

## 1433 volte in Svizzera

Pronto Tankstelle Telli – Aarau Tankstelle Bahnhofstrasse – Aarberg – Aarberg Pronto Tankstelle – Aarburg – Aarburg Lumimart – Aarburg Pronto Tankstelle – Abtwil  
 Airolo – Allaman – Allaman Brico+Loisirs – Allaman Toptip – Allaman Interdiscount – Allaman Pronto station-service – Alle – Allmendingen – Allschwil Dorf – Allschwil  
 Dorf Lumimart – Altstätten SG – Ambri – Amriswil – Amriswil EPA – Amriswil Interdiscount – Amriswil Pronto Tankstelle – Andermatt – Anzère – Appenzell – Arbon – Arbon  
 station-service – Baar Gotthard – Baar Oberdorf – Baar Pronto Tankstelle – Bachenbülach Megastore – Bachenbülach Toptip – Bachenbülach Interdiscount – Bachenbülach  
 Wil – Balsthal – Balsthal Pronto Tankstelle – Bâretswil – Basel Spalemärt – Basel Bachletten – Basel Bäumlhof – Basel Europe – Basel Gundeli – Basel Klybeck – Basel  
 erstrasse – Basel Mattenstrasse – Basel Michelacker – Basel Mülhauserstrasse – Basel Neuweilerplatz – Basel Schorenweg – Basel Wanderstrasse – Basel Wiesenplatz  
 rgasse – Basel Import Parfumerie Greifengasse – Basel Import Parfumerie St. Jakob-Park – Basel Import Parfumerie Sternengasse – Basel Interdiscount XXL – Basel  
 el Pronto Badischer Bahnhof – Basel Pronto Centralhalle – Basel Pronto Güterstrasse – Basel Pronto Tankstelle Reinacherstrasse – Basel Pronto Tankstelle St. Jakob  
 Centro – Bellinzona Nord – Bellinzona PY – Bellinzona Sud – Bellinzona Interdiscount – Bellinzona stazione servizio – Belp – Berikon – Beringen – Bern Bethlehem – Bern  
 ulgenbach – Bern Winkelriedstrasse – Bern Zähringerstrasse – Bern Coop City Marktgasse – Bern Coop City Rifflyhof – Bern Bau+Hobby Bethlehem – Bern Toptip – Bern  
 rgergasse – Bern Interdiscount Bethlehem – Bern Interdiscount Neuengasse – Bern Interdiscount Waisenhausplatz – Bern Pronto Neuengasse – Bern Pronto Tankstelle  
 st Pronto Tankstelle – Biel Bahnhof – Biel Bözigen – Biel Centre – Biel Mett – Biel Moserstrasse – Biel Coop City – Biel Bau+Hobby – Biel Toptip – Biel Lumimart – Biel  
 stante Längfeldweg – Biel Pronto Tankstelle Solothurnerstrasse – Biel Vitality Apotheke – Biglen – Binningen – Binningen Pronto Tankstelle – Bioggio – Bioggio Toptip  
 ziona – Breitenbach – Bremgarten AG – Brienz – Brig – Brig Bau+Hobby – Brig Import Parfumerie – Brig Interdiscount – Brig Pronto Tankstelle – Brittnau – Broc – Brugg  
 rügg Interdiscount – Brunnen – Brüttisellen Pronto Tankstelle – Bubendorf – Buchs AG – Buchs SG – Buchs SG Import Parfumerie – Buchs SG Interdiscount – Buchs SG  
 e Interdiscount Route de Vevey – Buochs – Büren – Burgdorf Schützenmatte – Burgdorf Stadt – Burgdorf Import Parfumerie – Burgdorf Interdiscount – Burgdorf Pronto  
 Toptip – Carouge Pronto station-service – Carouge Interdiscount – Caslano – Castione – Castione Edile+Hobby – Celerina – Cernier – Cevio – Cham – Cham Bau+Hobby  
 asso Soldini – Chur Quader – Chur Kurfirsten – Chur Tittwiesen – Chur Coop City – Chur Bau+Hobby – Chur Toptip – Chur Lumimart – Chur Import Parfumerie – Chur  
 y Interdiscount – Collombey Pronto station-service – Colombier – Confignon – Conthey – Conthey Lumimart – Conthey Pronto station-service – Cortaillod – Cossonay  
 et – Crissier Pronto station-service – Crissier Vitality pharmacie – Cully – Dagmersellen – Däniken SO – Davos – Davos Import Parfumerie – Davos Interdiscount – Davos  
 ice – Derendingen – Dielsdorf – Dielsdorf Import Parfumerie – Dielsdorf Pronto Tankstelle – Diepoldsau Pronto Tankstelle – Diessenhofen – Diessenhofen Tankstelle  
 discount – Dintikon Pronto Tankstelle – Disentis – Domat-Ems – Dombresson – Dongio – Dornach – Dottikon – Dübendorf – Dübendorf Bau+Hobby – Dübendorf Toptip  
 iscount – Ecublens Pronto station-service – Effretikon Effimärt – Effretikon Watt – Egerkingen Megastore – Egerkingen – Egerkingen Bau+Hobby – Egerkingen Toptip  
 ke Sprengli – Emmenbrücke Import Parfumerie – Emmenbrücke Interdiscount – Engelberg – Entlebuch – Epalinges – Epalinges Brico+Loisirs – Erstfeld – Eschen Pronto  
 alen Toptip – Feuerthalen Pronto Tankstelle – Fiesch – Fiesch Pronto Tankstelle – Filisur – Fislisbach – Flamatt – Flawil – Fleurier – Flims – Flüh – Flums – Fontainemelon  
 nfeld Interdiscount Thurgipark – Frauenfeld Pronto Tankstelle Ost – Frauenfeld Pronto Tankstelle West – Frenkendorf – Frenkendorf Tankstelle – Fribourg Jura – Fribourg  
 discount – Fully – Gebenstorf – Gelterkinden – Gelterkinden Pronto Tankstelle – Genève Augustins – Genève Eaux-Vives – Genève Montbrillant – Genève Servette – Genève  
 nève Pâquis – Genève Rue de Lausanne – Genève Saint-Jean – Genève Sports – Genève Vieusseux – Genève Voltaire – Genève Coop City – Genève Coop City Fusterie  
 Interdiscount Coutance – Genève Interdiscount Cygnes – Genève Interdiscount Forum 2000 – Genève Interdiscount Fusterie – Genève Interdiscount Rive – Genève  
 en – Goldach – Goldau – Gommiswald – Göschenen – Gossau SG – Gossau SG Bau+Hobby – Gossau SG Import Parfumerie – Gossau SG Pronto Tankstelle – Gossau ZH  
 cy 1<sup>er</sup> Août – Grand-Lancy Palettes – Granges-Marnand – Granges-Marnand station-service – Granges-Paccot – Granges-Paccot Interdiscount – Gränichen – Grellingen  
 lle – Gstaad – Gümligen Dorf – Gümlingen Melchenbühl – Sigriswil – Gunzgen A1 Pronto – Haag Megastore – Haag Tankstelle – Hägendorf – Hallau – Hasle-Rüegsau  
 Hindelbank – Hinwil – Hinwil Toptip – Hitzkirch – Hochdorf – Holderbank Pronto Tankstelle – Horgen Leue-Huus – Horgen Waldegg – Horw – Horw Toptip – Hünenberg  
 Interlaken Import Parfumerie – Interlaken Interdiscount – Interlaken Pronto – Iséables – Ittigen – Ittigen Bau+Hobby – Ittigen Lumimart – Ittigen Tankstelle – Jegenstorf  
 ugst Interdiscount – Kandersteg – Kehrsatz – Kempthal A1 Pronto – Kerzers – Kilchberg – Kilchberg – Kleindöttingen – Klosters Platz – Klosters Dorf – Kloten – Kloten  
 en EPA – Kreuzlingen Bau+Hobby – Kreuzlingen Toptip – Kreuzlingen Import Parfumerie – Kreuzlingen Interdiscount Hauptstrasse – Kreuzlingen Interdiscount Karussell  
 – Kriens Tankstelle Pilatusmarkt – Kriens Vitality Apotheke – Kronbühl Pronto Tankstelle – Küblis – Künsnacht ZH Dorf – Künsnacht ZH Itschnach – Künsnacht ZH Bau+Hobby  
 Laux-de-Fonds Lumimart – La Chaux-de-Fonds Interdiscount – La Chaux-de-Fonds Pronto station-service – La Chaux-de-Fonds station-service – La Neuveville – La Roche  
 Bau+Hobby – Langenthal Toptip – Langenthal Import Parfumerie – Langenthal Interdiscount XXL – Langenthal Tankstelle – Langnau am Albis – Langnau im Emmental  
 z – Lausanne Chailly – Lausanne Chissiez – Lausanne Cour – Lausanne Entrebois – Lausanne Harpe – Lausanne Pontaise – Lausanne Sallaz – Lausanne Coop City  
 ane Interdiscount XXL – Lausanne Interdiscount Bel-Air – Lausanne Interdiscount Gare – Lausanne Pronto – Lausen – Lausen Pronto Tankstelle – Lauterbrunnen  
 Les Breuleux – Les Diablerets – Leysin – Leytron – Liestal – Liestal Pronto – Littau – Locarno Piazza Grande – Locarno Saleggi – Losone – Losone Interdiscount – Lostallo  
 – Luzern Löwencenter – Luzern Hubelmatt – Luzern Kasernenplatz – Luzern Schlossberg – Luzern Winkelried – Luzern Coop City – Luzern Import Parfumerie Hertenstein  
 discount – Madiswil – Magden – Maggia – Malters – Malvaglia – Männedorf – Marin-Epagnier Interdiscount – Marin-Epagnier Pronto station-service – Marly – Martigny  
 Interlaken – Matzendorf – Matzingen – Meggen – Meiringen – Melide – Mellingen – Mellingen Pronto Tankstelle – Mels Pizolcenter – Mels Dorf – Mels Bau+Hobby – Mels  
 in – Montagny – Montagny Brico+Loisirs – Montagny Toptip – Montagny Interdiscount – Montagny Pronto station-service – Montana – Monthey – Monthey Interdiscount  
 e Interdiscount – Mörel – Morges Charpentiers – Morges La Gottaz – Morges Lumimart – Morges Interdiscount – Morges station-service – Moudon – Moutier – Moutier  
 n Bau+Hobby – Münsingen Toptip – Münster VS – Muralto Interdiscount – Murgenthal – Murgenthal Pronto Tankstelle – Muri AG – Muri AG Tankstelle – Mürren – Murten  
 count – Neuchâtel Portes Rouges – Neuchâtel Clos-de-Serrières – Neuchâtel La Treille – Neuchâtel Vauseyon – Neuchâtel EPA – Neuchâtel Toptip – Neuchâtel Import  
 – Niederbipp Pronto Tankstelle – Niedererlinsbach – Niederglatt – Niedergösgen – Niederrohrdorf – Niderscherli – Niederurnen – Niederuzwil – Niederwangen – Noës  
 stelle – Oberburg – Oberburg Bau+Hobby – Oberdiessbach – Oberdorf – Oberehrendingen – Oberehrendingen – Oberehrendingen – Oberehrendingen Toptip – Oberrieden – Oberriet  
 nt – Olten Bifang – Olten Wilerfeld – Olten Coop City – Olten EPA – Olten Interdiscount Baslerstrasse – Olten Interdiscount Sälipark – Onex – Onex Brico+Loisirs – Orbe  
 Payerne Interdiscount – Penthelaz – Peseux – Petit-Lancy – Pfäffikon SZ Seedamm – Pfäffikon SZ Dorf – Pfäffikon SZ Bau+Hobby – Pfäffikon SZ Interdiscount Seedamm I  
 regassona – Prilly Centre – Prilly Malley – Prilly Interdiscount – Pully – Rapperswil SG Sonnenhof – Rapperswil SG Import Parfumerie – Rapperswil SG Interdiscount  
 dorf Toptip – Regensdorf Import Parfumerie – Regensdorf Interdiscount – Regensdorf Pronto Tankstelle – Reichenburg – Reiden – Reinach AG – Reinach AG Bau+Hobby  
 rs – Rennaz Interdiscount – Rennaz Pronto station-service – Reussbühl Pronto Tankstelle – Rheineck – Rheineck Tankstelle – Rheinfelden – Rheinfelden Pronto Tankstelle  
 Riehen Rauracher – Riehen Lörracher – Riehen Schmiedgasse – Riehen Pronto – Riggisberg – Riva San Vitale – Roggwil – Rohr – Rohrbach – Rolle – Romanel-sur-Lausanne  
 bas – Rorschach – Rorschach Import Parfumerie – Rorschach Interdiscount – Rorschach Pronto Tankstelle – Rothenburg – Rothrist – Rotkreuz – Roveredo – Rüfenacht BE  
 Safenwil – Safnern – Saignelégier – Samedan – Sargans – Sarnen – Savièse – Savigny – Saxon – Schaan Tankstelle – Schaffhausen Fronwagplatz – Schaffhausen Gruben  
 Schaffhausen Import Parfumerie Löwengässli – Schaffhausen Interdiscount Rhyпарк – Schaffhausen Interdiscount Vordergasse – Schaffhausen Interdiscount Vorstadt  
 nieren Import Parfumerie – Schlieren Interdiscount – Schmitten – Schöffland – Schönbühl – Schönbühl Interdiscount – Schönenwerd – Schönenwerd Bau+Hobby  
 t – Seewen SZ Pronto Tankstelle Bahnhofstrasse – Seewen SZ Pronto Tankstelle Seewenmarkt – Seewen SZ Vitality Apotheke – Selzach – Sembrancher – Sementina  
 unt XXL – Sihlbrugg Pronto Tankstelle – Sins – Sion Coop City – Sion Interdiscount – Sion Pronto – Sion Pronto station-service – Sirnach – Sissach – Sissach Bau+Hobby  
 37-39 – Solothurn Interdiscount Hauptgasse 55 – Sonceboz – Spiez – Spiez Interdiscount – Spreitenbach – Spreitenbach Lumimart – Spreitenbach Import Parfumerie  
 t, Gallen EPA – St. Gallen Bau+Hobby – St. Gallen Toptip – St. Gallen Lumimart – St. Gallen Import Parfumerie Gallusmarkt – St. Gallen Import Parfumerie Multergasse  
 Gallen Interdiscount Marktgasse – St. Gallen Pronto Tankstelle Rorschacherstrasse – St. Gallen Pronto Tankstelle Zürcherstrasse – St. Gallen Vitality Apotheke Neumarkt 5  
 Moritz Dorf – St. Moritz Interdiscount – Stabio – Stäfa – Stans – Stans Bau+Hobby – Stansstad – St-Aubin FR – St-Blaise – Steckborn – Ste-Croix – Steffisburg – Stein AG  
 ount – Sulgen – Sumiswald – Sursee – Sursee Interdiscount – Tafers – Tägerwilten – Täsch – Taverne – Tenero – Tenero Edile+Hobby – Tenero Import Parfumerie – Tenero  
 hierrens – Thun Strättligen Markt – Thun Lerchenfeld – Thun Schönaun – Thun Coop City Freienhof – Thun Coop City Kyburg – Thun Bau+Hobby – Thun Toptip – Thun  
 Triengen – Trimbach – Trübbach – Turbenthal – Turgi – Uetendorf – Uetikon – Uettligen – Umiken Tankstelle – Unterägeri – Unterentfelden – Unterentfelden Bau+Hobby  
 Verbier – Vernayaz – Vernier – Verscio – Versoix – Vésenaz – Vevey – Vevey EPA – Vevey Import Parfumerie – Vevey Interdiscount Rue de Lausanne – Vevey Interdiscount  
 euve VD – Villeneuve VD Toptip – Villmergen – Villmergen Bau+Hobby – Visp – Visp Interdiscount – Volketswil Megastore – Volketswil Coop City – Volketswil Bau+Hobby  
 stelle Zentrum – Volketswil Vitality Apotheke – Vouvy – Vuadens – Wabern – Wädenswil – Wädenswil Interdiscount – Wald ZH – Waldstatt – Walenstadt – Wallisellen  
 onto Tankstelle – Weinfelden Thurmatt – Weinfelden Marktplatz – Weinfelden Bau+Hobby – Weinfelden Toptip – Weinfelden Interdiscount – Weinfelden Pronto Tankstelle  
 iscount – Wiedlisbach – Wiesendangen – Wil SG – Wil SG Coop City – Wil SG Import Parfumerie – Wil SG Interdiscount – Wil SG Pronto Tankstelle – Wildhaus – Willisau  
 r Feldstrasse – Winterthur Gutschick – Winterthur Rosenberg – Winterthur Seen – Winterthur Stadtdor – Winterthur Töss – Winterthur Coop City – Winterthur Bau+Hobby  
 urther Interdiscount Grüzematt – Winterthur Interdiscount Marktgasse – Winterthur Interdiscount Neuwiesen – Winterthur Interdiscount Obertor – Winterthur Pronto  
 arfumerie – Yverdon – Yverdon Interdiscount – Yvonand – Zermatt – Zernez – Zizers – Zofingen – Zofingen Interdiscount – Zollikerberg – Zollikon – Zollikofen – Zollikofen  
 entrum – Zug Interdiscount Metall – Zumikon – Zuoz – Zürich Center Eleven – Zürich Letzipark – Zürich Wiedikon – Zürich Altstetten – Zürich Bahnhofbrücke – Zürich  
 – Zürich Dorflinde – Zürich Engimärt – Zürich Fluntern – Zürich Grosswiesenstrasse – Zürich Grünau – Zürich Gutstrasse – Zürich Hofwiesenstrasse – Zürich Hohlstrasse  
 cheffelstrasse – Zürich Schwamendinger Huus – Zürich Schweighofstrasse – Zürich Schwellistrasse – Zürich Seefeld – Zürich Stadelhofen – Zürich Stauffacher – Zürich  
 p City Bellvue – Zürich Coop City Oerlikon – Zürich Coop City St. Annahof – Zürich EPA – Zürich Bau+Hobby – Zürich Import Parfumerie Bahnhofstrasse – Zürich Import  
 arfumerie Löwenstrasse – Zürich Import Parfumerie Lutherstrasse – Zürich Import Parfumerie Oerlikon – Zürich Import Parfumerie Shopville – Zürich Import Parfumerie  
 enter Eleven – Zürich Interdiscount Enge Tessinerplatz – Zürich Interdiscount Hauptbahnhof – Zürich Interdiscount Löwen – Zürich Interdiscount Shopville – Zürich  
 ankstelle Pfingstweid – Zürich Vitality Apotheke – Zurzach – Zweisimmen – Zwingen Bau+Hobby – Zwingen Toptip

## Sintesi dell'esercizio del gruppo Coop

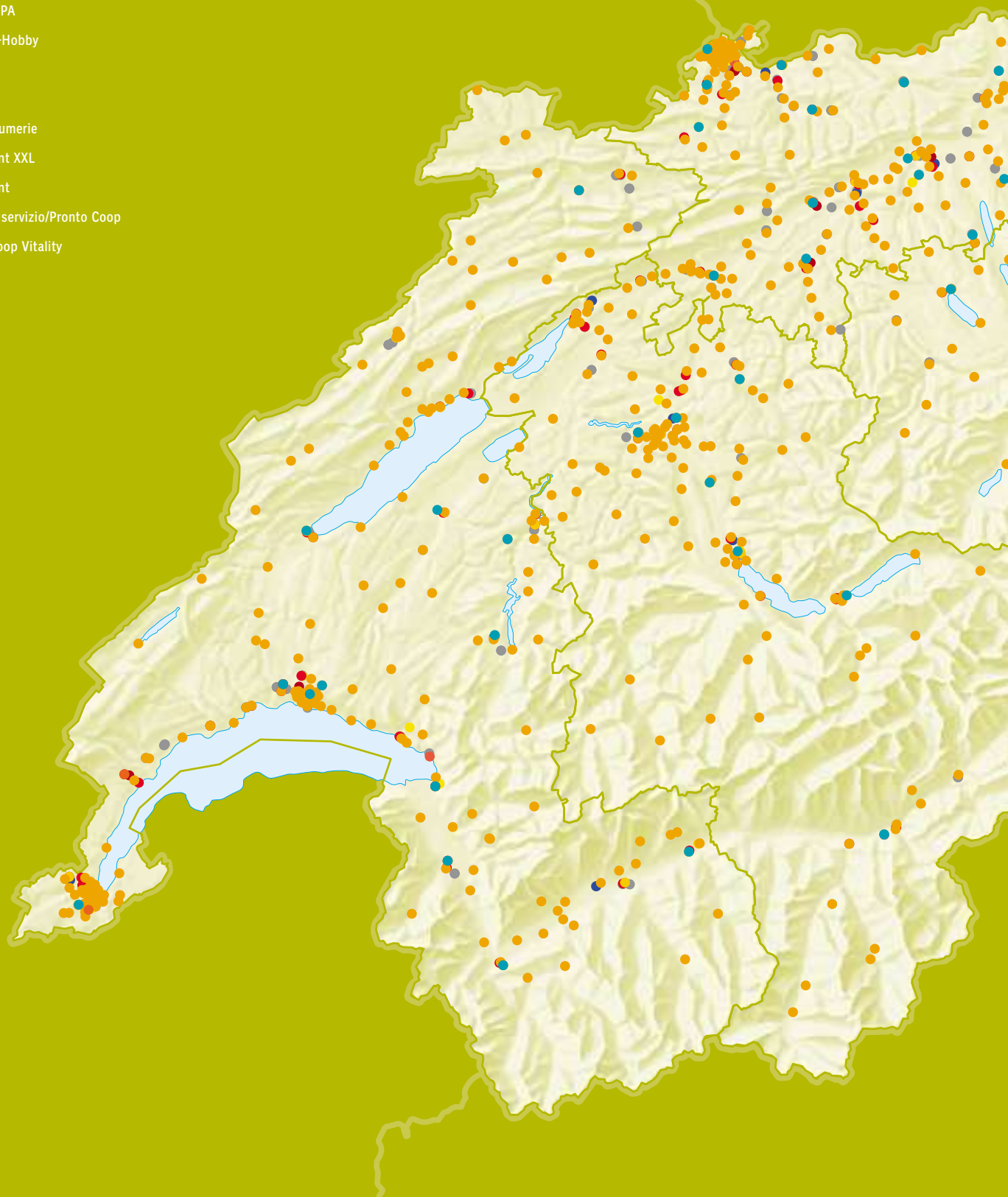
	2004	2003	Variazione		%
<b>Dati finanziari consolidati (mio. di CHF)</b>					
Cifra d'affari al dettaglio	13 983	14 396	-	413	- 2,9
Fatturato di cassa/vendite dirette	14 866	15 222	-	356	- 2,3
Rifornimenti lordi e servizi	16 539	16 672	-	134	- 0,8
Ricavo netto	14 127	14 434	-	308	- 2,1
Cash-flow d'esercizio (EBITDA)	1 171	1 177	-	6	- 0,5
Risultato d'esercizio (EBIT)	491	531	-	40	- 7,5
Risultato finanziario	- 103	- 98	-	6	+ 5,8
Risultato annuale	320	341	-	21	- 6,2
Capitale estraneo soggetto ad interessi	4 360	4 448	-	88	- 2,0
Debito finanziario netto	4 049	4 115	-	66	- 1,6
Capitale proprio incl. partecipazioni minoritarie	4 264	3 930	+	334	+ 8,5
<i>Quota di capitale proprio in %</i>	<i>37,8</i>	<i>34,5</i>	+	<i>3,2</i>	<i>+ 9,4</i>
Somma del bilancio	11 290	11 385	-	95	- 0,8
Flussi di liquidi prima della variazione dell'attivo circolante netto	905	849	+	56	+ 6,6
Flussi di liquidi da attività d'esercizio	481	864	-	383	- 44,3
Flussi di liquidi da attività d'investimento	- 431	- 858	+	427	- 49,7
Flussi di liquidi da attività finanziarie	- 71	- 119	+	48	- 40,6
<b>Collaboratori</b>					
Persone (al 31 dicembre)	47 158	50 406	-	3 248	- 6,4
Unità di personale a tempo pieno	39 292	41 249	-	1 957	- 4,7
<b>Famiglie associate</b> (al 31 dicembre)	<b>2 323 602</b>	<b>2 250 740</b>	<b>+</b>	<b>72 862</b>	<b>+ 3,2</b>
<b>Quote di mercato (%)</b>					
Base: volume di mercato BAK					
<i>Food</i>	<i>21,6</i>	<i>22,2</i>	-	<i>0,6</i>	
<i>Non Food</i>	<i>10,0</i>	<i>10,8</i>	-	<i>0,8</i>	
<i>Gruppo Coop</i>	<i>15,7</i>	<i>16,4</i>	-	<i>0,7</i>	
<b>Punti di vendita</b>					
Punti di vendita (al 31 dicembre)	1 433	1 513	-	80	- 5,3
Superficie di vendita (mq) (al 31 dicembre)	1 455 584	1 458 149	-	2 565	- 0,2
Fatturato di cassa (mio. di CHF)	13 649	14 032	-	383	- 2,7

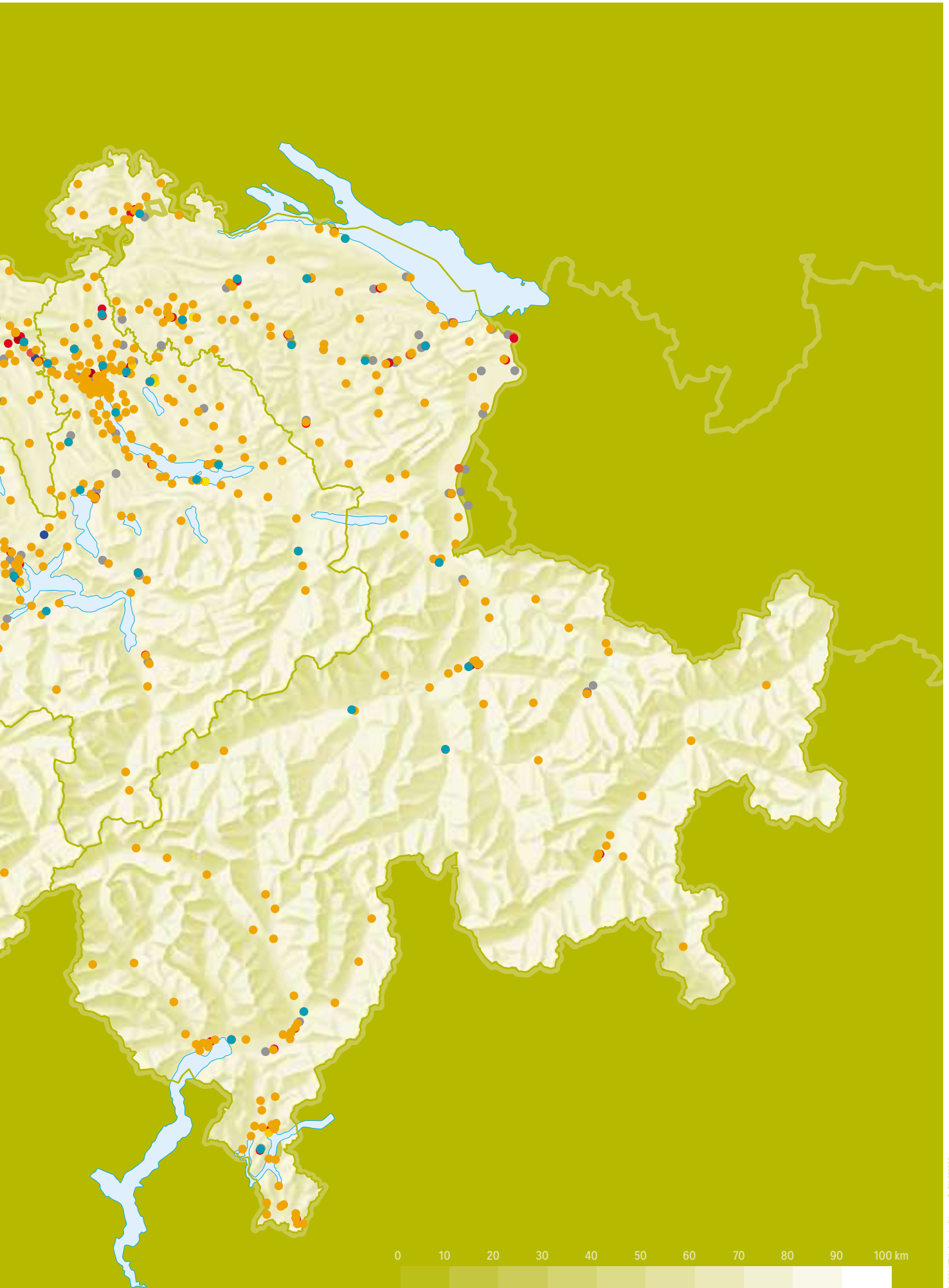
# Sommario

2	Sintesi dell'esercizio del gruppo Coop
8	Premessa
18	Progetti strategici
22	Punti di vendita
28	Prestazioni di mercato
36	Servizi per i clienti
40	Logistica e produzione
44	Collaboratori
46	Sostenibilità e impegno sociale
68	Corporate Governance
77	Il gruppo Coop in cifre
91	Conto annuale consolidato del gruppo Coop
111	Organi, management e indirizzi

Coop è sempre nelle vicinanze.

- Megastore Coop
- Supermercato Coop
- Coop City/EPA
- Coop Edile+Hobby
- Toptip
- Lumimart
- Import Parfumerie
- Interdiscount XXL
- Interdiscount
- Stazione di servizio/Pronto Coop
- Farmacia Coop Vitality





Coop è sempre all'altezza.





### *«CoopForte» in dirittura d'arrivo*

*Il progetto «CoopForte», iniziato nel 2001 con la fusione tra Coop Svizzera e 14 società cooperative Coop in un'unica azienda, è ormai in dirittura d'arrivo. La ristrutturazione di tutti i supermercati continua il suo corso. Sul mercato si stanno affermando nuovi formati di vendita. E a parte alcune eccezioni, la strategia logistica, tesa ad aumentare l'efficienza, si concluderà l'anno prossimo.*

*Con «CoopForte» ci siamo preparati per affrontare le sfide odierne nel commercio al dettaglio.*

### *Consolidamento della fase di crescita*

*Negli ultimi anni Coop ha migliorato costantemente la propria situazione economica e finanziaria. Tenendo presente la difficile situazione in cui versano i mercati e le svariate ristrutturazioni, il risultato del 2004 può essere considerato soddisfacente. Il fatturato cumulato di 14,87 miliardi di franchi rappresenta un calo del 2,3% rispetto all'anno scorso. Il fatturato del commercio al dettaglio è sceso a 13,98 miliardi di franchi (-2,9%) e il fatturato dei punti di vendita è sceso del 2,7% a 13,65 miliardi di franchi. Questi risultati sono dovuti essenzialmente alla chiusura e alla conversione di alcune filiali, nonché al tasso di rincaro negativo del 2,0% nell'assortimento Coop.*

*Dopo aver concluso tutte le acquisizioni dell'anno precedente e attuato la razionalizzazione di diverse sedi, il numero di punti di vendita è sceso a 1 433, il che rappresenta un calo di 80 unità. La superficie di vendita di 1 455 584 mq è rimasta praticamente invariata rispetto al 2003.*

### *Buona situazione economica e finanziaria*

*Con 1,17 miliardi di franchi, il cash flow operativo (EBITDA) è leggermente inferiore ai valori dell'anno precedente. Con 491 milioni di franchi, l'utile netto è diminuito del 7,5% rispetto al 2003, e il risultato annuo è sceso del 6,2% portandosi a quota 320 milioni di franchi.*

*Come gli anni passati, il bilancio è nuovamente migliorato: il debito finanziario netto è sceso a 4,05 miliardi di franchi (-1,6%) rispetto all'anno precedente. Il capitale di terzi è diminuito di 428 milioni di franchi ed è sceso a 7,03 miliardi di franchi. La quota sulla somma di bilancio ammonta al 62,2%. I mezzi propri (incluse le partecipazioni di minoranza) sono aumentati di 334 milioni di franchi salendo a 4,26 miliardi di franchi. È aumentata pertanto di 3,2 punti percentuali la quota sulla somma di bilancio che è salita al 37,8%.*



### Prezzo

*In un contesto economico difficile, i consumatori rivolgono molta più attenzione ai prezzi dei prodotti. Insieme all'ingresso di aziende straniere sul mercato svizzero, questa situazione inaspresce la concorrenza nel commercio al dettaglio. Noi prendiamo sul serio questo fenomeno, come dimostrano non solo il tasso di rincaro negativo dell'assortimento Coop nell'anno in esame, causato dai sostanziali ribassi applicati durante tutto l'anno e dalle riduzioni di prezzo mirate sugli articoli di marca e i prodotti di marca propria, ma anche l'introduzione della linea di prezzi bassi permanenti «Prix Garantie» nel gennaio 2005.*

### Differenziazione

*Adotteremo nuovi provvedimenti per aumentare l'efficienza del nostro sistema di prezzi. La qualità rimane sempre e comunque la nostra priorità numero uno. Abbiamo quattro fasce di prezzo, dalla linea di prodotti a prezzo basso permanente fino ai label di fiducia e ai prodotti Premium, e in ogni segmento cerchiamo di offrire il miglior rapporto qualità/prezzo. Proprio nell'attuale contesto economico in cui dominano le discussioni sui prezzi a breve termine, non perderemo di vista le nostre strategie e i nostri obiettivi a lungo termine. Anche in futuro ci differenzieremo dalla concorrenza, creando dei valori aggiunti per la nostra clientela: con la più fitta rete di modernissimi punti di vendita, con i label di fiducia che si distinguono sotto il profilo ecologico e sociale, con la più grande offerta di articoli di marca, con una più ampia offerta di prodotti freschi, con prodotti innovativi, con collaboratori competenti e con un'immagine di comunicazione accattivante.*

### 10 anni di Coop Naturaline e le Specialità regionali bio

*Un esempio della nostra differenziazione lo fornisce la gamma di tessuti in cotone bio offerta sotto il label di fiducia Coop Naturaline. Dieci anni fa, grazie alla collaborazione con l'azienda Remei AG, abbiamo avviato a Maikaal in India la produzione di cotone bio. Con il passare degli anni Coop si è trasformata da pioniere in leader mondiale nell'offerta di prodotti in cotone bio. Nel 2005 festeggiamo il decennale di Coop Naturaline con una campagna originale, accompagnata naturalmente da ottime offerte nei supermercati e nei Grandi Magazzini Coop City. Con la nuova offerta di Specialità regionali bio – un altro esempio della nostra strategia di differenziazione – Coop ha creato un valore aggiunto non solo per la nostra clientela ma anche per l'industria agricola svizzera. Con i prodotti bio di provenienza regionale, infatti, oltre a soddisfare l'esigenza dei consumatori che desiderano acquistare autentici prodotti svizzeri, intendiamo anche creare nuovi canali di vendita per le regioni periferiche.*

### **Sostenibilità e innovazione**

*Oltre agli aspetti economici, noi diamo particolarmente importanza anche a quelli ecologici e sociali, e non solo per i nostri prodotti ma nell'intera catena di approvvigionamento. Con il Rapporto di sostenibilità pubblicato a settembre abbiamo dato per la prima volta un resoconto completo sull'evoluzione della nostra azienda sul piano economico, ecologico e sociale, e sui rapporti intrattenuti con i nostri gruppi di interesse, di cui fanno parte anche i nostri partner commerciali. Essi ci hanno accompagnato nel progetto CoopForte ed hanno contribuito con le loro innovazioni al successo comune degli ultimi anni. Nel 2004 abbiamo premiato tre nostri partner commerciali con il premio Coop Natura per le straordinarie prestazioni fornite per i nostri label di fiducia.*

### **Riorganizzarsi per essere più efficienti**

*Anche nelle varie ristrutturazioni avviate durante l'esercizio in esame la nostra clientela è sempre stata al centro delle nostre attenzioni. Il Coop Category Management (CCM) e tutte le attività di acquisto sono state raggruppate nella nuova Direzione CCM/Acquisti. In questo modo siamo riusciti a creare delle sinergie sia nelle prestazioni di mercato, sia nel campo degli acquisti. A capo della nuova direzione c'è Jürg Peritz, che all'inizio del 2004 era entrato a far parte della Direzione generale.*

*A metà del 2004 Hans Winiger è andato in pensione e ha lasciato la Direzione generale. La Divisione Logistica, da lui diretta fino al suo pensionamento, è stata integrata nella nuova Direzione Logistica/Informatica/Produzione che fa capo a Jörg Ackermann. L'unione delle due divisioni chiave contribuisce a migliorare ulteriormente l'efficienza – il che si riflette sui prezzi dei prodotti, a tutto vantaggio della clientela.*

### **Grazie**

*Ringraziamo tutti coloro che negli ultimi anni ci hanno accompagnato nel costruire la nuova Coop. Grazie anche perché possiamo continuare a contare sulla fiducia della clientela, sullo spirito innovativo dei partner commerciali e sull'impegno dei collaboratori!*



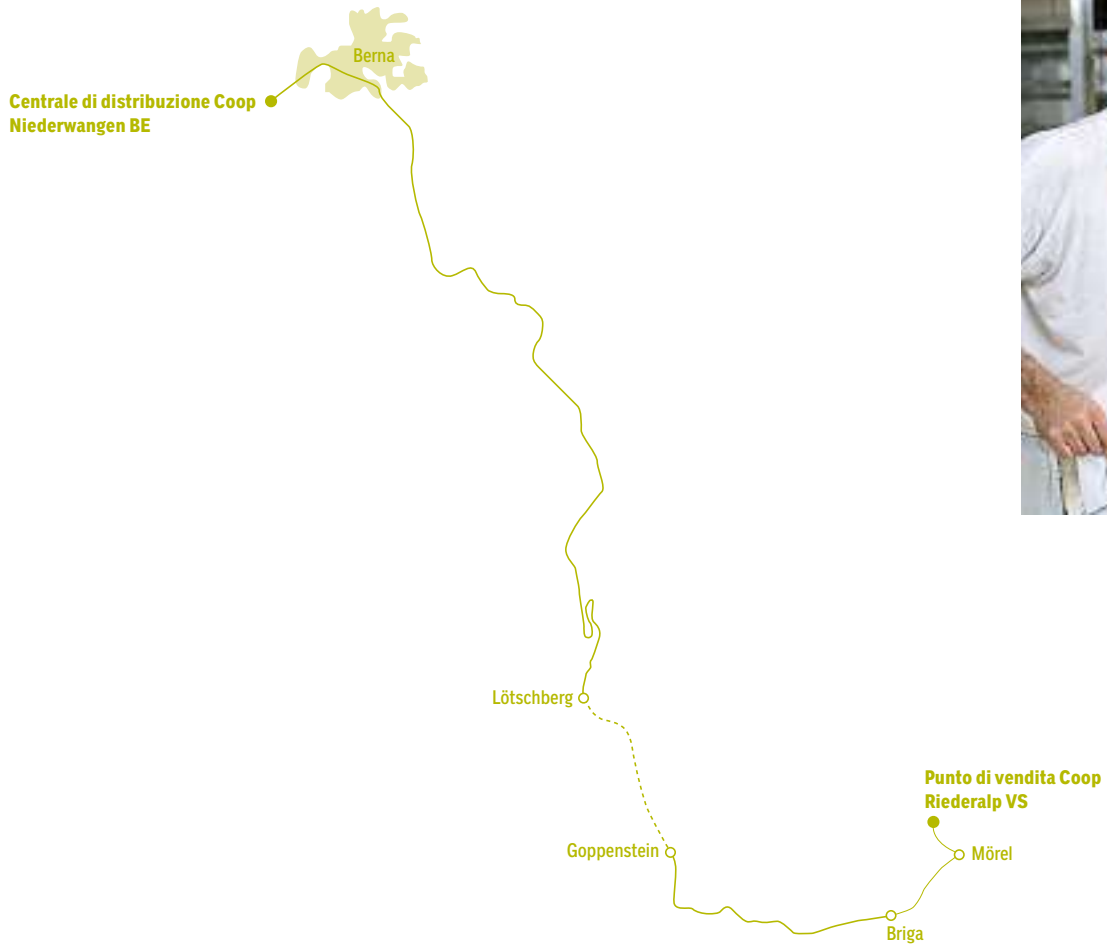
**Anton Felder**  
Presidente del  
Consiglio d'amministrazione



**Hansueli Loosli**  
Presidente  
della Direzione generale



Hansueli Loosli e Anton Felder, Centro commerciale Tägipark, Wettingen, Canton Argovia







in perfetto orario. Arrivo puntuale a Briga. Dopo il trasbordo, il viaggio prosegue su strada fino alla stazione a valle della funivia Riederalp a Mörel. L'autista scarica i rollcontainer e li prepara per il trasporto successivo.



I container vengono agganciati alla cabina della funivia. Viaggiano poi fino alla stazione di Riederalp, 1166 metri più in alto. Trasbordo su furgone. Dopo pochi metri la merce è a destinazione. I rollcontainer vengono



scaricati sulla rampa di carico del punto di vendita Coop di Riederalp. Non resta che vistare la consegna e riempire gli scaffali. Ore 8.00, apertura del negozio.





### Ci differenziamo puntando ai valori

La maggiore competitività e l'animata discussione sui prezzi inaspriscono la concorrenza. In questo contesto Coop si differenzia dai suoi concorrenti con straordinarie prestazioni di mercato, la vicinanza al cliente, la qualità, la scelta dei prodotti e le innovazioni. Coop è convinta che in futuro i consumatori faranno i loro acquisti con maggiore consapevolezza. Non cercheranno la merce più scarsa al prezzo più basso, ma il miglior rapporto tra prezzo e qualità. Per Coop ciò significa differenziazione su tutta la linea: con la più fitta rete di punti di vendita moderni e accoglienti. Con i label di fiducia Coop, i cui prodotti si distinguono sotto il profilo ecologico e sociale. Con il più ampio assortimento di articoli di marca. Con una vasta offerta di prodotti freschi. Con un sistema globale di assicurazione qualità. Con un personale ben istruito. E con un'immagine di comunicazione frizzante e innovativa.

Coop crea così dei valori unici – valori che non possono essere creati e neanche copiati da concorrenti che puntano solo sul prezzo. Grazie a questa differenziazione orientata ai valori, Coop vuole rafforzare ulteriormente la sua posizione di leader nel commercio alimentare svizzero.

**Grazie alla differenziazione orientata ai valori, Coop vuole rafforzare ulteriormente la sua posizione di leader nel commercio alimentare svizzero.**

## Nell'esercizio in esame Coop ha investito ingenti mezzi finanziari per aumentare l'efficienza del suo sistema di prezzi.

### Il prezzo diventa sempre più importante

I consumatori guardano ai prezzi con maggior attenzione: questa è una realtà che nessun'impresa del commercio al dettaglio in Svizzera può ignorare. Nell'esercizio in esame Coop ha investito ingenti mezzi finanziari per aumentare l'efficienza del suo sistema di prezzi – sia con estese promozioni, sia con riduzioni di prezzo selettive. Nel novembre 2004 Coop ha dato un segnale applicando una riduzione di prezzo tra il 10% e il 20% su 50 articoli di marca di uso quotidiano e a febbraio 2005 con un'altra riduzione di prezzo per 300 prodotti di marca propria e articoli di marca. I prezzi di Coop saranno ancora più interessanti, a cominciare da quelli per i prodotti propri per finire agli articoli di marca. In questo modo Coop resta fedele alla sua aspirazione: quella di offrire il miglior rapporto qualità/prezzo nel commercio al dettaglio, anche in un contesto concorrenziale più agguerrito.

Con «Prix Garantie», la nuova linea di prodotti a prezzo basso permanente, Coop lancia anche un'offerta nel settore dei primi prezzi. Da gennaio 2005, Coop offre nei supermercati circa 150 prodotti di uso quotidiano e nei Grandi Magazzini Coop City altri 50 prodotti Non Food a prezzi bassi permanenti, davvero imbattibili. Anche riducendo i prezzi fino al 50%, Coop non abbassa il livello di qualità. I prodotti «Prix Garantie» hanno sempre la qualità offerta solitamente dai prodotti di marca propria e si differenziano quindi chiaramente da quelli a bassissimo prezzo presenti sul mercato.

### Coop Category Management per supermercati e grandi magazzini

All'inizio del 2004 Coop ha riunito nella nuova direzione CCM/Acquisti il Coop Category Management (CCM) e tutte le attività di acquisto per i supermercati e i grandi magazzini, che prima erano organizzati nelle direzioni Retail e Trading. Questa mossa ha consentito di sfruttare meglio le risorse del personale e quelle organizzative, e di abbreviare i processi decisionali. L'unione delle due divisioni indica che l'orientamento alla clientela è un punto centrale nella strategia di Coop anche nelle attività di acquisto.

Da gennaio 2005, la direzione CCM/Acquisti lavora insieme alle tre divisioni Non Food Nearfood, Casa/Tempo libero e Tessili, e non più con due come in passato. Grazie a questa riorganizzazione, Coop può adeguare e mettere in pratica in modo ancora più specifico le strategie, i programmi e i provvedimenti tattici ai singoli gruppi merceologici.

### Logistica e informatica più efficienti sotto lo stesso tetto

A luglio 2004, la logistica è stata integrata, insieme all'informatica e alla produzione, nella nuova direzione Logistica/Informatica/Produzione. Per funzionare, la logistica non può fare a meno dell'informatica. La gestione unica porta ulteriori vantaggi in termini d'efficienza.

Il compito principale della logistica di Coop consiste nel distribuire le merci. L'obiettivo è quello di rifornire il punto di vendita giusto con la merce giusta nella giusta quantità e qualità e al momento giusto. Le attività si svolgono dietro le quinte, senza un vantaggio diretto visibile per i consumatori. Per questo motivo la logistica deve funzionare ad un costo possibilmente basso e al tempo stesso con un'elevata disponibilità di merce. Coop raggiunge questo obiettivo attuando la sua strategia logistica, che si trova ad un passo dalla conclusione. Coop ha investito complessivamente 500 milioni di franchi, ripartiti su più anni, nell'infrastruttura, nella ristrutturazione e nella costruzione delle centrali di distribuzione, nelle tecniche di preparazione, trasporto e stoccaggio, e nell'informatica.

Con il completamento dei lavori per la centrale di distribuzione di Aclens VD nel 2006, Coop concluderà la realizzazione delle strutture della strategia logistica. Rispetto alla situazione iniziale, sarà possibile risparmiare oltre 60 milioni di franchi l'anno sui costi dei processi – un risparmio che si traduce infine in riduzioni di prezzo, il tutto a vantaggio dei consumatori.

**Con la realizzazione delle strutture della strategia logistica, sarà possibile risparmiare oltre 60 milioni di franchi l'anno sui costi dei processi.**

#### Razionalizzazione delle sedi e nuova immagine di Coop City

Dall'inizio del 2003 Coop e EPA gestiscono insieme il canale Grandi Magazzini con l'obiettivo di trasformare progressivamente in Grandi Magazzini Coop City tutte le filiali EPA con un potenziale commerciale. Per il 1° gennaio 2004 tutti i collaboratori della ex EPA hanno ricevuto un contratto di lavoro di Coop. Il Category Management Grandi Magazzini è stato integrato nella direzione CCM/Acquisti.

Nel 2004 Coop ha proseguito con molta perseveranza la trasformazione di EPA in Coop City e la relativa razionalizzazione delle sedi sul piano nazionale. Vi saranno altre ristrutturazioni e chiusure, dopodiché questi processi saranno conclusi per la fine del 2005. In estate Coop City ha lanciato una nuova immagine pubblicitaria, creata appositamente per i grandi magazzini.

In un contesto di mercato in regresso, i Grandi Magazzini Coop City hanno subito un calo delle vendite, determinato anche dalle chiusure e dai lavori di ristrutturazione. L'obiettivo strategico rimane chiaro: con i 40 grandi magazzini previsti, ubicati in posizioni centrali di prim'ordine, Coop City vuole affermarsi chiaramente come numero due sul mercato nazionale, coprendo tutti i più importanti agglomerati.

#### Nuovi canali di smercio per le regioni periferiche con le «Specialità regionali bio»

Con la linea di prodotti «Specialità regionali bio», Coop ha lanciato nell'autunno 2004 una nuova offerta sotto il label di fiducia Naturaplan. Con le specialità bio, Coop offre mercati di smercio sicuri anche ai produttori minori: con piccole quantità di produzione, è possibile offrire i prodotti regionali bio in pochi punti di vendita locali; di norma raggiungono il mercato regionale e se le capacità lo consentono in parte anche quello nazionale. Il lancio di prodotti regionali bio è una risposta alla crescente esigenza da parte dei consumatori di acquistare prodotti svizzeri autentici e inconfondibili, provenienti dalla regione. Al tempo stesso Coop offre nuovi canali di smercio ai produttori situati in regioni periferiche, creando sul posto valore aggiunto e nuovi posti di lavoro. Abbiamo iniziato con latte e latticini, formaggi e tisane alle erbe, a cui seguiranno salumi e prodotti a base di cereali. Con il programma delle Specialità regionali bio, che al momento comprende 30 prodotti circa, Coop vuole realizzare a medio termine un fatturato di 100 milioni di franchi.

**Il lancio di prodotti regionali bio è una risposta alla crescente esigenza da parte dei consumatori di acquistare prodotti svizzeri autentici e inconfondibili, provenienti dalla regione.**

### Nuovo impegno di Coop nel rifornimento gastronomico

A gennaio 2005 Coop ha fondato, insieme al gruppo commerciale Rewe, la transGourmet Holding AG, una società che opera nel rifornimento gastronomico in Svizzera e Francia. Di questa joint venture faranno parte i centri all'ingrosso Prodega Cash+Carry e Growa Cash+Carry, l'azienda svizzera Howeg e quella francese Aldis Service Plus – due grossisti operanti nel rifornimento gastronomico –, che finora fanno parte del Bon Appétit Group. Coop integrerà la ditta Bell Gastro Service. Le società operative continueranno ad esercitare le loro attività sul mercato con i loro marchi conosciuti. A questa joint venture, il gruppo commerciale Rewe e Coop partecipano con il 50% ciascuno.

Con le sue aziende, la transGourmet Holding AG offrirà progetti su misura per il rifornimento all'ingrosso di piccoli e grandi clienti, nonché di clienti di sistema. I 21 centri Cash & Carry Prodega e Growa continueranno ad offrire un assortimento competente completo di 30 000 articoli circa.

Per Coop questa joint venture rappresenta da un lato l'ingresso in un settore di attività nuovo ma al tempo stesso familiare, e dall'altro un primo importante impegno strategico all'estero.

### **Formati food**

#### **792 supermercati in Svizzera**

I supermercati sono il core business del gruppo Coop. Coop è presente con 792 supermercati in tutte le regioni della Svizzera e gestisce pertanto la più fitta rete di vendita. Coop è il dettagliante svizzero più vicino al cliente: il 65% circa della popolazione svizzera ha un Supermercato Coop nel proprio comune di residenza, mentre il 99% raggiunge entro 10 minuti il più vicino punto di vendita Coop.

Durante l'esercizio in esame, Coop ha realizzato con i supermercati un fatturato di 9,01 miliardi di franchi, che corrisponde ad un calo del 5,0% rispetto al 2003. Sono stati aperti 16 e chiusi 44 punti di vendita.

La superficie di vendita è diminuita del 3,3% (da 787 012 mq nel 2003 a 761 310 mq nel 2004).

Anche nel 2004 Coop ha proseguito la trasformazione dei supermercati secondo la nuova immagine dei punti di vendita. Coop ha investito oltre 600 milioni di franchi in lavori di ristrutturazione per diversi punti di vendita.

La ristrutturazione dei supermercati prosegue anche quest'anno e dovrebbe concludersi entro il 2008.

**Il 65% circa della popolazione svizzera ha un Supermercato Coop nel proprio comune di residenza, mentre il 99% raggiunge entro 10 minuti il più vicino punto di vendita Coop.**

#### **Dodici Megastore in tutta la Svizzera**

A giugno 2004 – dopo una fase di ristrutturazione più lunga del previsto per via del fermo dei lavori disposto dalle autorità – l'ex filiale Waro di Bachenbülach ZH ha riaperto i battenti come nuovo Coop Megastore. Due altri Megastore sono stati inaugurati a dicembre nel centro commerciale Tägipark di Wettingen AG e a Dietikon ZH. Insieme ai Megastore già presenti nei cantoni di Ginevra, Vaud, Soletta, Lucerna, San Gallo e Zurigo, Coop gestisce oggi dodici Megastore sparsi in tutta la Svizzera. Ad agosto 2005 aprirà i battenti anche il nuovo Megastore nello stadio Wankdorf di Berna. Le ammiraglie del gruppo Coop offrono un nuovo paradiso per lo shopping con 40 000 prodotti circa, distribuiti su una media di oltre 5 000 mq di superficie.

### I centri commerciali rispondono ad un'esigenza ben precisa

Anche nel 2004 Coop ha aperto punti di vendita in vari centri commerciali, tra cui il Milavy Centre ad Avenches VD, lo Stadtmarkt a Wil SG e il Seewenmarkt a Seewen SZ. Oltre a un vasto assortimento Coop, in questi centri i clienti trovano anche offerte complementari negli altri negozi. A ottobre Coop ha aperto a Tenero TI il più grande centro commerciale del Sopraceneri, con un Supermercato Coop, un centro Edile+Hobby, un negozio Interdiscount XXL, una farmacia Vitality e un punto di vendita Import Parfumerie. A maggio 2005 sarà inaugurato il centro commerciale Aarepark a Würenlingen AG e ad agosto il centro commerciale nel nuovo stadio Wankdorf di Berna.

### Coop Supermercato Online ora in due lingue

Nell'esercizio in esame è di nuovo aumentata presso la clientela la popolarità di [www.coop.ch](http://www.coop.ch), il supermercato virtuale di Coop. Il fatturato è salito del 55% circa rispetto all'anno precedente, portandosi a 16 milioni di franchi, il che va attribuito anche al continuo ampliamento dell'area di consegna. Dal novembre 2004 si possono fare acquisti online anche nelle regioni di Aarau/Olten, Bienne/Lyss e Zugo/Cham. Un passo importante è stato l'avvio delle consegne nella regione di Ginevra/Losanna/Montreux all'inizio di dicembre 2004: il Supermercato Online è ora disponibile in due lingue. L'assortimento è stato ampliato con prodotti di carne fresca e surgelati, profumi di marca a prezzi discount e varie linee di cosmetici, nonché con 50 vini. In media i clienti acquistano per un importo di quasi 200 franchi per ordinazione. La maggior parte delle ordinazioni entra il venerdì e nelle settimane che precedono i giorni festivi importanti.

### Un passo importante è stato l'avvio delle consegne nella regione di Ginevra/Losanna/Montreux all'inizio di dicembre 2004: il Supermercato Online è ora disponibile in due lingue.

### Più prodotti freschi nei negozi Coop Pronto

Nell'esercizio in esame, gli shop convenience Coop Pronto sono riusciti ad aumentare il fatturato a 250 milioni di franchi (+ 19,6%). Questo risultato dimostra il dinamismo costante che regna nel segmento convenience. Nel 2004 Coop ha aperto 13 nuovi Coop Pronto presso stazioni di servizio e 7 shop senza stazioni di servizio (stand-alone).

L'apertura del nuovo Coop Pronto nella «Centralhalle» di Basilea rappresenta una pietra miliare nell'evoluzione di questo formato. Su una superficie di vendita di 260 mq, oltre al consueto assortimento convenience questo Coop Pronto offre anche prodotti freschi in self-service, come insalate, frutta, muesli e antipasti. Per il 2005 è prevista l'apertura di altri 20 shop con e senza stazione di servizio. L'assortimento di circa 2 500 articoli viene costantemente adeguato alle nuove esigenze – in particolare alla maggiore domanda di prodotti freschi.

### Ristoranti Coop con offerta bio: unici in tutta Europa

Nel 2004, malgrado il calo del mercato, i Ristoranti Coop sono riusciti a difendersi bene grazie ad un interessante rapporto qualità/prezzo. Sono stati inaugurati 10 nuovi Ristoranti Coop. A questi si aggiungono 3 nuovi Bistro e un Take it. 7 ristoranti sono stati chiusi.

Quasi tutti i Ristoranti Coop hanno ottenuto la certificazione per ristoranti con cucina parzialmente bio. La certificazione bio per un'intera catena di ristoranti è unica non solo in Svizzera ma in tutta Europa.

### Formati speciali

#### Coop City:

#### trasformazione e razionalizzazione delle sedi...

Dall'inizio del 2003, EPA e Coop gestiscono in comune il canale Grandi Magazzini secondo una strategia unitaria. Le filiali EPA con un potenziale di mercato vengono costantemente trasformate in Grandi Magazzini Coop City.

Dopo otto ristrutturazioni totali nel 2003 ed altre otto inaugurazioni, nel 2004 Coop City era presente sul mercato già con 26 punti di vendita, oltre ad alcune filiali EPA che saranno presto ristrutturate. Nel 2005 i grandi magazzini EPA di San Gallo e di Neuchâtel saranno completamente ristrutturati e riaperti sotto il marchio Coop City. Gli assortimenti delle filiali EPA di Zurigo Sihlporte, Zugo, Basilea Gerbergasse, Ginevra

Meyrin e Losanna saranno adeguati alle offerte di Coop City. Dopodiché anche questi negozi saranno gestiti sotto il nome Coop City. Nel 2004 sono stati chiusi 6 punti di vendita. Per il 2005 è prevista la chiusura di altri 13 negozi. La razionalizzazione delle sedi sarà quindi conclusa alla fine del 2005.

In un difficile contesto di mercato i grandi magazzini EPA e Coop City hanno realizzato un fatturato di 1,09 miliardi di franchi, ossia il 11,4% in meno dell'anno precedente. Le cause per questo calo di fatturato vanno ricercate soprattutto nella riduzione dei punti di vendita e nelle chiusure temporanee per i lavori di ristrutturazione. Con i previsti 40 punti di vendita ubicati in posizioni di prim'ordine, Coop City vuole affermarsi nettamente come numero due sul mercato nazionale. Occorre consolidare il posizionamento come grande magazzino per gli acquisti di tutti i giorni con un interessante rapporto qualità/prezzo e un orientamento mirato alla donna. Coop ha integrato tutti i collaboratori che lavoravano per EPA nel proprio contratto collettivo di lavoro. Ha inoltre integrato il Category Management Grandi Magazzini nella direzione CCM/Acquisti.

**Con i previsti 40 punti di vendita ubicati in posizioni di prim'ordine, Coop City vuole affermarsi nettamente come numero due sul mercato nazionale.**

**...con una nuova immagine e nuovi assortimenti**

A luglio 2004 Coop City ha lanciato una nuova strategia pubblicitaria dal forte impatto emotivo, creato appositamente per i grandi magazzini. Sempre a luglio è stato leggermente modificato il logo. L'attuale programma di costruzione dei negozi è stato lievemente adeguato in base alle nuove esigenze. Queste modifiche saranno visibili alla clientela dopo le ristrutturazioni totali del 2005. I reparti food delle filiali EPA, riforniti in passato da Usego, dal 2004 sono approvvigionati da Coop con generi alimentari e articoli complementari dell'assortimento Non Food.

Nel settore della profumeria, Coop City ha intensificato la collaborazione con Import Parfumerie.

**Nel 2004 i centri Coop Edile+Hobby hanno realizzato un fatturato di 619 milioni di franchi, pari ad un aumento del 4,7% rispetto al 2003. Coop ha ampliato ulteriormente la sua leadership di mercato.**

**Edile+Hobby: i vantaggi della ProfiCard**

Nel 2004 i centri Coop Edile+Hobby hanno realizzato un fatturato di 619 milioni di franchi, pari ad un aumento del 4,7% rispetto al 2003. Coop ha ampliato ulteriormente la sua leadership di mercato. Con l'apertura dei nuovi centri a Bülach ZH, Bulle FR, Seewen SZ e Tenero TI, nel 2004 la rete di punti di vendita è aumentata a 63 unità. I centri Coop Edile+Hobby a Brig-Glis VS, Villmergen AG, Lugano-Grancia TI, Würenlingen AG e Wettingen AG sono stati ristrutturati ed ampliati. Soprattutto il settore giardinaggio è stato notevolmente allargato in sintonia con la strategia Edile+Hobby 2008. Rispetto all'obiettivo di espansione – 85 centri entro il 2008 – il segmento Edile+Hobby è in perfetto orario. Anche nell'esercizio in esame il segmento Edile+Hobby è riuscito ad aumentare le vendite di prodotti Coop Oecoplan di oltre il 10%.

La ProfiCard Edile+Hobby introdotta nell'autunno 2003 ha ottenuto larghi consensi. Oltre 6 000 operatori – piccole aziende artigianali, contadini e artigiani professionisti – utilizzano la carta e approfittano degli speciali sconti offerti.

**Toptip/Lumimart: collaborazione con il WWF**

Nel 2004 Toptip ha registrato insieme a Lumimart un fatturato di 255 milioni di franchi. Toptip da sola ha generato un aumento dello 0,4% rispetto all'anno precedente, mentre per Lumimart l'incremento delle vendite è stato addirittura del 5,2%. Nel mercato dei mobili altamente competitivo, Toptip è riuscita ad aumentare il fatturato, raggiungendo oggi una quota di mercato del 7,3%.

Dopo l'apertura di 2 e la chiusura di 2 negozi, Toptip conta ora in tutta la Svizzera 44 punti di vendita, mentre Lumimart ne detiene 17.

Toptip ha recepito le esigenze della clientela che desidera acquistare prodotti ecologici: ha infatti concluso un accordo di collaborazione con il WWF svizzero per lo sviluppo comune di nuovi prodotti in futuro. Toptip



fornisce inoltre informazioni sul tipo di legno, il paese d'origine e il metodo di produzione mediante una dichiarazione di facile lettura per i consumatori. A partire dalla primavera 2005, i clienti potranno usufruire in 10 punti di vendita Toptip di speciali piattaforme ecologiche che presentano prodotti fabbricati con il legno certificato FSC.

#### Sistematica strategia discount di Import Parfumerie

Nel 2004 Import Parfumerie ha applicato in modo ancora più sistematico la sua strategia discount, concentrando e riducendo il proprio assortimento ai 4 000 articoli più richiesti ed abbassando permanentemente il prezzo dei 300 prodotti più importanti. Con 141 milioni di franchi, Import Parfumerie ha praticamente eguagliato il fatturato del 2003. 9 nuove profumerie hanno aperto i battenti, tre delle quali per la prima volta in Ticino, mentre 12 punti di vendita sono stati chiusi.

Import Parfumerie, che all'inizio del 2004 è passata dalla Direzione Commercio al dettaglio alla Direzione Trading, fa parte del gruppo Coop dal 1994. Dall'ottobre 2004 festeggia questo decennale con speciali iniziative mensili per la clientela.

#### Commercio al dettaglio

##### Interdiscount XXL in tutta la Svizzera

Anche nel 2004 Interdiscount ha proseguito a pieno ritmo la ristrutturazione dei suoi punti di vendita. Dei 174 negozi esistenti, 76 sono già stati riorganizzati secondo la nuova strategia. Nel quadro della razionalizzazione delle sedi, nell'esercizio in esame sono stati chiusi 15 punti di vendita mentre ne sono stati aperti 7 nuovi.

È inoltre proseguita l'espansione del nuovo formato Interdiscount XXL. Con l'apertura dei nuovi negozi a Losanna, Zurigo, Basilea, Aarau, Egerkingen SO e Tenero TI, Interdiscount gestisce ora otto negozi ad alta superficie di vendita, distribuiti in tutta la Svizzera. Interdiscount ha realizzato il più grande punto di vendita XXL a Basilea, nei locali dell'ex Grande Magazzino Coop City Märthof. La superficie di vendita di oltre 4 000 m<sup>2</sup> è distribuita su sei piani e propone un'offerta completa di apparecchi al top della gamma, ben suddivisi secondo il campo di applicazione. In questo negozio i clienti trovano sotto lo stesso tetto tutte le innovazioni moderne dell'elettronica di consumo. Il rapido e conveniente servizio di consegna a domicilio consente di acquistare senza difficoltà anche apparecchi di grandi dimensioni.

Grazie all'ampliamento e rinnovamento sistematico della rete di punti di vendita, Interdiscount ha aumentato il fatturato dell'1,8% rispetto al 2003 portandolo a 865 milioni di franchi, incrementando la propria quota di mercato. Anche per il 2005 l'obiettivo è di conquistare nuove quote di mercato e di espandere la rete con altri cinque punti di vendita nel formato XXL.

## È proseguita l'espansione del nuovo formato Interdiscount XXL.

#### Nuove farmacie Coop Vitality nei centri commerciali

Nel 2004 le farmacie Coop Vitality hanno realizzato, con 4 punti di vendita in più, un fatturato di 20 milioni di franchi, il che rappresenta un aumento dell'86,3% rispetto al 2003.

Per inizio 2004 Coop Vitality ha rilevato la ex farmacia EPA sulla Marktplatz di Basilea. Nel corso dell'anno sono state aperte nuove farmacie nei centri commerciali di Seewen SZ, Tenero TI e Wettingen AG. Nel 2005 saranno aperte almeno altre sette farmacie. A medio termine l'obiettivo rimane quello di gestire 50 punti di vendita.

#### Coop Mineraloel AG: ulteriore aumento della quota di mercato nella vendita di carburante

La Coop Mineraloel AG, che gestisce le stazioni di servizio Coop, gli shop Coop Pronto e la vendita di olio combustibile, è riuscita ad aumentare del 19,7% il fatturato, portandolo a 1,02 miliardi di franchi. Mentre la vendita dell'olio combustibile è rimasta ai livelli dell'anno precedente, le vendite di carburante presso le stazioni di servizio sono aumentate del 27% circa, permettendo di conquistare altre quote di mercato. Questo risultato è legato anche agli sviluppi positivi degli shop Coop Pronto.





Centro commerciale Seewenmarkt, Seewen, Canton Svitto

### Coop si distingue dalla concorrenza grazie al mix di marche

Per Coop rivestono un'importanza vitale sia l'elevata competenza nella composizione dell'assortimento che l'offerta con cui si differenzia sul mercato. Grazie al suo profilo di marca, in futuro Coop si distinguerà ulteriormente dalla concorrenza. Malgrado le attuali discussioni sui prezzi, o proprio a causa di esse, la base del profilo di marca continua ad essere il mix di marche inimitabile e orientato alla qualità. Tale mix è composto dai label di fiducia Coop, che costituiscono attualmente il 19% del fatturato, dalla marca propria Coop, pari al 27%, e dagli articoli di marca, la cui quota del 54% rappresenta la fetta maggiore del fatturato.

Con il lancio della linea di prodotti a prezzo basso permanente «Prix Garantie», dal gennaio 2005 i clienti possono scegliere all'interno dell'assortimento Coop tra quattro fasce di prezzo, dal settore dei primi prezzi ai prodotti Premium.

### I label di fiducia si distinguono sotto il profilo ecologico e sociale

#### Premio Coop Natura per innovazioni da parte dei partner commerciali

Anche nel 2004 i label di fiducia Coop Naturaplan, Coop Naturaline, Coop Oecoplan e Max Havelaar hanno registrato un sensibile aumento del fatturato a 1,36 miliardi di franchi (+ 10,2%). Coop Naturaplan è il label più conosciuto in Svizzera per prodotti rispettosi degli animali e dell'ambiente. Il successo e la continua crescita dei label di fiducia ecologici e socialmente compatibili di Coop sono dovuti anche alla volontà d'innovazione da parte dei partner commerciali. Ogni due anni, Coop premia esempi significativi di queste innovazioni. Nel settembre 2004 Coop ha insignito del Premio Natura i seguenti tre partner commerciali:

- la bio familia AG, Sachseln OW, per il suo ruolo di precursore nella promozione dell'agricoltura biologica e per il primo müesli bio nell'assortimento Naturaplan
- la FLAWA AG, Flawil SG, per la fabbricazione di prodotti d'ovatta di cotone bio, che ha portato alla conversione al cotone bio dell'intero assortimento in ovatta di Coop
- la Andermatt Biogarten AG, Grossdietwil LU, per le innovazioni nel campo dei fitofarmaci biologici per i prati da gioco.

## Il successo e la continua crescita dei label di fiducia ecologici e socialmente compatibili di Coop sono dovuti anche alla volontà d'innovazione da parte dei partner commerciali.

### Coop Naturaplan: specialità bio dalle regioni

Nell'esercizio in esame, il label di fiducia Coop Naturaplan ha incrementato ulteriormente il fatturato portandolo a 1,11 miliardi di franchi (+ 6,7%). L'assortimento Naturaplan comprende oltre 1 700 prodotti, di cui ben 1 300 in qualità bio. Per alcuni gruppi di prodotti, la quota Naturaplan ammonta già ad oltre il 50%. Anche nel settore pesci/frutti di mare Coop amplia l'offerta Naturaplan. I gamberetti bio, arrivati per la prima volta nel 2004 sugli scaffali di Coop, rappresentano una vera innovazione. Nel frattempo, Coop ha sostituito quasi l'intero assortimento di gamberetti con prodotti di qualità bio.

Con la linea di prodotti «Specialità regionali bio», Coop ha lanciato nell'autunno 2004 una nuova offerta sotto il label di fiducia Naturaplan. I prodotti freschi provengono interamente dalla regione corrispondente, mentre per i prodotti lavorati almeno il 90% delle materie prime proviene dalla regione, e, nei limiti del possibile, la lavorazione avviene sempre sul posto. Con piccole capacità di produzione, è possibile offrire i prodotti regionali bio in pochi punti di vendita locali; di norma raggiungono il mercato regionale e, se le capacità lo consentono, in parte anche quello nazionale. Con questo nuovo assortimento Coop desidera offrire ai clienti generi alimentari dal carattere regionale e creare al tempo stesso nuovi canali di smercio e, di conseguenza, valore aggiunto e nuovi posti di lavoro nelle regioni periferiche. Abbiamo iniziato con latte e latticini, formaggi e tisane alle erbe, a cui seguiranno salumi e prodotti a base di cereali. Con il programma delle specialità regionali bio, che al momento comprende 50 prodotti circa provenienti da 20 regioni, Coop vuole realizzare a medio termine un fatturato di 100 milioni di franchi.

**Nel frattempo, Coop ha sostituito quasi l'intero assortimento di gamberetti con prodotti di qualità bio.**

### Coop Naturaline: Coop è il maggiore distributore al mondo di tessuti in cotone bio

Anche i prodotti Naturaline (tessili e cosmetici di produzione ecologica) hanno registrato nell'esercizio in esame un incremento del fatturato rispetto al 2003. L'aumento è stato del 10,2% a quota 43 milioni di franchi.

Nel 2005 Coop Naturaline festeggia i suoi 10 anni.

Per dovere di cronaca va notato che il label Coop Naturaline venne già lanciato nel 1993 per designare la linea di abbigliamento ecologico da produzione integrata, ma fu nel 1995 che avvenne la conversione al cotone bio dal commercio equo e solidale. Ciò venne reso possibile mediante la collaborazione con la Remei AG, che all'epoca 1992 avviò a Maikaal, in India, un progetto di promozione del cotone biologico. Oggi Maikaal è la più importante cooperativa per la produzione del cotone biologico al mondo, con oltre 1 400 coltivatori. Nel 1994, un progetto analogo venne fondato a Meatu, in Tanzania. Pur essendo un'impresa del commercio al dettaglio relativamente piccola sulla scena internazionale, Coop è diventata il maggior distributore al mondo di tessuti in cotone prodotti biologicamente.

L'anniversario verrà festeggiato con promozioni-evento e promozioni a tema nei punti di vendita, e naturalmente con offerte attraenti per i clienti. L'obiettivo è quello di acquisire nuovi clienti, di rafforzare la marca Naturaline e di ribadire il ruolo pionieristico e la differenziazione di Coop.

## Nel 2005 Coop Naturaline festeggia i suoi 10 anni.

### Coop Oecoplan: label natureplus per materiali e prodotti da costruzione sani

I prodotti del label di fiducia Coop Oecoplan hanno realizzato un fatturato di 94 milioni di franchi, pari ad un aumento del 16,0% rispetto al 2003.

La quota dell'offerta dei prodotti in legno nei supermercati e nei centri Edile+Hobby che soddisfano i criteri FSC per uno sfruttamento sostenibile delle foreste sfiora ormai il 60%. Nel dicembre 2004, Coop ha offerto per la prima volta alberi di Natale svizzeri certificati FSC. Dal 2004 Coop è, accanto al WWF e all'Associazione svizzera per la costruzione biologica (SIB), uno dei sostenitori dell'associazione natureplus. Il label nature-

plus è un marchio di qualità per materiali e prodotti da costruzione innocui per la salute, prodotti nel rispetto dell'ambiente e altamente funzionali. Questi materiali e prodotti sono composti almeno all'85% da materie prime rinnovabili e/o minerali. Quest'anno i centri Edile+Hobby presenteranno i primi prodotti Oecoplan con certificazione natureplus.

Vi sono piante indigene idonee che forniscono cibo e quindi spazio vitale alle farfalle. Per questo Coop sostiene il progetto di Pro Natura «Fate spazio alle farfalle» offrendo nei centri Edile+Hobby e nei grandi supermercati piante e sementi adatte alle farfalle.

### Max Havelaar: tutte le banane in vendita da Coop sono all'insegna del Fair Trade

L'applicazione sistematica e continua della strategia Fair Trade ha fatto aumentare nel 2004 il fatturato di Max Havelaar da Coop del 54,3%, portandolo a quota 111 milioni di franchi. Se si aggiungono i prodotti bio certificati da Max Havelaar, il fatturato arriva addirittura a 123 milioni di franchi.

Dal febbraio 2004 Coop vende solo banane che portano il marchio di qualità Max Havelaar per i prodotti Fair Trade. Questa decisione sottolinea il ruolo da pioniere di Coop, diventato leader mondiale nell'offerta di prodotti Fair Trade. Per Coop le banane rappresentano i frutti singoli più venduti. Nel 2004, la vendita di oltre 19 milioni di chili di banane Max Havelaar ha generato un fatturato di 57 milioni di franchi. Una banana Fair Trade su tre commercializzata in Europa è venduta in un Supermercato Coop. In tutto il mondo, Coop è la prima azienda del commercio al dettaglio che vende esclusivamente banane provenienti dal commercio equo e solidale.

Coop s'impegna per il commercio equo e solidale anche in altri settori dell'assortimento. Nel 2004, il 40% dei fiori recisi venduti da Coop portava il marchio di qualità Max Havelaar. In questo modo, Coop ha raggiunto nel settore fiori e piante un fatturato di 43 milioni di franchi. All'inizio dell'aprile 2005, Coop ha ampliato ulteriormente la sua leadership di mercato: l'intero assortimento di rose comprende ora esclusivamente fiori con il marchio Max Havelaar.

## Una banana Fair Trade su tre commercializzata in Europa è venduta in un Supermercato Coop.

### Label di fiducia nel settore convenience e salute

#### Nuovi microwave menu di Betty Bossi

Con il label di fiducia Betty Bossi, Coop è leader di mercato nel settore dei prodotti freschi convenience. Betty Bossi sviluppa per Coop prodotti culinari di punta da preparare in poco tempo (ready to cook) o da mangiare subito (ready to eat). Inoltre, questi prodotti sono lavorati in modo delicato e praticamente privi di additivi chimici. L'assortimento Betty Bossi comprende oggi 650 articoli circa. Nell'anno in esame il fatturato è nuovamente aumentato del 9% circa portandosi a quasi 400 milioni di franchi. È stato fortemente ampliato il settore dei prodotti da forno con biscotti per il tè, biscotti arrotolati e cake. La fondue fresca Betty Bossi rappresenta il primo prodotto del settore latte e latticini nell'assortimento.

Sotto il label di fiducia Betty Bossi, Coop offre per la prima volta in Svizzera i nuovi microwave menu. Nel microonde, la confezione innovativa in polipropilene, che funge contemporaneamente da padella e piatto, diventa una piccola pentola a pressione. Le pietanze cuociono così nel loro sugo e sono pronte nel giro di 3-5 minuti.

## L'assortimento Betty Bossi comprende oggi 650 articoli circa.

### Lifestyle: alimentarsi con poche calorie

Lifestyle rappresenta il contributo di Coop alla lotta contro due problemi di salute molto diffusi: obesità e diabete. I prodotti Lifestyle hanno un tenore di grassi ridotto e contengono poco o nessun zucchero cristallino addizionato. Rappresentano un'integrazione intelligente per un'alimentazione equilibrata. Con il nuovo label di fiducia, Coop offre alimenti a basso contenuto calorico, che soddisfano i massimi requisiti di qualità e convincono anche per il loro sapore. L'offerta sarà ampliata nei prossimi anni.

Già durante l'anno in esame sono stati lanciati circa 30 nuovi articoli Lifestyle – soprattutto yogurt e gelati, oltre a panini e piatti precotti nel settore dei prodotti

freschi convenience. L'assortimento comprende quindi circa 130 prodotti, che nel 2004 hanno generato un fatturato di 64 milioni di franchi. Sono particolarmente apprezzati gli yogurt Lifestyle: attualmente rappresentano già il 30% circa del fatturato Lifestyle ed il 10% circa dell'intero fatturato degli yogurt.

**Lifestyle rappresenta il contributo di Coop alla lotta contro due problemi di salute molto diffusi: obesità e diabete.**

### **Articoli di marca**

#### **Ai primi posti in Svizzera**

Nessun'altra azienda svizzera operante nel commercio al dettaglio promuove le marche e la varietà delle marche in modo così mirato come Coop. La percentuale degli articoli di marca sul fatturato di Coop ammonta oggi al 54%. Coop offre un assortimento completo che comprende oltre 3 500 articoli di marca. Con la grande scelta di marche, Coop si distingue ulteriormente dalla concorrenza. Gli articoli di marca sono e restano per Coop di grande importanza strategica e commerciale, come testimonia la vasta campagna per gli articoli di marca, lanciata nel gennaio 2004 sugli organi di stampa. Coop amplia ulteriormente la sua leadership per quanto riguarda il fatturato realizzato con gli articoli di marca, la scelta e la promozione delle marche, e rimane quindi il partner principale dell'industria svizzera degli articoli di marca.

**Con la grande scelta di marche, Coop si distingue ulteriormente dalla concorrenza.**

### **Marca propria Coop**

#### **Ampliamento dell'assortimento con «Fine Food» e «Prix Garantie»**

La marca propria Coop costituisce attualmente il 27% del fatturato. Essa ha un posizionamento autonomo accanto agli articoli di marca e ai label di fiducia Coop. Gli articoli con il logo Coop su sfondo quadrato nero forniscono un importante contributo al buon rapporto qualità/prezzo, alla fidelizzazione della clientela e alla differenziazione di Coop rispetto alla concorrenza. La maggior parte dei prodotti di marca Coop è realizzata dall'industria svizzera degli articoli di marca. Per Coop, la marca propria non significa quindi esclusivamente un'integrazione verticale della produzione, ma serve ad approfondire la collaborazione tra industria e commercio. Con la linea «Fine Food», Coop offre dalla fine del 2004 specialità esclusive con un'immagine autonoma ad un prezzo ragionevole. Il lancio è iniziato nel periodo natalizio, con i prodotti a base di salmone della ditta Dyhrberg di Balsthal, il più antico affumicatoio di salmoni in Svizzera, che usa materie prime pregiate e i cui prodotti sono prevalentemente lavorati a mano.

L'offerta di Coop è stata ulteriormente ampliata con

«Prix Garantie», la nuova linea di prodotti a prezzo basso permanente che offre prodotti a prezzi imbattibili, pur mantenendo l'abituale qualità Coop.

## L'offerta di Coop è stata ulteriormente ampliata con «Prix Garantie», la nuova linea di prodotti a prezzo basso permanente che offre prodotti a prezzi imbattibili, pur mantenendo l'abituale qualità Coop.

### Qualità

#### Aumento della qualità con controlli sistematici

Ogni prodotto offerto da Coop viene sottoposto a svariate misure per assicurarne ed incrementarne la qualità.

Nel 2004, il Centro qualità Coop ha eseguito circa 165 000 controlli su 15 000 campioni dell'assortimento food e non food. I prodotti e le materie prime sono stati esaminati in relazione alla qualità sensoriale o tecnica, alla freschezza, agli ingredienti e additivi, nonché ai residui di metalli pesanti, medicinali per uso veterinario, germi o pesticidi.

Il Centro qualità si è anche occupato della problematica dell'acrilamide, generata tra l'altro dal riscaldamento delle patate e il cui rischio cancerogeno è oggetto di animate discussioni nel mondo scientifico. Dal settembre 2004 Coop offre le patate nei sacchetti speciali contrassegnati in rosso, che si addicono per la cottura arrosto, la cottura al forno e la frittura, perché sono meno soggette alla produzione di acrilamide.

#### Acquisto di prodotti sostenibili con standard definiti

Per promuovere e controllare presso i partner commerciali la messa in pratica dei requisiti ecologici ed etico-sociali, il Centro qualità ha creato il servizio specializzato Sostenibilità.

Coop s'impegna anche nella realizzazione di programmi e standard di qualità internazionali. Dai produttori di frutta e verdura e dai fornitori di fiori e piante, Coop esige per esempio che rispettino gli standard EurepGAP. Questi standard definiscono i requisiti relativi alle «buone pratiche agricole» (Good Agricultural Practice), all'igiene del lavoro e all'ecologia. L'iniziativa Global Food Safety del commercio al dettaglio internazionale s'impegna a garantire la sicurezza alimentare. Coop fa parte della task force e chiede ai produttori

degli articoli di marca propria che mettano in pratica gli standard stabiliti. La verifica è svolta da organi di controllo indipendenti. Tutti le aziende di produzione alimentare e le panetterie del gruppo Coop sono già in corso di certificazione.

Il regolamento UE 178/2002 per la rintracciabilità completa degli alimenti e dei mangimi è applicato per analogia anche in Svizzera. Gli approfonditi chiarimenti da parte del Centro qualità hanno dimostrato che la messa in pratica di queste norme è a buon punto sia presso i partner commerciali che nelle aziende appartenenti al gruppo Coop.

#### Più incentivi per mangimi senza OGM

Oltre l'80% dei consumatori in Svizzera rifiuta i prodotti preparati con materie prime geneticamente modificate. Questo rifiuto è aumentato rispetto al passato, come risulta da un sondaggio eseguito da Coop. Per questo motivo Coop rinuncia per la marca propria e naturalmente per i label di fiducia all'uso dell'ingegneria genetica. Oltre agli esami analitici sulla presenza di OGM indesiderati, il Centro qualità Coop controlla che siano garantiti i flussi di merce separati e la rintracciabilità.

Il Centro qualità garantirà la corretta dichiarazione degli organismi geneticamente modificati (OGM) presenti negli alimenti anche dopo i previsti adeguamenti della legge sull'ingegneria genetica alle più severe regolamentazioni di legge dell'UE.

I consumatori disapprovano anche l'uso di OGM nei mangimi usati per la produzione di carne e latte. Per questo motivo Coop s'impegna affinché in Svizzera sia premiata anche in futuro l'alimentazione degli animali da reddito con mangimi che non contengono organismi geneticamente modificati. Questo aumenta l'incentivo a produrre mangimi privi di OGM.

## Coop rinuncia per la marca propria e naturalmente per i label di fiducia all'uso dell'ingegneria genetica.



**A metà novembre 2004, Coop ha ridotto del 10–20% il prezzo di 50 importanti articoli di marca di uso quotidiano – in un sol colpo e a titolo permanente.**

#### **Prezzo e mercato**

**Coop prende sul serio la maggiore attenzione dei consumatori nei confronti dei prezzi**

Coop vuole mantenere la leadership nel mercato alimentare svizzero, e non vendere semplicemente la merce più scarsa ai prezzi più bassi, ma offrire nelle sue quattro fasce di prezzo il miglior rapporto qualità/prezzo. Il tasso di rincaro negativo del 2,0% nell'esercizio in esame indica che Coop viene incontro ai propri clienti, diventati più sensibili nei confronti dei prezzi.

Nel 2004 Coop ha incrementato il programma delle promozioni. Oltre ai prezzi risparmio del mese ed alle megaofferte, anche le offerte mensili a metà prezzo e le varie azioni con buoni sulla stampa Coop hanno riscontrato un alto consenso.

A metà novembre 2004, Coop ha ridotto del 10–20% il prezzo di 50 importanti articoli di marca di uso quotidiano – in un sol colpo e a titolo permanente. A febbraio 2005, Coop ha operato un'altra riduzione di prezzo su 200 articoli di marca e 100 prodotti di marca propria circa. Una parte consistente delle riduzioni di prezzo è assorbita da Coop. Queste nette riduzioni di prezzo rappresentano un segnale significativo nelle trattative con i partner commerciali che, secondo il parere di Coop, dovrebbero reagire di più alla maggiore attenzione dei consumatori nei confronti dei prezzi. Nell'attuale situazione dei prezzi, un altro problema è costituito dal fatto che per molti articoli di marca identici Coop paga prezzi di acquisto superiori rispetto ai paesi limitrofi.

**«Prix Garantie», la nuova linea di prodotti a prezzo basso permanente di Coop**

Con un'immagine appariscente tutta in pink, Coop ha lanciato a gennaio 2005 la linea di prezzi bassi permanenti «Prix Garantie». Con questa linea Coop fa confluire nei prezzi i risparmi e i miglioramenti di efficienza generati dal processo di fusione «CoopForte» e abbassa i margini di guadagno. Alcuni prodotti della marca propria Coop sono offerti nella stessa qualità ma a un prezzo ridotto fino al 50%, in media del 25%. I primi 150 prodotti «Prix Garantie» sono articoli particolarmente diffusi del fabbisogno quotidiano, come latte UHT, prosciutto, patate, mele, acqua minerale, farina, pasta, detersivi, carta igienica o shampoo. Nei Grandi Magazzini Coop City vengono inoltre offerti circa altri 50 prodotti non food «Prix Garantie» come biancheria intima, calzetteria o stoviglie. Tutti questi prodotti sono offerti da Coop mantenendo esattamente la stessa qualità. I prodotti «Prix Garantie» hanno sempre la qualità offerta solitamente dai prodotti della marca propria e si differenziano quindi chiaramente da quelli venduti a bassissimo prezzo presenti sul mercato.

La nuova linea di assortimento «Prix Garantie» è una risposta alla maggiore sensibilità dei consumatori nei confronti dei prezzi e comprende al tempo stesso una tripla garanzia: convenienza garantita a prezzi molto bassi nell'assortimento Coop; prezzo basso permanente garantito, quindi non un prezzo promozionale temporaneo; qualità garantita, con articoli in vendita nella stessa qualità offerta solitamente da Coop.

**Con «Prix Garantie» Coop fa confluire nei prezzi i risparmi e i miglioramenti di efficienza generati dal processo di fusione «CoopForte» e abbassa i margini di guadagno.**

### Un successo dopo l'altro con i Trophy

Le promozioni Trophy sono diventate parte integrante dell'offerta Coop. Nella primavera 2004, visto il numero di ordinazioni sorprendentemente elevato che era stato inoltrato per le pentole Trophy, Coop ha dovuto consegnare oltre un milione di pentole in più dopo la fine della promozione.

Subito dopo è partita la promozione «Alla conquista del campionato». In concomitanza con i Campionati europei di calcio, Coop ha scatenato con i palloni sportivi Dunlop una vera euforia soprattutto presso i clienti più giovani: in media, ogni famiglia svizzera è entrata in possesso di un pallone.

Con la marca Villeroy & Boch, Coop è riuscita a coinvolgere per un'altra promozione Trophy una delle aziende più prestigiose nella produzione di cristalleria. Il Trophy dei bicchieri di cristallo è iniziato a settembre 2004. Anche in questo caso la domanda è stata elevata, così che l'intera popolazione della Svizzera ha potuto brindare con i calici venduti fino alla fine di gennaio 2005!

### Nel commercio al dettaglio svizzero la concorrenza è animata

A metà novembre 2004, la Commissione della concorrenza ha comunicato di aver concluso l'indagine relativa al cosiddetto bonus CoopForte, per il quale si era arrivati ad una conciliazione con Coop. La Commissione della concorrenza ha ribadito che nel commercio al dettaglio la concorrenza è animata. Ha riconosciuto in linea di massima che Coop fornisce determinate controprestazioni in cambio delle richieste avanzate. Coop si è impegnata a rimborsare il bonus a quei piccoli partner commerciali che sono in grado di provare in maniera attendibile di non godere di tali controprestazioni.

L'equilibrio tra prestazione e controprestazione è anche uno dei punti centrali del Code of Conduct che Coop ha elaborato insieme ai rappresentanti di Promarca, l'Associazione svizzera dei produttori di articoli di marca. In questo codice vengono stabiliti per la prima volta per iscritto i principi nel comportamento con i partner commerciali. I punti più importanti sono trasparenza e franchezza, non-discriminazione, composizione dell'assortimento orientata alla clientela e partnership. Il Code of Conduct è anche una risposta al diritto dei cartelli, più severo dall'aprile 2004. Mentre Coop ha poco potere di domanda sui mercati globali di approvvigionamento, la situazione cambia sul mercato nazionale ancora largamente protezionista. Un rapporto

di collaborazione con i partner commerciali, tuttavia, non esclude che per gli acquisti vengano percorse sempre più nuove strade, come le importazioni parallele o le aste.

### Quadro politico

Nell'esercizio in esame, il quadro politico è stato determinato dalle discussioni relative agli orari di apertura serale, domenicale e festiva dei negozi, in cui c'era addirittura chi richiedeva norme più severe per l'obbligo d'autorizzazione relativo alle vendite domenicali durante il periodo prenatalizio. Mentre nei paesi limitrofi gli orari di apertura dei negozi sono disciplinati in modo più uniforme e soprattutto più liberale, in Svizzera vi sono ancora grandi differenze da cantone a cantone, e la situazione diventa sempre più rigida. Coop desidera applicare orari di apertura dei negozi unitari e in sintonia con le esigenze della clientela.

Sulla base della felice conclusione degli accordi bilaterali II con l'UE, Coop prevede – a condizione che venga approvata dal popolo – una sensibile riduzione dei dazi doganali sulla pasta, la panetteria e i prodotti che contengono zucchero. Questo consentirà anche di migliorare la competitività sui mercati europei delle aziende di produzione di Coop.

**«Suisse Garantie» –  
un label per l'agricoltura svizzera**

Viste le trattative in corso in seno all'OMC, il lancio del marchio d'origine e di qualità «Suisse Garantie», che gode del sostegno di Coop, è arrivato al momento giusto. L'obiettivo del marchio è quello di convincere i consumatori dei vantaggi forniti dai prodotti svizzeri: vicinanza e freschezza, requisiti ben definiti in materia di protezione degli animali e dell'ambiente, rinuncia all'uso dell'ingegneria genetica anche per i mangimi e rintracciabilità. Coop ha introdotto il marchio «Suisse Garantie» nel settembre 2004 per la frutta e la verdura fresca. Nel gennaio 2005 seguiranno la carne fresca e i primi prodotti di carne, il latte e i latticini, nonché le conserve di frutta e verdura. Con il lancio delle Specialità regionali bio sotto il label Coop Naturaplan, Coop persegue un'altra strada per promuovere i prodotti agricoli svizzeri anche in vista di una maggiore apertura delle frontiere.

La fondazione di una comunità d'interesse dei produttori nel programma Coop Naturaplan Porc è il segnale per un dialogo serio e cooperativo lungo l'intera catena di produzione del valore nell'agricoltura.

Si cura il dialogo anche nelle periodiche riunioni al vertice di Coop con Bio Suisse e l'Unione svizzera dei contadini. L'impegno comune dichiarato a favore della qualità, del mercato e dell'ecologia è una buona base per una collaborazione concreta sui diversi mercati.

**Viste le trattative in corso in seno all'OMC, il lancio del marchio d'origine e di qualità «Suisse Garantie», che gode del sostegno di Coop, è arrivato al momento giusto.**

### Più domande al Servizio consumatori Coop

Il Servizio consumatori Coop è un'attività importante per i consumatori. Il servizio opera in stretta collaborazione con gli Studi di mercato e la Pianificazione delle vendite, ed inoltra importanti proposte di miglioramento al Category Management. Nel 2004 il Servizio consumatori ha risposto a 99 791 richieste: il 25% in più dell'anno precedente (79 750).

I clienti pongono soprattutto domande sui generi alimentari offerti nei negozi, in particolare sugli aspetti che riguardano la salute. Oltre alle domande sulle nuove offerte promozionali o sulle promozioni Trophy, i clienti si sono interessati anche ad attuali decisioni di politica imprenditoriale.

### Nel 2004 il Servizio consumatori ha risposto a 99 791 richieste.

#### Servizio specializzato in Dietetica: direttive per i prodotti Lifestyle

Circa la metà della popolazione svizzera mangia di tanto in tanto pietanze vegetariane. Lo dimostra anche il maggior numero di richieste su questo argomento inoltrate al Servizio specializzato in Dietetica di Coop. Per questo motivo, una brochure pubblicata nel 2004 fornisce informazioni sull'alimentazione latte-ovo-vegetariana e sul logo vegetariano di Coop. Aumentano le domande anche sui problemi di sovrappeso.

Il Servizio specializzato in Dietetica esamina costantemente se e come la composizione dei prodotti può essere migliorata, per esempio riducendo gli acidi grassi trans in prodotti da forno. Nel 2004 il Servizio specializzato ha creato una direttiva per il nuovo label di fiducia Lifestyle. Sotto questo marchio Coop offre prodotti per un'alimentazione a basso contenuto calorico. Coop ha ampliato l'offerta Internet «Mangiare & bere», che ora propone interessanti suggerimenti sull'alimentazione. I vegetariani, i diabetici e le persone con intolleranza al lattosio o al glutine trovano sul sito Internet di Coop una lista di prodotti appropriata continuamente aggiornata.

### Più movimento e niente alcool per i ragazzi

Per mantenersi in buona salute, oltre ad alimentarsi in modo equilibrato, è importante fare regolarmente un po' di moto. Coop sostiene attivamente progetti che abbinano l'alimentazione e l'esercizio fisico. Uno di questi progetti è il «Freestyle Tour»: da un lato i giovani preparano pietanze sane insieme ad un cuoco rapper, dall'altro si cimentano con veri campioni sugli skateboard oppure nella breakdance.

Un problema da non sottovalutare è il crescente consumo di bevande alcoliche da parte di bambini e giovani. In questo contesto Coop punta sistematicamente sulla prevenzione. Con corsi d'istruzione periodici, il personale di cassa si esercita nell'adottare il comportamento corretto nei confronti dei giovani. Per i prodotti alcolici, una funzione di arresto programmato alla cassa ricorda al personale di controllare eventualmente il documento dell'acquirente. Per il tabacco Coop ha stabilito di propria iniziativa un limite di età di 16 anni. L'applicazione di tale limite sarà anch'esso supportato da una funzione di arresto alla cassa.

### Supercard senza negozio di riferimento

Con più di 2,2 milioni di utenti, la Supercard continua ad essere il più diffuso programma di fidelizzazione della clientela in Svizzera. Nel 2004 sono stati consegnati più di 1,6 milioni di premi per un controvalore di circa 11,2 miliardi di superpunti. Questo vuol dire che i clienti hanno convertito in premi il 90% dei punti raccolti.

All'inizio del 2004 Coop si è aggiudicata, dopo Gidor, il secondo grande partner esterno per il programma Supercard: Swisscom Fixnet. A giugno è seguito Pneu Egger, una catena di negozi che vendono pneumatici. Da settembre 2004 i clienti di Coop possono raccogliere punti presso la società di autonoleggio Hertz. Anche con la MasterCard o la VISA Card delle banche cantonali, delle banche Raiffeisen, della banche regionali RBA nonché della Banca Coop si può aumentare il saldo dei superpunti.

Dalla metà del 2004 nel programma Supercard non c'è più il negozio di riferimento: in tutti i Supermercati Coop, i centri Edile+Hobby e i Grandi Magazzini Coop City, sugli scontrini viene ora stampato il saldo dei punti aggiornato.

Nel 2005 il programma Supercard festeggia i suoi primi 5 anni di esistenza. Oltre al grande catalogo dei premi per l'anniversario, saranno offerti anche degli speciali premi anniversario.

**Con più di 2,2 milioni di utenti, la Supercard continua ad essere il più diffuso programma di fidelizzazione della clientela in Svizzera.**

### Il nuovo concetto della stampa Coop si è rivelato vincente

Pubblicato in tre lingue, Cooperazione – il maggiore e il più letto giornale in Svizzera – ha ampliato ulteriormente la sua posizione. Complessivamente sono 3,3 milioni di persone a leggere regolarmente l'organo di stampa Coop – il che equivale a due terzi di tutte le famiglie in Svizzera. Il numero degli abbonati è di nuovo aumentato anche nel 2004 di oltre 100 000 unità. Nelle tre regioni linguistiche, Cooperazione è così diventato il giornale con la maggior tiratura del paese. In un mercato pubblicitario in calo, i giornali di Coop sono riusciti ad aumentare la vendita di spazi pubblicitari. Queste cifre dimostrano che il nuovo concetto grafico e redazionale risponde alle esigenze dei lettori.

**Complessivamente sono 3,3 milioni di persone a leggere regolarmente l'organo di stampa Coop – il che equivale a due terzi di tutte le famiglie in Svizzera.**

**Con il camper Telescoop il programma si reca ogni settimana in una nuova regione, con location che cambiano ogni giorno.**

### Telescoop: intrattenimento e cucina

Con un programma ricco e vario di 24 minuti, Telescoop ha ottenuto un buon successo anche nel 2004. Fino a 160 000 persone hanno seguito il divertente mix di reportage, show gastronomico, interviste e giochi – ogni giorno alle 12.30 o nella replica delle 16.00 sul canale SF1. Telescoop ha così raggiunto nella fascia di mezzogiorno uno share del 21% circa nella Svizzera tedesca, e addirittura del 24% circa nella Svizzera Romanda. Da gennaio 2005 Telescoop si presenta in una nuova veste. Con il camper Telescoop il programma si reca ogni settimana in una nuova regione, con location che cambiano ogni giorno. In questo programma, i giovani maître del futuro mostrano la loro bravura in cucina. Telescoop è presentato da Corinne Waldmeier e Reto Peritz (Svizzera tedesca) e da Mireille Jatton e Mathias Froidevaux (Svizzera Romanda).

### Studio Coop: la TV vicina al cliente

L'anno scorso lo Studio Coop ha maggiormente coinvolto gli spettatori con il suo nuovo concetto. Caroline Roth presenta storie avvincenti, nuovi prodotti e offerte interessanti in un'atmosfera rilassante. Oltre alle interviste con gli specialisti e uno sguardo dietro le quinte, i consumatori possono dire la loro grazie alle inchieste settimanali condotte per strada. In media sono circa 800 000 gli spettatori che ogni mercoledì sera prima del Telegiornale hanno guardato il classico programma TV di Coop.

#### Internet: QuizShow Coop con il marchio di qualità

Un importante canale di comunicazione di Coop è il sito web [www.coop.ch](http://www.coop.ch), con oltre 40 milioni di pagine visualizzate nel 2004. Nell'anno in esame Coop ha organizzato il sito web suddividendolo in modo più chiaro e rendendolo decisamente più orientato alla vendita, grazie alle interessanti offerte pubblicate sulla homepage. Le pagine dedicate ai Supermercati, ai Grandi Magazzini Coop City e ai Ristoranti Coop hanno ora una nuova immagine. Un'altra novità è rappresentata dal QuizShow Coop, un gioco al quale hanno partecipato circa 32 000 utenti registrati per oltre 700 000 volte. Al Dialog Marketing Award 2004, il QuizShow ha ottenuto il marchio di qualità «Best of Swiss Web 2004».

#### Ricarica per i cellulari alle casse Coop

Da aprile 2004, i clienti possono ricaricare presso ogni cassa Coop la carta prepagata dei loro cellulari. Questo servizio semplice e comodo è offerto nei supermercati, nei grandi magazzini, nei centri Edile+Hobby, nei punti di vendita Interdiscount e negli shop Coop Pronto.

**Da aprile 2004, i clienti possono ricaricare presso ogni cassa Coop la carta prepagata dei loro cellulari.**

### Logistica e Informatica

#### Logistica: aumenta l'efficienza su scala nazionale...

La strategia logistica di Coop, approvata quattro anni fa, è in dirittura d'arrivo. La strategia prevede di concentrare lo stoccaggio temporaneo di buona parte dell'assortimento in sette centrali di distribuzione nazionali, mentre le centrali di distribuzione regionali riforniscono le regioni di vendita di prodotti freschi e di articoli specifici con un turnover molto veloce.

La più grande centrale di distribuzione nazionale è senza dubbio quella di Wangen SO. Dall'estate 2004, questa centrale rifornisce tutte le regioni di prodotti non food e di articoli casalinghi legati all'alimentazione. Alla fine dei lavori di ampliamento, che si concluderanno alla fine del 2006, ogni giorno 100 camion consegneranno circa 3 500 palette.

La centrale di distribuzione di Pratteln BL rifornisce le regioni di vino, superalcolici, birra e sciroppi. Qui avviene anche il trasbordo di fiori, frutta, materie prime e tutti i prodotti casalinghi importati legati all'alimentazione.

A Hinwil ZH e Givisiez FR si trovano le centrali di distribuzione nazionali per tutti i prodotti surgelati. I centri Edile+Hobby ricevono i loro assortimenti dalla centrale di distribuzione di Gwatt BE. L'intero assortimento degli shop Coop Pronto arriva ogni giorno da Schafisheim AG. E la ex centrale di distribuzione EPA a Rapperswil AG oggi rifornisce di articoli non food i Grandi Magazzini Coop City in tutta la Svizzera.

#### ...e regionale

Anche nelle Regioni di vendita vi è stata una concentrazione delle centrali e delle piattaforme di distribuzione. In Ticino, l'apertura a fine 2003 della centrale di distribuzione di Castione ha dato ottimi frutti. Castione sostituisce tre vecchie centrali di distribuzione, il che ha fatto aumentare i ritmi di consegna dei punti di vendita e diminuire le spese per la logistica. La situazione è analoga nella Svizzera Romanda. La nuova centrale di distribuzione di Aclens, in costruzione da maggio 2004, sostituirà le centrali di Satigny GE, Renens VD, Crissier VD, Châteauneuf VS e Friburgo.

Con il completamento dei lavori per la centrale di distribuzione di Aclens nel 2006, Coop concluderà la realizzazione delle strutture della strategia logistica. Rispetto alla situazione iniziale, Coop riuscirà a risparmiare oltre 60 milioni di franchi l'anno sui costi dei processi – un risparmio che si traduce infine in riduzioni di prezzo, il tutto a vantaggio dei consumatori.



## Con il completamento dei lavori per la centrale di distribuzione di Aclens VD nel 2006, Coop concluderà la realizzazione delle strutture della strategia logistica.

### Informatica: un sistema per l'intero flusso di merci

Il sistema di gestione delle merci, che contempla tutti i flussi di merce e i processi, è strettamente legato all'infrastruttura logistica. In futuro, tutti i processi saranno controllati dal software di gestione merci e depositi di SAP e WAMAS – dalla consegna da parte dei fornitori alla preparazione nella centrale di distribuzione, fino alla vendita nel negozio e alle conseguenti ordinazioni supplementari. Le esperienze fatte finora con il nuovo sistema hanno già mostrato i miglioramenti previsti. A settembre 2004 le centrali di distribuzione nella Svizzera Romanda sono state completamente riorganizzate secondo il nuovo sistema, a novembre è toccato alla centrale di distribuzione di Schafisheim AG. Sono quindi stati creati tutti i presupposti per il passaggio di tutti gli assortimenti al sistema SAP/WAMAS in tutte le centrali di distribuzione nel corso del 2005 e 2006.

### Collaborazione telematica con i partner commerciali

La banca dati EAN (acronimo Edb) è una piattaforma centralizzata che mette a disposizione i dati di base degli articoli agli operatori commerciali. Il produttore carica i dati dei suoi articoli nella Edb affinché siano accessibili a tutti i suoi partner commerciali. Gli articoli ordinati sulla base di questi dati sono consegnati alla centrale di distribuzione. Le palette in arrivo sono contrassegnate con il codice SSCC (Serial Shipping Container Code). Questo codice, abbinato all'avviso di consegna ricevuto in precedenza per via elettronica, identifica in modo univoco la merce e rappresenta la base per il sistema di rintracciabilità. Il software di gestione dei depositi WAMAS riprende le informazioni del SSCC e pilota quindi il successivo flusso di merci interno. WAMAS è uno strumento tecnico che aiuta gli impiegati della centrale di distribuzione nelle loro attività di preparazione e nelle consegne al punto di vendita.

Al momento, Coop – insieme ai partner commerciali strategici – sta mettendo in piedi questo sistema telematico per il flusso delle merci che elimina gli errori di manipolazione. Entro la fine del 2006 dovrebbe funzionare con tutti i partner commerciali. Questo sistema richiede l'uso del sistema Electronic Data Interchange (EDI) per la trasmissione di ordinazioni, conferme d'ordine e avvisi di consegna. Coop mette gratuitamente a disposizione dei propri partner commerciali una soluzione EDI basata su Internet. In futuro le fatture potranno essere emesse e saldate in forma elettronica.

### Trasporti:

#### su rotaia nell'Alto Vallese e nella Bassa Engadina

La ferrovia gestisce quasi un terzo dei trasporti dalle centrali di distribuzione nazionali a quelle regionali. Nel 2003 Coop ha creato un'istanza per aumentare la quota dei trasporti nazionali con la ferrovia. Da parte sua FFS Cargo ha migliorato le proprie prestazioni posticipando gli orari di partenza e mantenendo invariati gli orari di arrivo, oltre che impiegando materiale rotabile più moderno. Nel 2004 il trasporto su rotaia è aumentato vertiginosamente rispetto a quello su strada. La ferrovia gestisce anche qualche trasporto dalle centrali di distribuzione regionali ai punti di vendita. Le merci destinate all'Alto Vallese sono trasportate ad esempio su rotaia fino a Briga per proseguire da lì sui camion. Con l'apertura del tunnel della Vereina, anche l'Engadina è rifornita dalla ferrovia da Coira.

## La ferrovia gestisce quasi un terzo dei trasporti dalle centrali di distribuzione nazionali a quelle regionali.

### HiCoPain AG produce per Coop la pasta surgelata per la panetteria

Coop si ritira dalla produzione di prodotti da forno a lunga conservazione e produce in proprio soltanto panetteria fresca. Insieme alla ditta Hiestand AG, Coop ha fondato la società affiliata HiCoPain AG per la produzione di pasta surgelata per i prodotti da forno. Lo stabilimento a Dagmersellen LU ha avviato la produzione alla fine del 2004. Concentrando la produzione della pasta surgelata per la panetteria – il che ha comportato determinate ristrutturazioni nella produzione giornaliera dei prodotti da forno – Coop ha chiuso il panificio di Kriens LU. Ai collaboratori colpiti da questa chiusura sono stati offerti dei posti di lavoro a Dagmersellen e in altri panifici Coop.

### Insieme alla ditta Hiestand AG, Coop ha fondato la società affiliata HiCoPain AG per la produzione di pasta surgelata per i prodotti da forno.

#### Immobili

##### Concentrazione sugli immobili necessari ai fini aziendali

Per il core business di Coop, la Direzione Immobili si occupa dell'amministrazione professionale dell'intero portafoglio immobiliare assumendosi determinati compiti, come il diritto di prelazione, lo sviluppo dei progetti, la gestione delle costruzioni, dei contratti e dei maggiori centri commerciali, nonché l'ottimizzazione del portafoglio.

Nel 2004 la Direzione Immobili ha realizzato molti progetti nel quadro della strategia immobiliare, la quale prevede che Coop si concentri a lungo termine sugli immobili necessari ai fini aziendali. Con la vendita degli immobili non necessari dal punto di vista aziendale, Coop si procura i fondi per gli investimenti nella ristrutturazione di punti di vendita esistenti e nella costruzione di nuovi negozi.

Nel 2004 la Direzione Immobili ha concluso sette grandi progetti, il maggiore dei quali è stato il centro commerciale di Tenero TI. Alla fine dell'anno vi erano cinque grandi progetti di costruzione in corso, tra cui il centro commerciale Wankdorf di Berna e la centrale di distribuzione della Svizzera Romanda di Aclens VD. Sono previsti altri otto grandi progetti di costruzione.

#### Gruppo Bell

##### Condizioni generali più difficili

Nel 2004, il fatturato del gruppo Bell è rimasto costante a quota 1,53 miliardi di franchi. In termini di quantità le vendite hanno registrato un calo rispetto al 2003. Anche l'utile di 36 milioni di franchi (circa il 26% in meno rispetto al 2003) non ha raggiunto le cifre previste. Il livello dei prezzi perennemente alto ha ostacolato la crescita, e il consumo privato è rimasto costante. Le numerose attività promozionali nel commercio al dettaglio sono riuscite a tamponare perdite di volume maggiori.

I prezzi delle materie prime per la carne bovina e a periodi per la carne suina, aumentati in media del 16% circa, hanno provocato una grossa pressione sui margini. A causa dell'alta competitività in questo mercato, non è stato possibile trasferire nei prezzi di vendita l'aumento dei costi delle materie prime. Il primo semestre ha registrato un sorprendente calo netto del consumo di pollame, soprattutto d'importazione. Nel 2004 Bell ha realizzato come previsto la nuova strategia del marchio. Nell'ultimo trimestre è stato lanciato un nuovo concetto pubblicitario efficace. A gennaio, Coop ha creato una joint venture nel settore dell'approvvigionamento gastronomico insieme al gruppo commerciale Rewe. A tal fine Coop ha acquistato la ditta Bell Gastro Service e l'ha integrata nella nuova transGourmet Holding AG.

### A gennaio, Coop ha creato una joint venture nel settore dell'approvvigionamento gastronomico insieme al gruppo commerciale Rewe.

#### Aziende di produzione Coop

All'inizio del 2004, Coop ha integrato nella società cooperativa Coop le aziende di produzione gestite in passato come società affiliate al 100%. Le ex affiliate, organizzate ora in divisioni subordinate alla Direzione Logistica/Informatica/Produzione, sono gestite come centri di profitto.

#### Swissmill

*Miscela di farina, semolino, mais, fiocchi d'avena, prodotti da estrusione, semola di grano duro.*

Nel 2004 Swissmill ha aumentato del 5% circa la produzione annua, arrivando a 200 000 tonnellate e

raggiungendo così il massimo volume prodotto dalla sua fondazione. Nell'anno in esame Swissmill ha costruito un deposito verticale in grado di contenere 3 000 palette.

#### Chocolats Halba

*Cioccolata a tavolette, cioccolatini, assortimenti per le feste, cioccolata industriale (coperture, ripieni).*

Sono state investite ingenti somme nel rinnovo dell'impianto di torrefazione e della linea di lavorazione meccanica per le paste di cacao. In conformità alla certificazione IFS, Chocolats Halba garantisce la rintracciabilità delle materie prime grazie ad un'analisi supportata da sistema.

#### Nutrex

*Aceto da tavola, aceto di alcool, aceto per conserve, aceto per pulire e decalcificare.*

L'anno scorso, Nutrex è riuscita a migliorare ulteriormente la forte posizione di mercato nelle specialità di aceto Coop Naturaplan e a conquistare nuovi clienti nel settore degli aceti speciali per l'industria alimentare. Una pietra miliare nella politica della qualità è stata posta da Nutrex a dicembre con la certificazione IFS (International Food Standard).

#### CWK

*Cosmetici, detersivi e detergenti per la casa, detergenti industriali.*

Nel 2004 CWK ha risentito della difficile situazione di mercato. Malgrado un'estate meno calda, la marca di prodotti solari Sherpa Tensing – il secondo marchio CWK per importanza nell'assortimento Coop – è riuscita ad ampliare ulteriormente la sua posizione ed a conquistare nuove quote di mercato. CWK ha nuovamente aumentato il fatturato dei detersivi e detergenti Oecoplan prodotti per Coop.

#### Pasta Gala

*Pasta, semifabbricati per menu precotti e minestre.*

Le massicce attività pubblicitarie hanno generato un netto aumento di fatturato rispetto al 2003. Anche le esportazioni sono leggermente aumentate. Nel corso del 2004 Coop ha investito somme importanti per Pasta Gala, per sostituire, tra l'altro, l'intero impianto d'imballaggio per la pasta lunga e i pallettizzatori automatici di tre linee di produzione.

#### Steinfels Cleaning Systems

*Detersivi e detergenti all'ingrosso, pulizia di edifici, consulenza.*

SCS è riuscita a difendere la sua buona posizione nel mercato gastronomico e sanitario e ad aumentare le quote di mercato nel settore dell'igiene nelle cucine, il principale gruppo di prodotti di SCS. Il settore relativo alle pulizie negli edifici ha registrato una buona evoluzione, mentre quello della pulizia tessili/lavanderie industriali e quello della lavorazione alimentare hanno subito sensibili perdite di fatturato.

#### Reismühle Brunnen

*Diverse varietà di riso, miscele di riso, menu precotti.*

La produzione è diminuita del 10% circa rispetto al 2003, portandosi a 9 200 tonnellate.

Sono state create due nuove specialità: il riso rosso della Camargue ed il Basmati Mix, una miscela di riso indiano basmati e riso selvatico. Dopo intensi preparativi, la Reismühle Brunnen ha introdotto sul mercato il riso basmati come prodotto Fair Trade con il marchio Max Havelaar. Grazie all'ampliamento dell'offerta, la Reismühle Brunnen è l'azienda che offre il più vasto assortimento di riso in Svizzera.

#### Argo

*Collant, calze, calzini.*

La fabbrica di calze Argo ha cessato la sua attività il 30 novembre 2004. Dopo che nel 2003, con l'outsourcing della maglieria e della sartoria, l'azienda aveva tentato di mantenere la propria competitività rispetto alla concorrenza estera sempre più agguerrita, la chiusura dello stabilimento è stata inevitabile.

#### Acquisti Materie prime

*Compravendita di materie prime, Centro di maturazione delle banane.*

Da gennaio 2004 gli Acquisti Materie prime fanno parte della Direzione Logistica/Informatica/Produzione. Per la fine del 2005 sarà chiuso l'impianto di torrefazione del caffè. In futuro la produzione sarà assunta in Svizzera dalla SKR AG, appartenente al gruppo europeo Drie Mollen. Il personale interessato sarà rilevato da Coop e da SKR AG.

### Coop crea più posti di formazione

Entro il 2008, in aggiunta agli attuali 2 000 posti di tirocinio, Coop ne creerà altri 500. Per quattro anni il numero dei posti di tirocinio aumenterà ogni anno 125 posti. In questo modo Coop sostiene attivamente gli sforzi profusi su scala nazionale per offrire a moltissimi giovani un posto per la loro formazione. L'impegno di Coop non termina alla conclusione del tirocinio: nei limiti del possibile, Coop offre un posto di lavoro ad un apprendista anche dopo che ha terminato il tirocinio. La ricerca di candidati idonei diventa tuttavia sempre più difficile per Coop. Anche nell'esercizio in esame non è stato possibile trovare apprendisti per tutti i posti di tirocinio disponibili.

### Coop sostiene attivamente gli sforzi profusi su scala nazionale per offrire a moltissimi giovani un posto per la loro formazione.

### Vendita.CH, la nuova formazione di base nella vendita

Nel 2004 Coop ha fornito un contributo determinante a «Vendita.CH», la nuova formazione di base per il commercio al dettaglio. Il nuovo tirocinio di vendita durerà tre anni. Dopodiché è possibile conseguire la maturità professionale e studiare economia del commercio al dettaglio presso una scuola universitaria professionale. La formazione biennale dà diritto ad un attestato che non sarà più considerato come tirocinio federale. Coop continuerà ad offrire entrambe le possibilità.

Coop ha eseguito tutti i preparativi necessari per avviare la nuova formazione di base, in modo che nulla potrà ostacolare l'introduzione del nuovo apprendistato nell'agosto 2005. Un punto centrale delle nuove strutture di formazione è costituito da uno stage che dura da tre a sei mesi, e che tutte le future persone in formazione – questo il nuovo termine adottato per gli apprendisti – dovranno frequentare presso un secondo punto di vendita.

### Aumenti salariali e prolungamento del contratto collettivo di lavoro

A causa dei processi ottimizzati grazie a «CoopForte» e per via delle ristrutturazioni nei settori della vendita, della logistica e della produzione, alla fine del 2004 le persone che lavoravano da Coop erano diminuite del 6% circa rispetto al 2003. Nella maggior parte dei casi, questa riduzione di posti è stata raggiunta per la naturale fluttuazione del personale, pari ad oltre il 10%, e per i pensionamenti ordinari e anticipati a condizioni vantaggiose. Inoltre, in alcune aziende sono stati creati dei posti di lavoro che hanno assunto delle funzioni di Coop. Coop intrattiene con le parti sociali un dialogo regolare e cooperativo. Nell'insieme, vi è stata una buona collaborazione con le diverse associazioni del personale anche nel 2004.

Con le parti contrattuali SIC Svizzera, Syna/OCST e AIC (Associazione degli impiegati Coop) Coop aveva concordato già in precedenza che il contratto collettivo di lavoro con scadenza a fine 2005 non sarebbe stato disdetto ma prolungato per un anno, ovvero fino alla fine del 2006. Inoltre, dopo varie trattative tra le parti – dure ma condotte in modo corretto – è stato concordato un aumento dell'1,5% sulla massa salariale per l'inizio del 2005. Le parti contrattuali hanno dato priorità in particolare all'aumento dei salari femminili. Lo 0,3% dell'1,5% sarà messo a disposizione per adattamenti individuali e strutturali dei salari femminili. L'1% sarà impiegato per aumenti su base individuale in funzione del rendimento. Per gli adeguamenti individuali e strutturali dei salari tra i 3 900 e i 4 800 franchi è in oltre disponibile lo 0,2%. Le paghe orarie subiranno un aumento generale dell'1%.

### Nel 2004, altri 785 collaboratori del settore amministrativo hanno lavorato per due giorni presso un punto di vendita.

#### Amministrazione al fronte di vendita

Nel 2004 altri 785 collaboratori del settore amministrativo hanno lavorato per due giorni presso un punto di vendita. Questa specie di stage serve essenzialmente a respirare «aria di vendita» e scoprire come il proprio lavoro influenzi la vendita. Molte esperienze maturate al fronte confluiscono nel lavoro quotidiano ed aiutano a capire meglio i processi.

### CPV/CAP: integrata la previdenza EPA

Per il 2004 la previdenza EPA, che contava circa 2 100 assicurati attivi e circa 1 500 pensionati, è stata integrata nella CPV/CAP. L'integrazione ha comportato anche l'acquisizione del patrimonio della previdenza EPA per un importo di circa 460 milioni di franchi. Alla fine dell'anno, la CPV/CAP contava circa 33 600 assicurati attivi e circa 13 800 rendite in corso. La somma di bilancio ammonta a ben 5,8 miliardi di franchi. Gli sviluppi a rilento degli investimenti di capitale effettuati sui mercati finanziari hanno generato, alla fine del 2004, un deficit di copertura pari a 37 milioni di franchi, il che corrisponde allo 0,65% dei debiti calcolati. Il consiglio di amministrazione della CPV/CAP ha deciso di lasciare al 2,75% il tasso d'interesse degli averi di vecchiaia determinanti per il calcolo delle prestazioni. Il saggio della CPV/CAP supera ancora di 0,25% il saggio minimo d'interesse prescritto dal Consiglio federale per gli averi di vecchiaia LPP. Sempre in sintonia con una politica volta a costituire riserve, la CPV/CAP rinuncia ad aumentare le rendite in corso per il 2005.

Le rendite d'invalidità continuano a registrare un alto tasso di crescita. La CPV/CAP ha rilevato dalla previdenza EPA circa 200 rendite d'invalidità. Le altre 360 rendite d'invalidità indicano una tendenza che da anni non dà segni di arresto. Per questo motivo abbiamo dovuto aumentare i premi di rischio, con effetto a partire dal gennaio 2005, per un importo pari all'1% del salario assicurato.

### Ottimo impatto della rivista Coop Forte

La rivista Coop Forte informa i collaboratori del gruppo Coop sei volte l'anno in tre lingue, con una tiratura di 65 000 copie. Dal 2005 la rivista Coop Forte è pubblicata con un nuovo concetto redazionale in sei edizioni regionali. Le nuove rubriche sono molto apprezzate dai lettori. Tra le novità troviamo la presentazione di singoli punti di vendita, la preparazione di pietanze insieme ai collaboratori, la nuova pagina dei lettori e un angolo per gli ospiti.

### Ambiente

**Aumenta il consumo termico ed elettrico, ma diminuiscono le emissioni di CO<sub>2</sub>**

Nell'anno di esercizio, il consumo energetico complessivo si è sviluppato in maniera differenziata. Benché nell'insieme il consumo termico sia aumentato lievemente, sono diminuite di poco le emissioni di CO<sub>2</sub>. Il consumo di elettricità, invece, è aumentato in maniera considerevole.

Malgrado un netto aumento delle superfici nel periodo di rilevamento luglio 2003 – giugno 2004 (integrazione per la prima volta di Waro ed EPA) e nonostante un inverno rigido, il consumo termico dei punti di vendita è aumentato solo di poco. Le emissioni di CO<sub>2</sub> sono invece notevolmente diminuite. Questo successo è dovuto al nuovo sistema di gestione energetica impiegato già in 180 punti di vendita. I locali sono riscaldati con il recupero di calore generato dalla produzione del freddo; il sistema sfrutta anche il calore residuo dei compressori e dell'illuminazione. Il quadro cambia invece con il consumo di elettricità, che è nettamente aumentato in seguito all'ampliamento delle superfici e ai caldi mesi estivi.

Anche il consumo energetico delle centrali di distribuzione e delle aziende di produzione si è sviluppato in maniera differenziata. Gli spostamenti di sede e il funzionamento in parallelo di alcune centrali di distribuzione hanno provocato massicci aumenti. Vi sono stati però anche notevoli miglioramenti: la centrale di produzione e distribuzione di Pratteln BL ha rinnovato gli impianti per il calore di riscaldamento e di processo, e dalla produzione termica a gas e olio è passata allo sfruttamento del calore residuo del vicino impianto di incenerimento dei fanghi. Questi provvedimenti hanno fatto diminuire dell'8% il consumo termico e del 17% le emissioni di CO<sub>2</sub>. Nella centrale di distribuzione di Basilea-Lysbüchel, circa il 7% del fabbisogno termico è ora coperto dal calore residuo dei forni. La panetteria industriale Panofina migliora l'efficienza termica umidificando gli impianti automatici di cottura non con il vapore ma con pompe ad alta pressione.

### Convenzione degli obiettivi per il CO<sub>2</sub>: audit positivo

A marzo del 2004 è stato eseguito l'audit per determinare se gli obiettivi convenuti nel quadro della collaborazione con l'Agenzia dell'energia dell'economia hanno carattere vincolante. Gli obiettivi sono stati accettati e Coop è pertanto il primo grande distributore in Svizzera a disporre, per l'intera azienda, di convenzioni degli obiettivi per il CO<sub>2</sub> riconosciuti dalla Confederazione. Nella consultazione relativa alla tassa d'incentivazione sul CO<sub>2</sub>, Coop si è espressa a favore di una tassa moderata che non abbia un effetto negativo sugli automobilisti stranieri che vengono a fare rifornimento in Svizzera né incentivi gli svizzeri a fare acquisti all'estero.

## Coop è il primo grande distributore in Svizzera a disporre, per l'intera azienda, di convenzioni degli obiettivi per il CO<sub>2</sub> riconosciuti dalla Confederazione.

### Aumenta la percentuale dei rifiuti riciclati

La percentuale di raccolta differenziata dei rifiuti presso le aziende di produzione è aumentata ed ammonta ora al 78%, di cui circa due terzi sono stati destinati all'alimentazione degli animali. La percentuale delle centrali di distribuzione che riprendono in consegna i recipienti dei punti di vendita è leggermente scesa al 57%. I materiali più riciclati sono stati il cellophane, il cartone e la carta.

Il numero di bottiglie di latte in PE riportate dai clienti nei punti di vendita è raddoppiato, il che ha fatto lievitare la percentuale dal 25% del 2003 al 50% circa. Nei negozi è ritornato l'8% in più di pile ed il 2% in più di apparecchi elettrici ed elettronici non utilizzabili.

L'introduzione all'inizio del 2005 della tassa di riciclaggio anticipata (TRA) sui giocattoli e sugli apparecchi di giardinaggio e di bricolage non ha incontrato alcuna difficoltà. A metà 2004 sono stati avviati i colloqui per applicare la TRA su lampadine e lampadari. Anche in questo caso i commercianti puntano su una collaborazione con la Fondazione per la gestione ed il recupero dei rifiuti in Svizzera (S.EN.S). Per le questioni relative al riciclaggio ed al littering, Coop ha avviato una collaborazione costruttiva con le organizzazioni di riciclaggio competenti, l'Unione delle città svizzere nonché

l'organizzazione ambientalista Pusch (Praktischer Umweltschutz Schweiz).

### Aumentano vertiginosamente i trasporti su rotaia

Nel 2004, i trasporti ferroviari tra le centrali di distribuzione nazionali e quelle regionali è aumentato in modo esponenziale rispetto ai trasporti su strada.

Nel 2004 per i trasporti tra le centrali di distribuzione regionali e i punti di vendita sono stati percorsi più chilometri su strada, il che ha fatto aumentare i consumi di carburante. In questo contesto, il consumo di carburante specifico in funzione del chilometraggio è migliorato di poco, mentre quello in funzione del fatturato è comunque migliorato del 3%.

### Responsabilità sociale

#### Approvvigionamento etico-sociale grazie agli standard sociali validi in tutto il mondo

Negli ultimi anni, gli sforzi di Coop a favore di un approvvigionamento sostenibile si sono concentrati sui label di fiducia, i quali hanno consentito a Coop di assumere oggi un ruolo leader su scala mondiale. Contemporaneamente è però aumentato anche il profilo dei requisiti di Coop relativo all'assortimento standard.

Coop ha pertanto istituito un comitato d'orientamento per l'approvvigionamento sostenibile, che ha come scopo primario quello di moltiplicare le esperienze maturate con i due progetti piloti Tessili e Orticoltura. Su scala mondiale, Coop è un'azienda proporzionalmente piccola, e in quanto tale ha difficoltà a far imporre la direttiva sull'approvvigionamento ecologico ed etico-sociale approvata nel 2002. Ecco perché all'inizio del 2005 Coop è entrata a far parte della Business Social Compliance Initiative (BSCI). La BSCI è un sistema di controllo sviluppato in comune da aziende europee. Gli standard sociali costituiscono un tema importante anche nell'agricoltura. In collaborazione con EurepGAP Coop ha eseguito degli audit pilota presso tre partner commerciali nel sud della Spagna e i loro fornitori. Le esperienze scaturite dal progetto pilota dovranno confluire negli standard EurepGAP. Gli standard EurepGAP definiscono i requisiti relativi alle «buone pratiche agricole» (Good Agricultural Practice) nel commercio al dettaglio europeo e finora hanno disciplinato questioni di carattere soprattutto ecologico relative alla coltivazione, all'igiene ed alla qualità dei prodotti. Essi rappresentano anche la base comune per l'integrazione di criteri sociali nella direttiva di BIO SUISSE.

### Obiettivo del codice tessile: certificazione SA 8000

I partner commerciali Naturaline e i loro fornitori si sono sottoposti anche nel 2004 ad un controllo dei requisiti richiesti dal Codice di comportamento sul lavoro nel settore tessile (codice tessile). L'obiettivo è quello di far ottenere a tutti i partner commerciali Naturaline la certificazione SA 8000. Un partner commerciale in Cina è stato certificato già nell'estate 2004. Coop lo ha accompagnato e sostenuto in questa impresa per oltre due anni. Ora il numero di partner commerciali Naturaline con certificazione SA 8000 è quindi salito a quattro. Anche gli altri fornitori di tessili saranno progressivamente coinvolti in un programma di controllo. Saranno controllate soprattutto le società in Estremo Oriente, poiché da un'analisi dei rischi basata sull'autovalutazione è emerso che in questa regione vi è maggiore necessità d'intervento. A partire dal 2005 i controlli sono eseguiti con il coordinamento della BSCI. In questo modo il programma di controllo può essere eseguito molto più velocemente.

## L'obiettivo è quello di far ottenere a tutti i partner commerciali Naturaline la certificazione SA 8000.

### Sostenibilità

Il rapporto di sostenibilità di Coop è vincente

A settembre del 2004, Coop ha presentato all'opinione pubblica interessata il suo primo rapporto di sostenibilità, che fornisce uno spaccato generale dell'operato di Coop sul piano economico, ecologico e sociale. Il rapporto di sostenibilità rispetta gli standard internazionali della Global Reporting Initiative (GRI). A febbraio del 2005, Coop ha ricevuto dall'Associazione Svizzera per l'Integrazione dell'Ecologia nella Gestione delle Ditte (ÖBU) il premio per il miglior rapporto di sostenibilità.

## A febbraio del 2005, Coop ha ricevuto dall'Associazione ÖBU il premio per il miglior rapporto di sostenibilità.

### Nuovi progetti nel fondo Coop Naturaplan

Il fondo Coop Naturaplan rispecchia gli impegni di Coop nei confronti dell'ambiente, dell'uomo e degli animali. Con un contributo di 10 milioni di franchi all'anno almeno fino al 2012, Coop sostiene grandi progetti che seguono i criteri della sostenibilità. Circa la metà dei fondi è destinata a progetti e attività che a medio e lungo termine portino un vantaggio diretto ai consumatori, ai produttori e alla stessa Coop. L'altra metà è impiegata per progetti volti puramente a promuovere determinate iniziative. Nel 2004 il fondo Coop Naturaplan ha sostenuto le organizzazioni e i progetti seguenti:

#### *Fondazione bioRe*

Fattorie modello bioRe - nuovi centri di formazione sotto forma di fattorie modello per coltivatori di cotone bio Coop a Maikaal, in India, e a Meatu, in Tanzania.

#### *Fattorie nella regione di Altishofen LU*

Installazione di un impianto di biogas in comune con impianto di cogenerazione termo-elettrico, produzione di colaticcio certificabile come coadiuvante bio, da impiegare nelle coltivazioni e nel giardinaggio.

#### *BIO SUISSE*

planète bio suisse – possibilità offerta a scolaresche di visitare aziende agricole bio. Attività di gruppo per una maggiore comprensione dei rapporti tra bio e mondo dei consumi.

#### *BIO SUISSE, Demeter, IRAB*

Progetto pilota Anno conclusivo della formazione di base per agricoltori della durata di due anni con attestato federale di capacità «Agricoltore/trice con specializzazione in agricoltura biologica».



#### *Naturland, associazione tedesca per l'agricoltura organica*

Sviluppo di basi scientifiche per acquicoltura biologiche, procedimenti di prevenzione e trattamento senza antibiotici e lavorazione senza conservanti.

#### *ProSpecieRara*

Salvaguardia e promozione della diversità di varietà e specie in giardini/fattorie d'esposizione (incl. frutteto didattico Zofingen) e interconnessione di singoli siti mediante misure da parte di un organo superiore.

#### *WWF*

La coltivazione della soia distrugge le foreste tropicali – promozione della coltivazione sostenibile della soia senza deforestazioni in Sudamerica.

Altre informazioni sul fondo Coop Naturaplan al sito [www.coop.ch/sostenibilita](http://www.coop.ch/sostenibilita).

**Con un contributo di 10 milioni di franchi all'anno almeno fino al 2012, Coop sostiene grandi progetti che seguono i criteri della sostenibilità.**

#### **Esempio 1: 1500 giovani s'immergono nel «pianeta biologico»**

L'obiettivo del progetto «planète bio suisse» di BIO SUISSE e Coop è quello di permettere ai giovani di dare uno sguardo dentro l'avvincente mondo biologico, con un approccio in grado di coinvolgere sensi ed emozioni. planète bio suisse ha fatto tappa in undici regioni della Svizzera tedesca e francese. In alcune fattorie bio selezionate, i giovani avevano a disposizione delle roulotte con sezioni espositive e stazioni di lavoro. I giovani hanno fatto ricerche, osservato e cucinato. Nell'arco di un giorno hanno conosciuto il ciclo naturale biologico. Qui si sono resi conto che l'agricoltura biologica rappresenta una moderna forma di economia e che uno stile di vita «bio» può essere anche coinvolgente e divertente.

Con questo progetto, BIO SUISSE punta ad avvicinare i giovani alle fattorie bio e ai prodotti bio, abolendo i pregiudizi sull'agricoltura biologica. Delle inchieste indicano che i giovani sono male informati in merito al valore aggiunto che l'agricoltura biologica crea sul piano ecologico. Anche nell'estate 2005 planète bio suisse ripartirà in tournée per tutta la Svizzera.

**L'obiettivo del progetto «planète bio suisse» di BIO SUISSE e Coop è quello di permettere ai giovani di dare uno sguardo dentro l'avvincente mondo biologico, con un approccio in grado di coinvolgere sensi ed emozioni.**

#### **Esempio 2: soia coltivata secondo criteri di sostenibilità**

Un'iniziativa lanciata in comune da Coop e dal WWF dovrebbe a medio termine far sì che la soia coltivata secondo criteri di sostenibilità diventi lo standard in Svizzera. Con diversi progetti e uno studio di fattibilità in Brasile, Coop promuove la coltivazione sostenibile della soia; una coltivazione cioè che non richieda il disboscamento di foreste tropicali, né la conversione di preziose savane in terreni agricoli. Il WWF e Coop hanno elaborato insieme dei criteri per la coltivazione sostenibile della soia. Questi «Criteri di Basilea» creano i presupposti affinché si utilizzi la soia da coltivazione sostenibile nell'allevamento degli animali e nella produzione di generi alimentari – fattibilità tecnica e negoziabilità permettendo. Coop ha partecipato attivamente alla tavola rotonda che nel marzo 2005 ha riunito a Foz do Iguaçu (Brasile) gruppi d'interesse appartenenti al settore dell'agricoltura, della lavorazione e del commercio nonché alcune ONG operanti in campo ecologico e sociale. I colloqui tra Coop e l'industria svizzera di produzione dei mangimi, anch'essa interessata alla soia coltivata secondo criteri sostenibili, sono stati molto promettenti.

## Impegno

### Gli aiuti ai contadini di montagna forniti dal Padrinato Coop

Il Padrinato Coop per le regioni di montagna è una società cooperativa che sostiene le aziende agricole nelle regioni di montagna con finanziamenti residui di progetti edili. Coop si assume i costi di esercizio del Padrinato, garantendo così che ogni franco donato venga assegnato interamente ai contadini svizzeri di montagna.

Nel 2004, la raccolta delle donazioni da parte del Padrinato ha raggiunto la quota record di 2,7 milioni di franchi. Il ricavo dell'azione dei panini del 1° agosto svoltasi nei punti di vendita Coop, è stato devoluto a cinque progetti di autoaiuto di famiglie di contadini di montagna nel canton Obwaldo. Sotto l'egida del Padrinato Coop si svolgerà fino alla fine del 2005 anche il progetto Working Poor «Due volte Natale» insieme alla Croce Rossa Svizzera.

### «Schweizer Tafeln» e «Tischlein deck dich» contro la povertà in aumento

Da gennaio 2005 Coop sostiene i progetti «Schweizer Tafeln» (Tavole svizzere) e «Tischlein deck dich» (Tavolino, apparecchiati) con un notevole contributo finanziario, ampliando così il proprio impegno nella lotta contro la crescente povertà in Svizzera. Con questo sostegno supplementare, le due organizzazioni sono in grado di rafforzare i loro servizi di pubblica utilità e di estenderli alla Svizzera Romanda. Le organizzazioni operano in diverse città svizzere e raccolgono ogni giorno generi alimentari in eccesso, ancora in perfetto stato. Questi alimenti vengono consegnati direttamente alle persone bisognose o a determinate istituzioni come quelle che offrono alloggi di emergenza, i ricoveri per i senzatetto, le cucine per i poveri e le opere assistenziali.

**Da gennaio 2005 Coop sostiene i progetti «Schweizer Tafeln» e «Tischlein deck dich» con un notevole contributo finanziario.**

### Aiuti dopo il maremoto in Asia

In seguito al devastante maremoto del 26 dicembre nell'Asia meridionale, anche Coop ha partecipato alla gara di solidarietà internazionale. Insieme alla Croce Rossa Svizzera, Coop ha organizzato un volo di aiuti umanitari per lo Sri Lanka con 26 tonnellate di merci di prima necessità per un valore di 250 000 franchi. Coop ha inoltre partecipato con altri 250 000 franchi alla colletta lanciata dalla Catena della Solidarietà per un progetto di ricostruzione nell'area colpita dalla crisi.

## Sponsorizzazione

### Folklore nella Svizzera centrale...

La Festa federale dei lottatori e degli alpigiani, a cadenza triennale, si è tenuta l'estate scorsa a Lucerna, con Coop in veste di sponsor principale. 88 000 spettatori hanno seguito lo spettacolo nell'arena e 540 000 in televisione. Coop era lo sponsor principale di questo evento tradizionale e, insieme a Bell, responsabile per il catering dei prodotti di carne e di panetteria. Coop ha inoltre sponsorizzato la diretta televisiva di 16 ore trasmessa sul canale SF1. Ad agosto, Coop e Bell hanno offerto dei prodotti speciali ispirati a questa festa, come le salsicce e il formaggio dei Lottatori nonché il pane dell'Alpigiano, i quali hanno registrato un buon fatturato.

## Nello sport, oltre allo sci di fondo Coop concentra le sue attività di sponsorizzazione sul beachvolley.

### ...e beachvolley ad Atene

Nello sport, oltre allo sci di fondo Coop concentra le sue attività di sponsorizzazione sul beachvolley. Nel 2004, i maggiori successi sono stati raggiunti dal team composto da Patrick Heuscher e Stefan Kobel, sostenuto da Coop. I due atleti hanno vinto la medaglia di bronzo ai Giochi Olimpici di Atene e sono stati eletti «Sportivi svizzeri dell'anno».

In inverno, lo sci di fondo svizzero, le cui attività culminano nella Maratona engadinese di sci, può contare sempre sul sostegno di Coop. Un altro esempio per l'impegno di Coop nello sport di massa è la Swiss Alpine Marathon nella regione di Davos, di cui nel 2004 Coop è stato lo sponsor principale e alla quale hanno partecipato 4 500 persone. Questa gara podistica montana rappresenta una sfida per gli amanti dello sport estremo e per gli sportivi dilettanti, nonché uno spettacolo interessante per il pubblico.

### Coop, buona musica e buon vino

In estate, nel quadro del New Orleans Jazz Ascona, la cittadina ticinese è diventata, come di consueto, la capitale mondiale del jazz tradizionale – per la seconda volta con la sponsorizzazione di Coop. L'intervento di Coop in Ticino si è svolto all'insegna del «Wineshop». Si potevano anche degustare e ordinare vini. Coop si è quindi presentata sulle rive del Lago Maggiore come l'azienda leader sul mercato svizzero dei vini.

I concerti di Live Music Production sponsorizzati da Coop nella Svizzera Romanda hanno ottenuto anche nel 2004 un grosso successo di pubblico, il quale era composto da tutte le fasce di età. Sono intervenuti molti artisti, tra cui Phil Collins e la band irlandese The Corrs.





Supermercato Coop St. Moritz Bellevue, Canton Grigioni, 1827 metri sopra il livello del mare





Interdiscount XXL Basilea Marktplatz, Cantone di Basilea-Città, 260 metri sopra il livello del mare







Coop City Sciaffusa, Canton Sciaffusa, 404 metri sopra il livello del mare





Supermercato Coop Uetligen, Canton Berna, 562 metri sopra il livello del mare





Stazione di servizio Coop Pronto La Tour-de-Trême, Canton Friburgo, 741 metri sopra il livello del mare





Coop Edile+Hobby Briga-Glis, Canton Vallese, 681 metri sopra il livello del mare







Supermercato Coop Zurigo Bahnhofbrücke, Canton Zurigo, 409 metri sopra il livello del mare





Supermercato Coop, Coop Edile+Hobby, Toptip e stazione Coop Pronto Rhymarkt, Feuerthalen, Canton Sciaffusa, 414 metri sopra il livello del mare

## Corporate Governance

La relazione sulla Corporate Governance del gruppo Coop si basa sulle direttive della Borsa Svizzera SWX Swiss Exchange, create ai sensi della Legge federale sulle borse e il commercio di valori mobiliari, ed entrate in vigore nel luglio 2002 per le società anonime e le società con buoni di partecipazione e di godimento. In qualità di società cooperativa, Coop non è considerata come società nel senso summenzionato. Essendosi però assoggettata volontariamente al nuovo diritto azionario, Coop applica anche le direttive sulla Corporate Governance, offrendo la massima chiarezza possibile a tutti coloro che mostrano interesse all'andamento dell'azienda. Coop ritiene infatti molto importante conquistarsi la fiducia di tutti gli stakeholder. Tra di essi figurano le banche che prestano i capitali, i fornitori in quanto partner commerciali, la mano pubblica nella sua funzione di organo di controllo e legislativo – e naturalmente i clienti che apprezzano un comportamento trasparente e lungimirante nella prassi commerciale e che garantiscono in ultima analisi l'esistenza dell'azienda. La Bell Holding AG è l'unica azienda del gruppo Coop i cui diritti di partecipazione sono quotati presso la borsa SWX. I dati specifici sulla Corporate Governance di Bell sono pubblicati sul suo rapporto di gestione e sul sito [www.bell.ch](http://www.bell.ch).

### Struttura del gruppo

La struttura del gruppo è evidente nello schema dell'Area di consolidamento Coop come parte del conto consolidato. Le modifiche nell'area di consolidamento del gruppo Coop sono indicate a pagina 108. Non esistono partecipazioni incrociate.

### Struttura del capitale

La struttura del capitale può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 93) e dalle spiegazioni in proposito (pagine 100–104).

### Consiglio d'amministrazione

Cfr. struttura del gruppo e assemblea dei delegati alle pagine 112 e 113.

Per motivi di età, alla fine del 2004 Edgar Spicher è uscito dal Consiglio di amministrazione e, in base agli statuti, non è stato sostituito. Il Consiglio di amministrazione conta pertanto 17 membri.

### Anton Felder

Nato nel 1948. Svizzero.

Dipl. fed. Esperto finanze e controlling

Presidente del Consiglio di amministrazione Coop in carica a tempo pieno

Comitato del Consiglio di amministrazione

Mandati in Consigli di amministrazione:

- Coop Assicurazione del personale CPV/CAP, Basilea (presidente)
- Bell Holding AG, Basilea
- Compagnia d'Assicurazioni Nazionale, Basilea
- Betty Bossi Verlag AG, Zurigo
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Coop Immobilien AG, Berna (presidente)

### Jean-Claude Badoux

Nato nel 1935. Svizzero.

Prof. Dr. Ing. ETH

Presidente onorario ETH di Losanna

Comitato del Consiglio di amministrazione

Mandati in Consigli di amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna
- Société des éditions techniques universitaires, Zurigo

Altre funzioni e cariche:

- Presidente della Standeskommission (Conseil d'honneur suisse) SIA, Zurigo
- Console onorario della Corea del Sud per cultura, scienze e tecnologia

### Stefan Baumberger

Nato nel 1948. Svizzero.

Dipl. Chem. HTL

Amministratore Häseler AG, Herisau

Comitato del Consiglio di amministrazione

Mandati in Consigli di amministrazione:

- Bell Holding AG, Basilea
- Coop Immobilien AG, Berna
- Häseler Holding AG, Herisau
- Appenzeller Bahnen AG, Herisau
- Steinegg AG, Herisau

#### Silvio Bircher

Nato nel 1945. Svizzero.  
Lic. rer. publ. HSG  
Consulente e pubblicitista  
Ex consigliere di Stato e nazionale  
Comitato del Consiglio di amministrazione

Mandati in Consigli di amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna

#### Paul Flubacher

Nato nel 1936. Svizzero.  
Vicedirettore in pensione

#### Diego Giulieri

Nato nel 1941. Svizzero.  
Lic. oec. HSG  
Direttore di banca in pensione  
Comitato del Consiglio di amministrazione

Mandati in Consigli di amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna

#### Felix Halmer

Nato nel 1952. Svizzero.  
Impiegato di commercio  
Responsabile acquisti  
Rappresentante del personale nel Consiglio di amministrazione

Altre funzioni e cariche:

- Presidente dell'Associazione degli impiegati Coop
- Presidente dell'Unione degli impiegati della regione di Basilea

#### Edgar Hofer

Nato nel 1940. Svizzero.  
Segretario sindacale in pensione

#### Walter Holderegger

Nato nel 1943. Svizzero.  
Conducente di locomotive BLS

Altre funzioni e cariche:

- Presidente dell'associazione Cerebral, Berna
- Membro della presidenza della Confederazione sindacale del Berner Oberland
- Membro del Gran consiglio comunale (Grosser Gemeinderat) di Spiez

#### Hansjürg Käser

Nato nel 1956. Svizzero.  
Responsabile pool MAT  
Rappresentante del personale nel Consiglio di amministrazione

Altre funzioni e cariche:

- Gruppo tecnico FCTA Coop

#### Irene Kaufmann

Nata nel 1955. Svizzera.  
Dr. oec. publ.  
Consulente d'impresa  
Vicepresidente del Consiglio di amministrazione  
Comitato del Consiglio di amministrazione

Mandati in Consigli di amministrazione:

- Banca Coop AG, Basilea
- Coop Immobilien AG, Berna

Altre funzioni e cariche:

- Membro del Consiglio di fondazione delle scuole Juventus Zurigo

#### Lillia Rebsamen

Nata nel 1953. Svizzera.  
Agente commerciale

#### Jean-Charles Roguet

Nato nel 1942. Svizzero.  
Avvocato  
Partner di Pestalozzi, Lachenal & Patry, Ginevra

Mandati in Consigli di amministrazione:

- Arn, Wutrich et Frigerio SA, Ginevra
- Coges Corratierie Gestion SA, Ginevra
- Dipan SA, Carouge
- Dumar SA, Ginevra
- Ferrier Lullin & Cie SA, Ginevra
- Finasma Financial Asset Management SA, Cologny
- Insiger de Beaufort SA, Ginevra
- Interswitex SA, Ginevra
- Kessler Gestion SA, Ginevra
- Label Communication SA, Ginevra
- Label Technologies SA, Ginevra
- Onyx Suisse SA, Friburgo
- Publipartner SA, Plan-les-Ouates
- Sarp Industries (Suisse) SA, Ginevra
- Tech Value SA, Ginevra

#### Eric Santschy

Nato nel 1948. Svizzero.  
Agente commerciale

#### Giampiero Storelli

Nato nel 1938. Svizzero.  
Architetto

#### Felix Truffer

Nato nel 1962. Svizzero.  
Lic. iur.  
Avvocato e notaio  
Co-titolare dello studio di avvocati Amherd, Carlen,  
Truffer, Briga-Glis

#### Giusep Valaulta

Nato nel 1951. Svizzero.  
Lic. iur.  
Comitato del Consiglio di amministrazione

Mandati in Consigli di amministrazione:  
– Coop Immobilien AG, Berna

Le seguenti informazioni sul Consiglio di amministrazione contengono riferimenti agli statuti Coop, consultabili al sito [www.coop.ch](http://www.coop.ch).

#### **Elezione e durata del mandato del Consiglio di amministrazione**

Il Consiglio di amministrazione è eletto dall'assemblea dei delegati conformemente all'articolo 27 dei principi contenuti negli statuti. Per tutti i membri, il mandato è di quattro anni; il mandato attuale terminerà nella primavera del 2005. Gli statuti non prevedono un limite al numero di mandati ma indicano un'età massima (la fine dell'anno in cui si raggiunge il 70° anno di età; dal 2005, il limite è stato anticipato a 65 anni).

#### **Organizzazione interna**

Il Consiglio d'amministrazione è composto attualmente da 17 membri. A partire dal 29 aprile 2005, data d'inizio del nuovo mandato, il numero dei membri del Consiglio d'amministrazione sarà limitato a 11. Fino alla fine del mandato in corso nel 2005, il presidente del Consiglio d'amministrazione e i presidenti dei sei Consigli regionali appartenenti al Consiglio d'amministrazione costituiscono il Comitato del Consiglio d'amministrazione.

#### **Regolamento delle competenze**

Le funzioni principali del Consiglio di amministrazione sono fissate nell'art. 29 degli statuti, quelle della Direzione generale nell'art. 31, ai sensi delle disposizioni di legge valide per le società anonime. Un regolamento organizzativo emesso dal Consiglio di amministrazione disciplina la ripartizione delle competenze tra Consiglio di amministrazione e la 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**

Ogni mese la Direzione generale redige un rapporto scritto destinato al Consiglio di amministrazione, contenente i dati sull'andamento corrente delle attività commerciali e delle informazioni importanti provenienti da tutti i settori aziendali. Inoltre, il Consiglio di amministrazione riceve per iscritto i rapporti e i bilanci quadrimestrali, che sono poi presentati e discussi oralmente in sede di riunione. Il presidente del Consiglio di amministrazione partecipa regolarmente alle riunioni della Direzione generale e presiede anche la revisione interna. Coop dispone di un solido e continuo processo di pianificazione e definizione degli obiettivi, che comprende anche il reporting periodico al Consiglio di amministrazione, tra l'altro attraverso il sistema della Balanced Scorecard.

### Strumenti di vigilanza e controllo nei confronti dell'ufficio di revisione

Dal momento che la durata del mandato dell'Ufficio di revisione è limitata ad un anno, l'assemblea dei delegati elegge l'ufficio ogni anno. Il presidente in carica a tempo pieno e i membri del Comitato del Consiglio di amministrazione curano i contatti regolari con l'Ufficio di revisione, insieme al Presidente della Direzione generale e al responsabile della Direzione Finanze e Servizi. In particolare discutono dei risultati degli audit e valutano regolarmente le operazioni di audit e l'indipendenza.

### Direzione generale

Vedi Struttura dirigenziale e Management alle pagine 114–116.

All'inizio del 2004, Jürg Peritz è entrato a far parte della Direzione generale ed è a capo della nuova Direzione CCM/Acquisti. Alla fine di giugno Hans Winiger è uscito dalla Direzione generale per pensionamento. La Direzione Logistica e la Direzione Informatica/Produzione sono state fuse, dando vita alla nuova Direzione Logistica/Informatica/Produzione sotto la responsabilità di Jörg Ackermann. All'inizio di luglio, Jörg Ackermann ha assunto la carica di Vicepresidente della Direzione generale.

### Hansueli Loosli

Nato nel 1955. Svizzero.

Dipl. fed. Esperto finanze e controlling

Presidente della Direzione generale

Capo Direzione Retail

Mandati in Consigli d'amministrazione:

- Betty Bossi Verlag AG, Zurigo
- Altri mandati in Consigli d'amministrazione in società affiliate di Coop

### Jörg Ackermann

Nato nel 1958. Svizzero.

Economista aziendale HWV

Responsabile della Direzione Logistica/Informatica/Produzione

Vicepresidente della Direzione Generale

Mandati in Consigli d'amministrazione:

- Bell Holding AG, Basilea (presidente)
- Eurogroup SA, Bruxelles (presidente)
- Eurogroup Far East Ltd, Hong Kong (presidente)
- Altri mandati in Consigli d'amministrazione in società affiliate di Coop

### Rudolf Burger

Nato nel 1946. Svizzero.

Agente commerciale

Responsabile Direzione Commercio al dettaglio

Mandati in Consigli d'amministrazione:

- Coop Mineraloel AG, Allschwil (presidente)
- Coop Vitality AG, Berna (presidente)
- Altri mandati in Consigli d'amministrazione in società affiliate di Coop

### Jean-Marc Chapuis

Nato nel 1954. Svizzero.

Lic. en sciences économiques et sociales

Responsabile Direzione Immobili

Mandati in Consigli d'amministrazione:

- Altri mandati in Consigli d'amministrazione in società affiliate di Coop

### Christoph Clavadetscher

Nato nel 1961. Svizzero.

Commerciante dipl. nella vendita al minuto

Responsabile Direzione Trading



### **Jürg Peritz**

Nato nel 1947. Svizzero.

Agente commerciale

Responsabile Direzione Coop Category Management/  
Acquisti

Mandati in Consigli d'amministrazione:

- Coop Switzerland Far East Ltd., Hong Kong
- Eurogroup SA, Bruxelles
- Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong
- Fondazione bioRe, Rotkreuz
- HiCoPain AG, Dagersellen

### **Hans Peter Schwarz**

Nato nel 1950. Svizzero.

Dipl. fed. Esperto finanze e controlling

Responsabile Direzione Finanze & Servizi

Mandati in Consigli d'amministrazione:

- Banca Coop SA, Basilea
- Bell Holding AG, Basilea
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Coop Vitality AG, Berna
- Altri mandati in Consigli d'amministrazione  
in società affiliate di Coop

### **Contratti del management**

I membri della Direzione generale non svolgono compiti operativi di management presso ditte esterne all'area di consolidamento.

### **Indennità**

Nel 2004 al Consiglio d'amministrazione di Coop (18 membri) sono state versate delle indennità per un importo pari a 1,3 milioni di franchi (2003: 1,3 milioni di franchi per 19 membri).

Alla Direzione generale di Coop (7 membri) sono stati versati dei salari lordi per un importo pari a 3,5 milioni di franchi (2003: 3,4 milioni di franchi per 7 membri).

Gli onorari per le attività del presidente del Consiglio d'amministrazione e dei membri della Direzione generale in seno ai consigli d'amministrazione delle società affiliate e di ditte terze spettano a Coop. Per il presidente del Consiglio d'amministrazione e la Direzione generale di Coop non vi sono regolamenti speciali per la cassa pensioni.

### **Diritti di partecipazione**

I diritti di partecipazione sono stabiliti negli statuti di Coop.

### **Ufficio di revisione**

**Durata del mandato e durata in carica  
del revisore responsabile**

Dal 1994 il mandato di revisione per Coop è esercitato da PricewaterhouseCoopers (PWC). I revisori capo responsabili, il Dr. Rodolfo Gerber (revisore responsabile) e il sig. Ralph Maiocchi sono entrati in carica rispettivamente nel 2004 e nel 1997.

### **Onorari degli audit**

Per i servizi di revisione prestati nel 2004 sono stati fatturati i seguenti onorari:

servizi di audit: 1,8 milioni di franchi

altri servizi: 1,2 milioni di franchi

L'importo dei servizi di revisione comprende i lavori di audit dei conti del gruppo che sono eseguiti ogni anno dalla società di revisione per fornire una valutazione e per redigere i rapporti sui conti annuali previsti a livello locale. I servizi di revisione comprendono anche i servizi, come la verifica di transazioni uniche, che sono eseguiti unicamente dal revisore del gruppo.

### **Politica dell'informazione**

All'inizio di ogni anno Coop comunica il fatturato dell'anno precedente. La conferenza stampa sul bilancio ha luogo in primavera, l'Assemblea dei delegati in aprile. Il rapporto di gestione è pubblicato ad aprile. Un'ulteriore Assemblea dei delegati ha luogo a dicembre.

Un rapporto trimestrale informa inoltre i delegati sugli sviluppi delle attività commerciali.

16.00



17.00



18.00



19.00



20.00



21.00



22.00



Coop Pronto alla stazione di Delémont, Canton Giura. C'è sempre qualcosa da acquistare. A qualsiasi ora.



# Il gruppo Coop in cifre

- 78 Fatturato di cassa/vendite dirette
- 79 Cifra d'affari al dettaglio
- 80 Quote di mercato
- 81 Punti di vendita
- 82 Società affiliate/Divisioni/Crediti bancari
- 83 Dati finanziari/Ripartizione investimenti
- 84 Collaboratori
- 86 Conto valore aggiunto
- 87 Evoluzione del gruppo Coop
- 88 Dati relativi all'ecologia

Finora i ricavi dei punti di vendita erano stati presentati sulla base «ricavo da forniture e servizi», il che significa che i dati contenevano gli sconti concessi, ma non l'IVA. A partire dal 2004 si è passati al «fatturato di cassa». Ne consegue che i valori relativi al ricavo sono stati modificati sulla base delle diminuzioni di ricavo rilevanti (sottrazione degli sconti; addizione dell'IVA). Il saldo produce una leggera riduzione di 200 milioni di CHF circa. Le cifre del 2003 sono state adeguate di conseguenza. Per tale motivo, nei grafici e nelle riproduzioni qui di seguito di cassa è rappresentato in maniera confrontabile.

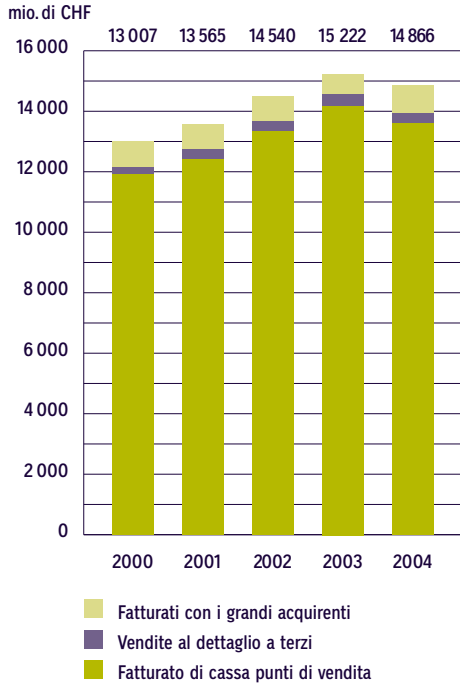
Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente.

## Fatturato di cassa/vendite dirette

		<b>mio. di CHF</b>	mio. di CHF	Variazione	Variazione
		<b>2004</b>	2003	mio. di CHF	%
<i>Megastore</i>	<i>4500–8000 mq</i>	570	526	+ 45	+ 8,5
<i>Supermercati C</i>	<i>1800–3000 mq</i>	2 711	2 961	– 250	– 8,5
<i>Supermercati B</i>	<i>800– 1400 mq</i>	2 781	2 781	+ 0	+ 0,0
<i>Supermercati A</i>	<i>250– 600 mq</i>	3 516	3 736	– 220	– 5,9
<i>Supermercati</i>		9 008	9 478	– 471	– 5,0
Megastore/Supermercati		9 578	10 004	– 426	– 4,3
Altri		25	27	– 2	– 8,5
<b>Coop Retail</b>		<b>9 602</b>	<b>10 031</b>	<b>– 428</b>	<b>– 4,3</b>
Grandi Magazzini		1 089	1 230	– 141	– 11,4
<i>Edile+Hobby</i>		619	592	+ 28	+ 4,7
<i>Toptip</i>		216	216	+ 1	+ 0,4
<i>Lumimart</i>		33	32	+ 2	+ 5,2
<i>Import Parfumerie</i>		141	142	– 1	– 0,7
<i>Altri</i>		5	20	– 15	– 76,8
Negozi specializzati		1 015	1 001	+ 14	+ 1,4
<b>Coop Trading</b>		<b>2 104</b>	<b>2 231</b>	<b>– 127</b>	<b>– 5,7</b>
Interdiscount		829	815	+ 14	+ 1,8
Alberghi		30	26	+ 4	+ 15,3
<b>Coop</b>		<b>12 565</b>	<b>13 101</b>	<b>– 537</b>	<b>– 4,1</b>
Alcoba Distribution SA		79	76	+ 2	+ 2,8
Andréfleurs Assens SA		7	7	– 0	– 3,4
Gruppo Bell (Punti di vendita)		17	65	– 49	– 74,7
<i>Stazioni di servizio</i>		712	562	+ 150	+ 26,7
<i>Coop Pronto nelle stazioni di servizio</i>		195	168	+ 27	+ 15,9
<i>Coop Pronto stand-alone</i>		55	41	+ 14	+ 34,5
Coop Mineraloel AG		962	771	+ 191	+ 24,8
Coop Vitality AG		20	10	+ 9	+ 86,3
<b>Fatturato di cassa punti di vendita</b>		<b>13 649</b>	<b>14 032</b>	<b>– 383</b>	<b>– 2,7</b>
Remote Ordering		16	10	+ 6	+ 54,5
Vendite al dettaglio a terzi		319	354	– 35	– 9,9
<b>Cifra d'affari al dettaglio</b>		<b>13 983</b>	<b>14 396</b>	<b>– 413</b>	<b>– 2,9</b>
Fatturati con i grandi acquirenti		883	827	+ 57	+ 6,9
<b>Fatturato di cassa/vendite dirette</b>		<b>14 866</b>	<b>15 222</b>	<b>– 356</b>	<b>– 2,3</b>

# Cifra d'affari al dettaglio

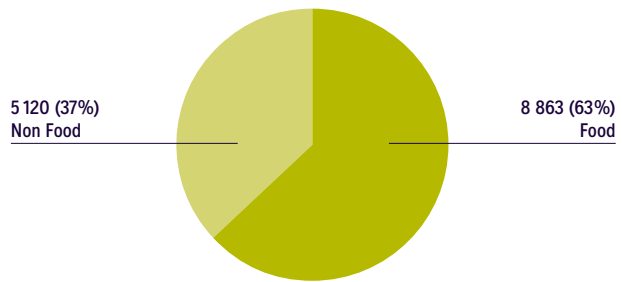
## Fatturato di cassa/vendite dirette



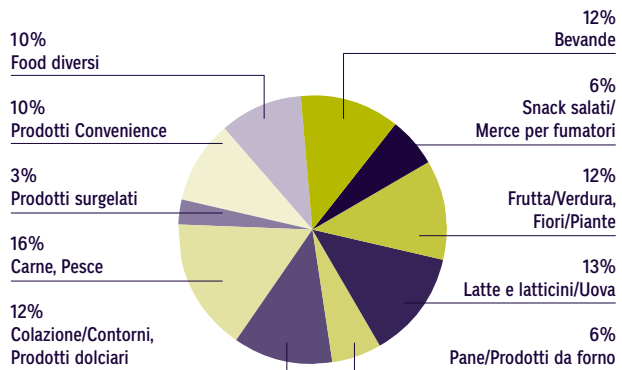
## Cifra d'affari al dettaglio

### Secondo categorie principali

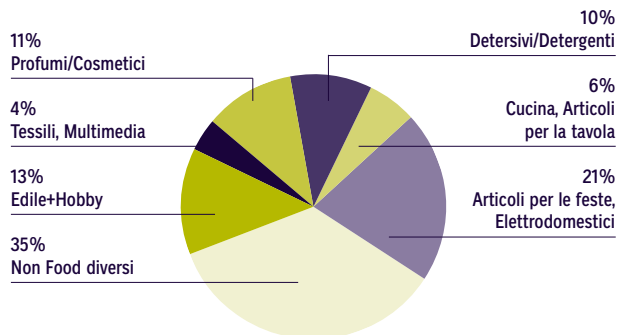
mio. di CHF



### Food

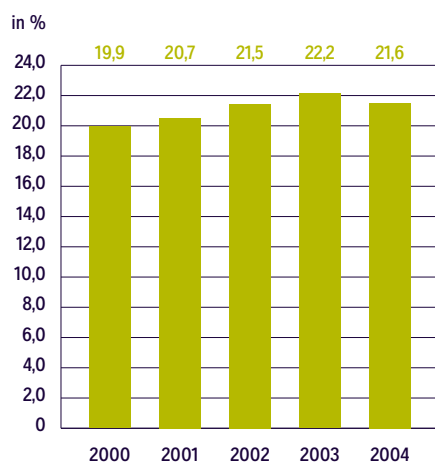


### Non Food

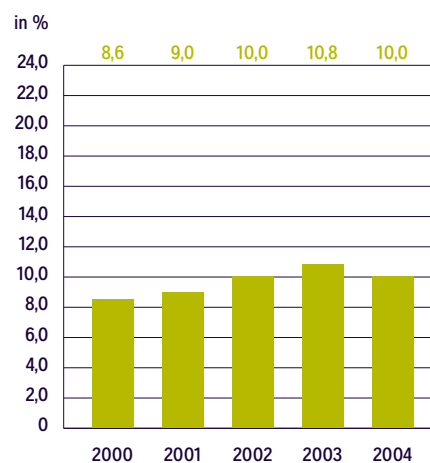


## Quote di mercato

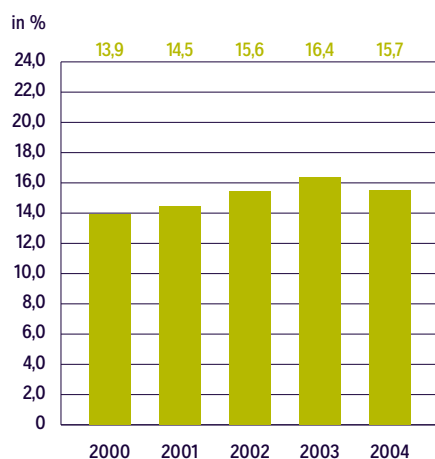
### Food



### Non Food



### Gruppo Coop



mio. di CHF	2000	2001	2002	2003	2004
Cifra d'affari al dettaglio	12 154	12 453	13 536	14 396	13 983
./. Stazioni di servizio, combustibili e carburanti	688	585	603	723	845
<b>Cifra d'affari al dettaglio Coop per quote di mercato</b>	<b>11 467</b>	<b>11 868</b>	<b>12 933</b>	<b>13 673</b>	<b>13 138</b>
Volume di mercato Food	37 951	39 090	39 559	40 710	41 102
Volume di mercato Non Food	43 497	44 178	43 689	42 552	42 762
<b>Volume complessivo secondo BAK</b>	<b>81 448</b>	<b>83 268</b>	<b>83 248</b>	<b>83 261</b>	<b>83 864</b>



## Punti di vendita

		Punti di vendita		Superficie di vendita		Fatturato di cassa punti di vendita				
		numero al 31 dicembre		mq al 31 dicembre		mio. di CHF		%		
		2004	2003	2004	2003	2004	2003			Quota
<i>Megastore</i>	<i>4500–8000 mq</i>	12	8	65 140	43 926	570	526	+	8,5	4,2
<i>Supermercati C</i>	<i>1800–3000 mq</i>	81	92	233 308	270 391	2 711	2 961	–	8,5	19,9
<i>Supermercati B</i>	<i>800– 1400 mq</i>	156	164	233 728	229 953	2 781	2 781	+	0,0	20,4
<i>Supermercati A</i>	<i>250– 600 mq</i>	555	582	294 274	286 668	3 516	3 736	–	5,9	25,8
<b>Supermercati</b>		<b>792</b>	<b>838</b>	<b>761 310</b>	<b>787 012</b>	<b>9 008</b>	<b>9 478</b>	–	<b>5,0</b>	<b>66,0</b>
<b>Megastore/Supermercati</b>		<b>804</b>	<b>846</b>	<b>826 450</b>	<b>830 938</b>	<b>9 578</b>	<b>10 004</b>	–	<b>4,3</b>	<b>70,2</b>
<b>Altri</b>		<b>5</b>	<b>26</b>	<b>1 665</b>	<b>9 167</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	–	<b>8,5</b>	<b>0,2</b>
<b>Coop Retail</b>		<b>809</b>	<b>872</b>	<b>828 115</b>	<b>840 105</b>	<b>9 602</b>	<b>10 031</b>	–	<b>4,3</b>	<b>70,4</b>
<b>Grandi Magazzini</b>		<b>44</b>	<b>50</b>	<b>156 153</b>	<b>170 327</b>	<b>1 089</b>	<b>1 230</b>	–	<b>11,4</b>	<b>8,0</b>
<i>Edile+Hobby</i>		63	59	239 534	214 291	619	592	+	4,7	4,5
<i>Toptip</i>		44	46	136 255	132 477	216	216	+	0,4	1,6
<i>Lumimart</i>		17	16	12 856	12 280	33	32	+	5,2	0,2
<i>Import Parfumerie</i>		87	90	8 809	9 185	141	142	–	0,7	1,0
<i>Altri</i>		1	6	292	3 633	5	20	–	76,8	0,0
<b>Negozi specializzati</b>		<b>212</b>	<b>217</b>	<b>397 746</b>	<b>371 866</b>	<b>1 015</b>	<b>1 001</b>	+	<b>1,4</b>	<b>7,4</b>
<b>Coop Trading</b>		<b>256</b>	<b>267</b>	<b>553 899</b>	<b>542 193</b>	<b>2 104</b>	<b>2 231</b>	–	<b>5,7</b>	<b>15,4</b>
<b>Interdiscount</b>		<b>174</b>	<b>182</b>	<b>48 271</b>	<b>40 396</b>	<b>829</b>	<b>815</b>	+	<b>1,8</b>	<b>6,1</b>
<b>Alberghi</b>		<b>3</b>	<b>3</b>			<b>30</b>	<b>26</b>	+	<b>15,3</b>	<b>0,2</b>
<b>Coop</b>		<b>1 242</b>	<b>1 324</b>	<b>1 430 285</b>	<b>1 422 694</b>	<b>12 565</b>	<b>13 101</b>	–	<b>4,1</b>	<b>92,1</b>
<b>Alcoba Distribution SA</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>9 002</b>	<b>9 002</b>	<b>79</b>	<b>76</b>	+	<b>2,8</b>	<b>0,6</b>
<b>Andréfleurs Assens SA</b>			<b>1</b>		<b>10 918</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	–	<b>3,4</b>	<b>0,1</b>
<b>Gruppo Bell (Punti di vendita)</b>		<b>23</b>	<b>38</b>	<b>801</b>	<b>3 433</b>	<b>17</b>	<b>65</b>	–	<b>74,7</b>	<b>0,1</b>
<i>Stazioni di servizio</i>		131	124			712	562	+	26,7	5,2
<i>Coop Pronto nelle stazioni di servizio</i>		(112)	(101)	9 246	7 863	195	168	+	15,9	1,4
<i>Coop Pronto stand-alone</i>		24	17	3 383	2 318	55	41	+	34,5	0,4
<b>Coop Mineraloel AG</b>		<b>155</b>	<b>141</b>	<b>12 629</b>	<b>10 181</b>	<b>962</b>	<b>771</b>	+	<b>24,8</b>	<b>7,1</b>
<b>Coop Vitality AG</b>		<b>11</b>	<b>7</b>	<b>2 867</b>	<b>1 921</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	+	<b>86,3</b>	<b>0,1</b>
<b>Società affiliate</b>		<b>191</b>	<b>189</b>	<b>25 299</b>	<b>35 455</b>	<b>1 084</b>	<b>930</b>	+	<b>16,5</b>	<b>7,9</b>
<b>Punti di vendita</b>		<b>1 433</b>	<b>1 513</b>	<b>1 455 584</b>	<b>1 458 149</b>	<b>13 649</b>	<b>14 032</b>	–	<b>2,7</b>	<b>100,0</b>

## Società affiliate/Divisioni/Crediti bancari

### Società affiliate

	Ricavo netto		Impiegati a	Capitale sociale al	
			tempo pieno	31.12.2004	
				area di cons.	
	mio. di CHF	mio. di CHF			
	2004	2003	31.12.2004	mio. di CHF	%
Alcoba Distribution SA	70	68	180	4,7	50,0
Andréfleurs Assens SA	6	7	34	0,0	100,0
Gruppo Bell	1 525	1 543	3 394	2,0	60,5
Centri di formazione Coop Muttenz + Jongny	13	12	72	0,4	100,0
Coop Mineraloel AG	1 019	851	53	10,0	51,0
Coop Vitality AG	19	11	74	5,0	51,0
Fehr & Engeli AG	1	1	3	0,1	100,0

### Divisioni

	mio. di CHF	mio. di CHF	Variazione		Variazione	
	2004	2003	mio. di CHF		%	
Fatturato di cassa	829	815	+ 14		+ 1,7	
Vendite al dettaglio a terzi	36	35	+ 1		+ 2,7	
<b>Divisione Interdiscount</b>	<b>865</b>	<b>850</b>	<b>+ 15</b>		<b>+ 1,8</b>	
Fatturato di cassa Toptip	216	216	+ 1		+ 0,4	
Fatturato di cassa Lumimart	33	32	+ 2		+ 5,2	
Vendite al dettaglio a terzi	6	6	+ 0		+ 0,7	
<b>Divisione Toptip</b>	<b>255</b>	<b>253</b>	<b>+ 3</b>		<b>+ 1,0</b>	

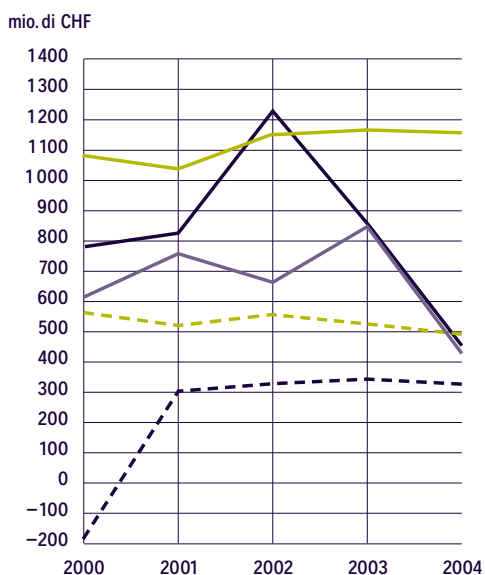
### Crediti bancari

Situazione al 31 dicembre

	Limite		Uso		Limite disponibile	
	2004	2003	2004	2003	2004	2003
Grandi banche	670	733	66	322	604	411
Banche cantonali	743	808	437	519	305	290
Banche regionali	68	78	48	58	20	20
Banca Coop	98	117	55	38	43	80
Banche estere Svizzera	350	350	310	340	40	10
Banche estere	195	120	163	120	32	0
<b>Tutte le banche</b>	<b>2 125</b>	<b>2 207</b>	<b>1 080</b>	<b>1 379</b>	<b>1 044</b>	<b>810</b>

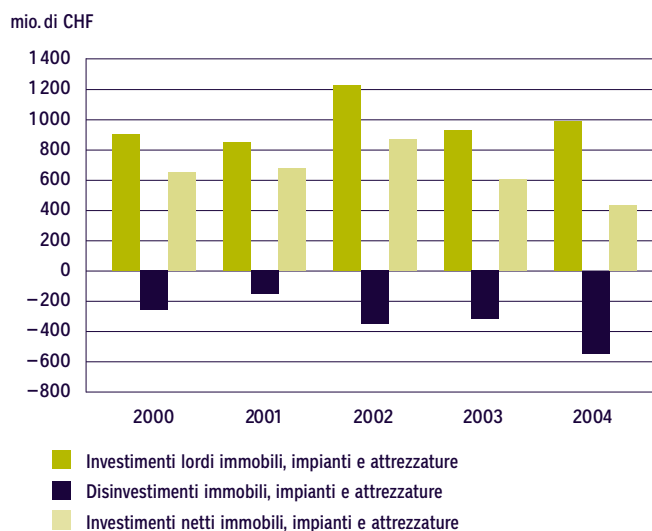
## Dati finanziari / Ripartizione investimenti

### Dati finanziari (consolidati)



— Investimenti netti  
 — Cash-flow d'esercizio (EBITDA)  
 — Flusso di fondi da attività imprenditoriale  
 - - - Risultato d'esercizio (EBIT)  
 - - - Utile annuale

### Ripartizione investimenti netti immobili, impianti e attrezzature



■ Investimenti lordi immobili, impianti e attrezzature  
 ■ Disinvestimenti immobili, impianti e attrezzature  
 ■ Investimenti netti immobili, impianti e attrezzature

mio. di CHF	2000	2001	2002	2003	2004
Regione Suisse Romande		246	203	146	130
Regione Bern		85	162	123	135
Regione Nordwestschweiz		269	519	384	344
Regione Zentralschweiz-Zürich		141	175	113	274
Regione Ostschweiz-Ticino		116	177	172	116
<b>Investimenti lordi immobili, impianti e attrezzature</b>	<b>915</b>	<b>856</b>	<b>1236</b>	<b>938</b>	<b>998</b>
Disinvestimenti immobili, impianti e attrezzature	- 263	- 167	- 360	- 327	- 559
<b>Investimenti netti immobili, impianti e attrezzature</b>	<b>652</b>	<b>689</b>	<b>876</b>	<b>611</b>	<b>439</b>
Investimenti netti partecipazioni/immobilizzazioni finanziarie	- 39	69	- 207	247	- 8
<b>Investimenti netti</b>	<b>613</b>	<b>758</b>	<b>669</b>	<b>858</b>	<b>431</b>
<b>Cash-flow d'esercizio (EBITDA)</b>	<b>1085</b>	<b>1066</b>	<b>1151</b>	<b>1177</b>	<b>1171</b>
<b>Risultato d'esercizio (EBIT)</b>	<b>570</b>	<b>521</b>	<b>563</b>	<b>531</b>	<b>491</b>
<b>Utile annuale</b>	<b>- 198</b>	<b>302</b>	<b>331</b>	<b>341</b>	<b>320</b>
<b>Flusso di fondi da attività imprenditoriale</b>	<b>781</b>	<b>832</b>	<b>1255</b>	<b>864</b>	<b>481</b>

## Collaboratori

	2004	2003	Variazione	%
<i>REV Suisse Romande</i>	4 052	4 363	- 312	- 7,1
<i>REV Bern</i>	3 211	3 494	- 283	- 8,1
<i>REV Nordwestschweiz</i>	4 065	4 312	- 247	- 5,7
<i>REV Zentralschweiz-Zürich</i>	4 534	4 715	- 181	- 3,8
<i>REV Ostschweiz-Ticino</i>	4 318	4 611	- 293	- 6,4
<i>Servizio comune Retail<sup>1)</sup></i>	76	166	- 90	- 54,3
<b>Retail</b>	<b>20 256</b>	<b>21 661</b>	<b>- 1 406</b>	<b>- 6,5</b>
<i>Grandi Magazzini<sup>1)</sup></i>	3 661	4 033	- 372	- 9,2
<i>Edile+Hobby</i>	1 305	1 264	+ 42	+ 3,3
<i>Toptip</i>	562	544	+ 18	+ 3,3
<i>Lumimart</i>	78	84	- 6	- 7,1
<i>Import Parfumerie</i>	411	428	- 18	- 4,1
<i>Servizio comune Trading</i>	39	35	+ 5	+ 14,2
<b>Trading</b>	<b>6 056</b>	<b>6 387</b>	<b>- 331</b>	<b>- 5,2</b>
<i>Interdiscount</i>	1 649	1 582	+ 68	+ 4,3
<i>Logistica</i>	4 997	5 066	- 69	- 1,4
<i>Produzione</i>	631	678	- 47	- 7,0
<i>Altri servizi comuni/Direzione Immobili<sup>1)</sup></i>	1 894	1 664	+ 230	+ 13,8
<b>Casa madre Coop</b>	<b>35 482</b>	<b>37 038</b>	<b>- 1 556</b>	<b>- 4,2</b>
Coop Mineraloel AG	53	51	+ 1	+ 2,8
Coop Vitality AG	74	47	+ 27	+ 58,8
Gruppo Bell	3 394	3 693	- 299	- 8,1
Altre società	290	420	- 130	- 31,0
<b>Personale a tempo pieno (compr. persone in formazione)</b>	<b>39 292</b>	<b>41 249</b>	<b>- 1 957</b>	<b>- 4,7</b>
<i>REV Suisse Romande</i>	5 193	5 647	- 454	- 8,0
<i>REV Bern</i>	4 297	4 702	- 405	- 8,6
<i>REV Nordwestschweiz</i>	4 940	5 324	- 384	- 7,2
<i>REV Zentralschweiz-Zürich</i>	6 061	6 269	- 208	- 3,3
<i>REV Ostschweiz-Ticino</i>	5 473	5 824	- 351	- 6,0
<i>Servizio comune Retail<sup>1)</sup></i>	76	141	- 65	- 46,1
<b>Retail</b>	<b>26 040</b>	<b>27 907</b>	<b>- 1 867</b>	<b>- 6,7</b>
<i>Grandi Magazzini<sup>1)</sup></i>	4 142	4 884	- 742	- 15,2
<i>Edile+Hobby</i>	1 587	1 526	+ 61	+ 4,0
<i>Toptip</i>	681	665	+ 16	+ 2,4
<i>Lumimart</i>	114	119	- 5	- 4,2
<i>Import Parfumerie</i>	513	552	- 39	- 7,1
<i>Servizio comune Trading</i>	40	45	- 5	- 11,1
<b>Trading</b>	<b>7 077</b>	<b>7 791</b>	<b>- 714</b>	<b>- 9,2</b>
<i>Interdiscount</i>	1 759	1 692	+ 67	+ 4,0
<i>Logistica</i>	5 354	5 636	- 282	- 5,0
<i>Produzione</i>	701	778	- 77	- 9,9
<i>Altri servizi comuni/Direzione Immobili<sup>1)</sup></i>	2 183	1 966	+ 217	+ 11,0
<b>Casa madre Coop</b>	<b>43 114</b>	<b>45 770</b>	<b>- 2 656</b>	<b>- 5,8</b>
Coop Mineraloel AG	54	52	+ 2	+ 3,8
Coop Vitality AG	124	85	+ 39	+ 45,9
Gruppo Bell	3 540	3 941	- 401	- 10,2
Altre società	326	558	- 232	- 41,6
<b>Personale (compr. persone in formazione)</b>	<b>47 158</b>	<b>50 406</b>	<b>- 3 248</b>	<b>- 6,4</b>

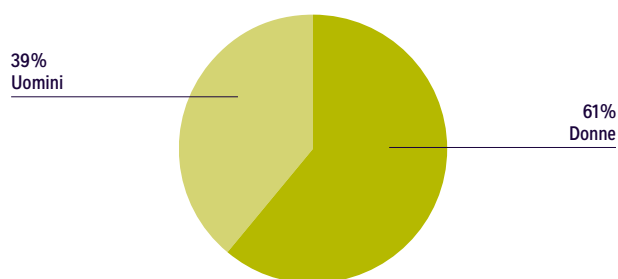
Il calo delle persone rispetto al calo dei collaboratori impiegati a tempo pieno dipende soprattutto dal nuovo raggruppamento e dalla ridistribuzione dei rapporti di lavoro non più in vigore per il personale ausiliario/part-time e a tempo pieno.

	2004	2003	Variazione		%
<i>REV Suisse Romande</i>	163	173	-	10	- 5,8
<i>REV Bern</i>	140	151	-	11	- 7,3
<i>REV Nordwestschweiz</i>	225	235	-	10	- 4,3
<i>REV Zentralschweiz-Zürich</i>	292	294	-	2	- 0,7
<i>REV Ostschweiz-Ticino</i>	257	296	-	39	- 13,2
<i>Servizio comune Retail</i> <sup>1)</sup>	0	2	-	2	- 100,0
<b>Retail</b>	<b>1 077</b>	<b>1 151</b>	-	<b>74</b>	- <b>6,4</b>
<i>Grandi Magazzini</i> <sup>1)</sup>	166	196	-	30	- 15,3
<i>Edile+Hobby</i>	72	75	-	3	- 4,0
<i>Toptip</i>	14	12	+	2	+ 16,7
<i>Lumimart</i>	0	0	+	0	+ 0,0
<i>Import Parfumerie</i>	48	48	+	0	+ 0,0
<i>Servizio comune Trading</i>	0	0	+	0	+ 0,0
<b>Trading</b>	<b>300</b>	<b>331</b>	-	<b>31</b>	- <b>9,4</b>
<i>Interdiscount</i>	300	296	+	4	+ 1,4
<i>Logistica</i>	96	95	+	1	+ 1,1
<i>Produzione</i>	14	14	+	0	+ 0,0
<i>Altri servizi comuni/Direzione Immobili</i> <sup>1)</sup>	69	63	+	6	+ 9,5
<b>Casa madre Coop</b>	<b>1 856</b>	<b>1 950</b>	-	<b>94</b>	- <b>4,8</b>
Coop Mineraloel AG	2	1	+	1	+ 100,0
Coop Vitality AG	17	12	+	5	+ 41,7
Gruppo Bell	51	79	-	28	- 35,4
Altre società	6	13	-	7	- 53,8
<b>Persone in formazione (impiegati a tempo pieno)</b>	<b>1 932</b>	<b>2 055</b>	-	<b>123</b>	- <b>6,0</b>

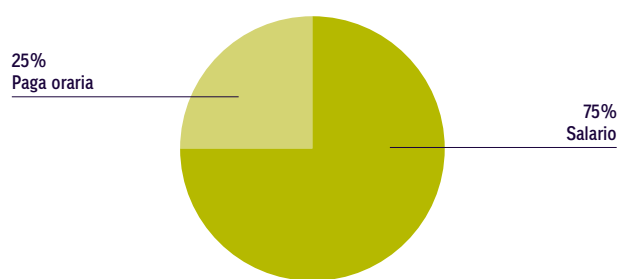
<sup>1)</sup> Raggruppamenti nella nuova Direzione CCM/Acquisti

Sono stati creati nuovi posti di formazione che tuttavia non hanno potuto essere occupati da candidati idonei alle mansioni proposte.

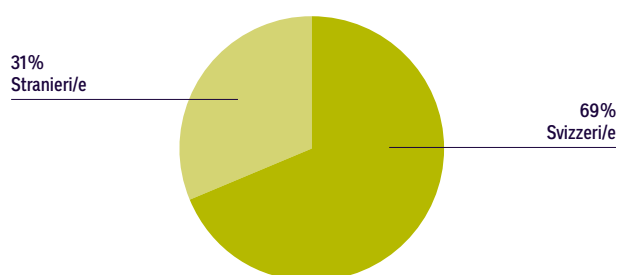
### Sesso



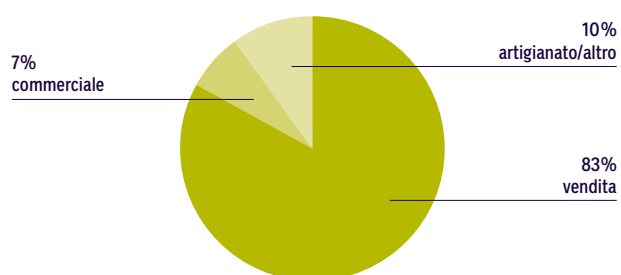
### Tipo di remunerazione



### Nazionalità



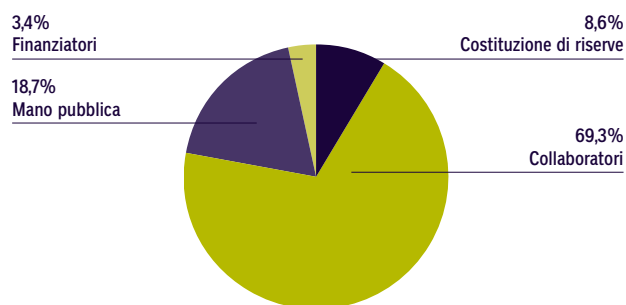
### Persone in formazione



## Conto valore aggiunto

	<b>mio. di CHF</b>	mio. di CHF	Variazioni
	<b>2004</b>	2003	%
<b>Rifornimenti lordi e servizi</b>	<b>16 539</b>	<b>16 672</b>	- 0,8
<i>Costi merci</i>	- 8 867	- 9 100	- 2,6
<i>Altri costi</i>	- 3 114	- 3 122	- 0,3
Prestazioni anticipate	- 11 980	- 12 222	- 2,0
<b>Valore aggiunto lordo</b>	<b>4 558</b>	<b>4 450</b>	+ 2,4
Ammortamenti/accantonamenti	- 793	- 605	+ 31,0
<b>Valore aggiunto netto</b>	<b>3 766</b>	<b>3 845</b>	- 2,1
Stipendi e salari	- 2 137	- 2 223	- 3,9
Prestazioni sociali	- 367	- 378	- 2,9
Altri costi del personale	- 68	- 67	+ 1,8
Sconti per il personale inclusi superpunti per il personale	- 45	- 44	+ 1,3
<b>Collaboratori</b>	<b>- 2 618</b>	<b>- 2 713</b>	<b>- 3,5</b>
Imposte	- 83	- 84	- 1,7
Imposte aziendali, tasse e spese	- 33	- 30	+ 12,7
Dazi doganali	- 504	- 451	+ 11,7
IVA	- 85	- 95	- 10,5
<b>Mano pubblica</b>	<b>- 705</b>	<b>- 660</b>	<b>+ 6,8</b>
<b>Finanziatori</b>	<b>- 123</b>	<b>- 132</b>	<b>- 6,8</b>
<b>Costituzione (-)/Prelievo (+) di riserve</b>	<b>- 320</b>	<b>- 341</b>	<b>- 6,2</b>
<b>Ripartizione del valore aggiunto</b>	<b>- 3 766</b>	<b>- 3 845</b>	<b>- 2,1</b>

### Ripartizione 2004



## Evoluzione del gruppo Coop

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Dati finanziari consolidati (mio. di CHF)</b>					
Cifra d'affari al dettaglio	12 154	12 453	13 536	14 396	13 983
Fatturato di cassa/vendite dirette	12 966	13 223	14 361	15 222	14 866
Rifornimenti lordi e servizi				16 672	16 539
Ricavo netto	12 337	12 759	13 721	14 434	14 127
Cash-flow d'esercizio (EBITDA)	1 085	1 066	1 151	1 177	1 171
Risultato d'esercizio (EBIT)	570	521	563	531	491
Risultato finanziario	- 171	- 191	- 166	- 98	- 103
Risultato annuale	- 198	302	331	341	320
Capitale estraneo soggetto ad interessi	5 058	4 998	4 464	4 448	4 360
Debito finanziario netto	4 595	4 503	4 019	4 115	4 049
Capitale proprio incl. partecipazioni minoritarie	2 993	3 223	3 625	3 930	4 264
Quota di capitale proprio in %	28,6	29,9	32,7	34,5	37,8
Somma del bilancio	10 459	10 794	11 095	11 385	11 290
Flusso di liquidi prima della variazione dell'attivo circolante netto	783	778	971	849	905
Flussi di liquidi da attività d'esercizio	781	832	1 255	864	457
Flussi di liquidi da attività d'investimento	- 613	- 758	- 669	- 858	- 434
Flussi di liquidi da attività finanziarie	- 112	- 43	- 636	- 119	- 43
<b>Collaboratrici/Collaboratori</b>					
Persone (al 31 dicembre)	45 103	46 197	49 247	50 406	47 158
Unità di persone a tempo pieno	36 128	37 417	40 528	41 249	39 292
<b>Famiglie associate</b> (al 31 dicembre)	2 033 545	2 082 387	2 149 863	2 250 740	2 323 602
<b>Quota di mercato (%)</b>					
Base: volume di mercato BAK					
Food	19,9	20,7	21,5	22,2	21,6
Non Food	8,6	9,0	10,0	10,8	10,0
Gruppo Coop	13,9	14,5	15,6	16,4	15,7
<b>Punti di vendita</b>					
Punti di vendita (al 31 dicembre)	1 610	1 597	1 487	1 513	1 433
Superficie di vendita (mq) (al 31 dicembre)	1 133 931	1 188 157	1 354 405	1 458 149	1 455 584
Fatturato di cassa (mio. di CHF)	11 800	12 070	13 187	14 032	13 649

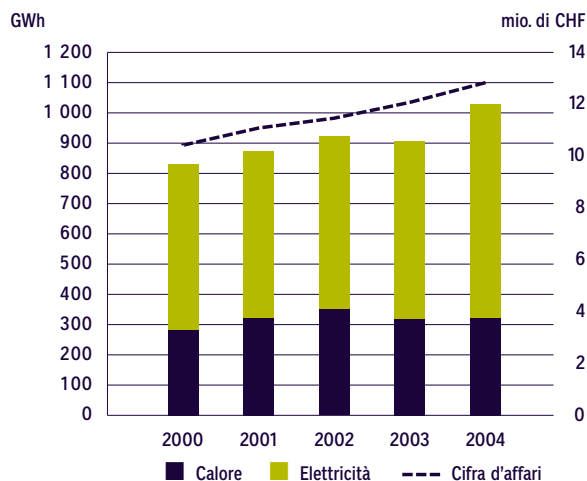
## Dati relativi all'ecologia

Periodo di rilevazione dei dati relativi all'energia da luglio a giugno, altri dati anno civile

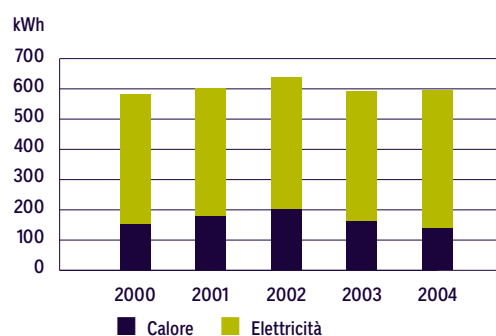
I dati relativi all'energia nel 2003 non comprendono Waro ed EPA e quindi non possono essere direttamente paragonate

	2004	2003	%
<b>I label di fiducia Coop</b>			
Cifra d'affari Coop Naturaplan (1000 CHF) <sup>1)</sup>	1 112 763	1 043 000	+ 6,7
Cifra d'affari Coop Naturaline (1000 CHF)	43 197	39 199	+ 10,2
Cifra d'affari Coop Oecoplan (1000 CHF)	93 921	80 972	+ 16,0
Cifra d'affari Max Havelaar (1000 CHF)	111 391	72 172	+ 54,3
Cifra d'affari (1000 CHF) <sup>1)</sup>	1 361 272	1 235 343	+ 10,2
<b>Elettricità</b>			
Consumo punti vendita (MWh) <sup>2)</sup>	562 814	445 577	+ 26,3
Consumo centrali di distribuzione (MWh)	96 565	94 604	+ 2,1
Consumo aziende di produzione (MWh) <sup>3)</sup>	40 645	40 737	- 0,2
Consumo amministrazione centrale (MWh) <sup>4)</sup>	7 346	5 151	+ 42,6
Consumo (MWh)	707 372	586 069	+ 20,7
<b>Calore</b>			
Consumo punti vendita (MWh)	172 934	169 208	+ 2,2
Consumo centrali di distribuzione (MWh)	108 776	108 762	+ 0,0
Consumo aziende di produzione (MWh)	32 712	31 750	+ 3,0
Consumo amministrazione centrale (MWh)	4 167	4 282	- 2,7
Consumo (MWh)	318 590	314 002	+ 1,5
<b>Consumo per mq di superficie di vendita (kWh)</b>			
Consumo punti vendita per mq di superficie di vendita (kWh)	458	431	+ 6,4
Consumo punti vendita per 1 000 CHF di cifra d'affari (kWh)	46	39	+ 18,4
Consumo aziende di produzione per 1 000 CHF di cifra d'affari (kWh)	77	78	- 0,7
<b>Consumo per mq di superficie di vendita (kWh)</b>			
Consumo punti vendita per mq di superficie di vendita (kWh)	141	164	- 14,0
Consumo punti vendita per 1 000 CHF di cifra d'affari (kWh)	14	15	- 4,2
Consumo aziende di produzione per 1 000 CHF di cifra d'affari (kWh)	62	61	+ 2,6

### Consumo di energia totale



### Consumo di energia al mq di superficie di vendita





	2004	2003	%
<b>Energia (Elettricità + Calore)</b>			
Consumo punti vendita (MWh)	735 749	614 785	+ 19,7
Consumo centrali di distribuzione (MWh)	205 341	203 366	+ 1,0
Consumo aziende di produzione (MWh)	73 358	72 487	+ 1,2
Consumo amministrazione centrale (MWh)	11 514	9 433	+ 22,1
Consumo (MWh)	1 025 961	900 071	+ 14,0
Consumo punti vendita per mq di superficie di vendita (kWh)	599	595	+ 0,7
Consumo punti vendita per 1 000 CHF di cifra d'affari (kWh)	60	53	+ 12,1
Consumo aziende di produzione per 1 000 CHF di cifra d'affari (kWh)	140	139	+ 0,8
<b>Emissioni CO<sub>2</sub></b>			
Emissioni (t) punti vendita	38 754	39 510	- 1,9
Emissioni (t) centrali di distribuzione	18 124	17 931	+ 1,1
Emissioni (t) aziende di produzione	5 900	5 805	+ 1,6
Emissioni (t) amministrazione centrale	560	576	- 2,8
Emissioni (t)	63 338	63 822	- 0,8
<b>Acqua</b>			
Consumo centrali di distribuzione (m <sup>3</sup> )	419 154	481 195	- 12,9
Consumo aziende di produzione (m <sup>3</sup> )	149 507	167 424	- 10,7
Consumo amministrazione centrale (m <sup>3</sup> )	13 827	14 948	- 7,5
Consumo (m <sup>3</sup> )	582 488	663 567	- 12,2
<b>Consumo diesel dei camion per 100 km (in litri)</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>- 0,9</b>
<b>Riciclaggio in percentuale</b>			
Centrali di distribuzione con consegna rifiuti dai punti di vendita	57	59	- 3,8
Altre centrali di distribuzione	72	66	+ 8,5
Aziende di produzione	78	76	+ 3,3
Amministrazione centrale	36	30	+ 19,8

<sup>1)</sup> Per la carne Naturaplan, il calcolo del fatturato non si basa più sulle cifre di rifornimento bensì su quelle di vendita. Le cifre del 2003 sono state adeguata di conseguenza.

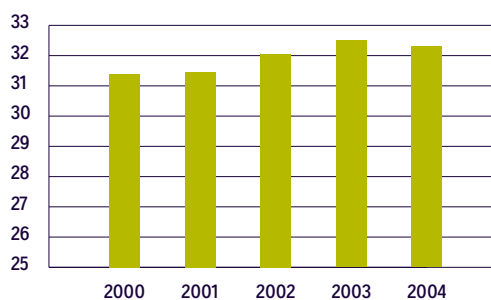
<sup>2)</sup> Supermercati, Grandi Magazzini, Edile+Hobby

<sup>3)</sup> Centro maturazione banane, Chocolats Halba, CWK, Nutrex, Panofina, Pasta Gala, Reismühle Brunnen, SCS, Swissmill

<sup>4)</sup> Sedi Basilea

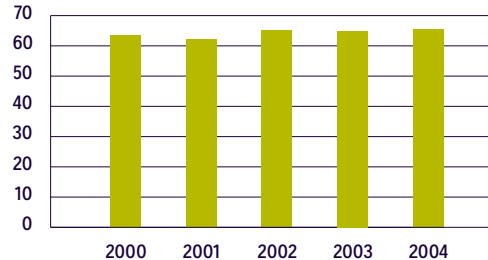
### Consumo specifico di diesel dei camion

l/100 km



### Riciclaggio totale

in %





# Conto annuale consolidato del gruppo Coop

92	Conto economico consolidato
93	Bilancio consolidato
94	Conto consolidato dei flussi finanziari
96	Allegato al conto annuale consolidato
96	Principi di consolidamento
96	Principi di valutazione di alcune poste selezionate
97	Cambiamenti nell'area di consolidamenti
98	Spiegazioni relative al conto economico consolidato
100	Spiegazioni relative al bilancio consolidato
105	Spiegazioni relative al conto consolidato dei flussi finanziari
106	Altre informazioni sul conto annuale consolidato
108	Area di consolidamento
109	Rapporto del gruppo al Consiglio d'amministrazione

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

## Conto economico consolidato

	Spiegazioni	mio. di CHF 2004	Quota %	mio. di CHF 2003	Quota %
Rifornimenti lordi e servizi <sup>1)</sup>		16 539		16 672	
Diminuzione dei ricavi <sup>1)</sup>	1	- 2 412		- 2 238	
<b>Ricavo netto</b>	2	<b>14 127</b>	<b>100,0</b>	<b>14 434</b>	<b>100,0</b>
Costi merci		- 9 371		- 9 551	
<b>Ricavo d'esercizio</b>		<b>4 756</b>	<b>33,7</b>	<b>4 883</b>	<b>33,8</b>
Altri ricavi d'esercizio	3	625		603	
Costi personale	4	- 2 573		- 2 668	
Costi pubblicità		- 365		- 355	
Altri costi d'esercizio	5	- 1 273		- 1 285	
<b>Cash-flow d'esercizio (EBITDA)</b>		<b>1 171</b>	<b>8,3</b>	<b>1 177</b>	<b>8,2</b>
Ammortamenti	6	- 679		- 646	
<b>Risultato d'esercizio (EBIT)</b>		<b>491</b>	<b>3,5</b>	<b>531</b>	<b>3,7</b>
Risultato finanziario	7	- 103		- 98	
Risultato immobiliare estraneo all'esercizio	8	13		23	
Altro risultato estraneo d'esercizio	9	74		6	
<b>Risultato prima della detrazione delle imposte</b>		<b>474</b>	<b>3,4</b>	<b>462</b>	<b>3,2</b>
Imposte	10	- 124		- 108	
<b>Risultato al netto delle imposte</b>		<b>351</b>	<b>2,5</b>	<b>353</b>	<b>2,4</b>
Partecipazione di terzi al risultato		- 31		- 12	
<b>Risultato annuale</b>		<b>320</b>	<b>2,3</b>	<b>341</b>	<b>2,4</b>

<sup>1)</sup> Modifiche secondo la spiegazione 1. Le cifre del 2003 sono state adeguate di conseguenza. A partire dalla voce Ricavo netto, i valori del 2003 rimangono invariati.

## Bilancio consolidato

al 31 dicembre

	Spiegazioni	<b>mio. di CHF</b>	<b>Quota</b>	mio. di CHF	Quota
		<b>2004</b>	<b>%</b>	2003	%
Liquidi	11	311		332	
Crediti da forniture e servizi	12	277		355	
Altri crediti	13	399		210	
Giacenze	14	1 573		1 526	
<b>Attivo circolante</b>		<b>2 560</b>	<b>22,7</b>	<b>2 424</b>	<b>21,3</b>
Immobilizzazioni immateriali	15	281		323	
Immobilizzazioni finanziarie	16	206		257	
Beni mobili, veicoli, macchinari	17	1 309		1 247	
Immobili	18	6 935		7 134	
<b>Attivo fisso</b>		<b>8 731</b>	<b>77,3</b>	<b>8 961</b>	<b>78,7</b>
<b>Attivi</b>		<b>11 290</b>	<b>100,0</b>	<b>11 385</b>	<b>100,0</b>
Debiti da forniture e servizi	19	993		1 088	
Altri debiti	20	1 039		1 119	
<b>Capitale estraneo a breve termine</b>		<b>2 031</b>	<b>18,0</b>	<b>2 207</b>	<b>19,4</b>
Debiti a lungo termine	21	3 153		2 850	
Debiti con garanzia immobiliare	22	888		1 371	
Accantonamenti	23	954		1 027	
<b>Capitale estraneo a lungo termine</b>		<b>4 995</b>	<b>44,2</b>	<b>5 248</b>	<b>46,1</b>
<b>Capitale estraneo</b>	24	<b>7 027</b>	<b>62,2</b>	<b>7 455</b>	<b>65,5</b>
Capitale sociale					
Riserve		1 344		1 162	
<i>Risultati capitalizzati</i>		2 376		2 219	
<i>Utile annuale</i>		320		341	
Utile di bilancio		2 696		2 560	
<i>Capitale proprio senza partecipazioni minoritarie</i>		4 041	35,8	3 722	32,7
<i>Partecipazioni minoritarie</i>		223	2,0	208	1,8
<b>Capitale proprio incl. partecipazioni minoritarie</b>	25	<b>4 264</b>	<b>37,8</b>	<b>3 930</b>	<b>34,5</b>
<b>Passivi</b>		<b>11 290</b>	<b>100,0</b>	<b>11 385</b>	<b>100,0</b>

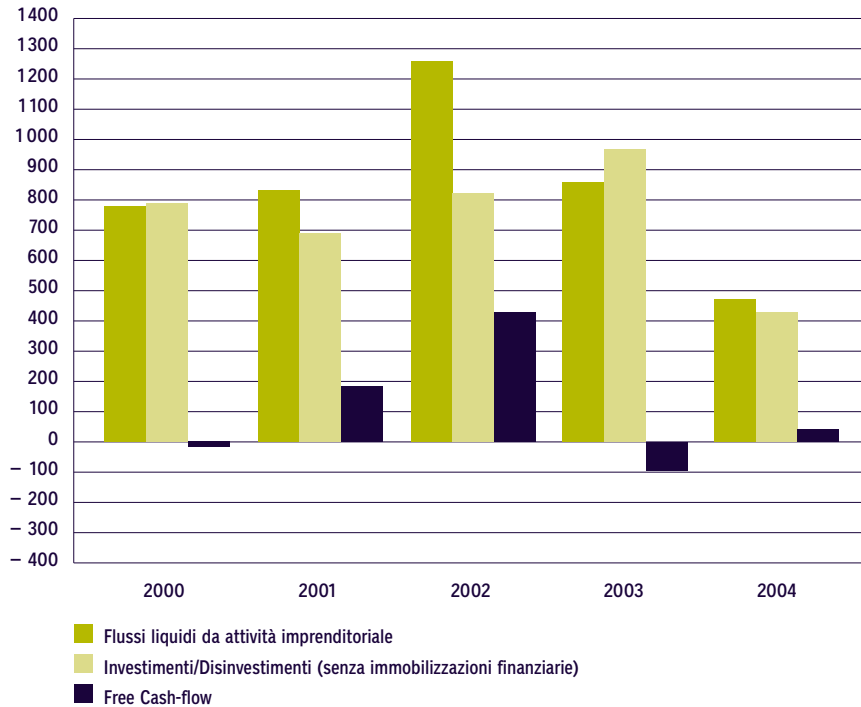
## Conto consolidato dei flussi finanziari

Fondi liquidi

	Spiegazioni	mio. di CHF 2004	mio. di CHF 2003
<b>Risultato annuale</b>		<b>320</b>	<b>341</b>
Ammortamenti immobilizzazioni finanziarie		1	
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali		63	61
Ammortamenti beni mobili, veicoli, macchinari		327	357
Ammortamenti immobili		426	290
Ammortamenti immobilizzazioni estranee alle attività d'esercizio		7	7
<b>Ammortamenti</b>		<b>825</b>	<b>715</b>
Utile (-)/Perdita da cessione immobilizzazioni dei beni		- 210	- 98
Utile senza incidenza sulle liquidità		- 1	
Ricavi (-)/Costi valutazione partecipazioni equity			- 3
Aumento/Diminuzione accantonamenti		- 29	- 106
<b>Flussi di fondi prima della variazione del capitale netto di esercizio</b>		<b>905</b>	<b>849</b>
Diminuzione/Aumento (-) dell'attivo circolante		- 157	24
Aumento/Diminuzione dei debiti senza interessi		- 267	- 9
<b>Flussi liquidi da attività imprenditoriale</b>		<b>481</b>	<b>864</b>
Immobilizzazioni immateriali investimenti		- 19	- 26
Immobilizzazioni immateriali disinvestimenti		0	
Immobilizzazioni immateriali raggruppamenti		0	
<b>Immobilizzazioni immateriali</b>		<b>- 19</b>	<b>- 26</b>
Beni mobili, veicoli, macchinari investimenti		- 406	- 336
Beni mobili, veicoli, macchinari disinvestimenti		15	12
<b>Beni mobili, veicoli, macchinari</b>		<b>- 390</b>	<b>- 324</b>
Immobili investimenti		- 570	- 572
Prestazioni proprie immobili attivate		- 3	- 4
Immobili disinvestimenti		544	315
<b>Immobili</b>		<b>- 29</b>	<b>- 261</b>
Partecipazioni investimenti		- 4	- 343
Partecipazioni disinvestimenti		2	
<b>Partecipazioni</b>		<b>- 2</b>	<b>- 343</b>
Immobilizzazioni finanziarie investimenti		- 19	- 24
Immobilizzazioni finanziarie disinvestimenti		29	120
Immobilizzazioni finanziarie raggruppamenti			
<b>Immobilizzazioni finanziarie</b>		<b>10</b>	<b>96</b>
<b>Flussi liquidi da attività d'investimento</b>	26	<b>- 431</b>	<b>- 858</b>
Aumento/Diminuzione debiti con interessi		- 85	- 118
Aumento/Diminuzione partecipazione di terzi al capitale		15	- 1
Flusso monetario		0	0
Prima applicazione RPC 24		- 2	0
<b>Flussi liquidi da attività finanziarie</b>		<b>- 71</b>	<b>- 119</b>
<b>Afflusso/Deflusso di liquidi (-)</b>		<b>- 21</b>	<b>- 113</b>
<b>Liquidi all'inizio dell'anno</b>		<b>332</b>	<b>445</b>
<b>Afflusso/Deflusso di liquidi (-)</b>		<b>- 21</b>	<b>- 113</b>
<b>Liquidi alla fine dell'anno</b>		<b>311</b>	<b>332</b>

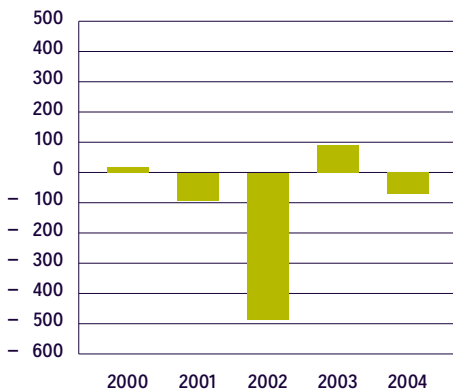
## Free Cash-flow

mio. di CHF



## Modifiche del debito finanziario netto

mio. di CHF



Debito finanziario netto:  
Capitale estraneo soggetto a interessi meno liquidi

## Allegato al conto annuale consolidato

### Principi di consolidamento

#### Principi di base

L'allestimento dei conti del gruppo Coop avviene in conformità alle raccomandazioni professionali per l'allestimento dei conti annuali Swiss GAAP RCP. Sulla base di questi principi sono state elaborate le disposizioni interne per quanto riguarda la suddivisione, la valutazione e la dichiarazione, applicate in modo unitario. Il conto annuale è basato sui conti annuali delle singole aziende al 31 dicembre e costituisce un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e dei ricavi.

#### Consolidamento integrale

Il gruppo Coop comprende la società cooperativa Coop e le sue affiliate, nonché tutte le società controllate direttamente o indirettamente in Svizzera e all'estero (con una quota del gruppo Coop pari o superiore al 50% dei diritti di voto). Nel consolidamento integrale si prendono in considerazione gli attivi, i passivi, i costi e i ricavi. Eventuali partecipazioni di terzi a società consolidate integralmente sono indicate separatamente come partecipazioni minoritarie. Per le società di recente acquisizione, il consolidamento si ha a partire dal giorno dell'acquisto, mentre le società cedute vengono escluse dal conto annuale consolidato a partire dalla data di cessione. Le plusvalenze degli attivi netti vengono attivate solo in proporzione alla partecipazione del gruppo.

Sono eliminati tutti gli scambi e tutte le transazioni all'interno del gruppo. Il consolidamento del capitale viene effettuato in base al metodo del «Purchase» anglosassone, che compensa il capitale proprio della società al momento dell'acquisizione o della costituzione con il valore contabile della partecipazione della casa madre. In seguito alle analisi è risultato che gli utili intermedi non sono da considerarsi essenziali.

#### Metodo equity

Le partecipazioni del gruppo Coop a società di cui detiene un diritto di voto tra il 20 e il 50% vengono valutate di regola – se sono di una certa importanza economica – in maniera proporzionale al capitale proprio e al risultato annuale.

#### Altre partecipazioni

Tutte le altre partecipazioni inferiori al 20% sono indicate al prezzo d'acquisto dopo la detrazione delle necessarie rettifiche di valore e sono elencate nelle immobilizzazioni finanziarie o nei titoli.

#### Area di consolidamento

L'area di consolidamento è illustrata a pagina 108.

#### Principi di valutazione di alcune poste selezionate

##### Liquidi

I liquidi comprendono gli effettivi di cassa e gli averi sui conti postali e bancari. I titoli e le obbligazioni sono dei titoli correnti sul mercato, facilmente realizzabili. Essi vengono iscritti a bilancio al valore inferiore di mercato o del valore d'acquisto.

##### Crediti da forniture e servizi e altri crediti

I crediti sono indicati al valore netto recuperabile. Dopo la rettifica dei singoli valori è stato creato un delcredere dell'1% per i rischi generali relativi ai crediti.

##### Giacenze

Le giacenze sono valutate ai prezzi d'acquisto composti da prezzo di costo netto e costi accessori. Se il giorno di chiusura il valore da attribuire alle giacenze dovesse essere inferiore ai prezzi d'acquisto calcolati in questo modo, vale il principio del minimo valore. Per i materiali non più utilizzabili, si effettua la rettifica dei singoli valori.

##### Valori immateriali

Un eventuale goodwill scaturito dall'acquisizione di partecipazioni viene incluso generalmente nell'attivo e ammortizzato in modo lineare nell'arco di 5–8 anni. I goodwill e le acquisizioni anteriori al 1° gennaio 1993 sono stati inclusi direttamente negli utili capitalizzati. Gli altri valori immateriali sono riportati nel bilancio al valore d'acquisto con ammortamenti lineari che variano tra i 3 e gli 8 anni. Di questo gruppo fanno parte anche i diritti sui marchi di fabbricazione, sottoposti ogni anno ad una rivalutazione.

##### Immobilizzazioni finanziarie

Le immobilizzazioni finanziarie vengono iscritte a bilancio al valore di acquisto tenendo conto delle rettifiche di valore necessarie dal punto di vista economico-aziendale.



### Beni mobili, veicoli, macchinari, immobili

La valutazione di immobili, impianti e attrezzature avviene sulla base del valore d'acquisto con la detrazione degli ammortamenti necessari. Gli ammortamenti sono distribuiti in maniera lineare sulla durata d'uso dei vari beni. Per la durata valgono le seguenti regole:

Arredamento punti di vendita	8 anni
Beni mobili	5 – 10 anni
Macchinari e impianti	10 – 15 anni
Veicoli	3 – 10 anni
Costruzioni a breve durata	3 – 20 anni
Beni immobili	50 – 100 anni

Immobili, impianti e attrezzature finanziati mediante leasing finanziario sono inclusi negli attivi e vengono ammortizzati in maniera lineare in base alla tabella relativa agli ammortamenti. I rispettivi valori liquidi senza interessi sono inclusi nella passività a lungo termine come debiti da leasing.

Il valore corrente degli immobili è stabilito internamente. Complessivamente il loro valore corrente supera notevolmente il valore contabile, perciò sulla base dei valori di continuazione sono disponibili riserve consistenti.

### Capitale estraneo

Per capitale estraneo a breve termine si intendono tutti i debiti con scadenza entro un anno e le regolarizzazioni. Il capitale estraneo a lungo termine include i debiti con scadenza superiore all'anno. I debiti vengono iscritti a bilancio al valore nominale. Gli accantonamenti vengono valutati in base a criteri economico-aziendali.

### Imposte

Tutte le imposte sui ricavi risultanti dagli utili fiscali dell'anno d'esercizio sono state addebitate al conto economico, indipendentemente dalla loro data di scadenza. Vi sono anche delle imposte supplementari (imposte latenti) a causa della differenza temporale nella registrazione di singoli ricavi e spese nell'esercizio del gruppo o delle singole imprese. Le imposte latenti su queste differenze vengono calcolate secondo un'aliquota media calcolata in base alle aliquote locali e alle perdite riportate a nuovo aventi effetto dal punto di vista fiscale.

### Definizione Rifornimenti lordi e servizi

La voce Rifornimenti lordi e servizi comprende il valore di tutte le merci fornite ai punti di vendita, nonché i ricavi della vendita diretta e dei servizi a terzi. Da questo valore vengono sottratte le diminuzioni di ricavo. Ai fini di un confronto sono stati adeguati i dati del 2003. Le quote percentuali del conto economico consolidato si basano – come in passato – sul ricavo netto.

### Cambiamenti nell'area di consolidamento

Nel rapporto di gestione 2004, l'area di consolidamento Coop ha subito le seguenti modifiche rispetto all'anno precedente:

Dal 1° gennaio 2004, le aziende del commercio al dettaglio Coop Einzelhandels AG, Toptip AG, EPA AG e Waro AG nonché le aziende di produzione Argo AG, Chocolats Halba AG, CWK AG, Nutrex AG, Pasta Gala SA, Reismühle Brunnen AG e Steinfels Cleaning Systems AG sono state integrate nell'azienda Coop Immobilien AG. Le aree commerciali sono state riprese dalla ditta Coop.

La ditta Toptip AG è stata rinominata in TT Immobilien AG, la ditta Pasta Gala SA in PG Immobilien SA.

Le ditte BGM Immobilien AG, Brand Immobilien AG nonché la Wehrli & Co. AG sono state tutte integrate nella Coop Immobilien AG.

Per il 1° luglio 2004 è stata rilevata la CAG Verwaltungs AG. La ditta Andréfleurs Assens SA è stata venduta il 31 dicembre 2004.

## Spiegazioni relative al conto economico consolidato

	mio. di CHF 2004	mio. di CHF 2003
Promozioni e ribassi	- 1 425	- 1 219
Sconti per il personale inclusi superpunti per il personale	- 45	- 44
Imposta sul valore aggiunto	- 627	- 641
Superpunti	- 112	- 126
Scarti/differenze d'inventario	- 204	- 209
<b>1 Diminuzioni dei ricavi</b>	<b>- 2 412</b>	<b>- 2 238</b>
<p>La voce Rifornimenti lordi e servizi comprende il valore di tutte le merci fornite ai punti di vendita, nonché i ricavi della vendita diretta e dei servizi a terzi. Da questo valore vengono sottratte le diminuzioni di ricavo. Non sono comprese nelle diminuzioni dei ricavi gli interventi diretti sui prezzi.</p>		
Ricavo netto Food	9 144	9 248
Ricavo netto Non Food	4 982	5 186
<b>2 Ricavi netti</b>	<b>14 127</b>	<b>14 434</b>
Regione Suisse Romande	2 734	2 765
Regione Bern	1 910	1 965
Regione Nordwestschweiz	2 717	2 858
Regione Zentralschweiz-Zürich	2 933	3 002
Regione Ostschweiz-Ticino	2 568	2 634
Sede principale/Produzione	1 264	1 211
<b>2 Ricavi netti</b>	<b>14 127</b>	<b>14 434</b>
Altri ricavi d'esercizio	518	512
Ricavi d'esercizio da affitti	101	92
Prestazioni proprie attivate	3	4
Variazioni inventario prodotti finiti e semifiniti	4	- 4
<b>3 Altri ricavi d'esercizio</b>	<b>625</b>	<b>603</b>
<p>La posizione «Altri ricavi d'esercizio» corrisponde fra l'altro alle entrate relative al Toto, Lotto, posteggi, pubblicità, lavaggio a secco, sviluppi fotografici nonché diversi altri bonifici.</p>		
Salari / Stipendi	- 2 137	- 2 223
Prestazioni sociali	- 367	- 378
<i>Tasso prestazioni sociali in %</i>	<i>17,2</i>	<i>17,0</i>
Altri costi personale	- 68	- 67
<b>4 Costi personale</b>	<b>- 2 573</b>	<b>- 2 668</b>
Affitti	- 344	- 343
Costi uffici e amministrazione <sup>1)</sup>	- 142	- 155
Assicurazione cose e imposte	- 56	- 56
Manutenzione e sostituzione	- 231	- 224
Costi per energia e materiale	- 231	- 232
Costi vari <sup>1)</sup>	- 270	- 276
<b>5 Altri costi d'esercizio</b>	<b>- 1 273</b>	<b>- 1 285</b>

<sup>1)</sup> Raggruppamento delle cifre del 2003 per un importo di 11 milioni di franchi.

	mio. di CHF 2004	mio. di CHF 2003
Goodwill	– 40	– 20
Altre immobilizzazioni immateriali	– 23	– 25
Beni mobili, veicoli, macchinari	– 324	– 334
Immobili	– 292	– 266
<b>6 Ammortamenti</b>	<b>– 679</b>	<b>– 646</b>
Vedi dettagli posizione 8 «Risultato immobili estraneo all'esercizio» e posizione 9 «Altro risultato estraneo all'esercizio»		
<i>Interessi attivi e dividendi</i>	17	31
<i>Ricavi da partecipazioni società equity</i>	3	3
Proventi finanziari	19	34
<i>Interessi passivi</i>	– 114	– 127
<i>Perdite sui cambi e sui titoli non realizzate</i>	– 1	– 1
<i>Altri oneri finanziari</i>	– 8	– 3
Oneri finanziari	– 123	– 132
<b>7 Risultato finanziario</b>	<b>– 103</b>	<b>– 98</b>
Ricavi di affitti	26	38
Ammortamenti estranei all'esercizio	– 7	– 7
Altri costi estranei all'esercizio	– 5	– 8
<b>8 Risultato immobili estraneo all'esercizio</b>	<b>13</b>	<b>23</b>
<i>Utile da cessione di attivo fisso</i>	210	98
<i>Scioglimento di accantonamenti non più utilizzati</i>	23	41
<i>Scioglimento di accantonamenti di ristrutturazione e integrazione</i>	0	28
<i>Ricavi estranei al periodo in esame e altri ricavi estranei all'esercizio</i>	159	190
Altri ricavi estranei all'esercizio	392	357
<i>Ammortamenti estranei all'esercizio per perdite di valore immobilizzi immateriali</i>	– 0	– 16
<i>Ammortamenti estranei all'esercizio per perdite di valore immobilizzi finanziari</i>		
<i>Ammortamenti estranei all'esercizio per perdite di valore immobilizzi materiali</i>	– 138	– 47
<i>Costituzione di accantonamenti di ristrutturazione e integrazione</i>	– 5	– 125
<i>Costituzione di accantonamenti</i>	– 80	– 70
<i>Costi estranei al periodo in esame e altri costi estranei all'esercizio</i>	– 95	– 93
Altri costi estranei all'esercizio	– 318	– 351
<b>9 Altro risultato estraneo all'esercizio</b>	<b>74</b>	<b>6</b>
Imposta sul capitale, sull'utile e sugli utili da sostanza immobiliare	– 72	– 79
Imposta sul passaggio di proprietà	– 10	– 5
Oneri fiscali latenti	– 41	– 24
<b>10 Imposte</b>	<b>– 124</b>	<b>– 108</b>

## Spiegazioni relative al bilancio consolidato

	mio. di CHF		mio. di CHF			
	2004		2003			
Liquidi	251		263			
Attivi immobilizzati presso banche	19		23			
Titoli	41		45			
<b>11 Liquidi</b>	<b>311</b>		<b>332</b>			
Crediti da forniture e prestazioni	277		355			
Crediti verso imprese parzialmente consolidate	0		0			
<b>12 Crediti da forniture e servizi</b>	<b>277</b>		<b>355</b>			
Altri crediti	248		52			
Ratei e risconti attivi	151		159			
<b>13 Altri crediti</b>	<b>399</b>		<b>210</b>			
Merci	1 347		1 287			
Prodotti finiti e semifiniti (produzione)	122		129			
Materie prime	92		92			
Materiale ausiliario e d'imballaggio	12		18			
<b>14 Giacenze</b>	<b>1 573</b>		<b>1 526</b>			
	Goodwill	Brevetti/ Licenze/ Marchi	Spese organizzative	Software		
Valore contabile netto all'1.1	258	2	27	36	323	154
<i>Valore d'acquisto all'1.1</i>	<i>323</i>	<i>3</i>	<i>95</i>	<i>57</i>	<i>478</i>	<i>550</i>
<i>Variazione nell'area di consolidamento</i>	<i>- 0</i>	<i>- 0</i>	<i>0</i>		<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Investimenti</i>	<i>- 0</i>		<i>1</i>	<i>19</i>	<i>19</i>	<i>225</i>
<i>Disinvestimenti</i>	<i>- 1</i>		<i>- 0</i>	<i>- 2</i>	<i>- 3</i>	<i>- 6</i>
<i>Flusso monetario</i>	<i>- 0</i>	<i>- 0</i>	<i>- 0</i>		<i>- 0</i>	<i>0</i>
<i>Raggruppamenti</i>	<i>- 1</i>	<i>19</i>	<i>- 20</i>	<i>4</i>	<i>3</i>	<i>- 291</i>
Valore d'acquisto al 31.12	320	22	76	78	497	478
<i>Ammortamenti accumulati all'1.1</i>	<i>- 66</i>	<i>- 1</i>	<i>- 68</i>	<i>- 20</i>	<i>- 155</i>	<i>- 397</i>
<i>Variazione nell'area di consolidamento</i>	<i>0</i>	<i>- 0</i>	<i>- 0</i>		<i>- 0</i>	<i>- 0</i>
<i>Ammortamenti</i>	<i>- 39</i>	<i>- 0</i>	<i>- 9</i>	<i>- 14</i>	<i>- 63</i>	<i>- 45</i>
<i>Ammortamenti estranei all'esercizio</i>						<i>- 16</i>
<i>Ammortamenti accumulati su disinvestimenti</i>	<i>1</i>		<i>0</i>	<i>1</i>	<i>3</i>	<i>6</i>
<i>Flusso monetario</i>	<i>0</i>	<i>0</i>		<i>0</i>	<i>0</i>	<i>- 0</i>
<i>Raggruppamenti</i>	<i>1</i>	<i>- 9</i>	<i>10</i>	<i>- 3</i>	<i>- 1</i>	<i>297</i>
Ammortamenti accumulati al 31.12	- 103	- 11	- 67	- 36	- 216	- 155
<b>15 Immobilizzazioni immateriali al 31.12</b>	<b>218</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>42</b>	<b>281</b>	<b>323</b>

I costi di ricerca e sviluppo non sono stati attivati.

	Investimenti finanziari presso banche	Altri investimenti finanziari	Partecipazioni (Metodo equity)	<b>mio. di CHF 2004</b>	mio. di CHF 2003
Valore contabile netto all'1.1	64	180	12	257	344
Acquisti		19	6	25	33
Cessazioni	- 48	- 26		- 74	- 120
Rettifiche di valore		- 1		- 1	
Raggruppamenti	0	- 2		- 2	
<b>16 Immobilizzazioni finanziarie al 31.12</b>	<b>17</b>	<b>171</b>	<b>18</b>	<b>206</b>	<b>257</b>
	Beni mobili/ Utensili	Veicoli	Infor- matica	Macchinari/ Impianti	
Valore contabile netto all'1.1	763	68	128	288	1 276
<i>Valore d'acquisto all'1.1</i>	<i>1 912</i>	<i>174</i>	<i>502</i>	<i>806</i>	<i>3 394</i>
<i>Variazione nell'area di consolidamento</i>	<i>- 1</i>	<i>- 0</i>	<i>- 1</i>	<i>- 1</i>	<i>- 2</i>
<i>Investimenti</i>	<i>219</i>	<i>18</i>	<i>35</i>	<i>134</i>	<i>406</i>
<i>Disinvestimenti</i>	<i>- 347</i>	<i>- 37</i>	<i>- 141</i>	<i>- 65</i>	<i>- 589</i>
<i>Flusso monetario</i>	<i>- 0</i>	<i>- 0</i>	<i>- 0</i>	<i>- 0</i>	<i>- 0</i>
<i>Raggruppamenti</i>	<i>42</i>	<i>- 0</i>	<i>3</i>	<i>- 55</i>	<i>- 10</i>
Valore d'acquisto al 31.12	1 826	155	397	820	3 198
<i>Ammortamenti accumulati all'1.1</i>	<i>- 1 150</i>	<i>- 106</i>	<i>- 374</i>	<i>- 518</i>	<i>- 2 147</i>
<i>Variazione nell'area di consolidamento</i>	<i>1</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>2</i>
<i>Ammortamenti</i>	<i>- 187</i>	<i>- 17</i>	<i>- 62</i>	<i>- 58</i>	<i>- 324</i>
<i>Ammortamenti estranei all'esercizio</i>	<i>- 2</i>			<i>- 1</i>	<i>- 3</i>
<i>Ammortamenti accumulati su disinvestimenti</i>	<i>337</i>	<i>35</i>	<i>140</i>	<i>63</i>	<i>574</i>
<i>Flusso monetario</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>- 0</i>
<i>Raggruppamenti</i>	<i>7</i>	<i>0</i>	<i>3</i>	<i>- 2</i>	<i>9</i>
Ammortamenti accumulati al 31.12	- 994	- 87	- 292	- 516	- 1 889
<b>17 Beni mobili, veicoli, macchinari al 31.12</b>	<b>832</b>	<b>67</b>	<b>106</b>	<b>304</b>	<b>1 309</b>

Nella posizione «Raggruppamenti» sono contenuti trasferimenti di acconti ad altre categorie d'investimento.

	Aree non edificate	Instal- lazioni	Edifici	Immobili non commerciali	<b>mio. di CHF 2004</b>	mio. di CHF 2003
Valore contabile netto all'1.1	58	1 124	5 855	96	7 134	6 878
<i>Valore d'acquisto all'1.1</i>	63	1 893	7 834	141	9 930	9 438
<i>Variazione nell'area di consolidamento</i>		0	- 6		- 6	258
<i>Investimenti</i>	- 0	240	333		573	576
<i>Disinvestimenti</i>	- 8	- 127	- 434	- 37	- 607	- 359
<i>Flusso monetario</i>		- 0	- 0	- 0	- 0	2
<i>Raggruppamenti</i>	3	85	- 69	- 32	- 13	15
Valore d'acquisto al 31.12	58	2 091	7 658	71	9 878	9 930
<i>Ammortamenti accumulati all'1.1</i>	- 4	- 768	- 1 979	- 45	- 2 796	- 2 561
<i>Variazione nell'area di consolidamento</i>		- 0	2		2	- 82
<i>Ammortamenti</i>	- 1	- 121	- 176	- 1	- 299	- 273
<i>Ammortamenti estranei all'esercizio</i>		- 1	- 133		- 134	- 24
<i>Ammortamenti accumulati su disinvestimenti</i>	4	112	141	15	272	140
<i>Flusso monetario</i>	0	0	0	0	0	- 1
<i>Raggruppamenti</i>	- 1	7	- 4	11	13	4
Ammortamenti accumulati al 31.12	- 2	- 772	- 2 149	- 20	- 2 943	- 2 796
<b>18 Immobili al 31.12</b>	<b>55</b>	<b>1 319</b>	<b>5 509</b>	<b>52</b>	<b>6 935</b>	<b>7 134</b>
Nella posizione «Raggruppamenti» sono contenuti trasferimenti di acconti ad altre categorie d'investimento.						
<b>Costruzioni in corso</b> (compresi nella posizione «Edifici»)						
Valore contabile netto all'1.1					164	275
<i>Valore d'acquisto all'1.1</i>					169	279
<i>Variazione nell'area di consolidamento</i>						2
<i>Investimenti</i>					204	131
<i>Disinvestimenti</i>					- 3	- 62
<i>Raggruppamenti</i>					- 130	- 183
Valore d'acquisto al 31.12					239	169
<i>Ammortamenti accumulati all'1.1</i>					- 4	- 4
<i>Variazione nell'area di consolidamento</i>						
<i>Ammortamenti</i>						
<i>Ammortamenti estranei all'esercizio</i>						- 2
<i>Ammortamenti accumulati su disinvestimenti</i>					2	2
<i>Raggruppamenti</i>						0
Ammortamenti accumulati al 31.12					- 3	- 4
<b>Costruzioni in corso al 31.12</b>					<b>236</b>	<b>164</b>
Valore contabile delle azioni costituite in pegno a garanzia di obblighi propri					2 101	3 027
Debiti garantiti					888	1 356

					mio. di CHF	mio. di CHF
					2004	2003
Debiti da forniture e servizi					992	1 087
Debiti verso imprese parzialmente consolidate					0	1
<b>19 Debiti da forniture e servizi</b>					<b>993</b>	<b>1 088</b>
Altri debiti a breve termine senza interessi					259	382
Altri debiti a breve termine con interessi					319	227
Ratei e risconti passivi					461	510
<b>20 Altri debiti</b>					<b>1 039</b>	<b>1 119</b>
Libretti di deposito e di investimento					844	813
Obbligazioni di cassa					168	169
Prestiti	Bell Holding AG	1998–2005	4%	70		
	Coop	1998–2005	3½%	250		
	Coop	1996–2006	4½%	100		
	Coop	1997–2007	3¾%	200		
	Coop	1999–2009	4%	250		
	Coop	2003–2008	2¾%	325		
	Coop	2004–2011	2¾%	250	1 445	1 195
Prestiti bancari					536	538
Altri prestiti					161	134
Debiti verso la previdenza del personale					0	1
<b>21 Debiti a lungo termine</b>					<b>3 153</b>	<b>2 850</b>
Vedi anche dettagli sulle linee di credito disponibili, pagina 82.						
Ipoteche					888	1 356
Crediti edilizi						14
<b>22 Debiti con garanzia immobiliare</b>					<b>888</b>	<b>1 371</b>
		Previdenza per il personale	Ristruttu- razioni	Oneri fiscali latenti	Altri accan- tonamenti	
Accantonamenti all'1.1					26	66
Variazione nell'area di consolidamento					0	485
Creazione di accantonamenti					3	5
Uso degli accantonamenti					– 1	– 31
Scioglimento degli accantonamenti non più utilizzati					– 0	– 0
Raggruppamenti					– 0	– 0
Flusso monetario					– 0	– 0
<b>23 Accantonamenti al 31.12</b>					<b>29</b>	<b>41</b>
					<b>526</b>	<b>359</b>
					<b>954</b>	<b>1 027</b>

Le imposte latenti sono calcolate con un'aliquota d'imposta media del 25% sulle riserve non tassate. Presentazione conforme RPC 23.

Le cifre del 2003 sono state adeguate di conseguenza.

	mio. di CHF 2004	mio. di CHF 2003
<i>CoopForte</i>		134
<i>Banca Coop</i>	42	50
<i>Supercard</i>	219	206
<i>Imposta sul valore aggiunto</i>	40	
<i>Varie</i>	58	61
<b>Altri accantonamenti</b>	<b>359</b>	<b>450</b>
<i>Capitale estraneo con interesse a breve termine</i>	319	227
<i>Capitale estraneo con interesse a lungo termine</i>	4 041	4 221
Capitale estraneo con interessi	4 360	4 448
Capitale estraneo senza interessi	2 667	3 007
<b>24 Capitale estraneo</b>	<b>7 027</b>	<b>7 455</b>
Capitale estraneo con interessi	4 360	4 448
Liquidi	- 311	- 332
<b>Debito finanziario netto</b>	<b>4 049</b>	<b>4 115</b>

	Riserve aperte	Risultati capitalizzati	Risultato annuale	<i>Capitale proprio senza partecipa- zioni minoritarie</i>	Partecipazioni minoritarie	Capitale proprio incl. partecipa- zioni minoritarie
Capitale proprio all'1.1	1 162	2 219	341	3 722	208	3 930
Impiego risultato/dividendi	182	159	- 341		- 15	- 15
Variazione nell'area di consolidamento						
Prima applicazione RPC 24		- 2		- 2		- 2
Risultato annuale			320	320	31	351
<b>25 Capitale proprio al 31.12</b>	<b>1 344</b>	<b>2 376</b>	<b>320</b>	<b>4 041</b>	<b>223</b>	<b>4 264</b>



## Spiegazioni relative al conto consolidato dei flussi finanziari

	mio. di CHF 2004	mio. di CHF 2003
<i>Investimenti immobilizzazioni immateriali</i>	- 19	- 26
<i>Investimenti beni mobili, veicoli, macchinari</i>	- 406	- 336
<i>Investimenti immobili</i>	- 570	- 572
<i>Raggruppamenti</i>		
<i>Prestazioni proprie</i>	- 3	- 4
<b>Investimenti</b>	<b>- 998</b>	<b>- 938</b>
<i>Disinvestimenti immobilizzazioni immateriali</i>	0	
<i>Disinvestimenti beni mobili, veicoli, macchinari</i>	15	12
<i>Disinvestimenti immobili</i>	544	315
<b>Disinvestimenti</b>	<b>559</b>	<b>327</b>
<b>Investimenti netti immobili, impianti e attrezzature</b>	<b>- 439</b>	<b>- 611</b>
<i>Investimenti partecipazioni</i>	- 4	- 343
<i>Investimenti immobilizzazioni finanziarie</i>	- 19	- 24
<b>Investimenti partecipazioni/immobilizzazioni finanziarie</b>	<b>- 23</b>	<b>- 367</b>
<i>Disinvestimenti partecipazioni</i>	2	
<i>Disinvestimenti immobilizzazioni finanziarie</i>	29	120
<b>Disinvestimenti partecipazioni/immobilizzazioni finanziarie</b>	<b>31</b>	<b>120</b>
<i>Raggruppamenti</i>		
<b>26 Flusso di fondi per attività d'investimento</b>	<b>- 431</b>	<b>- 858</b>
<i>Investimenti immobilizzazioni immateriali</i>	- 19	- 26
<i>Investimenti beni mobili, veicoli, macchinari</i>	- 406	- 336
<i>Investimenti immobili</i>	- 570	- 572
<i>Investimenti partecipazioni</i>	- 4	- 343
<i>Investimenti immobilizzazioni finanziarie</i>	- 19	- 24
<i>Prestazioni proprie</i>	- 3	- 4
<b>Investimenti</b>	<b>- 1 022</b>	<b>- 1 305</b>
<i>Disinvestimenti immobilizzazioni immateriali</i>	0	
<i>Disinvestimenti beni mobili, veicoli, macchinari</i>	15	12
<i>Disinvestimenti immobili</i>	544	315
<i>Disinvestimenti partecipazioni</i>	2	
<i>Disinvestimenti immobilizzazioni finanziarie</i>	29	120
<b>Disinvestimenti</b>	<b>590</b>	<b>447</b>
<b>26 Flusso di fondi per attività d'investimento</b>	<b>- 431</b>	<b>- 858</b>

## Altre informazioni sul conto annuale consolidato

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2004	2003
Garanzie a favore di terzi	120	173
Debiti verso la previdenza del personale	314	476
<i>di cui garantiti con ipoteche</i>	313	475
Il gruppo Coop si assume i costi della previdenza professionale di tutti i collaboratori e dei loro superstiti in conformità con le norme di legge. Tutti i piani di previdenza delle società del gruppo Coop sono gestiti nel sistema del primato dei contributi.		
<i>Contributi regolamentari dei collaboratori</i>	70	66
<i>Contributi regolamentari del datore di lavoro</i>	154	153
<i>Riserva per i contributi del datore di lavoro</i>	89	71
Valore assicurazione antiincendio impianti e attrezzature	13 905	13 769
<b>Impegni relativi a contratti di locazione e di diritto di superficie a lungo termine secondo scadenza</b>		
2004		272
2005	331	255
2006	298	202
2007	271	176
2008–2011 (anno precedente: 2008–2010)	1 018	536
Esistono altri impegni importanti in relazione ai contratti di locazione e di diritto di superficie oltre in 2011.		
<b>Conversione delle valute estere</b>		
Per la conversione dei bilanci in valuta straniera sono stati applicati i seguenti tassi di cambio:		
Tassi di cambio di fine anno per il bilancio		
EUR	1	1.544
HKD	1	0.146
USD	1	1.132
GBP	1	2.183
JPY	100	1.104
Tassi di cambio medi annuali per il conto economico		
EUR	1	1.544
HKD	1	0.160
USD	1	1.243
GBP	1	2.276
JPY	100	1.149

Operazioni fuori bilancio	Valore contrattuale		Valore di sostituzione			
			positivo		negativo	
	2004	2003	2004	2003	2004	2003
Interessi	90	70			2	2
Valute	109	117	1	1		3
Altri strumenti finanziari derivati (materie prime, titoli di partecipazione)	238	282	2	1	1	

I valori riportati sopra contengono tutti gli strumenti finanziari derivativi ancora aperti al giorno di chiusura e sono stati calcolati al valore di mercato. Tali valori vengono registrati nel conto annuale soltanto al momento della loro scadenza.

#### Betty Bossi Verlag AG

L'1.1.2002 Coop ha acquisito una quota del 50% delle azioni della Betty Bossi Verlag AG.

Tra l'1.1.2002 ed il 31.12.2011 la Ringier AG, Zofingen, possiede un diritto di vendita (put option) per il restante 50% delle azioni ad un prezzo definito.

#### Eventi successivi alla chiusura del bilancio

Coop e Rewe si sono accordate nel gennaio 2005 per raggruppare le proprie attività nel settore della grande gastronomia.

Il fatturato è stimato a 2,2 miliardi di CHF circa. Il 4 febbraio 2005 le autorità svizzere in materia di concorrenza hanno approvato la transazione, mentre l'istanza delle autorità europee ha dichiarato di non essere competente. La transazione può essere pertanto realizzata immediatamente.

## Area di consolidamento

Situazione al 31 dicembre 2004

		Quota di capitale del gruppo in %	Capitale sociale 31.12.2004 mio. di CHF	Inclusione <sup>1)</sup>
<b>Coop</b>	Basel			
Alcoba Distribution SA	F-Strasbourg	50,00	4,7	I
Bell Holding AG	Basel	60,54	2,0	I
Bell AG	Basel	100,00		I
Bell Finance Limited	GB-Jersey	100,00		I
Frigo St. Johann AG	Basel	100,00		I
GZM Extraktionswerk	Lyss	19,90		–
GWI Geflügel- und Wildimport AG	Basel	100,00		I
Maurer Frères SA	F-Kingersheim	50,00		I
SBA Schlachtbetrieb Basel AG	Basel	48,00		E
Betty Bossi Verlag AG	Zürich	50,00		E
BG Buchiacker, Bützberg	Thunstetten	100,00	1,5	I
BG Rosengarten Solothurn AG	Solothurn	62,00	0,1	I
CAG Verwaltungs AG	Basel	100,00	1,0	I
Centre de formation «du Léman»	Jongny	100,00	0,0	I
Coop Bildungszentrum	MuttENZ	100,00	0,4	I
Coein AG in liquidazione	Jegenstorf	100,00	5,0	I
Coop Immobilien AG	Bern	100,00	855,4	I
Complexe de Chêne-Bourg-A SA	Chêne-Bourg	100,00		I
Complexe de Chêne-Bourg-C SA	Chêne-Bourg	100,00		I
Complexe de Chêne-Bourg-D SA	Chêne-Bourg	100,00		I
Coop Mineraloel AG	Allschwil	51,00	10,0	I
Coop Switzerland Far East Ltd.	HK-Hongkong	100,00	0,0	I
Coop Vitality AG	Bern	51,00	5,0	I
EPA AG	Zürich	100,00	40,0	I
Eurogroup SA	B-Bruxelles	50,00		E
Eurogroup Far East Ltd.	HK-Hongkong	33,30		E
Fehr & Engeli AG	Ueken	100,00	0,1	I
HiCoPain AG	Dagmersellen	40,00		E
Konsumverein Zürich AG	Zürich	100,00	35,0	I
Könizer Siedlungs-AG	Liebefeld	100,00	1,0	I
Panflor AG	Zürich	100,00	0,5	I
PG Immobilien SA	Basel	100,00	2,5	I
Toomax-x Handelsgesellschaft m.b.H.	A-Klosterneuburg	25,00		E
TT Immobilien AG	Oberentfelden	100,00	10,0	I
Waro AG	Basel	100,00	0,1	I

<sup>1)</sup> I = società consolidate integralmente E = società consolidate secondo il «metodo equity»

Rapporto del Revisore del conto di gruppo  
all'Assemblea generale degli delegati della  
Coop  
Basilea

In qualità di revisore del conto di gruppo abbiamo verificato il conto annuale consolidato (conto economico, bilancio, conte del flusso di mezzi, e allegato con prospetto evoluzione capitale proprio) del Gruppo Coop riportati da pagina 92 –108 per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2004.

Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto annuale consolidato, mentre il nostro compito consiste nella sua verifica e nell'espressione di un giudizio in merito. Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale e all'indipendenza.

La nostra verifica è stata effettuata conformemente alle norme della categoria professionale svizzera, le quali richiedono che la stessa venga pianificata ed effettuata in maniera tale che anomalie significative nel conto annuale consolidato possano essere identificate con un grado di sicurezza accettabile. Abbiamo verificato le posizioni e le informazioni del conto annuale consolidato mediante procedure analitiche e di verifica a campione. Abbiamo inoltre giudicato l'applicazione dei principi contabili determinanti, le decisioni significative in materia di valutazione, nonché la presentazione del conto annuale consolidato nel suo complesso. Siamo dell'avviso che la nostra verifica costituisca una base sufficiente per la presente nostra opinione.

A nostro giudizio il conto annuale consolidato presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale in conformità ai Swiss GAAP FER ed alle disposizioni legali svizzere.

Raccomandiamo di approvare il conto annuale consolidato a Voi sottoposto.

PricewaterhouseCoopers SA



Dr. R. Gerber



R. Maiocchi

Basilea, 10 marzo 2005



# Organi, management e indirizzi

- 112 Organi Coop
- 113 Assemblea dei delegati Coop
- 113 Consiglio d'amministrazione Coop
- 114 Struttura dirigenziale
- 115 Management
- 117 Indirizzi del gruppo Coop

# Organi Coop

Situazione al 1° gennaio 2005

**2 323 602 famiglie associate**

**Consigli regionali**

**Suisse  
Romande**

**Bern**

**Nordwest-  
schweiz**

**Zentralschweiz-  
Zürich**

**Ostschweiz**

**Ticino**

**Assemblea dei delegati**

**Consiglio d'amministrazione**

**Ufficio di  
revisione**

**Comitato del Consiglio d'amministrazione**

**Direzione generale**



## Assemblea dei delegati Coop

I seguenti membri di comitato dei Consigli regionali costituiscono l'Assemblea dei delegati Coop (Situazione al 1° gennaio 2005).

### Regione Suisse Romande

Maurice Balmat	Arlette Di Vetta	André Jordan	Jean-Marc Nicolaz	Pierre Tissot
André Bollin	Adrien Dormond	Anne-Lyse Karlen	Jean-Maurice Paroz	Georges-Edouard Vacher
Edmond Bourguet	Hubert Ducry	Jean-Daniel Kramer	Christine Pasche	Martine Veillard
Claude Buillard	John Dupraz	Jean-Marc Kuhn	Aurèle Perrin	Christian Volken
Guy Cotter	Henri Fournier	Jacqueline Lugeon	Camille Rebord	Daniel Willi
Bernadette Crettol	Antonio Galera	Jacques Maurer	Jean-Marie Rime	Alain Winkelmann
René Curti	Gérard Gillioz	Marcel Maury	Jacques Robert	Renée Wüthrich
Monika Dash	Nicole Hosseini	Josiane Mayor	Jean-Claude Rossel	
Denis Desales	Philippe Jatton	Marie-Jeanne Meichtry	Dolly Saner	

### Regione Bern

Annemarie Aeschlimann	Richard Gsponer	Karl Lauber	Fritz Schori	Emil Zurbrugg
Fritz Bärtschi	Manfred Jakob	Walter Liniger	Martin Schweizer	
Katharina Bieler-Heldner	Doris Kelterborn	Fritz Probst	Hans Sterchi	
Hans-Rudolf Blatter	Ernst Köhli	Fritz Schärer	Jakob Zbinden	
Lily Frei	Ruth Läderach	Hugo Schärer	Pierrette Zumwald	

### Regione Nordwestschweiz

Willi Buess	Erich Heggendorf	Peter Kohler	Urs Schneider	Roland Zeller
Hans Christen	Walter Heinemann	Theo Meyer	Charles Suter	Eduard Zimmermann
Irmgard Fischli	Bruno Hess	Verena Reber	Erika Thoma	
Samuel Gerber	Ernst Jordi	Greta Schindler	Peter Villiger	
Christoph Gürtler	Trudi Jost	Peter Schmid	Jörg Vitelli	

### Regione Zentralschweiz-Zürich

Hans Aepli	Renato Blum	Hans Frei	Elisabeth Michel-Alder	Josef Schuler
Alfred Bartholet	Lorenz Bösch	Marlis Hürlimann	Hans Rüegg	
Ruth Beck	Emil De-Boni	Hans Kissling	Otto Rütter	
Beatrice Bertschinger	Ernst Dubacher	Hans Lustenberger	Ivo Schmid	

### Regione Ostschweiz

Pia Eberle	Josef Hemmi	Peter Luck	Gerhard Riediker
Peter Fischer	René Huber	Tarzi Meyerhans	Leo Schönenberger
Heinz Flammer	Peter Keller	Henry Müller	Bruno Stacher
Peter Gloor	Maria Knecht	Roberto Pedrini	Martha Veraguth

### Regione Ticino

Giovanni Balmelli	Carlo Crivelli	Marilena Fontaine-Macullo	Fiorangela Pusterla	Brunetto Vivalda
Daniele Bigger	Andrea Ferrari	Giancarlo Lafranchi	Gabriella Rossetti	

## Consiglio d'amministrazione Coop

P = presidente; VP= vicepresidente; C = comitato

Jean-Claude Badoux (C)	Diego Giulieri (C)	Irene Kaufmann (VP)	Felix Truffer	<b>Revisione interna</b> Franz Kessler, resp. Revisione interna
Stefan Baumberger (C)	Felix Halmer	Lillia Rebsamen	Giusep Valaulta (C)	
Silvio Bircher (C)	Edgar Hofer	Jean-Charles Roguet		
Anton Felder (P)	Walter Holderegger	Eric Santschy		
Paul Flubacher	Hans-Jürg Käser	Giampiero Storelli		

# Struttura dirigenziale

Situazione al 1° gennaio 2005

## Presidente della Direzione generale (DG)

Hansueli Loosli

## Membri della Direzione generale

Presidente della DG	Retail	Trading	CCM/ Acquisti	Logistica/ Informatica/ Produzione	Finanze & Servizi	Immobiliari	Commercio al dettaglio
Hansueli Loosli	Hansueli Loosli	Christoph Clavadetscher	Jürg Peritz	Jörg Ackermann	Hans Peter Schwarz	Jean-Marc Chapuis	Rudolf Burger
	<b>Regioni di vendita (REV)</b>			<b>Regioni logistiche (REL)</b>		<b>Regioni Immobiliari (REI)</b>	
Personale/ Formazione	REV Suisse Romande	Edile+Hobby	CCM Prodotti freschi	REL Suisse Romande	Finanze	REI Suisse Romande	Divisione Interdiscount
Segretariato generale	REV Bern	Grandi Magazzini	CCM Alimenti di base/ Bevande	REL Bern	Contabilità	REI Bern	Coop Vitality AG
Comunicazione/ Assicurazione qualità	REV Nordwestschweiz	Espansione/ Total Store	CCM Near Food	REL Nordwestschweiz	Management/ Services	REI Nordwestschweiz	Coop Mineraloel AG
	REV Zentral-schweiz-Zürich	Divisione Toptip	CCM Casa/ Tempo libero	REL Zentral-schweiz-Zürich	Progetti	REI Zentral-schweiz-Zürich/ Ostschweiz-Ticino	
	REV Ostschweiz-Ticino	Divisione Import Parfumerie	CCM Tessili	REL Ostschweiz-Ticino		Economia aziendale (EA)/ Controlling	
	Total Store		Acquisti/ Gestione Stock Food	Servizio centrale Logistica			
	Marketing		Acquisti/ Gestione Stock Non Food	Servizio centrale Panetteria			
			Controlling/ Sistemi/ Procedimenti/ Progetti	Logistica nazionale Pratteln			
				Logistica nazionale Wangen			
				Panofina			
				Bälehôtels			
				Informatica			
				Produzione			
				Bell Holding AG			
				Eurogroup SA			

# Management

Situazione al 1° gennaio 2005

## Direzione generale (DG)

Hansueli Loosli, presidente della DG  
Jörg Ackermann, capo Direzione Logistica/Informatica/Produzione  
Rudolf Burger, capo Direzione Commercio al dettaglio  
Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili

Christoph Clavadetscher, capo Direzione Trading  
Jürg Peritz, capo Direzione CCM/Acquisti  
Hans Peter Schwarz, capo Direzione Finanze & Servizi

## Presidenza della Direzione generale

Hansueli Loosli, presidente della DG  
Peter Keller, responsabile Personale/Formazione nazionale  
Markus Schelker, responsabile Segretariato generale

Walter Stutz, responsabile Centro qualità  
Felix Wehrle, responsabile Comunicazione/Assicurazione qualità

## Direzione Retail

Hansueli Loosli, presidente della DG  
Livio Bontognali, direttore Regione di vendita OT  
Theo Jost, direttore Regione di vendita ZZ  
Raymond Léchaire, direttore Regione di vendita SR  
Oskar Sager, direttore Regione di vendita NW

Peter Schmid, direttore Regione di vendita BE  
Heino Peier, responsabile Marketing  
**Stato maggiore**  
Robert Joss, responsabile Marketing Services  
Benedikt Pachlatko, responsabile Strategie Marketing/Supercard

### Regione di vendita Suisse Romande (SR)

Raymond Léchaire, direttore Regione di vendita SR  
Stéphane Bossel, responsabile EA/Controlling (dall'1.3.05)  
Jean-Luc Ecuyer, responsabile Personale/Formazione

Patrick Fauchère, responsabile Vendita 2  
Rudolf Hägler, responsabile EA/Controlling (fino al 28.2.05)  
André Mislin, responsabile Vendita 1

### Regione di vendita Bern (BE)

Peter Schmid, direttore Regione di vendita BE  
Rico Bossi, responsabile Vendita 2  
Bernhard Friedli, responsabile EA/Controlling

Pierre-Alain Grichting, responsabile Vendita 1  
Bruno Piller, responsabile Personale/Formazione

### Regione di vendita Nordwestschweiz (NW)

Oskar Sager, direttore Regione di vendita NW  
Hans Amacher, responsabile Vendita 2  
Angelo Durante, responsabile EA/Controlling

Rolf Scheitlin, responsabile Personale/Formazione  
Pierre Zinggeler, responsabile Vendita 1

### Regione di vendita Zentralschweiz-Zürich (ZZ)

Theo Jost, direttore Regione di vendita ZZ  
Walter Flessati, responsabile Personale/Formazione  
Eduard Warburton, responsabile EA/Controlling

Robert Weiss, responsabile Vendita 2  
Paul Zeller, responsabile Vendita 1

### Regione di vendita Ostschweiz-Ticino (OT)

Livio Bontognali, direttore Regione di vendita OT  
Mario Colatrella, responsabile Vendita 3  
Hans Ernst, responsabile Personale/Formazione

Henry Stamm, responsabile EA/Controlling  
Karl Sturzenegger, responsabile Vendita 1  
Bruno Veit, responsabile Vendita 2

## Direzione Trading

Christoph Clavadetscher, capo Direzione Trading  
Reto Grubenmann, responsabile Divisione Import Parfumerie  
Urs Jordi, responsabile Edile+Hobby (E+H)  
Peter Meier, responsabile Espansione/Total Store Trading  
Urs Meister, responsabile Divisione Toptip

### Grandi Magazzini

Christoph Clavadetscher, responsabile Grandi Magazzini  
Beat Ammann, responsabile EA/Controlling  
Martin von Bertrab, responsabile Personale/Formazione  
Thomas Bichler, responsabile Logistica  
Jürg Birkenmeier, responsabile Regione Est

Kaspar Niklaus, responsabile Vendita  
Daniel Zimmermann, responsabile Regione Centro  
Jean-Francois Zimmermann, responsabile Regione Ovest  
**Coop Category Management (CCM) E+H**  
Bruno Haberthür, responsabile CCM E+H  
Rainer Pietrek, CCM Giardinaggio/Piante  
Dieter Strub, CCM Tempo libero  
Walter Studer, CCM Casa/Bricolage/Giardinaggio  
Roland Todt, CCM Costruzione/Artigianato  
Matthias Wermuth, CCM Artigianato

## Direzione CCM/Acquisti

Jürg Peritz, capo Direzione CCM/Acquisti

Jörg Ledermann, responsabile Controlling/Sistemi/Procedimenti/Progetti

### CCM Prodotti freschi

Philipp Wyss, responsabile CCM Prodotti freschi

Marie-Claire Chepca Cordier, CCM Latte e latticini/Uova

Marlies Hartmann Käfer, CCM Pane/Prodotti di panetteria

Roland Lienhard, CCM Prodotti surgelati

Alfred Leder, CCM Frutta/Verdura

Hans Thurnheer, CCM Ristoranti

### CCM Alimentazione di base/Bevande

Roland Frefel, responsabile CCM Alimentazione di base/Bevande

Pius Buchmann, CCM Vini/Spumanti

Christoph Hollenweger, CCM Prodotti dolciari

Daniel Noirjean, CCM Snack salati/Art. per fumatori/Art. per animali

Markus Schmid, CCM Colazione/Contorni/Prodotti per pasticceria

Beat Seeger, CCM Bevande rinfrescanti/Liquori

### CCM Near Food

Helmut Träris-Stark, responsabile CCM Near Food

Helene Loeb, CCM Detersivi e detergenti/Igiene

Peter Willimann, CCM Profumi/Cura del corpo/Vitashop

### CCM Casa/Tempo libero

Rolf Kuster, responsabile CCM Casa/Tempo libero

Bruno Cabernard, CCM Articoli per le feste/Stampa/Elettronica di consumo

Daniel Walker, CCM Cucina/Elettrodomestici

### CCM Tessili

Sandro Corpina, responsabile CCM Tessili

Daniel Gerber, CCM Abbigliamento per bambini/Articoli per bebè/Giocattoli

### Acquisti/Gestione Stock Food

Lorenz Wyss, responsabile Acquisti/Gestione Stock Food

Christoph Bürki, Pool Acquisti (PA) Bevande

Christian Guggisberg, PA Frutta/Verdura/Fiori/Piante

Renato Isella, PA Pane/Latteria/Formaggi/Surgelati

Michael Sieber, PA Alimentazione di base

Robert Trachsler, Pool approvvigionamento Food

### Acquisti/Gestione Stock Non Food

Philipp Schenker, responsabile Acquisti/Gestione Stock Non Food

Emanuel Büchlin, PA Abbigliamento/Accessori

Christian Kaufmann, Pool approvvigionamento Non Food

Olivier Schwegler, PA Near Food

## Direzione Logistica/Informatica/Produzione

Jörg Ackermann, capo Direzione Logistica/Informatica/Produzione

Leo Ebnetter, responsabile Regione logistica (REL) OT

August Harder, responsabile Informatica

Marc Haubensak, responsabile Bâlehotels

Hans Ludwig, responsabile REL BE

Rolf Müller, responsabile REL ZZ

Felix Ruckstuhl, responsabile Panofina

Peter Schär, responsabile Servizio centrale logistica

Ernst Seiler, responsabile Eurogroup SA

Andreas Schwab, responsabile Servizio centrale Panetteria

Niklaus Stehli, responsabile REL NW

Guy Théoduloz, responsabile REL SR

Daniel Woodtli, responsabile Logistica nazionale Pratteln

Beat Zaugg, responsabile Logistica nazionale Wangen

### Produzione

Josef Achermann, responsabile Produzione

Walter Käser, responsabile Divisione CWK

Lorenzo Pelucchi, responsabile Divisione Acquisti materie prime

Felix Ruckstuhl, responsabile Divisione Halba

## Direzione Finanze & Servizi

Hans Peter Schwarz, capo Direzione Finanze & Servizi

Konrad Burkhalter, responsabile Contabilità

Björn Carow, responsabile Progetti

Hansjörg Klossner, responsabile Controlling

Beat Leuthardt, responsabile Finanze

Rudolf Zurflüh, responsabile Controlling (fino al 28.2.05)

## Direzione Immobili

Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili

Armin Beutler, responsabile Regione immobiliare (REI) NW

Arthur Hauri, responsabile EA/Controlling

Josef Hugentobler, responsabile REI ZZ-OT

Michel Produit, responsabile REI SR

Bruno Riedo, responsabile REI BE

## Direzione Commercio al dettaglio

Rudolf Burger, capo Direzione Commercio al dettaglio

### Divisione Interdiscount

Andreas Frischknecht, responsabile Marketing/Acquisti

Pierre Pfaffhauser, responsabile Personale/Formazione

Daniel Stucker, responsabile EA/Controlling

Joos-Rudolf Sutter, responsabile Vendita

# Indirizzi del gruppo Coop

Situazione al 1° gennaio 2005

## Coop Sede principale

**Presidente  
della Direzione generale  
Direzione Retail**  
Hansueli Loosli

**Direzione CCM/Acquisti**  
Jürg Peritz

**Direzione  
Logistica/Informatica/Produzione**  
Jörg Ackermann

**Direzione Finanze & Servizi**  
Hans Peter Schwarz

**Coop**  
Thiersteinallee 12  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tel. 061 336 66 66  
Fax 061 336 60 40

**Direzione Trading**  
Christoph Clavadetscher

**Coop**  
Postfach  
5600 Lenzburg 1  
Tel. 062 885 91 91  
Fax 062 885 92 16

**Direzione Immobili**  
Jean-Marc Chapuis

**Coop**  
Direktion Immobilien  
Kasparstrasse 7  
Postfach  
3027 Bern  
Tel. 031 998 64 00  
Fax 031 998 64 96

**Direzione  
Commercio al dettaglio**  
Rudolf Burger

**Coop**  
Bernstrasse 90  
3303 Jegenstorf  
Tel. 031 764 44 03  
Fax 031 764 44 63

## Regioni Coop

**Suisse Romande**  
Coop  
Région Suisse Romande  
Chemin du Chêne 5  
Case postale 518  
1020 Renens  
Tel. 021 633 41 11  
Fax 021 633 42 11

**Bern**  
Coop  
Region Bern  
Riedbachstrasse 165  
Postfach  
3001 Bern  
Tel. 031 980 96 11  
Fax 031 980 96 26

**Nordwestschweiz**  
Coop  
Region Nordwestschweiz  
Güterstrasse 190  
Postfach 2575  
4002 Basel  
Tel. 061 327 75 00  
Fax 061 327 75 10

**Zentralschweiz-  
Zürich**  
Coop  
Region Zentralschweiz-  
Zürich  
Turbinenstrasse 30  
Postfach Sihlpost  
8021 Zürich  
Tel. 044 275 44 11  
Fax 044 275 40 13

**Ostschweiz-  
Ticino**  
Coop  
Region Ostschweiz  
Industriestrasse 109  
Postfach  
9201 Gossau SG 1  
Tel. 071 388 44 11  
Fax 071 388 44 39

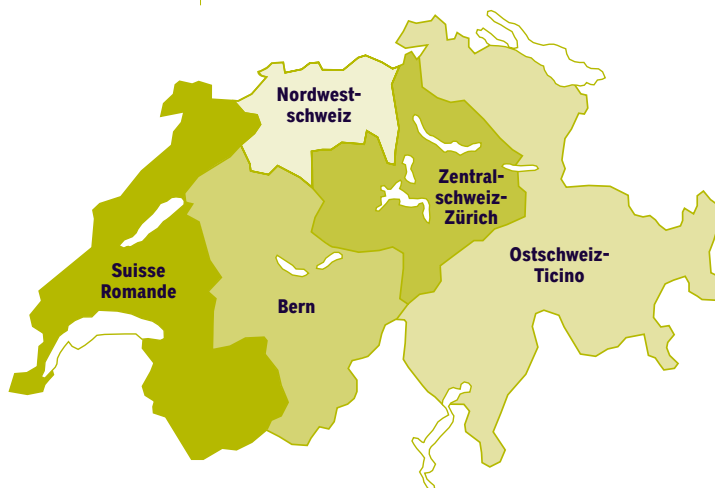
**Coop**  
Regione Ticino  
Via Industria  
Casella postale  
6532 Castione  
Tel. 091 822 35 35  
Fax 091 822 35 36

coop

coop city

coop  
edile+hobby

coop  
ristorante



## Società affiliate



**Coop Mineraloel AG**  
 Hegenheimermattweg 65  
 Postfach  
 4123 Allschwil 1  
 Tel. 061 485 41 41  
 Fax 061 482 03 66  
[www.coop-mineraloel.ch](http://www.coop-mineraloel.ch)  
 PCA: Rudolf Burger  
 PDG: Walter Eberle



**Coop Vitality AG**  
 Untermattweg 8  
 Postfach  
 3001 Bern  
 Tel. 031 990 86 20  
 Fax 031 990 86 30  
[www.coop.ch/vitality](http://www.coop.ch/vitality)  
 PCA: Rudolf Burger  
 PDG: Doris Schwizer



**Bell Holding AG**  
 Elsässerstrasse 174  
 Postfach  
 4002 Basel  
 Tel. 061 326 26 26  
 Fax 061 322 10 84  
[www.bell.ch](http://www.bell.ch)  
 PCA: Jörg Ackermann  
 PDG: Adolphe R. Fritschi

PCA =  
 Presidente del  
 Consiglio d'amministrazione

PDG =  
 Presidente della  
 Direzione generale

RD =  
 Responsabile Divisione

## Divisioni



**Toptip**  
 Division der Coop, Basel  
 Köllikerstrasse 80  
 5036 Oberentfelden  
 Tel. 062 737 11 11  
 Fax 062 737 11 12  
[www.toptip.ch](http://www.toptip.ch)  
 RD: Urs Meister



**Import Parfumerie**  
 Division der Coop, Basel  
 Turbinenstrasse 24  
 Postfach 754  
 8037 Zürich  
 Tel. 044 446 44 44  
 Fax 044 271 20 20  
[www.impo.ch](http://www.impo.ch)  
 RD: Reto Grubenmann



**Interdiscount**  
 Division der Coop, Basel  
 Bernstrasse 90  
 3303 Jegenstorf  
 Tel. 031 764 44 44  
 Fax 031 764 44 00  
[www.interdiscount.ch](http://www.interdiscount.ch)  
 RD: Rudolf Burger



**Swissmill**  
 Division der Coop, Basel  
 Postfach  
 8037 Zürich  
 Tel. 044 447 25 25  
 Fax 044 447 25 88  
[www.swissmill.ch](http://www.swissmill.ch)  
 RD: Josef Achermann

### Chocolats Halba



**Chocolats Halba**  
 Division der Coop, Basel  
 Alte Winterthurerstrasse 1  
 Postfach 467  
 8304 Wallisellen  
 Tel. 044 877 10 10  
 Fax 044 877 17 77  
[www.halba.ch](http://www.halba.ch)  
 RD: Felix Ruckstuhl



**Reismühle Brunnen**  
 Division der Coop, Basel  
 Industriestrasse 1  
 Postfach 460  
 6440 Brunnen  
 Tel. 041 825 30 00  
 Fax 041 825 30 09  
[www.reismuehle.ch](http://www.reismuehle.ch)  
 RD: Karl Haf

**Rohwarenbeschaffung**  
 Division der Coop, Basel  
 Gottesackerstrasse 4  
 4133 Pratteln  
 Tel. 061 825 44 44  
 Fax 061 825 45 85  
 RD: Lorenzo Pelucchi



**Nutrex**  
 Division der Coop, Basel  
 Juraweg 5  
 3292 Busswil  
 Tel. 032 386 79 11  
 Fax 032 386 79 19  
 RD: Thomas Flühmann



**CWK**  
 Division der Coop, Basel  
 St. Gallerstrasse 180  
 Postfach 170  
 8411 Winterthur  
 Tel. 052 234 44 44  
 Fax 052 234 43 43  
[www.cwk.ch](http://www.cwk.ch)  
 RD: Walter Käser



**Pasta Gala**  
 Division de la Coop, Bâle  
 Rue du Dr Yersin 10  
 Case postale  
 1110 Morges 1  
 Tel. 021 804 93 00  
 Fax 021 804 93 01  
 RD: Philipp Gloor



**Steinfels**  
 Cleaning Systems  
 Division der Coop, Basel  
 St. Gallerstrasse 180  
 Postfach 53  
 8411 Winterthur  
 Tel. 052 234 44 00  
 Fax 052 234 44 01  
[www.scs-ag.ch](http://www.scs-ag.ch)  
 RD: Walter Käser

Tutte le affermazioni del presente rapporto che non si basano su fatti storici sono previsioni che non rappresentano una garanzia per prestazioni future. Vi sono compresi rischi e incertezze derivanti non solo dalle future condizioni economiche globali, ma anche dai cambi, dalle prescrizioni legislative, dalle condizioni di mercato, dalle attività dei concorrenti, nonché da altri fattori che sfuggono al controllo dell'impresa.

Il presente rapporto di gestione è disponibile in tedesco, francese, italiano ed inglese ed è inoltre consultabile al sito internet [www.coop.ch](http://www.coop.ch).

Fa fede la lingua tedesca.

**Tiratura**

13 000 ted. / 3 500 fr. / 1 500 it. / 1 500 ing.

**Editore**

Coop  
Thiersteinerallee 12  
Casella postale 2550  
4002 Basilea  
Tel. 061 336 66 66  
Fax 061 336 60 40  
[www.coop.ch](http://www.coop.ch)

**Per ordinare il rapporto di gestione Coop**

Coop  
Info Service  
Casella postale 2550  
4002 Basilea  
Tel. 0848 888 444\*  
[www.coop.ch](http://www.coop.ch)  
\* Tariffa nazionale svizzera

Concezione grafica: Facing Ltd, Zurigo  
Testi: Coop, Public Relations, Basilea  
Foto: Peter Tillessen, Zurigo  
Composizione e stampa: Birkhäuser + GBC, Reinach BL