariate esigenze dei clienti, che operano in diversi settori, tra cui commercio, Foodservice e industria alimentare. Con 4 315 milioni di CHF il ricavo netto ha superato del 3,9% quello dell'anno precedente (4 152 milioni). Il Bell Food Group conta 12 066 collaboratrici e collaboratori (anno precedente: 11 881).

Situazione finanziaria e patrimoniale

Bilancio

La somma di bilancio del Gruppo Coop è aumentata di 382 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Sul lato degli attivi, l'attivo circolante è cresciuto di 467 milioni di CHF a 7 724 milioni di CHF, a fronte di un calo delle liquidità e di un incremento dei crediti e delle scorte. L'attivo fisso è sceso a 14 227 milioni di CHF, con un calo di 85 milioni di CHF. Gli investimenti e gli aumenti derivanti dalle acquisizioni sono inferiori agli ammortamenti programmati e non programmati. Il capitale di terzi, attestatosi a 10 512 milioni di CHF, è salito di 4 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il capitale di terzi a breve termine è salito di 142 milioni di CHF a 5 204 milioni di CHF, mentre quello a lungo termine è sceso di 138 milioni di CHF a 5 308 milioni di CHF. Per quanto riguarda il capitale di terzi a lungo termine, il Gruppo Coop si finanzia tramite prestiti e depositi. Il patrimonio netto, incluse le partecipazioni minoritarie, è salito a 11 439 milioni di CHF, il che significa che la quota di patrimonio netto è pari al 52,1%.

Rendiconto finanziario

Il flusso monetario da attività operativa ammonta a 1 696 milioni di CHF, con un calo di 293 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il deflusso monetario da attività di investimento, pari a 1 496 milioni di CHF, corrisponde a 483 milioni di CHF in meno rispetto all'anno precedente. Ciò è dovuto principalmente alla riduzione delle uscite per le acquisizioni. Sono stati investiti al netto 1 430 milioni di CHF in immobilizzi materiali e immateriali, e altri 64 milioni di CHF in acquisizioni di organizzazioni consolidate. L'uscita di organizzazioni consolidate genera un deflusso monetario di 9 milioni di CHF. Negli investimenti finanziari/titoli è stato registrato un disinvestimento netto di 7 milioni di CHF. Ne è derivato un free cash flow di 266 milioni di CHF. Il deflusso monetario da attività di finanziamento ammonta a 448 milioni di CHF. Oltre all'accensione di un prestito di 300 milioni di CHF, sono stati rimborsati prestiti per un importo pari a 375 milioni di CHF. I debiti finanziari a breve e lungo termine hanno registrato un calo pari complessivamente a 241 milioni di CHF. La partecipazione di azionisti minoritari a un aumento di capitale ha generato un afflusso di fondi pari a 18 milioni di CHF, mentre l'aumento delle quote di partecipazione nelle società consolidate integralmente ha portato a un deflusso di fondi pari a 33 milioni di CHF. Sono stati versati dividendi agli azionisti minoritari per un importo di 117 milioni di CHF.

Conto annuale consolidato

Conto economico consolidato

in mio. di CHF	Spiegazioni	2022	2021
Ricavo netto da forniture e servizi	1	33 104	30 752
Altri ricavi operativi	2	1 102	1 120
Costo delle merci		22 679	20 905
Costi del personale	3	5 553	5 266
Altri costi operativi	4	3 790	3 325
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)		2 184	2 376
Ammortamenti immobilizzi materiali	5	1 075	1 119
Ammortamenti immobilizzi immateriali	5	267	352
Risultato operativo (EBIT)	1	843	905
Risultato organizzazioni associate		9	6
Risultato da valute estere		-17	-8
Risultato finanziario	6	-31	-33
Risultato ordinario		803	870
Risultato estraneo all'esercizio	7	2	3
Risultato ante imposte sull'utile (EBT)		806	873
Imposte sull'utile	8	96	169
Risultato al netto delle imposte sull'utile		709	703
Quote di minoranza		147	144
Risultato del periodo		562	559

Bilancio consolidato

in mio. di CHF	Spiegazioni	31.12.2022	31.12.2021
Liquidità	9	1 275	1 532
Titoli		0	3
Crediti da forniture e servizi	10	1 426	1 198
Altri crediti a breve termine	11	443	293
Ratei e risconti attivi		709	648
Rimanenze	12	3 871	3 583
Attivo circolante		7 724	7 257
Immobilizzi materiali	13	13 158	13 119
Immobilizzi finanziari	14	133	165
Immobilizzi immateriali	15	936	1 028
Attivo fisso		14 227	14 312
Attivi		21 951	21 569
Debiti da forniture e servizi		1 991	1 899
Debiti finanziari a breve termine	16	778	929
Altri debiti a breve termine	17	416	409
Accantonamenti a breve termine	18	307	301
Ratei e risconti passivi		1 711	1 524
Capitale di terzi a breve termine		5 204	5 062
Debiti finanziari a lungo termine	16	4 105	4 270
Accantonamenti a lungo termine	18	1 203	1 176
Capitale di terzi a lungo termine		5 308	5 446
Capitale di terzi		10 512	10 508
Riserve da utili		10 445	10 076
Riserve di capitale		-245	-241
Risultato del periodo		562	559
Patrimonio netto senza quote di minoranza		10 762	10 395
Quote di minoranza		676	665
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza		11 439	11 060
Passivi		21 951	21 569

Rendiconto finanziario consolidato

in mio. di CHF	2022	2021
Risultato al netto delle imposte sull'utile	709	703
Ammortamenti	1 186	1 228
Perdite per riduzioni durevoli di valore	161	254
Soppressione di riduzioni durevoli di valore	-6	-10
Utili (-)/perdite da cessione attivo fisso	-10	-26
Altri costi/ricavi senza effetto sulla liquidità	179	75
Risultato organizzazioni associate	-9	-6
Dividendi percepiti da organizzazioni associate	1	1
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi	-261	-125
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti e dei ratei e risconti attivi	-226	-112
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze	-357	-273
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi	139	71
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi	163	153
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine	-3	19
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine	28	37
Flusso finanziario da attività operative	1 696	1 989
Investimenti in immobilizzi materiali	-1 323	-1 210
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	35	68
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli	-7	-8
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli	14	9
Flusso finanziario netto dall'acquisizione di organizzazioni consolidate	-64	-717
Flusso finanziario netto dalla diminuzione di organizzazioni consolidate	-9	0
Investimenti in immobilizzi immateriali	-142	-121
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali	0	1
Flusso finanziario da attività d'investimento	-1 496	-1 979
Accensioni di prestiti	300	
Rimborso di prestiti	-375	-200
Aumento/Riduzione del capitale	18	
Dividendi agli azionisti minoritari	-117	-112
Acquisto/Vendita quote di minoranza	-33	0
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine	-452	-265
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine	211	223
Flusso finanziario da attività di finanziamento	-448	-355
Saldo flusso finanziario	-248	-345
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio	1 532	1 880
Saldo flusso finanziario	-248	-345
Effetto valutario liquidità	-9	-3
Liquidità alla fine del periodo d'esercizio	1 275	1 532

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 01.01.2022	10 870	-793	-241	559	10 395	665	11 060
Aumento/Riduzione del capitale						18	18
Variazioni nel perimetro di consolidamento						4	4
Acquisto/Vendita quote di minoranza			-4		-4	-29	-33
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	559			-559			0
Risultato del periodo				562	562	147	709
Dividendi						-117	-117
Effetto valutario		-191			-191	-12	-203
Patrimonio netto al 31.12.2022	11 429	-984	-245	562	10 762	676	11 439

Patrimonio netto al 01.01.2021	10 331	-695	-241	539	9 934	645	10 579
Aumento/Riduzione del capitale							
Variazioni nel perimetro di consolidamento							
Acquisto/Vendita quote di minoranza							
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	539			-539			
Risultato del periodo				559	559	144	703
Dividendi						-112	-112
Effetto valutario		-98			-98	-12	-110
Patrimonio netto al 31.12.2021	10 870	-793	-241	559	10 395	665	11 060

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.

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 2022 e fornisce un quadro veritiero dello stato patrimoniale, finanziario ed economico. I conti del Gruppo Coop sono allestiti in conformità alle direttive globali delle Raccomandazioni professionali per l'allestimento dei conti annuali Swiss GAAP RPC e alle prescrizioni della legislazione svizzera.

La base di valutazione degli attivi è costituita dai costi di acquisto o di produzione. I passivi sono iscritti al valore storico. Il conto economico è rappresentato secondo il metodo dei costi per natura. I principi di valutazione sono stati applicati in modo invariato rispetto all'anno precedente. Il conto annuale consolidato del Gruppo Coop è rappresentato in franchi svizzeri (CHF). Salvo indicazione contraria, tutti gli importi sono espressi in milioni di franchi svizzeri.

Rendiconto finanziario

Il rendiconto finanziario 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 nell'allegato al conto annuale consolidato.

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

Le organizzazioni associate sono 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. Gli effetti valutari derivanti dalla conversione in franchi svizzeri di chiusure predisposte in valuta estera nel bilancio e nel conto economico vengono registrati nel patrimonio netto esclusivamente senza alcuna incidenza sul risultato. In caso di vendita di società affiliate o aziende associate estere, le differenze di valuta proporzionali accumulate restano nel patrimonio netto e non vengono trasferite al conto economico.

Corsi di conversione monetaria in CHF

		Corsi medi		Cambi del giorno	
		2022	2021	31.12.2022	31.12.2021
1	EUR	1.001	1.081	0.985	1.033
1	GBP	1.184	1.258	1.110	1.229
1	HKD	0.125	0.118	0.118	0.117
100	HUF	0.257	0.302	0.246	0.280
1	PLN	0.215	0.237	0.210	0.225
1	RON	0.204	0.220	0.199	0.209
1	RUB	0.013	0.012	0.013	0.012
1	USD	0.950	0.914	0.923	0.912

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 risultano dedotte nel 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 come pure gli assegni. 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 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 programmato
Edifici	30-67

Installazioni	10-30
---------------	-------

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 edifici si estende da 30 anni per gli edifici aziendali con un maggiore livello di sfruttamento fino a 67 anni per gli edifici a uso misto. Le installazioni vengono generalmente ammortizzate in 10 o 20 anni. Nelle aziende di produzione, gli specifici impianti di produzione vengono ammortizzati con una durata di utilizzo fino a 30 anni.

Gli impianti presso i punti di vendita del commercio al dettaglio hanno di solito una durata di utilizzo inferiore rispetto a quelli nei mercati CC 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 RPC 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. L'avviamento completamente ammortizzato viene registrato nel periodo contabile successivo.

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

Goodwill	fino a 20
Marchi	fino a 20
Brevetti/Licenze	5-8
Altri immobilizzi immateriali	3-10

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 20 000 per mese civile 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 empirici relativi 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 sull'utile sono rilevate su tutte le differenze di valutazione imponibili temporanee o deducibili fiscalmente tra i valori fiscali e i valori Swiss GAAP RPC 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. I crediti potenziali d'imposta sull'utile dovuti a riporti di perdite fiscali non vengono attivati.

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 previdenziali

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

Le/i collaboratrici/tori 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 le/i collaboratrici/tori sono affiliate/i 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 delle/dei collaboratrici/tori può anche scegliere di aderire a un piano all'interno dell'istituto di previdenza che prevede contributi di risparmio di maggiore o minore entità.

Ogni anno si valuta se dal punto di vista dell'organizzazione sussiste un beneficio economico o un obbligo economico nei confronti di un istituto di previdenza.

Fungono da base i bilanci d'esercizio degli istituti di previdenza, redatti secondo Swiss GAAP RPC 26, e un attuale eccesso o deficit di copertura in base alla situazione reale.

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

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

Transazioni con parti correlate

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

Le essenziali voci del portafoglio relative alle organizzazioni associate e le altre transazioni con le parti correlate sono illustrate nelle spiegazioni sul conto annuale consolidato.

Attività fuori bilancio

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

in mio. di CHF

1 Ricavo netto da forniture e servizi per settori	2022	2021
Commercio al dettaglio	19 921	19 618
Commercio all'ingrosso/Produzione	15 747	13 711
Consolidamento	-2 564	-2 576
Gruppo Coop	33 104	30 752

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 riga Consolidamento comprende le forniture tra i settori.

In deroga alla raccomandazione complementare per società quotate (Swiss GAAP RPC 31), il Gruppo Coop si astiene, fino a nuovo ordine, dal pubblicare i risultati per segmento, avendo questi subito scambussolamenti dovuti al Covid-19 che potrebbero produrre svantaggi concorrenziali rispetto ai concorrenti e svantaggi economici innescati da clienti e fornitori.

Ricavo netto da forniture e servizi per singoli mercati geografici	2022	2021
Svizzera	22 231	21 654
Esteri	10 873	9 098
Gruppo Coop	33 104	30 752

2 Altri ricavi operativi	2022	2021
Ricavi locativi operativi	189	176
Utili da cessione di attivo fisso operativo	14	23
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	27	49
Altri ricavi da servizi	873	872
Totale	1 102	1 120

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	2022	2021
Salari/Stipendi	4 160	3 947
Oneri sociali	1 022	971
Altri costi del personale	371	347
Totale	5 553	5 266

Tasso oneri sociali in %

	24.6	24.6
--	------	------

4 Altri costi operativi	2022	2021
Spese pubblicitarie	524	483
Spese di locazione	798	756
Spese di ufficio e di amministrazione	350	338
Tributi e assicurazioni cose	100	86
Imposte di esercizio	42	45
Manutenzione e sostituzione	565	513
Costi energetici e materiale di esercizio	585	471
Spese di trasporto	487	425
Spese varie	338	208
Totale	3 790	3 325

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

in mio. di CHF

5 Ammortamenti	2022	2021
Avviamento, ammortamenti programmati	80	111
Avviamento, ammortamenti non programmati	10	15
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	102	122
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati	75	105
Ammortamenti immobilizzi immateriali	267	352
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	1 005	994
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	76	134
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-6	-10
Ammortamenti immobilizzi materiali	1 075	1 119
Totale	1 341	1 471

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	2022	2021
Dividendi e utili di corso su titoli	0	1
Altri ricavi finanziari	11	11
Ricavi finanziari	11	12
Perdite di corso su titoli	0	
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	41	44
Rettifiche di valore su immobilizzi finanziari	0	0
Oneri finanziari	42	45
Totale	-31	-33

7 Risultato estraneo all'esercizio	2022	2021
Utili da cessione di attivo fisso non operativo	5	6
Altri ricavi non operativi		2
Ricavi non operativi	5	8
Costi immobiliari non operativi (incl. ammortamenti su immobilizzi non operativi)	2	1
Altri costi non operativi	1	4
Costi non operativi	3	6
Totale	2	3

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

in mio. di CHF

8 Imposte sull'utile	2022	2021
Imposte correnti sull'utile	120	146
Variazione delle imposte differite	-24	23
Totale	96	169

	2022		2021	
	Aliquota d'imposta in %	Importo fiscale in mio. di CHF	Aliquota d'imposta in %	Importo fiscale in mio. di CHF
Aliquota d'imposta media applicabile/Previsione delle imposte sull'utile	17.9	145	15.7	137
Perdite per l'anno in corso per le quali non sono state attivate imposte differite		41		33
Utilizzo di perdite riportate non ancora registrate		-15		-7
Aliquota media d'imposta sull'utile da applicare al netto delle perdite riportate	21.2	171	18.8	164
Altri effetti		-74		5
Aliquota d'imposta effettiva sull'utile/Imposte effettive sull'utile	12.0	96	19.4	169

Le previste imposte sull'utile vengono calcolate sotto il presupposto che il risultato estraneo all'esercizio sia tassato allo stesso modo del risultato ordinario. Gli altri effetti derivano sostanzialmente da spese e ricavi non tassabili nonché da imposte sull'utile relative a esercizi precedenti. Sono inoltre contenuti gli effetti di differenze non temporanee tra Swiss GAAP RCP e i valori fiscali per i quali non vengono costituite imposte latenti.

Non è stato attivato un credito potenziale d'imposta pari a 300 mio. di CHF (31.12.2021: 297 mio. di CHF) sull'utile dovuto a perdite non ancora fiscalmente sfruttate.

9 Liquidità	31.12.2022	31.12.2021
Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancario	1 217	1 509
Assegni	2	2
Depositi a termine	55	22
Totale	1 275	1 532

10 Crediti da forniture e servizi	31.12.2022	31.12.2021
Crediti da forniture e servizi	1 481	1 264
Rettifica di valore	-55	-66
Totale	1 426	1 198

11 Altri crediti a breve termine	31.12.2022	31.12.2021
Altri crediti	437	289
Acconti a fornitori	11	11
Rettifica di valore	-4	-7
Totale	443	293

12 Rimanenze	31.12.2022	31.12.2021
Merci commerciali	3 287	3 021
Prodotti finiti (Produzione)	220	263
Semilavorati, prodotti in produzione	283	174
Materie prime	209	191
Materiale ausiliario e d'imballaggio	127	108
Acconti a fornitori	55	141
Rettifica di valore	-310	-315
Totale	3 871	3 583

in mio. di CHF

14 Immobilizzi finanziari	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Organizzazioni associate	Altri immobilizzi finanziari	Totale
Immobilizzi finanziari 2022				
Valori contabili netti 01.01.2022	10	82	73	165
Variazioni nel perimetro di consolidamento		-3	-22	-25
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto		0	7	7
Disinvestimenti	-9	-1	-10	-20
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		8	0	8
Effetto valutario		0	-1	-1
Riclassificazioni		-1	1	0
Valori contabili netti 31.12.2022	2	84	47	133
di cui avviamento organizzazioni associate		0		0
Immobilizzi finanziari 2021				
Valori contabili netti 01.01.2021	10	73	68	150
Variazioni nel perimetro di consolidamento		3	9	12
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto	0	1	7	8
Disinvestimenti			-7	-7
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		5	0	5
Effetto valutario		-1	-1	-2
Riclassificazioni		1	-1	-1
Valori contabili netti 31.12.2021	10	82	73	165
di cui avviamento organizzazioni associate		0		0
Altri immobilizzi finanziari				
			31.12.2022	31.12.2021
Prestiti			30	55
Vari immobilizzi finanziari			24	25
Rettifiche di valore su altri immobilizzi finanziari			-7	-7
Totale			47	73

in mio. di CHF

15 Immobilizzi immateriali	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Immobilizzi immateriali in fase di sviluppo	Totale
Immobilizzi immateriali 2022						
Valori d'acquisto 01.01.2022	1 232	685	888	71	60	2 936
Variazioni nel perimetro di consolidamento	53	0	1	2	0	57
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto		0	71	3	58	132
Disinvestimenti/decontabilizzazioni	-359	-3	-72	-2	-1	-437
Effetto valutario	-10	-2	-13	-2	-1	-28
Riclassificazioni		0	46	1	-46	0
Valori d'acquisto 31.12.2022	916	681	922	73	69	2 660
Ammortamenti cumulati al 01.01.2022	676	519	650	59	3	1 908
Variazioni nel perimetro di consolidamento	-3	0	1	2		0
Ammortamenti programmati	80	23	74	5		182
Ammortamenti non programmati	10	43	26	0	6	85
Disinvestimenti/decontabilizzazioni	-359	-3	-71	-2	-1	-436
Effetto valutario	-4	-1	-8	-2	0	-15
Riclassificazioni			0		0	0
Ammortamenti cumulati al 31.12.2022	399	580	673	63	9	1 724
Valori contabili netti 31.12.2022	517	101	249	10	60	936
Immobilizzi immateriali 2021						
Valori d'acquisto 01.01.2021	988	654	713	68	211	2 635
Variazioni nel perimetro di consolidamento	284	35	50			368
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto		0	21	5	106	132
Disinvestimenti/decontabilizzazioni	-31	-3	-141	-1	-1	-177
Effetto valutario	-9	-1	-8	-2	-1	-22
Riclassificazioni		1	253	1	-256	0
Valori d'acquisto 31.12.2021	1 232	685	888	71	60	2 936
Ammortamenti cumulati al 01.01.2021	586	467	514	54	80	1 700
Variazioni nel perimetro di consolidamento		3	41			44
Ammortamenti programmati	111	30	86	6		233
Ammortamenti non programmati	15	23	37	2	43	120
Disinvestimenti/decontabilizzazioni	-31	-3	-141	-1	0	-176
Effetto valutario	-4	-1	-6	-1		-13
Riclassificazioni			120		-120	0
Ammortamenti cumulati al 31.12.2021	676	519	650	59	3	1 908
Valori contabili netti 31.12.2021	556	167	238	12	56	1 028

in mio. di CHF

16 Debiti finanziari	Tasso d'interesse in % (ponderato)	31.12.2022	31.12.2021
Conti correnti bancari		1	0
Conti deposito	0.52	1 879	1 828
Obbligazioni di cassa	0.61	353	383
Prestiti obbligazionari		2 550	2 625
Prestiti bancari	0.78	15	57
Ipoteche	1.77	11	8
Leasing finanziario		0	1
Altri debiti finanziari		73	296
Totale		4 883	5 199
di cui debiti finanziari a breve termine		778	929
di cui debiti finanziari a lungo termine		4 105	4 270
di cui debiti verso istituti di previdenza	0.00		207

La suddivisione dei debiti derivanti dai conti depositi avviene in virtù di valori empirici delle uscite monetarie verificatesi in passato. Degli effettivi pari a 1 879 mio. di CHF (31.12.2021: 1 828 mio. di CHF), 194 mio. di CHF (31.12.2021: 210 mio. di CHF) sono iscritti a bilancio a breve termine e 1 685 mio. di CHF (31.12.2021: 1 618 mio. di CHF) a lungo termine.

Prestiti obbligazionari	Valuta	Durata	Tasso d'interesse in % (ponderato)	31.12.2022	31.12.2021
Bell Food Group SA	CHF	Mag. 2013–2022	1.750		175
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2016–2022	0.250		200
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Mag. 2020–2023	0.750	320	320
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2014–2023	1.000	200	200
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2015–2024	0.875	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	Gen. 2018–2028	0.750	150	150
Bell Food Group SA	CHF	Mag. 2022–2029	1.550	300	
Totale				2 550	2 625

17 Altri debiti a breve termine	31.12.2022	31.12.2021
Buoni in circolazione	103	97
Anticipi da clienti	168	166
Altre imposte	84	94
Altri debiti a breve termine	61	53
Totale	416	409

in mio. di CHF

18 Accantonamenti	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Supercard	Imposte differite	Altri accantonamenti	Totale
Accantonamenti 2022						
Valori contabili 01.01.2022	265	4	165	762	281	1 477
Variazioni nel perimetro di consolidamento	1			4	2	8
Costituzione di accantonamenti	59	1	200		100	359
Utilizzo degli accantonamenti	-25	-2	-205		-46	-278
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-3	0	-1		-20	-25
Variazione delle imposte differite				-24		-24
Effetto valutario	-2			-2	-3	-7
Valori contabili 31.12.2022	296	2	159	740	313	1 510
di cui accantonamenti a breve termine	25	2	159		121	307
di cui accantonamenti a lungo termine	271			740	192	1 203
Accantonamenti 2021						
Valori contabili 01.01.2021	255	4	165	694	267	1 385
Variazioni nel perimetro di consolidamento	0			46	6	52
Costituzione di accantonamenti	40	2	221		84	346
Utilizzo degli accantonamenti	-23	-1	-217		-62	-302
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-4	-1	-4		-12	-20
Variazione delle imposte differite				23		23
Effetto valutario	-2			-1	-3	-6
Valori contabili 31.12.2021	265	4	165	762	281	1 477
di cui accantonamenti a breve termine	24	4	165		108	301
di cui accantonamenti a lungo termine	241			762	173	1 176

Gli altri accantonamenti includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 140 mio. di CHF (131 mio. di CHF al 31.12.2021) e per i punti di vendita pari a 35 mio. di CHF (38 mio. di CHF al 31.12.2021).

in mio. di CHF

19 Istituti di previdenza

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2022

	Valore nominale	Rinuncia utilizzazione	Valore del bilancio
Valori contabili 01.01.2022	10	0	10
Utilizzo (Costi del personale)	-9	0	-9
Valori contabili 31.12.2022	2	0	2

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2021

Valori contabili 01.01.2021	10	0	10
Utilizzo (Costi del personale)	0	0	0
Valori contabili 31.12.2021	10	0	10

Utile economico/impegno economico	31.12.2022	Fondi liberi insufficiente 31.12.2021	Quota economica del Gruppo Coop 31.12.2022	31.12.2021
Istituto di previdenza con fondi liberi	2	232	0	0
Piano di previdenza senza azioni proprie			-296	-265
Totale	2	232	-296	-265

Costo per la previdenza	Modifica voce di bilancio 2022		Contributi di competenza del periodo 2022	Costo per la previdenza nei costi del personale 2022	Modifica voce di bilancio 2021		Contributi di competenza del periodo 2021	Costo per la previdenza nei costi del personale 2021
	senza influsso sul risultato ¹	con influsso sul risultato			senza influsso sul risultato ¹	con influsso sul risultato		
Istituto di previdenza senza fondi liberi			306	306			15	15
Istituto di previdenza con fondi liberi			1	1			296	296
Piano di previdenza senza azioni proprie	-26	57	0	57	-25	36	0	36
Istituto di previdenza riassicurato			4	4			3	3
Utilizzo riserva dei contributi del datore di lavoro		9		9				
Totale	-26	65	311	376	-25	36	314	350

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

in mio. di CHF

20 Operazioni fuori bilancio	31.12.2022	31.12.2021
Fideiussioni, garanzie	9	9
Altri impegni quantificabili di carattere eventuale	7	7
Altri impegni potenziali che non devono essere registrati nel bilancio	131	56
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	8	15

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	31.12.2022	31.12.2021
Scadenza entro un anno	712	713
Scadenza nell'arco di 1-5 anni	2 182	2 290
Scadenza dopo oltre 5 anni	2 321	2 469

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 2022		Valori di contratto	Riconciliati al bilancio		Non riconciliati al bilancio	
Valore base	Scopo		Attivi	Passivi	Attivi	Passivi
Valute	Copertura	1 586	3	14	1	11

Strumenti finanziari derivati 2021		Valori di contratto	Riconciliati al bilancio		Non riconciliati al bilancio	
Valore base	Scopo		Attivi	Passivi	Attivi	Passivi
Valute	Copertura	1 552	42	-1	0	5

23 Transazioni con parti correlate

Transazioni con organizzazioni associate	2022	2021
Ricavo netto da forniture e servizi	39	21
Altri ricavi operativi	2	1
Ricavi finanziari	0	1
Costo delle merci	8	8
Spese di ufficio e di amministrazione	0	1
Spese di locazione	3	3
	31.12.2022	31.12.2021
Crediti da forniture e servizi	1	1
Altri crediti a breve termine	4	4
Prestiti	15	40
Debiti da forniture e servizi	4	3
Debiti finanziari a breve termine	0	1
Ratei e risconti passivi	0	1

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

2022

Società		Variazione	Data	31.12.2022 in %	31.12.2021 in %
Two Spice SA	CH-Dietlikon	Aumento della quota di partecipazione e consolidamento integrale	01/2022	50.4	32.8
Interkauf SA	CH-Oftringen	Fusione in Coop Società Cooperativa	01/2022	100.0	100.0
Bell Logistics N.V.	BE-Zellik	Fusione in Abraham Benelux S.A.	01/2022	68.4	66.3
TAP - die neutrale Handelsplattform GmbH	DE-Frechen	Acquisizione	01/2022	13.0	
Brand Views GmbH	DE-Amburgo	Liquidazione	01/2022		22.3
Gastro Tracking GmbH	DE-Norimberga	Liquidazione	01/2022		17.9
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Deconsolidamento	03/2022		100.0
OOO Basa	RU-Mosca	Deconsolidamento	03/2022		100.0
OOO Mikotrans	RU-Mosca	Deconsolidamento	03/2022		100.0
OOO Selgros	RU-Mosca	Deconsolidamento	03/2022		100.0
OOO Selgros Immobilien	RU-Mosca	Deconsolidamento	03/2022		100.0
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Mosca	Deconsolidamento	03/2022		100.0
Riedhart Handels GmbH	AT-Wörgl	Acquisizione	06/2022	100.0	
ZIMBO Perbal Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbál	Vendita	06/2022		66.3
General Markets Food Service Ibérica SLU	ES-Vilamalla	Fusione in Transgourmet Ibérica SAU	06/2022	100.0	100.0
General Markets Food Service Canarias SLU	ES-Ingenio	Fusione in General Markets Food Canarias SLU	06/2022	100.0	100.0
SCI Mittelfeld-Knoderer	FR-Valenton	Fusione in Transgourmet Immobilier France SAS	06/2022	100.0	100.0
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	Riduzione della quota di partecipazione	07/2022	15.4	30.8
Team Beverage Einzelhandel Süd GmbH	DE-Eggenfelden	Fusione in Team Beverage Einzelhandel GmbH	09/2022	35.7	35.7
Brütere Stöckli AG	CH-Ohmstal	Acquisizione	10/2022	68.4	
Bell Food Group SA	CH-Basilea	Aumento della quota di partecipazione	12/2022	68.4	66.3

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

2021

Società		Variazione	Data	31.12.2021 in %	31.12.2020 in %
Centro per Seminari Coop	CH-MuttENZ	Deconsolidamento	01/2021		100.0
Betty Bossi SA	CH-Zurigo	Fusione in Coop Società Cooperativa	01/2021	100.0	100.0
Centre de formation "du Léman"	CH-Jongny	Fusione in Coop Società Cooperativa	01/2021	100.0	100.0
transCoop GmbH	DE-Riedstadt	Fusione in Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	01/2021	100.0	100.0
Hilcona Holding SA	CH-Zugo	Fusione in Eisberg Holding AG	01/2021	66.3	66.3
Domaines & Châteaux Vins Birrhard SA	CH-Birrhard	Cambio di nome in Vini Zanini SA	02/2021	100.0	100.0
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Le Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Le Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Val de Lyon SAS	FR-St-Symphorien-sur-Coise	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Fusione in Abraham Benelux S.A.	04/2021	66.3	66.3
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-jolie	Fusione in SPEIR SAS	06/2021	100.0	100.0
AgeCore SA	CH-Ginevra	Aumento della quota di partecipazione	06/2021	25.0	16.7
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Amburgo	Fusione in Richard Sump GmbH	07/2021	100.0	100.0
Richard Sump GmbH	DE-Amburgo	Cambio di nome in Sump & Stammer GmbH International Food Supply	07/2021	100.0	100.0
Jumbo-Markt AG	CH-Dietlikon	Acquisizione e fusione in Coop Società Cooperativa	08/2021	100.0	
RS Vertriebs AG	CH-San Gallo	Fusione in Ing. dipl. Fust SA	08/2021	100.0	100.0
Bright Food Group Spain SAU	ES-Vilamalla	Acquisizione	08/2021	100.0	
General Markets Food Ibérica SAU	ES-Vilamalla	Acquisizione	08/2021	100.0	
General Markets Food Service Ibérica SLU	ES-Vilamalla	Acquisizione	08/2021	100.0	
General Markets Food Canarias SLU	ES-Ingenio	Acquisizione	08/2021	100.0	

General Markets Food Service Canarias SLU	ES-Ingenio	Acquisizione	08/2021	100.0	
GM Food Andorra SL	AD-Andorra la Vella	Acquisizione	08/2021	100.0	
MISERVI de Supermercats SL	ES-Girona	Acquisizione	08/2021	50.0	
update akademie GmbH	CH-Uzwil	Aumento della quota di partecipazione	08/2021	44.0	40.0
Marché Valocto SA	CH-Martigny	Acquisizione e fusione in Coop Società Cooperativa	09/2021	100.0	
Transgourmet Service GmbH	DE-Riedstadt	Costituzione	09/2021	100.0	
Interkauf SA	CH-Oftringen	Acquisizione	10/2021	100.0	
A.HOII! networking unit GmbH	DE-Amburgo	Aumento della quota di partecipazione	11/2021	17.8	9.0
Ing. dipl. Fust SA	CH-Oberbüren	Cambio di nome in Swiss Household Services SA	11/2021	100.0	100.0
General Markets Food Ibérica SAU	ES-Vilamalla	Cambio di nome in Transgourmet Ibérica SAU	11/2021	100.0	
Bright Food Group Spain SAU	ES-Vilamalla	Fusione in Transgourmet Ibérica SAU	12/2021	100.0	

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

25 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni

2022

in mio. di CHF

	Riedhart Handels GmbH	Two Spice SA	Altre organiz- zazioni
Liquidità	1	13	
Crediti e risconti attivi	6	4	
Rimanenze	6	4	2
Immobilizzi materiali	23	26	7
Debiti e ratei e risconti passivi	14	10	2
Debiti finanziari		23	3
Accantonamenti	4	4	1

2021

in mio. di CHF

	Interkauf SA	Jumbo-Markt AG	Gruppo Transgourmet Ibérica
Liquidità	3	113	40
Crediti e risconti attivi		22	66
Rimanenze		101	109
Immobilizzi materiali	110	353	65
Immobilizzi finanziari		2	10
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)		31	9
Debiti e ratei e risconti passivi	1	77	190
Debiti finanziari	36	61	43
Accantonamenti	10	41	1

26 Componenti principali nella diminuzione di organizzazioni consolidate

2022

in mio. di CHF

	Gruppo Transgourmet Russia
Liquidità	9
Crediti e risconti attivi	12
Rimanenze	17
Immobilizzi materiali	95
Debiti e ratei e risconti passivi	15
Debiti finanziari	85
Accantonamenti	1

Nel 2021 non è stata venduta nessuna azienda consolidata integralmente.

27 Perimetro di consolidamento

		Quota di capitale ¹		Inclusione
		31.12.2022 in %	31.12.2021 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	●
Autoparking Schützenmatte AG	CH-Altendorf	22.9	22.9	●
CapCo AG	FL-Vaduz	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	☐
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	☐
Parking Centre Ville SA	CH-Morges	31.2	31.2	●
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-Dietlikon	50.4	32.8	☐
update Fitness AG	CH-Münchwilen	80.0	80.0	☐
update akademie GmbH	CH-Münchwilen	44.0	44.0	●
Coop Società Cooperativa	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
AgeCore SA	CH-Ginevra	25.0	25.0	●
Coop Immobilien AG	CH-Berna	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	☐
Service 7000 AG	CH-Netstal	100.0	100.0	☐
Swiss Household Services SA	CH-Oberbüren	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	☐
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	☐
A.HOII! networking unit GmbH	DE-Amburgo	17.8	17.8	●
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	100.0	100.0	☐
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	51.0	51.0	☐
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	35.7	☐

		Quota di capitale ¹		Inclusione
		31.12.2022 in %	31.12.2021 in %	
gastronovi GmbH	DE-Brema	51.0	51.0	□
Geo-Marketing GmbH	DE-Colonia	25.0	25.0	●
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH	DE-Frechen	26.0	26.0	□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH & Co. KG	DE-Frechen	26.0	26.0	□
Hamburger Feinfrost GmbH	DE-Amburgo	100.0	100.0	□
MVF Markenvertriebs- und Förderungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	26.0	26.0	□
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	100.0	100.0	□
Sanologic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	100.0	100.0	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Amburgo	100.0	100.0	□
TAP - die neutrale Handelsplattform GmbH	DE-Frechen	13.0		●
Team Beverage AG	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Beverage Category Management und Vermarktung GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Beverage Convenience GmbH	DE-Rostock	35.7	35.7	□
Team Beverage Dienstleistungen GmbH	DE-Rostock	35.7	35.7	□
Team Beverage Einzelhandel GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Beverage Großhandel GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Beverage Marken und Systeme GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Business IT GmbH	DE-Stralsund	35.7	35.7	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Service 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	□
BSP SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
COFIDA SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Locagroup SAS	FR-Rungis	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	□
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 Ibérica SAU	ES-Vilamilla	100.0	100.0	□
General Markets Food Canarias SLU	ES-Ingenio	100.0	100.0	□
GM Food Andorra SL	AD-Andorra la Vella	100.0	100.0	□
MISERVI de Supermercats SL	ES-Girona	50.0	50.0	●
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	100.0	100.0	□
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	100.0	100.0	□
immodevelop GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□
Riedhart Handels GmbH	AT-Wörgl	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	□
Grossopanel AG	CH-Stans	33.3	33.3	●
Vinattieri Ticino SA	CH-Ligornetto	100.0	100.0	□
Vini Zanini SA	CH-Birrhard	100.0	100.0	□
wine AG Valentin & Von Salis	CH-Pontresina	50.0	50.0	●

		Quota di capitale ¹		Inclusione
		31.12.2022 in %	31.12.2021 in %	
Bell Food Group				
Bell Food Group SA	CH-Basilea	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Svizzera SA	CH-Basilea	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Brütere Stöckli AG	CH-Ohmstal	68.4		<input type="checkbox"/>
Geiser SA	CH-Schlieren	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Production Services GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell España Alimentación S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Nederland B.V.	NL-Breda	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell France SAS	FR-Teilhède	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hubers Landhendl GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Süddeutsche Truthahn AG	DE-Ampfing	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Brütere Schlierbach GmbH	AT-Pettenbach	64.9	63.0	<input type="checkbox"/>
Frisch Express GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
VTE-Beteiligungs GmbH + Co. KG	DE-Ampfing	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hilcona SA	FL-Schaan	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden-Echterdingen	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Eisberg SA	CH-Dällikon	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Eisberg Österreich GmbH	AT-Marchtrenk	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Eisberg Hungary Kft.	HU-Gyál	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Eisberg Spolka z o.o.	PL-Legnica	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Eisberg srl	RO-Pantelimon	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
E.S.S.P. España 2000 SL	ES-Aguilas	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli Holding AG	CH-Steinach	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli Nahrungsmittel AG	CH-Steinach	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung Ges.mBH	AT-Hard	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli Nahrungsmittel GmbH	DE-Radolfzell	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Granovita S.A.	ES-La Vall d'Uixó	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli UK Ltd.	GB-Redditch	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Bresc B.V.	NL-Sleeuwijk	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Ali-Big Industria Alimentare s.r.l.	IT-Brivio	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli Food s.r.o.	CZ-Zásmuky u Kolína	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli Food Kft.	HU-Budapest	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli Food Polska sp. z o.o.	PL-Lódz	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>
Hügli Food Slovakia s.r.o.	SK-Trnava	68.4	66.3	<input type="checkbox"/>

		Quota di capitale ¹		Inclusione
		31.12.2022 in %	31.12.2021 in %	
Centravo Holding AG	CH-Zurigo	20.3	19.7	●
GVFI SA	CH-Basilea	17.8	17.2	●
Baltic Vianco OÜ	EE-Sänna, Rõuge Vald	22.8	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.

28 Eventi successivi alla chiusura del bilancio

Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento:

A gennaio 2023, il Gruppo Transgourmet incrementa la quota di partecipazione nella società Team Beverage AG dal 35.7% al 45.9%.

L'7 febbraio 2023, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 23 marzo 2023.



Relazione dell'ufficio di revisione

All'Assemblea dei delegati del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea

Relazione sulla revisione del conto di gruppo

Giudizio

Abbiamo svolto la revisione del conto di gruppo della Coop Società Cooperativa e delle sue società affiliate (il gruppo), costituito dal bilancio consolidato al 31 dicembre 2022, dal conto economico consolidato, dal prospetto della variazione del capitale proprio consolidato e dal conto dei flussi di tesoreria consolidato per l'esercizio chiuso a tale data, come pure dall'allegato al conto di gruppo, che include anche la sintesi dei più significativi principi contabili applicati.

A nostro giudizio, conto di gruppo (da pagina 84 a pagina 109) fornisce un quadro fedele della situazione patrimoniale e finanziaria consolidata del gruppo al 31 dicembre 2022 come pure della situazione reddituale e dei suoi flussi di tesoreria consolidati per l'esercizio chiuso a tale data in conformità agli Swiss GAAP FER ed è conforme alla legge svizzera.

Elementi alla base del giudizio

Abbiamo svolto la nostra revisione contabile conformemente alla legge svizzera e agli Standard svizzeri di revisione contabile (SR-CH). Le nostre responsabilità ai sensi di tali norme e standard sono ulteriormente descritte al paragrafo «Responsabilità dell'ufficio di revisione per la revisione del conto di gruppo» della presente relazione. Siamo indipendenti rispetto al gruppo, conformemente alle disposizioni legali svizzere e ai requisiti della categoria professionale e abbiamo adempiuto agli altri nostri obblighi di condotta professionale nel rispetto di tali requisiti.

Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Aspetti chiave della revisione contabile



Riconoscimento dei ricavi

Gli aspetti chiave della revisione contabile sono quegli aspetti che, secondo il nostro giudizio professionale, sono stati maggiormente significativi nell'ambito della revisione del conto di gruppo dell'esercizio in esame. Tali aspetti sono stati da noi affrontati nell'ambito revisione contabile e nella formazione del nostro giudizio sul conto di gruppo nel suo complesso; pertanto, su tali aspetti non esprimiamo un giudizio separato.



RICONOSCIMENTO DEI RICAVI

Aspetto chiave della revisione contabile

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 nel bilancio. Abbiamo identificato i controlli chiave relativi al riconoscimento dei ricavi e ne abbiamo testato l'efficacia a campione. 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.), abbiamo effettuato i controlli corrispondenti (confronto dei documenti di base con SAP);
- Nell'ambito delle vendite al dettaglio abbiamo verificato il corretto funzionamento dei registratori di cassa controllando le impostazioni di sistema. Inoltre, abbiamo verificato a campione il sistema di controllo della contabilità del punto vendita (riconciliazione del fatturato con i pagamenti ricevuti);
- Inoltre, nell'ambito del fatturato da fornitura, abbiamo verificato a campione 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 poco 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



Altre informazioni

Il Consiglio d'amministrazione è responsabile delle altre informazioni. Le altre informazioni comprendono tutte le informazioni riportate nella relazione sulla gestione, ad eccezione del conto di gruppo e delle nostre relative relazioni.

Il nostro giudizio di revisione sul conto di gruppo non si estende alle altre informazioni e non formuliamo alcuna forma di conclusione di revisione su a riguardo.

Nell'ambito della nostra revisione contabile, è nostra responsabilità leggere le altre informazioni e, nel farlo, valutare se sussistano delle incoerenze significative rispetto al conto di gruppo o a quanto da noi appreso durante la revisione contabile, o se le altre informazioni sembrano contenere in altro modo delle anomalie significative.

Qualora, sulla base del lavoro da noi svolto, dovessimo giungere alla conclusione che vi è un'anomalia significativa nelle altre informazioni, siamo tenuti a comunicarlo. Non abbiamo alcuna osservazione da formulare a tale riguardo.

Responsabilità del Consiglio d'amministrazione per il conto di gruppo

Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto di gruppo in conformità agli Swiss GAAP FER e alle disposizioni legali, nonché per i controlli interni da esso ritenuti necessari per consentire l'allestimento di un conto di gruppo che sia esente da anomalie significative imputabili a frodi o errori.

Nell'allestimento del conto di gruppo, il Consiglio d'amministrazione è responsabile per la valutazione della capacità del gruppo di continuare l'attività aziendale, per l'informativa, se del caso, sugli aspetti correlati alla continuità aziendale, nonché per l'utilizzo del presupposto della continuità aziendale, a meno che il Consiglio d'amministrazione intenda liquidare il gruppo o cessare l'attività, oppure non abbia alternative realistiche a tali scelte.

Responsabilità dell'ufficio di revisione per la revisione del conto di gruppo

I nostri obiettivi sono l'acquisizione di una ragionevole sicurezza che il conto di gruppo nel suo complesso sia esente da anomalie significative, imputabili a frodi o errori, e l'emissione di una relazione che includa il nostro giudizio. Per ragionevole sicurezza si intende un livello elevato di sicurezza che, tuttavia, non fornisce la garanzia che una revisione contabile eseguita in conformità alla legge svizzera e agli SR-CH individui sempre un'anomalia significativa, qualora esistente. Le anomalie possono derivare da frodi o errori e sono considerate significative qualora si possa ragionevolmente attendere che esse, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni economiche degli utilizzatori prese sulla base del conto di gruppo.

Nell'ambito di una revisione contabile svolta in conformità alla legge svizzera come pure agli SR-CH, esercitiamo il giudizio professionale e manteniamo lo scetticismo professionale per tutta la durata della revisione. Inoltre:

- individuiamo e valutiamo i rischi di anomalie significative nel conto di gruppo, imputabili a frodi o errori, definiamo ed eseguiamo procedure di revisione in risposta a tali rischi ed acquisiamo elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio. Il rischio di non identificare un'anomalia significativa dovuta a frodi è più elevato rispetto al rischio di non identificare un'anomalia significativa derivante da errori, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno.
- acquisiamo una comprensione del controllo interno rilevante ai fini della revisione contabile allo scopo di definire procedure di revisione appropriate alle circostanze e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno del Gruppo.
- valutiamo l'appropriatezza dei principi contabili applicati nonché la ragionevolezza delle stime contabili effettuate, inclusa la relativa informativa.
- giungiamo ad una conclusione sull'appropriatezza dell'utilizzo da parte del Consiglio d'amministrazione del presupposto della continuità aziendale e, in base agli elementi probativi acquisiti, sull'eventuale esistenza di un'incertezza significativa riguardo ad eventi o circostanze che possono far sorgere dubbi significativi sulla capacità del gruppo di continuare l'attività aziendale. In presenza di un'incertezza significativa, siamo tenuti a richiamare l'attenzione nella relazione di revisione sulla relativa informativa nel conto di gruppo oppure, qualora tale informativa sia inadeguata, a riflettere tale circostanza nella formulazione del nostro giudizio. Le



nostre conclusioni sono basate sugli elementi probativi acquisiti fino alla data della nostra relazione. Tuttavia, eventi o circostanze successivi possono comportare la cessazione della continuità aziendale da parte del gruppo.

- valutiamo la presentazione, la struttura e il contenuto del conto di gruppo nel suo complesso, inclusa l'informativa, e se il conto di gruppo rappresenti le operazioni e gli eventi sottostanti in modo da fornire una corretta rappresentazione.
- acquisiamo elementi probativi sufficienti e appropriati sulle informazioni finanziarie delle imprese o delle differenti attività economiche svolte all'interno del gruppo per esprimere un giudizio sul conto di gruppo. Siamo responsabili della direzione, della supervisione e dello svolgimento della revisione del conto di gruppo. Siamo gli unici responsabili del giudizio di revisione sul conto di gruppo.

Comunichiamo al Consiglio d'amministrazione o al suo comitato competente, tra gli altri aspetti, la portata e la tempistica pianificate per la revisione contabile e i risultati significativi emersi, incluse le eventuali carenze significative nel controllo interno identificate nel corso della revisione contabile.

Forniamo al Consiglio d'amministrazione o al suo comitato competente anche una dichiarazione sul fatto che abbiamo rispettato le norme e i principi in materia di etica e di indipendenza applicabili e comunichiamo loro ogni situazione che possa ragionevolmente avere un effetto sulla nostra indipendenza e, ove applicabile, le relative misure di salvaguardia.

Tra gli aspetti comunicati al Consiglio d'amministrazione o al suo comitato competente, identifichiamo quelli che sono stati più rilevanti nell'ambito della revisione del conto di gruppo dell'esercizio in esame e che costituiscono quindi gli aspetti chiave della revisione contabile. Descriviamo questi aspetti nella nostra relazione, salvo che la legge o altre disposizioni regolatorie ne proibiscano la pubblicazione. In casi estremamente rari, possiamo giungere alla conclusione di non comunicare un aspetto chiave nella nostra relazione, in quanto sarebbe ragionevole supporre che le conseguenze negative che ne deriverebbero eccedano i vantaggi di una tale comunicazione per l'interesse pubblico.

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 SR-CH 890, confermiamo l'esistenza di un sistema di controllo interno per l'allestimento del conto di gruppo concepito secondo le direttive del Consiglio d'amministrazione.

Raccomandiamo di approvare il conto di gruppo che vi è stato sottoposto.

KPMG SA

Jürg Meisterhans
Perito revisore abilitato
Revisore responsabile

Martin Löber
Perito revisore abilitato

Basilea, 7 febbraio 2023