



RAPPORTO DI GESTIONE DEL GRUPPO COOP
RAPPORTO OPERATIVO E FINANZIARIO 2006



Uno sguardo dietro le quinte

Coop è fatta di persone che si assumono le responsabilità per un successo duraturo in diverse situazioni e nelle posizioni più svariate. Il rapporto di gestione presenta otto ritratti di alcune di queste persone raccontandone la storia.

Insieme al rapporto di attività e sostenibilità pubblicato contemporaneamente, il presente rapporto operativo e finanziario costituisce il rapporto di gestione del gruppo Coop 2006.

INDICE

2	Premessa	532	Collaboratori
1	6 Progetti strategici	32	Organico
2	8 Situazione economica generale	32	Collaborazione con le parti sociali
8	Mercato e prezzo	33	Formazione
9	Politica economica	33	Cultura aziendale
3	14 Offerta e servizi	33	Previdenza per il personale
14	Label di fiducia con immagine ecologica e sociale	6	34 Logistica e produzione
16	Label di fiducia nel settore salute e convenience	34	Logistica e informatica
16	Articoli di marca	35	Immobili
16	Marche proprie	35	Gruppo Bell
17	Servizi	35	Aziende di produzione Coop
18	Informazione e media	36	BàleHotels
4	24 Formati di vendita	7	37 Corporate Governance
24	Punti di vendita Retail	8	46 Organi e management
25	Shopping online	9	53 Il gruppo Coop in cifre
25	Punti di vendita Trading		Conto annuale consolidato 2006
27	Stazioni di servizio e shop convenience	86	Indirizzi
27	TransGourmet		



Anton Felder e Hansueli Loosli



Coop opera in un mercato in pieno movimento che sta nuovamente rivivendo un periodo di profondi cambiamenti strutturali. Coop, inoltre, si rivolge ad una clientela con esigenze sempre più personalizzate che cambiano a ritmi sempre più veloci. Durante l'anno di esercizio 2006 questo scenario dinamico ha rappresentato per noi al tempo stesso una sfida ed uno stimolo.

Il numero di punti di vendita del gruppo Coop è salito a 1 546 (+ 109) con un aumento della superficie di vendita pari al 2,5 %. Nel 2006 il fatturato cumulato è salito a 15,58 miliardi di franchi (+ 4,7 %). Con un importo di 14,70 miliardi di franchi, il fatturato del commercio al dettaglio è aumentato del 4,6 % rispetto all'anno precedente. Grazie alla buona crescita, Coop è riuscita ad incrementare nettamente anche le proprie quote di mercato.

Anche il conto economico ed il bilancio indicano un buon risultato ed una solida struttura finanziaria. Il cash flow operativo (EBITDA) è aumentato del 19,1 % portandosi a 1,24 miliardi di franchi, mentre il risultato

ESIGENZE INDIVIDUALI DELLA CLIENTELA, MERCATO DINAMICO E TANTE INNOVAZIONI

annuo è migliorato del 14,8 % ed è salito a 310 milioni di franchi. Coop è riuscita così a ridurre ulteriormente il debito finanziario netto a 3,02 miliardi di franchi (- 18,5 %). Il capitale di terzi è diminuito di 579 milioni di franchi scendendo a 6,07 miliardi di franchi e rappresenta solo il 55,2 % della somma di bilancio.

Il capitale proprio è aumentato di 329 milioni di franchi portandosi a 4,93 miliardi di franchi, pari al 44,8 % della somma di bilancio.

Il risultato diventa ancora più positivo se si considera il forte tasso di rincaro negativo dell'assortimento pari al 1,8 %. I nostri principali sforzi nel 2006 si sono concentrati nelle attività volte a ridurre i prezzi, oltre che a migliorare la competenza nella composizione dell'assortimento. Aumentando l'efficienza nel settore degli acquisti e della logistica abbiamo potuto investire 270 milioni di franchi in riduzioni di prezzo. Coop ha nuovamente abbassato i prezzi per determinati articoli di marca e prodotti di marca propria ed ha ampliato selettivamente la linea d'assortimento Prix Garantie. Tutte queste attività ci hanno consentito di raggiungere la parità di prezzo con i nostri maggiori concorrenti. Coop continuerà ad impegnarsi per abbassare i prezzi – per esempio con cooperazioni d'acquisto internazionali come Coopernic o toomax. E non da ultimo ci impegneremo a favore di un'apertura dei mercati finalizzata ad abbassare i prezzi e per buone condizioni di base – anche in collaborazione con la Comunità d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera.

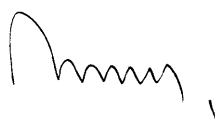
Il nostro successo dimostra anche che la nostra strategia di marketing ci ha portato sulla strada giusta. Coop non scende a compromessi quando si tratta di soddisfare i bisogni della propria clientela, ed offre in Svizzera la più ampia varietà di articoli per un pubblico altamente individuale. Con uno straordinario mix di marche, posizionato con la massima trasparenza in quattro diverse fasce di prezzo, rispondiamo alle esigenze della clientela. Che si tratti di offerte a prezzi bassi, marche proprie a prezzi convenienti, linee d'assortimento per un'alimentazione sana, prodotti convenience, label di fiducia dall'immagine ecologica e sociale, classici articoli di marca o specialità gastronomiche dal gusto prelibato: offriamo prodotti innovativi che rispondono alle specifiche esigenze dei consumatori.

Durante lo scorso anno d'esercizio abbiamo dimostrato il nostro spirito innovativo non solo con il lancio delle

nuove linee d'assortimento Délicorn e Free From e l'ampliamento della linea di specialità gastronomiche Fine Food, ma anche con nuovi servizi interessanti come la prima carta di credito in Svizzera senza tassa annua o il nuovo sistema di autoscansione passabene in diversi supermercati. Che lo scorso anno d'esercizio sia stato dinamico lo dimostrano inoltre l'acquisizione dell'azienda CHRIST Orologi e Gioielli, l'ingresso nel mercato dei viaggi con ITS Coop Travel, l'impegno nel commercio all'ingrosso per l'industria gastronomica con transGourmet o anche l'introduzione del sistema Sales Based Ordering che migliorerà ulteriormente la gestione dell'assortimento nei punti di vendita.

Malgrado tutto questo dinamismo, non abbiamo dimenticato dove risiedono i nostri tradizionali punti di forza, ossia i prodotti dall'immagine ecologica e sociale e il nostro impegno a favore della sostenibilità. Lo dimostra il rating di sostenibilità per le aziende di commercio al dettaglio stilato dalle due organizzazioni ambientali WWF e «Quattro zampe», dove oltre alla vittoria complessiva Coop si è aggiudicata anche il premio per l'assortimento più sostenibile. E lo dimostra anche il fatto che quest'anno, Coop in contemporanea al presente rapporto operativo e finanziario, pubblica per la prima volta anche un rapporto di attività e sostenibilità dove informa sulla propria performance in campo ecologico e sociale.

Anche quest'anno e in futuro svilupperemo nuove offerte e servizi, offriremo prezzi sempre più interessanti e ci assumeremo in maggior misura le nostre responsabilità per uno sviluppo sostenibile. Per farlo dobbiamo poter contare sulla fiducia dei nostri clienti, sull'impegno dei nostri collaboratori e sulla buona collaborazione con i nostri partner commerciali. Cogliamo l'occasione per ringraziarli tutti!

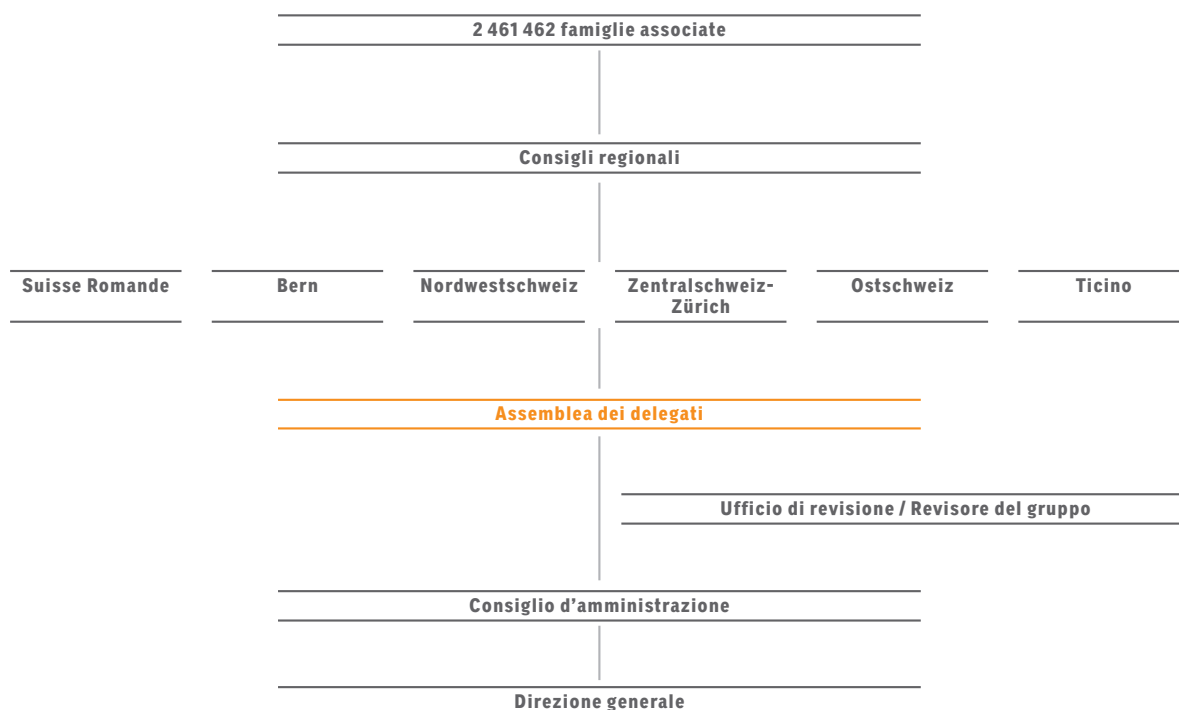


Anton Felder
Presidente
del Consiglio d'amministrazione



Hansueli Loosli
Presidente
della Direzione generale

IL GRUPPO COOP



Consiglio d'amministrazione

Stefan Baumberger	Silvio Bircher	Anton Felder (presidente)
Michela Ferrari-Testa	Felix Halmer	Irene Kaufmann (vicepresidente)
Beth Krasna	Jean-Charles Roguet	Giusep Valaulta

Revisione interna

Franz Kessler,
responsabile
Revisione interna

Presidente della Direzione generale

Hansueli Loosli

Membri della Direzione generale

Presidente della DG	Retail	Trading	Marketing / Acquisti	Logistica / Informatica / Produzione	Finanze & Servizi	Immobili
Hansueli Loosli	Hansueli Loosli	Rudolf Burger	Jürg Peritz	Jörg Ackermann	Hans Peter Schwarz	Jean-Marc Chapuis

PROGETTI STRATEGICI

INVESTIMENTI IN RIDUZIONI DI PREZZO, NUOVE OFFERTE E NUOVI SETTORI OPERATIVI

Parità di prezzo rispetto ai principali concorrenti sul mercato

Nel 2006 Coop ha investito circa 270 milioni di franchi per abbassare i prezzi. Nella linea d'assortimento Prix Garantie sono stati aggiunti selettivamente 130 articoli, ed il numero complessivo è salito ora ad oltre 400. In altre otto tornate sono stati abbassati i prezzi di 250 articoli di marca e 180 prodotti di marca propria. Nel 2006 Coop ha realizzato nel proprio assortimento un tasso di rincaro negativo del 1,8%, raggiungendo così la parità di prezzo rispetto ai principali concorrenti sul mercato nella linea a prezzi bassi, negli articoli di marca e nei prodotti analoghi di marca propria. Migliorando l'efficienza e ottimizzando gli acquisti sul piano nazionale e internazionale, Coop continuerà i propri sforzi per ridurre i prezzi.

Prezzi più convenienti grazie all'alleanza europea di approvvigionamento

Nel febbraio 2006 Coop ha fondato, insieme alle aziende del commercio al dettaglio Colruyt in Belgio, Conad in Italia, E.LECLERC in Francia ed il gruppo tedesco REWE, l'alleanza di approvvigionamento comune Coopernic, che rappresenta un fatturato complessivo di circa 100 miliardi di euro. L'obiettivo comune è quello di offrire alla clientela prodotti più interessanti e a prezzi più convenienti grazie all'approvvigionamento comune di merci negoziabili su scala internazionale, all'eliminazione del commercio intermediario e all'abbassamento dei costi di logistica. Coop si batte soprattutto per migliorare le con-

dizioni di acquisto degli articoli di marca internazionali, i cui prezzi di acquisto sono finora più alti in Svizzera rispetto all'estero.

Straordinaria varietà di prodotti grazie alle nuove linee d'assortimento

Nel concentrare i nostri sforzi per abbassare i prezzi, non perdiamo di vista la qualità e la varietà della nostra offerta. Al contrario: con uno straordinario mix di marche Coop offre in Svizzera la massima varietà di articoli per un pubblico altamente individuale. Il posizionamento sistematico delle varie marche in quattro fasce di prezzo garantisce la massima libertà di scelta e trasparenza in materia di qualità e prezzo – dalla linea di prezzi bassi alla marca propria Coop, agli articoli di marca, ai label di fiducia e ai prodotti esclusivi Fine Food. Oltre ad ampliare le linee d'assortimento già esistenti, nell'anno in esame Coop ha introdotto le due nuove linee Free From e Délicorn per clienti dalle esigenze molto specifiche.

I prodotti dal gusto superlativo con Slow Food ...

Coop ha concluso una partnership esclusiva con Slow Food Svizzera, un'organizzazione che contrasta la tendenza alla standardizzazione dei sapori e promuove in tutto il mondo una cultura gastronomica basata sui principi «buono, pulito e giusto». Nel 2006 Coop ha creato una linea di assortimento di articoli alimentari prodotti secondo i principi di Slow Food. Si tratta di gustose specialità provenienti dalla Svizzera e

dall'estero, che per motivi di scarsità saranno collocate nei mercati di nicchia. Coop si assume così la responsabilità per una produzione sostenibile e di qualità, e per un consumo orientato al gusto.

... e le specialità tipiche delle montagne svizzere con Pro Montagna

Dall'inizio del 2007, Coop vende con l'etichetta Pro Montagna latticini e prodotti di carne tipici la cui produzione e lavorazione avvengono nelle regioni di montagna della Svizzera. La creazione di valore aggiunto resta pertanto nella regione preservando i posti di lavoro. Per ogni prodotto venduto, inoltre, un determinato importo viene devoluto al Padrinato Coop per le regioni di montagna che realizza progetti di autoaiuto a favore delle popolazioni montane. Dopo le prestazioni all'avanguardia nel settore dei prodotti biologici e con la linea ProSpecieRara, Slow Food e Pro Montagna rappresentano un passo logico nel percorso strategico intrapreso verso un maggiore valore aggiunto – e un ulteriore contributo alla varietà dell'assortimento ed alla biodiversità.

Prima carta di credito senza tassa in Svizzera

Nel luglio 2006 Coop è stata la prima azienda di commercio al dettaglio in Svizzera a lanciare una carta di credito senza tassa annua, la Supercard plus di Mastercard. Questa carta riunisce in sé i vantaggi del famoso programma di fidelizzazione della clientela Supercard e quelli di una carta di credito tradizionale. Questa offerta innovativa è stata resa possibile grazie alla partnership con Swisscard AECS AG, l'istituto che emette la carta.

Coop si lancia sul mercato dei viaggi

Nel settembre 2006, Coop è entrata nel mercato dei viaggi con Coop-ITS-Travel AG, una società fondata in comune con l'operatore turistico tedesco REWE Touristik, il quale si occupa degli acquisti, dell'infrastruttura necessaria per le prenotazioni e della realizzazione dei viaggi. Coop mette invece a disposizione la propria rete di vendita per la distribuzione delle offerte: in oltre 1 000 punti di vendita Coop della Svizzera tedesca i clienti troveranno i cataloghi di ITS Coop Travel. Coop e REWE Group vogliono posizionarsi nel mercato molto

promettente della vendita diretta dei viaggi con offerte di buona qualità a prezzi vantaggiosi.

CHRIST Orologi e Gioielli fa ora parte del gruppo Coop

Nel 2006 Coop ha acquistato la AX4 Holding AG, proprietaria della ditta CHRIST Orologi e Gioielli che gestisce 78 punti di vendita in tutta la Svizzera. Il nuovo canale di vendita CHRIST sarà integrato nella Direzione Trading e gestito insieme a IMPORT PARFUMERIE. Grazie al settore e ai gruppi target affini, i due canali hanno ottime opportunità per avviare attività in comune. Tutti i 512 collaboratori di CHRIST sono stati ripresi da Coop.

Partnership esemplare con il WWF

Nell'estate 2006 il WWF Svizzera e Coop hanno concluso una partnership per impegnarsi insieme in futuro per la protezione dell'ambiente e la comunicazione sul consumo sostenibile. È la prima partnership ecologica del genere in Svizzera – un modello per entrambe le parti. La partnership è incentrata su cinque settori: l'aumento della quota di prodotti sostenibili in legno e carta, la promozione della pesca sostenibile e dell'allevamento di pesce biologico, l'uso di soia da coltivazione responsabile e olio di palma da produzione sostenibile nonché la promozione di prodotti ad alta efficienza energetica per ridurre le emissioni di CO₂.

Sistema di ordinazione automatizzato nei punti di vendita

Nell'anno in esame Coop ha avviato nei singoli supermercati il sistema di ordinazione automatizzato Sales Based Ordering (SBO), che analizza costantemente le cifre di vendita e all'occorrenza genera automaticamente le rispettive proposte di ordinazione per gli impiegati. In questo modo aumenta sostanzialmente l'efficienza nella gestione dell'assortimento e la sicurezza dell'assortimento. Grazie a questo sistema i clienti possono disporre in qualsiasi momento di un assortimento completo, rifornito in giusta misura e presentato correttamente. SBO è stato dapprima testato con singoli assortimenti parziali. A medio termine sarà esteso all'intero assortimento.



SITUAZIONE ECONOMICA GENERALE

PIÙ VARIETÀ, PREZZI ANCORA PIÙ BASSI E MERCATI PIÙ INTERNAZIONALI

MERCATO E PREZZO

Commercio al dettaglio in pieno movimento

Dopo un calo temporaneo nel 2005, i fatturati nominali del commercio al dettaglio si sono ripresi nel 2006 e l'indice del-

la fiducia dei consumatori è nettamente aumentato. Anche se il commercio al dettaglio svizzero ha registrato un anno positivo, il movimento sul mercato rimane sempre elevato. Si continua a percepire l'ondata di consolidamento mentre l'ingresso della concorrenza straniera sul mercato svizzero e il turismo degli acquisti sempre più diffuso aumentano la pressione sui prezzi e sui margini di guadagno. Coop affronta la sfida di affermare il proprio successo in un mercato che diventa sempre più internazionale. Coop è anche decisa a sfruttare tutte le opportunità a disposizione – da un lato cercando una maggiore cooperazione per gli acquisti sul piano internazionale, dall'altro impegnandosi per un'apertura dei mercati e quindi per un abbassamento dei prezzi al consumo in Svizzera.

Esigenze personalizzate del cliente

Un'altra sfida per una grande azienda di commercio al dettaglio come Coop è rappresentata dal contesto sociale e dal comportamento dei consumatori in continuo cambiamento. Con la sempre maggiore indivi-

Coop amplia ulteriormente il proprio assortimento e abbassa i prezzi. In questo modo Coop reagisce ad un mercato sempre più internazionale, alle esigenze individuali della clientela e alla maggiore attenzione dei consumatori nei confronti dei prezzi. Anche sul piano politico Coop s'impegna per far scendere i prezzi ed aprire i mercati.

dualizzazione vengono a crearsi sempre più esigenze specifiche della clientela, in parte contrastanti e in rapido mutamento. Coop reagisce con una straordinaria varietà di linee d'assortimento e con un mix di marche in grado di soddisfare esigenze ben specifiche. Un mix che Coop ha ampliato ulteriormente con il lancio delle nuove linee d'assortimento Délicorn e Free From, con l'ampliamento di Prix Garantie nella fascia di prezzi bassi e Fine Food in quella più alta, nonché con un ulteriore potenziamento dei label di fiducia con immagine ecologica e sociale e dell'assortimento di prodotti convenienze Betty Bossi.

Elevata attenzione dei consumatori nei confronti dei prezzi

Un fattore determinante sul mercato è l'attenzione dei consumatori nei confronti dei prezzi. Coop ha investito anche nel 2006 circa 270 milioni di franchi in riduzioni di prezzo, e in altre otto tornate ha abbassato in media del 10% il prezzo di 250 articoli di marca e 180 articoli di marca propria. Coop è riuscita nell'intento non solo aumentando l'efficienza, ma anche ottenendo una

maggior partecipazione da parte dei partner commerciali. Inoltre, nella linea d'assortimento Prix Garantie sono stati aggiunti selettivamente altri 130 articoli ed il numero complessivo è salito ora più di 400. Oltre a queste misure, Coop ha ridotto in modo mirato e permanente il prezzo di oltre 300 singoli prodotti. Nell'anno in esame l'assortimento dell'intero gruppo Coop ha registrato un tasso di rincaro negativo del 1,8%. A questo risultato hanno contribuito non solo le riduzioni dei prezzi nei supermercati ma anche quelle nel settore Trading, dove da solo il tasso di rincaro negativo ammonta quasi al 3%. Autorevoli sondaggi da parte di istituti neutrali di ricerche di mercato e diversi confronti dei prezzi pubblicati sui media hanno dimostrato che nelle offerte a prezzi bassi di Prix Garantie, negli articoli di marca e nei prodotti analoghi di marca propria, Coop ha raggiunto la parità di prezzo rispetto ai principali concorrenti sul mercato. Le varie iniziative periodiche e mirate hanno migliorato ulteriormente gli sforzi di Coop volti ad abbassare i prezzi.

POLITICA ECONOMICA

Coop scende in campo contro la posizione della Svizzera come «isola dei prezzi alti»

Sul fronte politico Coop si è impegnata anche nel 2006 contro la posizione della Svizzera come «isola dei prezzi alti» – per esempio a favore della revisione della legge sui brevetti per consentire le importazioni parallele e dell'abbattimento delle barriere tecniche agli scambi commerciali attraverso il cosiddetto principio «Cassis de Dijon». I due progetti dovrebbero far crollare l'isolamento del mercato svizzero ed eliminare la discriminazione dei prezzi per i consumatori svizzeri. Per avere più voce in capitolo, Coop ha dato vita, insieme a Migros, Denner, Valora, Manor e Charles Vögele SA, alla Comunità d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera. Con le sue informazioni oggettive e le sue posizioni chiare, quest'organo è un importante interlocutore per i politici. Considerati l'avanzamento della concorrenza e il calo dei margini di guadagno, lo scenario della politica economica acquista sempre più importanza. Ciò riguarda anche la discussione sull'applicazione di un tasso unitario per l'imposta sul valore aggiunto, il quale

renderebbe vani tutti gli sforzi intrapresi negli ultimi anni per abbassare costi e prezzi nel settore alimentare.

Coop a favore di un accordo di libero scambio con l'Ue

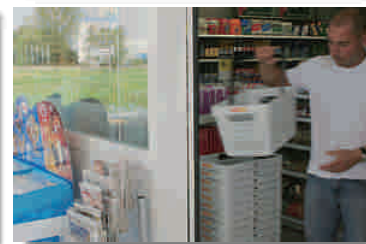
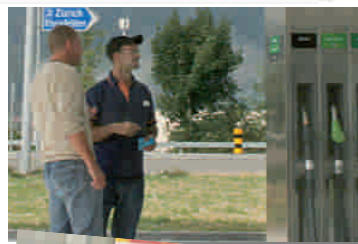
Dopo che il Consiglio federale aveva preso le distanze da un accordo di libero scambio globale con gli USA, è diventata di grande attualità l'idea di un accordo di libero scambio agricolo con l'Ue. Coop vi intravede delle opportunità reali per l'agricoltura e l'industria alimentare svizzera. Il pacchetto agricolo PA 2011 proposto dal Consiglio federale va in una buona direzione. Ma senza una soppressione delle barriere doganali – con massima priorità ai mangimi – che farebbe da incentivo alla libera concorrenza, non è possibile annullare le eccessive differenze di prezzo rispetto ai paesi limitrofi. Coop è inoltre del parere che manchi un disegno vincolante a lungo termine per gli investimenti.

I lunghi procedimenti burocratici alimentano i costi

Coop segue con molta attenzione la revisione del diritto di ricorso delle associazioni nella Legge sulla protezione dell'ambiente e le varie modifiche dei piani direttori e delle leggi cantonali sull'edilizia e sulla pianificazione territoriale. Molti cantoni risentono degli effetti di un'attività edile poco coordinata, che si manifestano in reti stradali congestionate e mancanza di luoghi da destinare a nuovi insediamenti urbani. Coop deve vedersela con le lungaggini e gli oneri dei procedimenti di autorizzazione edilizia oltre che con le restrizioni e le tasse per i parcheggi, che comportano massicci spostamenti indesiderati dei flussi dei clienti. Il commercio al dettaglio è contrariato dal fatto che il traffico per gli acquisti sia eccessivamente penalizzato rispetto al traffico pendolare e a quello per il tempo libero. Nuoce inoltre alla libera concorrenza il fatto che ai discounter stranieri lontani dai centri urbani vengano assegnati, in relazione alla superficie di vendita, molti più parcheggi senza obbligo di gestione e senza l'obbligo all'esame d'impatto ambientale. Per integrare meglio nel processo politico le posizioni di Coop, l'azienda ha dato vita alla comunità d'interessi espace.mobilité insieme ad altre imprese operanti nella vendita e nell'amministrazione immobiliare.

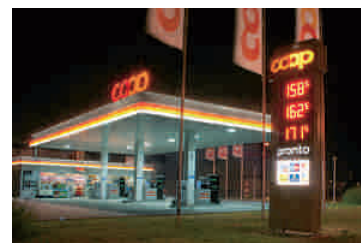
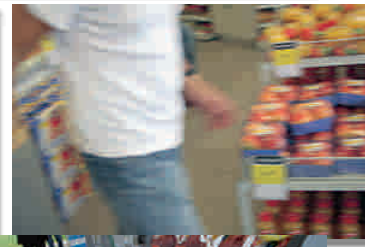
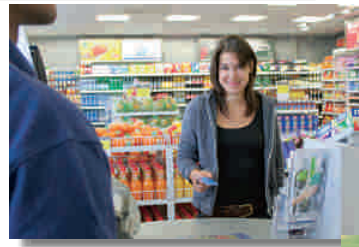


Benedikt Pachlatko, Andrea Da Conceção e Emilio Rosamilia
alla stazione di servizio Coop Pronto di Kaiseraugst



PAGARE E RACCOGLIERE PUNTI CON LA CARTA DI CREDITO COOP – IN TUTTO IL MONDO E A QUALSIASI ORA

Servizio Dall'estate 2006 Coop offre la Supercard plus, la prima carta di credito senza tassa annua in Svizzera. Ad ogni cassa di Coop i clienti possono inoltre pagare con le carte di credito Mastercard.



Coop ha ampliato così la sua gamma di servizi di cui fanno parte, oltre al programma Supercard, anche le informazioni su Internet e Cooperazione o le iniziative limitate nel tempo come quella dei biglietti aerei di SWISS venduti a prezzi ridotti nel novembre 2006 nei Grandi Magazzini Coop City. E gli shop Coop Pronto con un'offerta in perfetta linea con le esigenze dei clienti e gli orari di apertura prolungati.

Benedikt Pachlatko, responsabile Gestione della relazione con il cliente, e quindi anche per la Supercard plus, è più che soddisfatto del progetto: «Abbiamo messo in moto qualcosa sul mercato. Abbiamo dimostrato che è possibile offrire una carta di credito senza tassa annua. E la cosa più importante è che abbiamo creato un nuovo servizio, in linea con le esigenze dei clienti, che fino ad allora non esisteva. È davvero entusiasmante vedere come si fa la differenza!»

Emilio Rosamilia è gerente dello shop Coop Pronto e della stazione di servizio Coop a Kaiseraugst. «Nelle nostre stazioni di servizio abbiamo sempre accettato le carte di credito. Per me è quindi più che logico che ora esista anche una carta di credito di Coop. Sentivo già l'atteggiamento positivo dei clienti per i nostri orari di apertura prolungati. Ora le reazioni sono ancora più incoraggianti.»

Andreia Da Conceção lavora alla cassa dello shop Coop Pronto di Kaiseraugst. Durante il suo turno di lavoro le capita spesso che i clienti paghino con una Supercard plus. «Trovo giusto che oggi i clienti possano pagare con la carta di credito Coop e raccogliere inoltre i preziosi superpunti anche quando fanno rifornimento. Così si accorgono che non fanno benzina in un posto qualunque, ma da Coop.»





OFFERTA E SERVIZI

NUOVE LINEE D'ASSORTIMENTO, ELEVATA RESPONSABILITÀ E SERVIZI INTERESSANTI

Grande varietà con uno straordinario mix di marche

In Svizzera Coop offre la più ampia varietà di articoli per un pubblico altamente individuale. Con uno straordinario mix di linee d'assortimento e marche, l'offerta di Coop copre l'intero spettro delle esigenze della clientela. Ogni linea d'assortimento e ogni marca è posizionata in una di quattro fasce di prezzo. Questa struttura dell'assortimento offre ai clienti massima libertà di scelta e trasparenza in termini di qualità e prezzo. La fascia di prezzo più bassa è costituita dai prodotti della linea Prix Garantie. Al secondo livello si trovano i buoni prodotti a prezzi convenienti della marca propria Coop. La terza fascia di prezzo comprende i classici articoli di marca e i label di fiducia Coop per i clienti con esigenze specifiche come Coop Naturaplan o Betty Bossi. La fascia di prezzo più alta, infine, consiste nelle marche premium e nella linea d'assortimento Fine Food, che garantisce massima qualità e massimo gusto. Nell'anno in esame Coop ha ampliato la propria offerta con le due linee d'assortimento Délicorn e Free From e ha potenziato le linee esistenti.

Coop ha ampliato la varietà della propria offerta con nuove linee d'assortimento che coprono esigenze specifiche della clientela senza dimenticare i suoi punti di forza nel settore socioecologico e gli articoli di marca. Anche al di fuori dei punti di vendita Coop ha creato offerte interessanti.

LABEL DI FIDUCIA CON IMMAGINE ECOLOGICA E SOCIALE

Nuovi sviluppi positivi per Coop Naturaplan

Coop Naturaplan, con i suoi alimenti di coltivazione biologica nonché carne e uova provenienti da allevamenti all'aperto nel rispetto della specie, è il principale tra i quattro label di fiducia di Coop con immagine ecologica e sociale. Nel 2006 il fatturato è leggermente aumentato del 1,3% raggiungendo 1,06 miliardi di franchi, dopo un calo nel 2005 dovuto alle nuove offerte a prezzi bassi e alla maggiore libertà di scelta per la carne, campione di vendita di questo label. Tale trend è stato tuttavia di breve durata: il fatturato di carne e uova provenienti da allevamenti all'aperto rispettosi della specie, malgrado un ulteriore ampliamento dell'assortimento di carne convenzionale, si è mantenuto sui 459 milioni di franchi. Il fatturato dei prodotti bio è leggermente salito a 603 milioni di franchi, il 2% in più dell'anno precedente. In questo modo Coop ha confermato la propria posizione di leader sul mercato svizzero del biologico con una quota di oltre il 50%.

Comunicazione più trasparente con Coop Naturafarm

A partire dalla primavera 2007, la carne e le uova prodotte nel rispetto degli animali – ma non di produzione biologica – che finora erano vendute nell’imballaggio blu con il label Coop Naturaplan, saranno commercializzate con il nuovo label di fiducia Coop Naturafarm. Coop Naturaplan diventa pertanto una marca di prodotti puramente biologici. Questa suddivisione in due diverse marche consente una comunicazione più trasparente dei rispettivi valori aggiunti.

Le piantine e sementi ProSpecieRara sono apprezzate

Nel 2006 Coop ha aumentato del 18% il fatturato dell’assortimento di piante antiche autoctone di ProSpecieRara. Oltre alla frutta ed alla verdura in vendita nei supermercati, sono state soprattutto le piantine e le sementi nei centri Edile+Hobby a riscuotere molto successo. Coop gestisce ora le specialità ProSpecieRara come un label di fiducia autonomo, accompagnato da un nuovo programma d’imballaggio con informazioni più dettagliate sulla specie.

Coop Naturaline: ora anche con jeans alla moda

Anche nel 2006 il fatturato di Coop Naturaline ha registrato un ulteriore aumento del 12,1% a 57 milioni di franchi. L’assortimento di Coop Naturaline comprende tessuti in cotone bio provenienti dal commercio equo e solidale nonché articoli per la cura del corpo prodotti con materie prime naturali. Con i tessuti è stato realizzato un fatturato di 44 milioni di franchi, pari al 16% in più rispetto al 2005. Una parte considerevole del fatturato è stata realizzata negli shop Naturaline all’interno dei Grandi Magazzini Coop City. In questi negozi l’intera linea di abbigliamento – nella quale

sono stati integrati ora jeans alla moda e camicie da uomo – viene presentata in un ambiente invitante. A titolo sperimentale, in due sedi è stato aperto uno shop Naturaline di teleria per la casa. Il fatturato dei prodotti per la cura del corpo è rimasto stabile a 12 milioni di franchi.

Comprese senza fosfato per lavastoviglie tra i prodotti di Coop Oecoplan

L’assortimento di Coop Oecoplan comprende i più svariati prodotti rispettosi dell’ambiente e della salute nel settore Non Food, come piante e fiori biologici, prodotti di carta riciclata, detersivi e detersivi biodegradabili – una novità è rappresentata dalle compresse senza fosfato per la lavastoviglie –, frigoriferi e congelatori a risparmio energetico nonché prodotti di legno certificati con il marchio di qualità FSC. Come in passato, sono questi i campioni di vendita dell’assortimento Oecoplan, disponibile in gran parte nei centri Edile+Hobby. Dopo che già nel 2005 il fatturato di Coop Oecoplan era rimasto stabile a causa delle nuove offerte a prezzi bassi e del tasso di rincaro negativo di Coop Edile+Hobby, nel 2006 si è nuovamente attestato a 94 milioni di franchi.

Meno banane Max Havelaar

Nell’anno in esame, l’assortimento dei prodotti certificati Max Havelaar, provenienti dal commercio equo, ha subito un calo di fatturato del 1,6% a 111 milioni di franchi. Questo risultato va attribuito soprattutto al fatto che dall’agosto 2005 Coop non vende più esclusivamente banane Max Havelaar ma anche banane della marca propria Coop di produzione convenzionale – in virtù della strategia delle fasce di prezzo e della maggiore attenzione dei consumatori nei confronti dei prezzi. La quota fair trade delle banane – l’articolo più

venduto dell'assortimento Max Havelaar – è di conseguenza scesa all'88 %, un valore tuttora decisamente elevato che testimonia la presa di coscienza dei clienti per il commercio equo. Coop rimane uno dei primi rivenditori di prodotti fair trade di tutto il mondo: un ottavo di tutti i prodotti del commercio equo e solidale nel mondo è infatti venduto in Svizzera, di cui il 57 % da Coop. Circa un sesto dell'offerta Max Havelaar da Coop è in vendita in qualità bio.

LABEL DI FIDUCIA NEL SETTORE SALUTE E CONVENIENCE

Ampliamento dell'assortimento Weight Watchers

Con il label di fiducia Weight Watchers, dal 2005 Coop risponde alle crescenti esigenze dei clienti che esigono prodotti ipocalorici a basso tenore di grassi e zuccheri. I prodotti Weight Watchers, che sostituiscono la linea d'assortimento «Lifestyle», rientrano nella stessa fascia di prezzo della marca propria Coop. Sull'imballaggio è indicato il numero di Weight Watchers Points, per tutti coloro che desiderano ridurre e mantenere il proprio peso seguendo il programma della famosa organizzazione per la perdita di peso. Nell'anno in esame Coop ha ampliato l'assortimento Weight Watchers da 150 a più di 260 prodotti, ed è riuscita ad portare il fatturato a 120 milioni di franchi (55 % in più rispetto al 2005). Nell'anno in corso l'assortimento sarà ampliato a quasi 350 prodotti. Coop conta di realizzare a medio termine un fatturato tra i 200 e i 300 milioni di franchi e di ottenere la leadership di mercato nel settore «low calories».

Betty Bossi – innovazioni a ritmo serrato

Con la linea d'assortimento Betty Bossi, Coop è riuscita a potenziare anche nel 2006 la propria leadership di mercato nel settore dei prodotti freschi convenience. Con questo assortimento, che nel frattempo comprende circa 650 prodotti pronti (ready to eat) o a preparazione rapida (ready to cook), Coop ha portato il fatturato a 411 milioni di franchi (+ 5 %). Anche nel 2006 l'assortimento è stato arricchito con vari prodotti di successo, come per esempio i nuovi smoothie alla frutta Betty Bossi. A cinque anni dall'inizio della

collaborazione con Coop, Betty Bossi è diventato sul mercato svizzero sinonimo di un tipo di alimentazione veloce e funzionale senza rinunciare a qualità e gusto elevati.

ARTICOLI DI MARCA

Trampolino straordinario per prodotti innovativi

In Svizzera Coop offre la più ampia varietà di articoli di marca. L'offerta di questi articoli rappresenta uno dei motivi essenziali che inducono i consumatori a fare la spesa da Coop. Nel 2006, gli articoli di marca hanno generato una grossa fetta del fatturato totale di Coop con una quota del 45 %, e rappresentano tuttora il pilastro essenziale dell'assortimento. Coop posiziona le marche standard nella fascia di prezzi media e le marche premium in quella più elevata e ne definisce di conseguenza gli obiettivi di marketing. Coop verifica periodicamente i potenziali di marca di tutti gli assortimenti. Nell'anno in esame sono stati introdotti con successo prodotti innovativi, tra cui i funzionali succhi di frutta e verdura «Knorr Vie» e «Hero Fruit2Day» o il nuovo sistema di caffè in cialde «Nescafé Dolce Gusto». A questi articoli innovativi Coop offre uno straordinario trampolino di lancio per il loro posizionamento, instaurando buoni rapporti di cooperazione duratura con molti famosi produttori di articoli di marca.

MARCHE PROPRIE

La qualità dei prodotti di marca a prezzi convenienti

Oltre agli articoli di marca, Coop offre un ampio assortimento di marche proprie, e quindi libertà di scelta e massima trasparenza in materia di qualità e prezzi. Con i prodotti delle marche proprie, Coop realizza il 40 % del fatturato complessivo. Da un lato i prodotti della marca propria Coop offrono la stessa qualità delle marche, ma a prezzi più convenienti. Dall'altro le linee d'assortimento delle varie marche proprie di Coop soddisfano esigenze molto specifiche della clientela in tutte le fasce di prezzo. Oltre ai prodotti di alta

qualità di Fine Food e alle offerte a prezzi bassi di Prix Garantie, nell'anno in esame Coop ha ampliato la sua offerta lanciando due nuove linee d'assortimento: Free From con prodotti destinati a persone che soffrono di specifiche intolleranze alimentari e Délicorn per una sana cucina equilibrata con prodotti vegetariani.

Raddoppiano le specialità di Fine Food

Nel 2006 Coop ha più che raddoppiato la linea d'assortimento Fine Food, le cui specialità di eccellente qualità coprono le esigenze del cliente in materia di gusto e gastronomia. L'assortimento si è arricchito anche con molte specialità svizzere. Vista la crescente fiducia dei consumatori, la decisione di integrare la marca propria Fine Food nella fascia premium si è rivelata vincente. L'assortimento Fine Food ingloba ormai oltre 250 prodotti – tutti recanti le informazioni sull'origine particolare del prodotto o la sua storia, oltre che i consigli per la preparazione. Nel 2006 la linea d'assortimento ha generato un fatturato di 40 milioni di franchi, che nel 2007 dovrebbe salire a 65 milioni.

Free From per clienti con intolleranze alimentari

Nell'aprile 2006 Coop ha lanciato la linea d'assortimento Free From per le persone che soffrono di intolleranza al lattosio e al glutine. All'inizio l'assortimento era composto da 17 latticini privi di lattosio. Per i 12 prodotti senza glutine Coop si è affidata a DS Food, leader di mercato europeo del settore con cui ha concluso una partnership. Tutti i prodotti della linea d'assortimento Free From sono in vendita in imballaggi dal design unitario e posizionati nella fascia di prezzi media, e di conseguenza sono molto più convenienti degli articoli di marca. Molti prodotti sono delle vere innovazioni che prima non erano disponibili sul mercato svizzero. La linea d'assortimento comprende oggi una quarantina di prodotti e sarà ampliata nei prossimi anni, anche in relazione ad allergie alimentari, come quella alle uova o a determinate verdure.

Délicorn in piena tendenza

Nella primavera 2006 Coop ha presentato Délicorn, la linea d'assortimento con prodotti vegetariani. La linea comprende 25 prodotti a base di soia, frumento

e altri cereali, in parte di produzione biologica. Con i prodotti Délicorn, Coop segue il trend che induce un numero sempre maggiore di consumatori a rinunciare alla carne o ad alimentarsi soltanto con la cucina vegetariana. Tutti i prodotti sono anche contrassegnati con il logo europeo del vegetarianismo e sono certificati dall'Associazione svizzera per il vegetarianismo. Alcuni prodotti sono inoltre di coltivazione puramente biologica o idonei anche per i vegani.

Prix Garantie – assortimento ampliato

Nel 2006 Prix Garantie, la linea di prezzi bassi permanenti di Coop, è stata notevolmente potenziata in due fasi: a primavera e in tarda estate sono stati aggiunti complessivamente 130 nuovi articoli. La celebre linea di assortimento tutta in rosa conta ora più di 400 prodotti nei settori Food e Non Food in vendita nei supermercati Coop, nei Grandi Magazzini Coop City e nei centri Coop Edile+Hobby. Con Prix Garantie Coop ha realizzato, con un fatturato di 365 milioni di franchi, un aumento dell'8% rispetto all'anno precedente. A questa crescita hanno contribuito in modo determinante i nuovi prodotti per la cura del corpo e per l'igiene. Coop continuerà ad ampliare in modo selettivo l'assortimento di Prix Garantie anche nel 2007 – nel quadro delle sue attività volte ad abbassare i prezzi e a risultare più interessante agli occhi dei consumatori.

SERVIZI

I superpunti ora anche alle stazioni di servizio

Con più di 2,3 milioni di utenti, la Coop Supercard continua ad essere il più diffuso programma di fidelizzazione della clientela in Svizzera. Il 76% di tutto il fatturato realizzato nei supermercati Coop è generato da clienti che raccolgono superpunti e che nel 2006 hanno ricevuto due milioni di premi per un valore di circa 120 milioni di franchi (+ 3% rispetto al 2005). Da settembre 2006 i punti si possono raccogliere anche presso le stazioni di servizio Coop: i clienti ricevono un superpunto per ogni litro di benzina o diesel acquistato.

Supercard plus –

la prima carta di credito senza tassa annua

Ai primi di luglio 2006 Coop ha lanciato la Supercard plus, la prima carta di credito senza tassa annua. Si tratta di una carta di credito Mastercard emessa dalla società Swisscard AECS AG. Fino alla fine dell'anno in esame l'azienda ha rilasciato oltre 140 000 carte di credito, un vero record. La Supercard plus unisce i vantaggi del famoso programma di fidelizzazione della clientela di Coop con quelli della Mastercard accettata in tutto il mondo. Da un lato la si può impiegare come in passato per raccogliere punti quando si fanno acquisti nei punti di vendita del gruppo Coop. Dall'altro si ottiene un superpunto anche per ogni secondo franco speso pagando con la Mastercard nei negozi non appartenenti al gruppo Coop. Oltre a non pagare la tassa annua, il titolare della Supercard plus usufruisce di altri vantaggi grazie al conveniente tasso d'interesse annuo per i pagamenti rateali e al basso supplemento per i pagamenti in valuta estera. Dall'introduzione della Supercard plus, tutti i punti di vendita del gruppo Coop accettano le carte di credito Mastercard.

Viaggiare in famiglia con ITS Coop Travel

Dal settembre 2006 Coop offre, in collaborazione con l'azienda tedesca REWE Touristik, viaggi «tutto compreso» sotto la marca ITS Coop Travel. Il catalogo viaggi si trova in oltre 1000 punti di vendita Coop della Svizzera tedesca e contiene fino a 200 offerte prenotabili dai clienti per telefono o su Internet. ITS Coop Travel offre viaggi «all inclusive» a prezzi interessanti soprattutto per famiglie, famiglie monoparentali e seniores garantendo il prezzo più basso: se entro 14 giorni dalla prenotazione un altro tour operator svizzero propone la stessa offerta con prestazioni identiche ad un prezzo intero più conveniente, la differenza sarà rimborsata.

Voli europei con SWISS a prezzi convenienti

Nell'ottobre 2006 Coop ha concluso una partnership strategica con SWISS per i prossimi cinque anni. Di questa partnership fanno parte da un lato le attività già in corso come la fornitura dei vini e le famose miglia Miles & More che si possono ottenere con i superpunti. Dall'altro saranno messe in atto nuove forme di collaborazione. Una prima iniziativa è stata la vendita dei voli europei a prezzi bassi con SWISS nei Grandi Magazzini Coop City a novembre. In pochi giorni i clienti hanno acquistato oltre 25 000 biglietti aerei.

CoopMobile –

interessante anche grazie ai superpunti

Alla fine del 2006, Prix Garantie CoopMobile, l'offerta di schede prepagate di Coop per la telefonia mobile a tariffe particolarmente convenienti, contava già 170 000 utenti, il doppio rispetto al 2005. Ogni settimana sono circa 1 500 i nuovi clienti che usufruiscono dei vantaggi della carta SIM a prezzo conveniente o di un'offerta combinata con il cellulare – a scelta pagabile con i superpunti. I risultati di una ricerca di mercato indicano che il 97 % degli utenti è da soddisfatto a molto soddisfatto di questa offerta. Risulta molto positivo soprattutto il fatto che il credito di conversazione si possa caricare presso circa 7 000 casse del gruppo Coop insieme agli acquisti di tutti i giorni.

INFORMAZIONE E MEDIA

La nuova immagine pubblicitaria –

Coop per me e per te

Coop ha ristrutturato e concentrato le proprie attività di pubblicità e comunicazione, presentandosi ora nei media con una campagna che riunisce sotto lo stesso

tetto tutte le tipologie di negozi, assortimenti e servizi. La nuova immagine pubblicitaria mette in luce la varietà dell'offerta e si rivolge ai clienti con tutte le loro esigenze individuali – in modo diretto ed orientandosi a gruppi target specifici. Tutto ciò si concretizza nel nuovo claim che accompagna il marchio: Coop per me e per te. Negli spot pubblicitari, negli annunci, sui cartelloni o sulle borse della spesa vengono raccontate storie ricche di emozioni, originali e sincere, che testimoniano in maniera accattivante e suggestiva la varietà dell'offerta e dell'assortimento, i prezzi, la vicinanza al cliente nonché i canali di vendita e i servizi di Coop. Oltre ai riscontri positivi spontanei, anche i sondaggi dimostrano che la nuova pubblicità Coop è efficace e viene ben recepita.

Cooperazione – la rivista meglio stampata e più letta

Cooperazione, pubblicata settimanalmente in tre lingue, è riuscita nel 2006 a potenziare la propria posizione di rivista più letta in Svizzera. Con una tiratura di 2,4 milioni di copie, Cooperazione è distribuita in circa due terzi di tutte le economie domestiche ed è letta da oltre 3,3 milioni di persone. All'Ifra, la fiera della stampa di Amburgo, Cooperazione ha ricevuto un premio per la qualità della stampa. È già la seconda volta di seguito che viene premiata come uno dei 50 giornali meglio stampati in tutto il mondo. Questo riconoscimento non premia solo la stampa Coop, ma anche e soprattutto i partner che stampano la rivista: Basler Zeitung a Basilea, Ringier Print ad Adligenswil, Edipress a Bussigny e St. Galler Tagblatt a San Gallo.

Sito Internet – potenziamento orientato ai servizi

Con 13 milioni di visitatori e 74 milioni di accessi www.coop.ch si è rivelato anche nel 2006 uno dei siti Internet più gettonati della Svizzera, ed è il numero uno dei siti web nel commercio al dettaglio. L'anno in esame ha visto al centro delle attività per il sito Internet il potenziamento orientato ai servizi. Un'idea che ha riscosso molto successo è la nuova raccolta di ricette, che consente di accedere ad oltre 1 000 ricette in base a vari parametri di ricerca che riguardano la salute, i prodotti o il prezzo. È soprattutto con l'attivazione del nuovo portale coop@home per lo shopping online che nel sito web di Coop vengono integrate, oltre alle funzioni informative, sempre più nuove funzioni di acquisto.

Coop Info Service per l'intero gruppo Coop

Nel 2006 il Servizio consumatori di clienti Coop ha dovuto rispondere a più di 120 000 richieste, il 20% in più dell'anno precedente. Il maggior numero di richieste è dovuto alle nuove linee di assortimento ed alle nuove offerte come Supercard plus o le varie promozioni Coop «A caccia di...». Con il nuovo sito Internet attivato nel 2006, il Servizio Coop è riuscito a rispondere online al 50% di tutte le domande. Tutti gli altri contatti si sono svolti per e-mail o telefono. Nell'anno in esame anche il Servizio consumatori di Coop Mineraloel AG ha utilizzato per la prima volta la struttura del Servizio consumatori di Coop. Grazie alle buone esperienze fatte, nel corso del 2007 saranno integrate altre aziende del gruppo Coop.

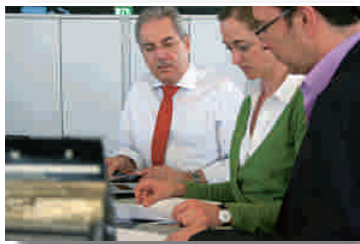
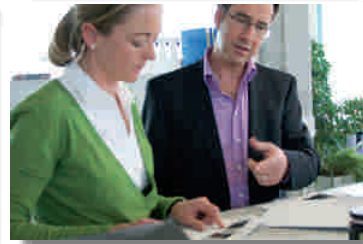


Judith Imhof, Astrid Heim e Roland Frefel
nella cucina-laboratorio di Coop a Basilea



UNA NUOVA LINEA D'ASSORTIMENTO CONVINCENTE
E SODDISFACENTE SOTTO OGNI ASPETTO

Innovazione Con il suo ampio mix di marche, Coop offre prodotti innovativi per le esigenze specifiche e individuali della clientela.



Dal 2004 Coop ha sviluppato diverse linee d'assortimento – oltre alla linea di prezzi bassi permanenti Prix Garantie e alle linee per specifiche esigenze alimentari come Weight Watchers, Délicorn e Free From, anche le esclusive specialità culinarie di Fine Food. Qualità, gusto supremo e una selezione accurata dei fornitori sono gli elementi centrali della linea Fine Food.

Roland Frefel, capo Category Management per alimenti di base e bevande, è responsabile per lo sviluppo e la commercializzazione della linea d'assortimento. «È stata una decisione giusta: con Fine Food abbiamo azzeccato la domanda giusta al momento giusto. I clienti sono sempre più alla ricerca del gusto e di nuove specialità. Cogliere le tendenze in tempo con nuovi prodotti e seguirne lo sviluppo: ecco cosa rende innovativo l'assortimento.»

Judith Imhof è responsabile dello Sviluppo imballaggi. «L'imballaggio fa parte dell'anima di un prodotto, ed oltre a proteggerlo e a fornire informazioni serve anche a veicolare un messaggio. Per la linea Fine Food questo messaggio si chiama esclusività. Così creiamo anche trasparenza: i clienti riconoscono sin dalla confezione quello che stanno comprando e il valore che ricevono in cambio del prezzo che pagano.»

Astrid Heim è responsabile della cucina-laboratorio nella Sede principale di Coop a Basilea. Ogni giorno controlla la qualità dei prodotti più disparati, e organizza le degustazioni che servono a confrontare i prodotti. «Per me è chiaro che il successo di un nuovo prodotto non è determinato solo da una tendenza. Un prodotto nuovo è innovativo solo se è assolutamente convincente anche sul piano qualitativo.»





FORMATI DI VENDITA

NUOVI PUNTI DI VENDITA, ORARI DI APERTURA PIÙ LUNGI E SHOPPING ONLINE

PUNTI DI VENDITA RETAIL

Anche nel Principato del Liechtenstein

Il core business del gruppo Coop è costituito dai 803 supermercati sparsi in tutta la Svizzera, una rete di vendita che

nel 2006 ha realizzato un fatturato di 9,81 miliardi di franchi, con un aumento del 3,3% rispetto all'anno precedente. Sono stati aperti 10 e chiusi 12 punti di vendita. La superficie di vendita è leggermente aumentata, passando a 848.900 m². L'azienda continua a ristrutturare costantemente nuovi supermercati adattandoli al nuovo layout dei punti di vendita. Nel corso dell'anno in esame, in tutti i maggiori supermercati della Svizzera tedesca è stato integrato uno shop Tchibo, che ogni settimana seduce i clienti in una nuova tematica con un'offerta in costante cambiamento. Coop è inoltre entrata per la prima volta nel mercato del Liechtenstein aprendo un supermercato in primavera a Vaduz e uno in estate a Schaan.

Nuove dimensioni nel La Maladière Centre

A marzo 2006 Coop ha inaugurato il megastore nel nuovo Pilatusmarkt di Kriens, che sostituisce il Pilatusmarkt nella vecchia sede. Memorabile è stata l'inaugurazione nel mese di ottobre del centro commerciale La Maladière Centre a Neuchâtel che fa parte del nuovo stadio di calcio di Neuchâtel. Con 28.000 m² di

Coop investe in centri commerciali di nuove dimensioni, ma anche in piccoli e comodi negozi convenienze con orari di apertura interessanti. Potenzia il settore Trading integrando orologi e gioielli. Ed amplia continuamente anche l'assortimento di prodotti che si possono acquistare da casa.

superficie di vendita e 54 negozi garantisce un'offerta che non ha pari in Svizzera. Il gruppo Coop è il locatario principale, ed è presente, oltre che con un megastore, anche con un Interdiscount XXL, una farmacia Vitality, un punto IMPORT PROFUMERIE ed una gioielleria CHRIST. Con questa inaugurazione salgono a 13 i megastore gestiti da Coop. Nella primavera 2007 si aggiungerà alla «flotta» il supermercato Sihlcity a Zurigo.

Nuovo bar-caffè Ca'Puccini

Nel centro commerciale La Maladière Centre, Coop ha aperto, oltre al ristorante classico, un bar-caffè italiano Ca'Puccini, creando così un nuovo formato gastronomico. Il successo del bar-caffè supera tutte le aspettative. Lo stesso vale per il secondo, aperto ad ottobre a Unterentfelden. Nel 2007 Coop aprirà nuovi Ca'Puccini in altre sedi.

passabene trova un ottimo riscontro

Nel 2005 Coop ha lanciato il sistema passabene, il primo test pilota di autoscansione con cui i clienti

scansionano personalmente la merce all'acquisto con l'aiuto di un apparecchio manuale. L'acquisto con auto-scansione serve a ridurre i tempi d'attesa alla cassa, da sempre oggetto di contestazione nei sondaggi tra i clienti. I test pilota in tre punti di vendita nel 2006 hanno dimostrato che passabene trova un ottimo riscontro, soprattutto nelle città e negli agglomerati urbani. Oltre al risparmio di tempo – la merce rimane nel carrello della spesa e non va posta sul nastro trasportatore della cassa prima di finire nelle borse della spesa – i clienti apprezzano anche la trasparenza grazie all'indicazione continua dei costi. Entro la fine del 2007 il sistema di autoscansione passabene sarà disponibile in tutta la Svizzera in altri 80 punti di vendita circa con una superficie superiore ai 2 000 m².

SHOPPING ONLINE

coop@home con oltre 10 000 prodotti

Nell'agosto 2006 Coop ha riunito l'ex supermercato online ed il Coop Wineshop nel nuovo formato di vendita coop@home, ampliando contemporaneamente l'assortimento che da 4 000 è salito ad oltre 10 000 prodotti. Coop detiene ora la più grande offerta online in Svizzera, ordinabile via Internet, per telefono o per fax. Con coop@home il cliente copre i propri bisogni di acquisto settimanale pagando lo stesso prezzo applicato nei punti di vendita – inclusi i prodotti freschi, i surgelati ed oltre 1 000 vini d'annata provenienti da ogni parte del mondo. L'offerta è completata anche da un servizio regali. coop@home rifornisce il 60 % delle famiglie svizzere ed effettua le consegne in un giorno prestabilito dal cliente, personalmente e fino alla porta di casa. Questo servizio logistico può essere fornito grazie alla chiusura degli ex centri di logistica a Zurigo

e Ginevra ed all'apertura della nuova sede logistica centralizzata di Spreitenbach. Nel 2006 coop@home – supermercato online e Wineshop insieme – ha generato un fatturato di circa 45 milioni di franchi (+ 38 % rispetto al 2005).

PUNTI DI VENDITA TRADING

Coop City sulla buona rotta

Dopo aver razionalizzato a fondo le proprie sedi, Coop City, i grandi magazzini di Coop dislocati in 34 sedi in tutta la Svizzera, vantano un buon posizionamento. A medio termine Coop City intende portare a una quarantina il numero di negozi e consolidare così la propria posizione di numero 2 tra i grandi magazzini in Svizzera. Durante l'esercizio in esame, i Grandi Magazzini Coop City hanno realizzato un fatturato di 939 milioni di franchi, quasi quanto nel 2005. Se si esclude l'effetto della chiusura degli ex Grandi Magazzini EPA, l'incremento del fatturato ammonta all'1,9 %. A primavera il più recente dei grandi magazzini Coop City ha aperto i battenti nel nuovo Pilatusmarkt di Kriens. Il Coop City di Genève Meyrin è stato completamente ristrutturato. Anche il supermercato al piano inferiore del Coop City St. Annahof a Zurigo è stato riorganizzato ed ampliato con assortimenti Food nel settore gourmet. I nuovi shop per la linea di abbigliamento Coop Naturaline sono ora operativi in tutti i grandi magazzini. A Dietlikon e Kriens è stato inoltre aperto uno shop Naturaline con un assortimento di teleria per la casa. Una novità è costituita anche dal corner di cosmetica naturale presente ora in 10 negozi. Nel 2007 sono previste le seguenti attività: la ristrutturazione totale e l'ampliamento del Coop City Ryfflihof a Berna nonché l'inaugurazione del Sihlcity a Zurigo.

Coop Edile+Hobby sempre in testa al mercato

Anche nel 2006 i centri Coop Edile+Hobby sono riusciti a mantenere la leadership di mercato, malgrado in questo settore la concorrenza diventi sempre più aspra per l'ingresso sul mercato e l'espansione forzata dei grandi distributori stranieri. Nel 2006 i 67 punti di vendita – lo stesso numero dell'anno precedente – hanno generato un fatturato di 642 milioni di franchi, il che rappresenta un leggero aumento dell'1,2%. Dopo svariati lavori di ristrutturazione e ampliamento, hanno aperto i battenti a primavera i centri a Payerne, nel nuovo Strättligenmarkt di Thun e nel nuovo Pilatusmarkt di Kriens. Coop Edile+Hobby ha potenziato la collaborazione con la cooperazione d'acquisto internazionale toomax, che consente di offrire prezzi sempre più interessanti. L'assortimento Prix Garantie è inoltre salito da 40 a 90 prodotti. A medio termine il numero dei punti di vendita di Coop Edile+Hobby salirà a 80. Nel 2007 sarà inaugurato a Lyssach un punto di vendita che con i suoi 9 000 m² circa di superficie rappresenta il più grande centro Edile+Hobby mai costruito finora.

Acquisti più internazionali per Interdiscount

Nel 2006 Interdiscount ha inaugurato a Crissier e Neuchâtel altri due punti di vendita nel formato XXL. Tutte le 178 filiali hanno realizzato insieme un fatturato di 909 milioni di franchi, con un lieve aumento rispetto all'anno precedente. Nel quadro della propria strategia di assortimento, l'azienda ha sensibilmente ampliato e ulteriormente valorizzato il settore dei piccoli elettrodomestici. Interdiscount ha internazionalizzato in modo mirato la strategia d'acquisto. All'interno della cooperazione europea per gli acquisti Coopernic ha il compito di coordinare gli acquisti degli apparecchi elettronici di consumo di tutte le società partecipanti. L'aumento del volume d'acquisto consente di migliorare i prezzi per i consumatori.

Toptip e Lumimart riorganizzano la logistica

A causa di razionalizzazioni e ottimizzazioni della rete di punti di vendita, il fatturato di Toptip e Lumimart ha subito un calo del 2,3% rispetto al 2005 ed è sceso a 240 milioni di franchi. Mentre le vendite di mobili sono risultate sopra la media del settore,

hanno perso terreno gli assortimenti specializzati ed il settore dei lampadari. Lumimart avverte la forte concorrenza dovuta all'espansione dei mercati edili. Toptip e Lumimart contano insieme 58 punti di vendita sparsi in tutta la Svizzera. Con l'insediamento di un nuovo centro di logistica nell'ex centrale di distribuzione Coop a Bützberg, Toptip e Lumimart sono riusciti a migliorare i processi ed a semplificare il flusso delle merci.

IMPORT PARFUMERIE – il successo arriva anche online

Nel 2006 le profumerie IMPORT sono riuscite ad incrementare il fatturato del 3,2% portandolo a 148 milioni di franchi. Dopo l'apertura di 7 nuovi negozi, IMPORT PARFUMERIE detiene ora 93 punti di vendita. Ad Aarau, Soletta e Wettingen è stato testato con successo un nuovo concept per i punti di vendita, che viene ora applicato per tutti i nuovi punti di vendita. Anche quelli già esistenti saranno progressivamente riorganizzati in base al nuovo programma. Da due anni IMPORT PARFUMERIE gestisce uno shop online presso il quale è possibile ordinare tutti gli articoli dell'attuale assortimento e tutti i prodotti in offerta speciale. Nel 2006 il fatturato dei prodotti venduti online è aumentato di un terzo.

Farmacie Vitality – espansione in uno scenario movimentato

Dopo il rilevamento di una farmacia a Langenthal e l'apertura di una nuova farmacia nel La Maladière Centre di Neuchâtel, Coop Vitality detiene ora 21 punti di vendita, il cui fatturato è nettamente aumentato del 57,5%, attestandosi a 48 milioni di franchi. Oltre ai farmaci con e senza ricetta medica, le farmacie Coop Vitality offrono vari assortimenti per il settore sanitario. Coop Vitality riesce ad affermarsi sul mercato malgrado lo scenario sia alquanto movimentato per la pressione sui prezzi dei farmaci. Nei prossimi anni saranno inaugurati altri punti di vendita, soprattutto nei centri commerciali.

CHRIST Orologi e Gioielli fa ora parte del gruppo Coop

Nel 2006 Coop ha acquistato la AX4 Holding AG, proprietaria della ditta CHRIST Orologi e Gioielli. Il canale di vendita CHRIST sarà integrato nella Direzione Trading e gestito dal responsabile di IMPORT PARFUMERIE in unione personale. Temi comuni come bellezza, lifestyle, prestigio e lusso consentono ai due canali di vendita di presentarsi sul mercato con un'immagine comune. CHRIST possiede oltre 78 punti di vendita – 36 dei quali sono in centri commerciali, mentre 16 fungono da shop-in-shop in diversi grandi magazzini. Nei nuovi negozi aperti nel Pilatusmarkt di Kriens, in Via Soave e Via Nassa a Lugano, nel La Maladière Centre di Neuchâtel nonché nella Gartenstadt di Münchenstein, CHRIST ha introdotto un nuovo concept per i punti di vendita. Nell'anno in esame, i 512 collaboratori di CHRIST, tutti assunti da Coop, hanno realizzato un fatturato di 95 milioni di franchi.

STAZIONI DI SERVIZIO E SHOP CONVENIENCE

Coop Mineraloel AG aumenta nuovamente la quota di mercato

Coop Mineraloel AG, l'azienda che gestisce le stazioni di servizio Coop e gli shop Coop Pronto, è riuscita ad aumentare del 14,9% il fatturato rispetto al 2005, portandolo a 1,45 miliardi di franchi e generando quindi nuovamente un risultato record.

Nell'anno in esame l'ulteriore aumento dei prezzi del greggio, benché meno considerevole rispetto all'anno precedente, ha inaspito la lotta concorrenziale sul mercato dei carburanti. Nel mercato svizzero si è registrata una lieve crescita dello 0,5% per i carburanti. Le stazioni di servizio Coop – grazie anche alle 18 nuove sedi inaugurate – sono riuscite a potenziare notevolmente le vendite, aumentando quindi ulteriormente la loro quota di mercato e confermandosi così come il numero 3 in Svizzera.

Shop Coop Pronto con una maggiore offerta di prodotti freschi

Gli shop Coop Pronto nelle stazioni di servizio e in posizioni urbane ben frequentate hanno tratto profitto

dagli sviluppi molto positivi del mercato dei prodotti convenience. Nell'anno in esame sono stati inaugurati 17 shop Coop Pronto abbinati a stazioni di servizio e quattro senza stazioni di servizio (stand-alone). Quattro shop esistenti sono stati modernizzati ed ampliati. Oltre agli orari di apertura, anche l'offerta viene continuamente adeguata alle esigenze della clientela. Ad essere potenziato è soprattutto l'assortimento di prodotti freschi, diventato sempre più un autentico biglietto da visita degli shop Coop Pronto che così riescono a differenziarsi dalla concorrenza. Ad Allschwil è nato il primo shop Coop Pronto in una stazione di servizio con buffet di insalate. Nel 2007 saranno aperti altri 20 shop Coop Pronto con e senza stazioni di servizio – due dei quali come shop stand-alone presso le aree di servizio autostradali Bellinzona Nord e Sud.

TRANSGOURMET

Opportunità di crescita in Francia e in Svizzera

In joint venture con il REWE Group, Coop ha fondato nel 2005 il gruppo transGourmet in cui Coop ha integrato la ditta Bell Gastro Service. transGourmet opera nel commercio dei rifornimenti all'ingrosso e del Cash&Carry in Francia e in Svizzera, e detiene in entrambi i paesi la leadership nelle attività con i grandi acquirenti. La joint venture rappresenta il primo importante impegno commerciale all'estero di Coop. Nel 2006 le attività di Cash&Carry con Prodega / Growa e il rifornimento all'ingrosso con Howeg / Bell Gastro hanno generato un fatturato di 1,3 miliardi di franchi circa. In Francia transGourmet ha realizzato un fatturato di 1,1 miliardi di euro circa con Aldis Service Plus e Prodiest. Mediante investimenti nella logistica, entro il 2011 i clienti in Francia saranno riforniti in modo ancora più efficiente. Per i prossimi anni Coop intravede un notevole potenziale di crescita, che può in parte portare dei vantaggi anche ai partner commerciali.



Philipp Sigrist, Elisabeth Rölli e Rudolf Burger
davanti al Coop City St. Annahof di Zurigo



I NEGOZI COOP SI INCONTRANO OVUNQUE –
SPESSO E VOLENTIERI CON UN VOLTO NUOVO

Varietà Per scoprire ciò che Coop ha da offrire oltre ai supermercati basta dare un'occhiata alla Direzione Trading con tutta la varietà dei formati di vendita e dei negozi specializzati all'interno del gruppo Coop.





Di questa categoria fanno parte i Grandi Magazzini Coop City, i centri Edile+Hobby, i punti di vendita Interdiscount con i prodotti dell'elettronica di consumo, i negozi di mobili e lampade Toptip e Lumimart, le profumerie IMPORT, le farmacie Coop Vitality e Coop Mineraloel AG. All'inizio del 2006 Coop ha inoltre rilevato i 78 negozi di CHRIST Orologi e Gioielli. Anche questo canale di vendita sarà gestito nella Direzione Trading, insieme a IMPORT PARFUMERIE.

Rudolf Burger, capo Direzione Trading, considera la varietà sopra ogni cosa: «Coop non vende solo generi alimentari. Coop è anche sinonimo di tempo libero, elettronica di consumo, lifestyle, hobby, articoli per la casa o prodotti di lusso – in tutta la Svizzera. Con l'acquisizione di CHRIST abbiamo aggiunto un altro aspetto importante alla varietà del nostro assortimento.»

Elisabeth Rölli gestisce la profumeria IMPORT sulla Bahnhofstrasse di Zurigo. «Molti clienti si rendono conto che il nostro negozio fa parte del gruppo Coop soltanto quando chiediamo loro la Supercard. Questa varietà è davvero sorprendente. Sulla Bahnhofstrasse, poi, Coop s'incontra molto spesso, ma con un volto sempre nuovo.»

Philipp Sigrist, gerente del Coop City St. Annahof di Zurigo, è fiero dell'enorme varietà offerta nel grande magazzino che si affaccia sulla Bahnhofstrasse. «Dal reparto gourmet nel sottosuolo ai casalinghi, ai tessili, ai giocattoli e al Ristorante Coop all'ultimo piano: per tutti abbiamo il prodotto giusto!»





COLLABORATORI

AUMENTO DELLA MASSA SALARIALE, UN RICONOSCIMENTO E PIÙ PERSONE IN FORMAZIONE

ORGANICO

Organico invariato

Alla fine del 2006 Coop aveva alle proprie dipendenze 45 484 collaboratori, ossia l'1,3 % in più rispetto a un anno prima. Senza i 512 nuovi collaboratori

risultanti dall'acquisizione del formato di vendita CHRIST, l'organico è rimasto più o meno invariato. La situazione del mercato, tuttora tesa, comporta periodici controlli e adeguamenti dei costi per il personale. Per esempio, solo una parte delle persone che vanno in pensione viene sostituita. Visto l'aumento del numero di licenziamenti da parte dei collaboratori risulta evidente che il mercato del lavoro è in pieno movimento.

COLLABORAZIONE CON LE PARTI SOCIALI

Ringraziamenti e riconoscimenti

Anche nell'anno in esame gli incontri con le parti sociali – SIC Svizzera, Syna / OCST, Unia e l'Associazione degli impiegati Coop AIC – si sono svolti in maniera trasparente e costruttiva. Dalla tornata di trattative salariali per il 2007 è risultato un aumento complessivo della massa salariale pari al 2,5 %. Tutti i collaboratori con un salario mensile lordo inferiore a 4 500 franchi hanno beneficiato di un aumento di 100 franchi al

Coop ha aumentato del 2,5 % la massa salariale per il 2007 e ha innalzato il salario minimo a 3 500 franchi. Nell'anno in esame, da Coop hanno lavorato 306 apprendisti in più – e la tendenza è in aumento. E nel secondo sondaggio del personale Veritas condotto in tutta la Svizzera, i collaboratori hanno tastato il polso a Coop come datore di lavoro.

Coop aumenta così sistematicamente le fasce salariali più basse che comprendono un numero particolarmente alto di donne. 0,5 punti percentuali dell'aumento della massa salariale sono stati inoltre stanziati per innalzare i salari femminili. Il resto è utilizzato per adeguamenti salariali individuali in funzione delle prestazioni. Il nuovo salario lordo minimo ammonterà a CHF 3 500 al mese risp. CHF 19.80 all'ora. Coop ha definito quale salario di riferimento 3 600 franchi per i collaboratori con formazione biennale o attestato, 3 800 franchi per i collaboratori con formazione triennale e 4 000 franchi per quelli con quattro anni di formazione. In segno di ringraziamento e riconoscimento, inoltre, tutti i collaboratori attivi e gli ex collaboratori hanno ricevuto un premio a gennaio 2007 sotto forma di buoni acquisto per un valore complessivo di 12 milioni di franchi.

FORMAZIONE

Aumentano le persone in formazione da Coop

Alla fine del 2006 erano 2 323 le persone in formazione da Coop – ossia 306 in più rispetto all'anno precedente. Nel quadro degli sforzi volti ad aumentare ulteriormente il numero di posti di tirocinio, nel 2007 Coop offrirà altri 100 posti di tirocinio in più. Coop istruisce i tirocinanti in 23 professioni diverse. La stragrande maggioranza di essi frequenta la formazione di base «Vendita.CH», che da un lato comprende la formazione triennale per il profilo professionale «impiegato/a del commercio al dettaglio» e dall'altro offre la possibilità di seguire la formazione biennale per «assistente del commercio al dettaglio», alla fine della quale si ottiene un attestato al posto di un diploma. Oltre che nella vendita, Coop offre una formazione biennale con attestato anche in diverse professioni in campo logistico. Ai giovani più portati al lavoro pratico che allo studio, questo tipo di formazione offre ottime possibilità di avanzamento.

CULTURA AZIENDALE

Secondo grande sondaggio del personale

Nella primavera 2006 Coop ha condotto per la seconda volta in tutta la Svizzera il sondaggio del personale Veritas. Circa 39 000 collaboratori sono stati invitati ad esprimere il loro parere sugli argomenti riguardanti il management, i superiori, i colleghi, l'informazione e la partecipazione nonché su questioni di carattere generale. La quota di ritorno dei questionari, pari ad oltre il 50 %, è risultata nettamente superiore a quella registrata nel primo sondaggio Veritas di quattro anni prima. Sulla base di varie domande i collaboratori hanno valutato la situazione sul posto di lavoro su una scala da 1 a 6. La valutazione delle varie tematiche oscilla tra un soddisfacente 4,40 e un buon 4,71: i collaboratori percepiscono Coop come un'azienda ben strutturata, ritengono che il clima di lavoro sia piacevole e si sentono aiutati dai colleghi nel lavoro di tutti i giorni. S'impegnano a fondo per fornire prestazioni di alta qualità. I punti deboli si trovano nella cultura del feedback: una parte degli intervistati accusa la mancanza

di riconoscimenti, elogi o stimoli. Inoltre i collaboratori avvertono la maggiore pressione del lavoro e la frenesia in continuo aumento. I risultati del sondaggio sono stati trattati come argomento chiave nel quadro del processo di definizione degli obiettivi per il 2007 e dovrebbero comportare sensibili miglioramenti per tutti i collaboratori.

PREVIDENZA PER IL PERSONALE

CPV / CAP con un grado di copertura in leggero aumento

Dopo l'eccezione costituita dall'anno 2005, sul piano dei rendimenti il 2006 passerà alla storia della CPV / CAP come un anno buono anche se non straordinario. Mentre i mercati azionari hanno tratto profitto da uno scenario economico positivo realizzando rendimenti sopra la media, per le obbligazioni si è trattato di un anno insoddisfacente a causa dell'aumento dei tassi d'interesse in tutto il mondo. Il risultato complessivo è stato tuttavia positivo: la riserva per le oscillazioni di valore è salita a 560 milioni di franchi (+ 150 milioni). Anche il grado di copertura è migliorato ed è salito al 109,8 %.

La nuova organizzazione degli investimenti, introdotta alla fine del 2005, ha dato i suoi frutti, e la nuova strategia d'investimento è stata messa in atto come previsto. Il risultato presentato si basa su una performance conforme alla strategia intrapresa. Nel perseguire una politica accurata volta a costituire delle riserve, il Consiglio d'amministrazione ha deciso di lasciare invariato il tasso d'interesse del 2,75 % per gli averi di vecchiaia degli assicurati attivi e di concedere alle persone pensionate un aumento dello 0,75 % sulla rendita. È nuovamente diminuito il numero delle persone assicurate attive mentre è aumentato quello dei pensionati. Nel settore delle assicurazioni è stata portata a termine con successo la realizzazione della prima revisione della LPP. Il sito web della CPV / CAP, attivato a metà gennaio 2006, offre tutte le informazioni essenziali su assicurazioni, investimenti e immobili.



LOGISTICA E PRODUZIONE

LOGISTICA RINNOVATA, NUOVE SOLUZIONI INFORMATICHE E PRODUZIONE SOSTENIBILE

LOGISTICA E INFORMATICA

Conclusa la strategia logistica

Con la conclusione di due progetti di costruzione, Coop ha portato a termine nel 2006 la strategia logistica nazionale

lanciata con il progetto di fusione CoopForte: al termine dei lavori di costruzione durati due anni, dal mese di luglio la nuova centrale di distribuzione di Coop ad Aclens è gradualmente entrata in funzione. Con l'avvio delle attività operative ad Aclens sono state chiuse tutte le altre centrali di distribuzione della Suisse Romande, ad eccezione di quella dislocata a La Chaux-de-Fonds. Il rifornimento delle regioni Vaud, Friburgo, Ginevra e Vallese da parte di un'unica sede riduce enormemente le spese di gestione e di logistica. Coop ha anche portato a termine i lavori di ristrutturazione ed ampliamento della più grande centrale di distribuzione nazionale a Wangen. Un'ulteriore concentrazione è in atto nella Regione di vendita Zentralschweiz-Zürich, dove si prevede che nel 2008 diventerà operativa la nuova centrale di distribuzione di Dietikon, la quale sostituirà le attuali centrali di Zurigo e Kriens.

Nuovi processi con SAP / WAMAS

Strettamente legata ai nuovi processi logistici è anche l'introduzione del software di gestione merci e depositi di SAP e WAMAS, che nel 2006 ha sostituito tutti

Con l'apertura della centrale di distribuzione di Aclens, Coop ha realizzato la strategia logistica 2005. Le soluzioni informatiche facilitano il lavoro nella preparazione e nei punti di vendita. E le aziende di produzione realizzano un maggior numero di articoli per i label di fiducia Coop.

i vecchi sistemi rendendo più efficienti e sicuri numerosi processi, non solo per la logistica, ma anche per il Category Management, gli acquisti e l'approvvigionamento, la vendita e il settore Finanze e controlling. Il sistema «Pick by Voice», testato durante l'anno in esame, sarà applicato in altre centrali di distribuzione: gli addetti alla preparazione ricevono gli incarichi mediante voce elettronica e ne confermano l'esecuzione usando il microfono integrato nelle cuffie; avendo entrambi le mani libere riescono a lavorare in modo più efficiente e sicuro. Con il sistema Sales Based Ordering (SBO) Coop ha inoltre introdotto in tutti i supermercati un sistema di ordinazione automatizzato basato sulle quantità della merce venduta. Le proposte di ordinazione, calcolate in base alle esigenze del momento, aiutano il collaboratore nel suo lavoro e garantiscono una maggiore sicurezza dell'assortimento. SBO, dapprima testato su alcuni assortimenti parziali, a medio termine sarà esteso all'intero assortimento.

IMMOBILI

Disinvestire per investire in nuovi progetti

Anche nel 2006 la Direzione Immobili ha messo in atto la strategia di disinvestimento volta a concentrare le attività d'investimento solo sugli immobili necessari ai fini aziendali, vendendo numerosi immobili al fine di creare mezzi finanziari da investire in punti di vendita e in progetti in programmazione. Essendo responsabile per l'intero patrimonio immobiliare di Coop, la Direzione Immobili gestisce il portafoglio, i progetti di costruzione e i contratti, oltre a curare lo sviluppo dei progetti. Si occupa inoltre dell'amministrazione di 27 centri commerciali su tutto il territorio nazionale, i quali oltre ai punti di vendita Coop ospitano altri negozi che hanno preso dei locali in affitto. Nel corso dell'anno in esame ha aperto i battenti il centro commerciale La Maladière Centre a Neuchâtel con Coop in veste di locatore principale. Attualmente vi sono otto progetti in fase di costruzione e ben 20 in fase di progettazione.

GRUPPO BELL

Un anno di esercizio nuovamente positivo per Bell AG

Dopo due anni difficili il gruppo Bell ha registrato un anno d'esercizio 2006 molto positivo. Il fatturato è aumentato del 3,0% ed è salito a 1,50 miliardi di franchi. Con 44 milioni di franchi, il risultato aziendale è aumentato del 24% rispetto al 2005. Questo risultato si deve tra l'altro all'ottima stagione delle grigliate ed all'umore risollevato dei consumatori. Dopo una fase di ampliamento e modernizzazione, lo stabilimento per la carne fresca di Oensingen ha ripreso tutte le sue

attività nel 2006, il che consente di sfruttare nuove potenziali sinergie. Il settore del pollame ha ancora sofferto, soprattutto nel primo quadrimestre, degli effetti che l'aviaria ha avuto sul consumo di questo tipo di carne. Questa situazione è migliorata nel corso dell'anno fino a normalizzarsi per la prima volta ad ottobre. Poiché la politica agricola svizzera fino al 2011 prevede solo una riduzione insufficiente della protezione doganale per i mangimi, le condizioni di base per la commercializzazione delle carni di pollame e maiale svizzeri rimangono sfavorevoli.

AZIENDE DI PRODUZIONE COOP

Swissmill

Prodotti: farine, miscele di farina, semolino, mais, fiocchi d'avena, prodotti da estrusione, semola di grano duro

Certificazioni: ISO 9001:2000, ISO 14001, IFS/BRC

Nel 2006 Swissmill ha conquistato nuove quote di mercato. Malgrado la difficile situazione concorrenziale, i quantitativi di merce venduta sono aumentati di un altro 2% superando le 204 000 tonnellate.

Chocolats Halba

Prodotti: cioccolata a tavolette, cioccolatini, assortimenti per le feste, cioccolata industriale (coperture, ripieni)

Certificazioni: ISO 9001:2000, ISO 14001, IFS

Nell'anno in esame Chocolats Halba ha concentrato le proprie attività nell'elaborazione di un nuovo orientamento strategico e di un programma di risparmio sui costi per migliorare la propria competitività.

Nutrex

Prodotti: aceto e specialità di aceto per il commercio al dettaglio e l'industria

Certificazioni: ISO 9001:2000

Malgrado la forte pressione esercitata dalle importazioni di aceto agevolate dal fisco e la grande popolarità ottenuta dall'aceto balsamico, Nutrex – grazie a sostanziali ordinativi da parte di terzi – è riuscita a mantenere anche nel 2006 la propria posizione sul mercato svizzero.

CWK

Prodotti: cosmetici, detersivi e detergenti per la casa, detergenti industriali

Certificazioni: ISO 9001:2000; ISO 14001:2004, GMP per cosmetici, EKAS 6029:2004

Malgrado le difficili condizioni di mercato (lotta dei prezzi in Svizzera e all'estero, tensione sul mercato petrolifero) CWK è riuscita ad aumentare del 13 % la produzione annua. La quota di mercato dei prodotti solari Sherpa Tensing è salita al 10 %.

Pasta Gala

Prodotti: pasta, semifabbricati per menu precotti e minestre

Certificazioni: ISO 9001:2000, IFS

Pasta Gala è riuscita ad affermarsi sul mercato, malgrado l'aumento della libera circolazione delle merci in Europa e la sovracapacità nell'industria delle paste alimentari abbiano inasprito sensibilmente la competizione.

Steinfels Cleaning Systems SCS

Prodotti: detersivi, detergenti e articoli igienici all'ingrosso e per l'industria

Certificazioni: ISO 9001:2000; ISO 14001:2004

Con i prodotti ecologici venduti sotto il marchio Maya per Coop Oecoplan, SCS ha potenziato la propria leadership sul mercato svizzero, in particolare nel settore alberghi / ristoranti / catering e nel settore sanitario.

Reismühle Brunnen

Prodotti: diverse miscele di riso, menu precotti

Certificazioni: ISO 9001:2000, ISO 14001, SA 8000, IFS / BRC

L'estate ha visto in primo piano la problematica degli OGM che ha provocato perdite di fatturato per il riso USA. Il fatturato dei prodotti fair trade è nuovamente aumentato di quasi il 10 %.

Sunray

Confezionamento di zucchero, oli alimentari, spezie, frutta secca, noci, legumi

Certificazioni: ISO 9001:2000, IFS / BRC

Nell'anno in esame Sunray ha investito principalmente in nuovi impianti e processi, mettendo in funzione diversi impianti d'imballaggio.

BÂLEHOTELS

Vento in poppa per gli alberghi di Basilea, grazie ad un'ottima annata per il turismo

Della catena alberghiera BâleHotels fanno parte gli alberghi di Basilea Victoria e Baslertor, nonché il Mercure Hotel Europe, che da due anni si presenta sul mercato sotto il marchio del gruppo Accor. Grazie all'ottima annata per il turismo a Basilea, nel 2006 il fatturato di BâleHotels è salito a 30 milioni di franchi (+ 2,7 % rispetto all'anno precedente). Un pilastro di BâleHotels è il servizio di catering, utilizzato regolarmente anche in occasione di grandi manifestazioni.

CORPORATE GOVERNANCE

PER COOP LA FIDUCIA È IMPORTANTE

Coop è assoggettata volontariamente al diritto azionario e si orienta alle direttive della borsa svizzera SWX Swiss Exchange per la Corporate Governance. Dal 2002 queste direttive sono in vigore per le società anonime e le società con buoni di partecipazione o di godimento, di cui Coop, essendo una società cooperativa, non fa parte. La Bell 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

STRUTTURA DEL GRUPPO

La struttura del gruppo è evidente nello schema dell'Area di consolidamento Coop come parte del conto consolidato (pagina 83). Le modifiche nell'area di consolidamento del gruppo Coop sono indicate a pagina 72. Non esistono partecipazioni incrociate.

Con la seguente relazione sulla Corporate Governance, Coop desidera offrire informazioni chiare e la massima trasparenza a tutti coloro che sono interessati all'azienda.

STRUTTURA DEL CAPITALE

La struttura del capitale può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 67) e dalle spiegazioni in proposito (pagine 75–79).

CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE

Vedi Consiglio d'amministrazione e struttura dirigenziale a pagina 49.

Alla 13^a Assemblea dei delegati del 15 dicembre 2006, Diego Giulieri è uscito dal Consiglio d'amministrazione, come previsto dagli statuti, per raggiunti limiti di età. Giulieri è stato sostituito da Michela Ferrari-Testa, eletta dall'Assemblea dei delegati per il resto del mandato 2005–2009.

Dal 15 dicembre 2006 il Consiglio d'amministrazione si compone come segue:

Anton Felder

Nato nel 1948, svizzero

Esperto diplomato in finanza e controlling

Presidente del Consiglio d'amministrazione Coop in carica a tempo pieno

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Assicurazione del personale CPV/CAP, Basilea (presidente)
- Coop Immobilien AG, Berna (presidente)
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Bell Holding AG, Basilea
- Betty Bossi Verlag AG, Zurigo
- Schweizerische National Versicherungsgesellschaft AG, Basilea
- altri mandati in consigli d'amministrazione in società affiliate di Coop

Stefan Baumberger

Nato nel 1948, svizzero

Dipl. Chem. HTL

Amministratore Häseler AG, Herisau

Mandati in consigli d'amministrazione:

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

Silvio Bircher

Nato nel 1945, svizzero

Lic. rer. publ. HSG

Consulente e pubblicitista

Ex consigliere di Stato e nazionale

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna
- Altre funzioni e cariche:
 - Vicepresidente Fondo Svizzero per il Paesaggio (FSP)

Michela Ferrari-Testa

Nata nel 1963, svizzera

Avvocato e notaio

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna
- Altre funzioni e cariche:
 - Vicepresidente Fondazione Helvetia Sana

Felix Halmer

Nato nel 1952, svizzero

Impiegato di commercio

Responsabile acquisti

Rappresentante del personale nel Consiglio d'ammin.

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna
- Altre funzioni e cariche:
 - Presidente Associazione degli impiegati Coop
 - Presidente Unione degli impiegati di Basilea

Irene Kaufmann

Nata nel 1955, svizzera

Dr. oec. publ.

Consulente d'impresa

Vicepresidente del Consiglio d'amministrazione

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna
- Bank Coop AG, Basilea
- Altre funzioni e cariche:
 - Membro del Consiglio di fondazione delle scuole Juventus Zurigo

Beth Krasna

Nata nel 1953, svizzera e statunitense

Dipl. Chem. Ing. ETHZ, MBA Sloan School at MIT, Cambridge, USA

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna
- Banque Cantonale Vaudoise, Losanna
- Bonnard & Gardel Holding SA, Losanna
- Raymond Weil SA, Grand-Lancy
- Altre funzioni e cariche:
 - Membro del consiglio ETH
 - Membro del consiglio di fondazione della Fondation en faveur de l'Art Choréographique, Losanna

Jean-Charles Roguet

Nato nel 1942, svizzero

Avvocato

Partner Pestalozzi Lachenal Patry, Ginevra

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna
- Arn, Wüthrich et Frigerio SA, Ginevra
- Artrivium SA, Ginevra
- ATC Aviation Services AG, Opfikon
- C.M.D. Corporate Management Development SA, Ginevra
- Coges Corraterie Gestion SA, Ginevra
- COGIN Compagnie de Gestion Internationale SA, Ginevra
- Dipan SA, Carouge
- Finasma Financial Asset Management SA, Cologny
- IPE Investors in Private Equity SA, Ginevra
- Kessler Gestion SA, Ginevra
- Label Communication SA, Ginevra
- Label Technologies SA, Ginevra
- Mirrair Holding AG, Zug
- Publipartner SA, Plan-les-Ouates
- Puig SA, Friburgo
- Sarp Industries (Suisse) SA, Ginevra
- Schroder & Co. Banque AG, Zurigo e Ginevra
- Tech Value SA, Ginevra
- Veolia Service à l'environnement Suisse SA, Berna

Giusep Valaulta

Nato nel 1951, svizzero

Lic. iur.

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Berna

Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione

Il Consiglio d'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 2009. Gli statuti non prevedono un limite al numero di mandati, ma indicano un'età massima (la fine dell'anno in cui si raggiunge il 65° anno di età).

Organizzazione interna

Il Consiglio d'amministrazione è composto attualmente da 9 membri, benché gli statuti prevedano un massimo di 11 membri. I membri assumono gli incarichi con pari responsabilità.

Regolamentazione delle competenze

Le funzioni principali del Consiglio d'amministrazione sono fissate nell'articolo 29 degli statuti, quelle della Direzione generale nell'articolo 31, ai sensi delle disposizioni di legge valide per le società anonime. Un regolamento organizzativo emesso dal Consiglio d'amministrazione disciplina la ripartizione delle competenze tra Consiglio d'amministrazione e Direzione generale in tutti gli aspetti essenziali, come le finanze, le strategie aziendali, la gestione del personale e l'organizzazione. Un regolamento delle competenze redatto dalla Direzione generale illustra nei dettagli i poteri operativi dei singoli livelli di funzione.

Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale

Ogni mese la Direzione generale redige un rapporto scritto destinato al Consiglio d'amministrazione, contenente i dati sull'andamento corrente delle attività commerciali e delle informazioni importanti provenienti da tutti i settori aziendali. Inoltre, il Consiglio d'amministrazione riceve per iscritto i rapporti e i bilanci quadrimestrali, che sono poi presentati e discussi oralmente in sede di riunione. Il presidente del Consiglio d'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

d'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 Consiglio d'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 49-51.

In seguito ad un grave incidente subito nel luglio 2006, Jörg Ackermann, vicepresidente della Direzione generale e responsabile della Direzione Logistica / Informatica / Produzione, è stato assente per un lungo periodo di tempo. Fino al suo ritorno la gestione della Direzione Logistica / Informatica / Produzione è stata assunta ad interim ed in comune da August Harder e Hans Ludwig, entrambi membri della Direzione, mentre Jürg Peritz, membro della Direzione generale, ha assunto ad interim la carica di vicepresidente della Direzione generale.

Hansueli Loosli

Nato nel 1955, svizzero

Esperto diplomato in finanza e controlling

Presidente della Direzione generale

Capo Direzione Retail

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Gruppo transGourmet, Basilea (presidente)
- Betty Bossi Verlag AG, Zurigo
- Coopernic SCRL, Bruxelles
- altri mandati in consigli d'amministrazione in società affiliate di Coop

Jörg Ackermann

Nato nel 1958, svizzero

Economista aziendale HWV

Capo Direzione Logistica / Informatica / Produzione

Vicepresidente della Direzione generale

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Bell Holding AG, Basilea (presidente)
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau (presidente)
- Gruppo transGourmet, Basilea
- HiCoPain AG, Dagmersellen
- Padrinato Coop per le regioni di montagna
- altri mandati in consigli d'amministrazione in società affiliate di Coop

Rudolf Burger

Nato nel 1946, svizzero

Agente commerciale

Capo Direzione Trading

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. ès sciences économiques et sociales

Capo Direzione Immobili

Mandati in consigli d'amministrazione:

- vari mandati in consigli d'amministrazione in società affiliate di Coop

Jürg Peritz

Nato nel 1947, svizzero

Agente commerciale

Capo Direzione Marketing / Acquisti

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Eurogroup Far East Ltd., Hongkong (presidente)
- Coop Switzerland Far East Ltd., Hongkong
- Coopernic SCRL, Bruxelles
- Toomax-x Handelsgesellschaft m.b.H., Colonia
- Fondazione bioRe, Rotkreuz

Hans Peter Schwarz

Nato nel 1950, svizzero

Esperto diplomato in finanza e controlling

Capo Direzione Finanze e Servizi

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Assicurazione del personale CPV / CAP, Basilea
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Coop Vitality AG, Berna
- Bell Holding AG, Basilea
- Gruppo transGourmet, Basilea
- Bank Coop AG, Basilea
- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- 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 2006 al Consiglio di amministrazione di Coop sono state versate indennità per un importo pari a 1,2 milioni di franchi (2005: 1,3 milioni di franchi).

Alla Direzione generale di Coop sono stati versati nel 2006 salari lordi per un importo pari a 3,5 milioni di franchi (2005: 3,5 milioni di franchi).

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.

ORGANO 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, il Dr. Rodolfo Gerber (revisore responsabile) e il sig. Matthias Rist, sono entrati in carica rispettivamente nel 2004 e nel 2005.

Onorari degli audi

Per i servizi di revisione prestati nel 2006 sono stati fatturati i seguenti onorari:

- servizi di audit: 1,5 milioni di franchi
- altri servizi: 300 000 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.



Dragan Popovic, Rolf Zeller e Sevil Büklü
nel reparto consegne a Rheinfelden



IL PIÙ VICINO POSSIBILE AI CLIENTI – CON PUNTUALITÀ GARANTITA

Vicinanza Nell'estate 2006 Coop ha riunito l'ex supermercato online e il Coop Wineshop nel nuovo servizio a domicilio coop@home che copre ormai il 60 % delle economie domestiche in tutta la Svizzera.



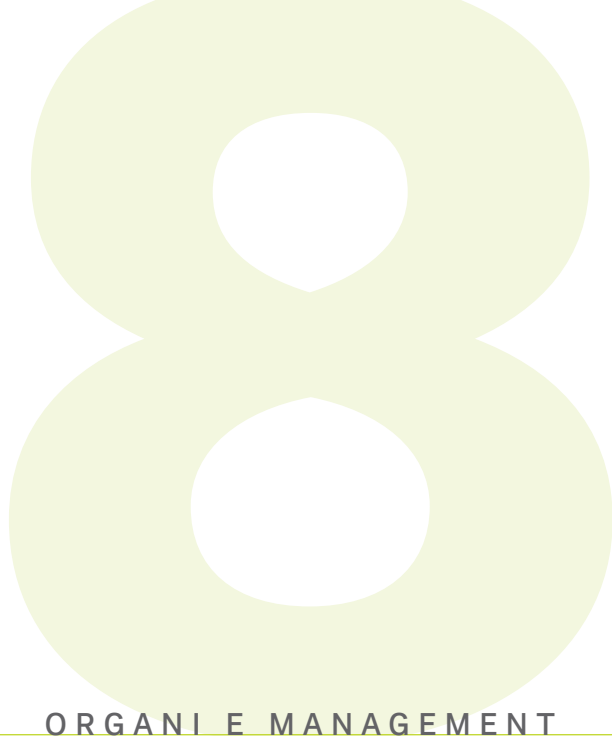
Per ordinare i loro acquisti i clienti hanno a disposizione un assortimento di oltre 10 000 prodotti e 1 000 vini provenienti da tutto il mondo; la merce viene consegnata fino alla porta di casa alla scadenza pattuita. Questo servizio logistico è stato reso possibile dall'apertura della nuova sede logistica di Spreitenbach. I vini vengono inoltre spediti in tutta la Svizzera anche per posta.

Rolf Zeller, responsabile coop@home, è orgoglioso del vasto assortimento e della velocità con cui la merce viene consegnata ai clienti: «Con l'ampliamento del nostro canale di vendita online abbiamo tradotto nel modo più coerente possibile la nostra missione «Vicinanza». In un mondo sempre più flessibile è importante essere in grado di offrire un servizio a domicilio rapido potendo contare su un grande assortimento.»

Sevil Büklü è corresponsabile nella nuova centrale logistica per le consegne rapide in tutta la Svizzera. «Per noi a Spreitenbach naturalmente è una vera sfida mantenere la promessa di Coop di consegnare la merce ai clienti in qualsiasi momento, con la massima puntualità e alla scadenza pattuita. Anche se lavoriamo dietro le quinte, ci sentiamo molto vicini ai clienti.»

Dragan Popovic è in viaggio ogni giorno sul suo camion e consegna ai clienti i prodotti ordinati. «Si tratta naturalmente di un'attività molto gratificante, quella di rifornire le persone personalmente – per esempio quando rientrano a casa dopo una lunga giornata di lavoro. Credo che quasi nessuno da Coop riceva un feedback così diretto quando i clienti sono soddisfatti.»





ORGANI E MANAGEMENT

COOP – SOCIETÀ COOPERATIVA E AZIENDA

ORGANI

Consigli regionali (artt. 18 – 20 degli statuti)

Sono state create sei Regioni (Suisse Romande, Bern, Nordwestschweiz, Zentralschweiz-Zürich, Ostschweiz, Ticino) per mantenere il contatto con i soci ed il pubblico. Queste Regioni, tuttavia, non rappresentano una persona giuridica ma fanno parte della struttura organizzativa di tipo cooperativo di Coop. In ogni Regione i soci cooperativi eleggono un Consiglio regionale costituito da 60 a 120 membri (Ticino: non più di 30 membri).

Ogni Consiglio regionale elegge, al suo interno, un Comitato di 12 membri (Ticino 6). Il Comitato si costituisce autonomamente e propone uno dei propri membri all'Assemblea dei delegati per l'elezione al Consiglio d'amministrazione; tale membro del comitato, una volta eletto, assume anche la presidenza del Consiglio regionale e del relativo Comitato (CCR). Gli altri membri del CCR rappresentano i membri della propria Regione nell'Assemblea dei delegati Coop.

Assemblea dei delegati (artt. 21 – 26 degli statuti)

All'Assemblea dei delegati spettano i poteri assegnati per legge all'Assemblea generale nonché quelli assegnati dagli statuti. In particolare è responsabile per la definizione degli statuti, la nomina e la revoca del Consiglio d'amministrazione e dell'Ufficio di revisione, l'accettazione del rapporto di gestione, l'approvazione dell'operato del Consiglio d'amministrazione nonché lo scioglimento della società. Il Consiglio d'amministrazione può inoltre presentarle altre questioni da decidere. Il diritto di voto nell'Assemblea dei delegati si basa direttamente sul numero dei membri Coop nelle rispettive Regioni.

Consiglio d'amministrazione (artt. 27 – 30 degli statuti)

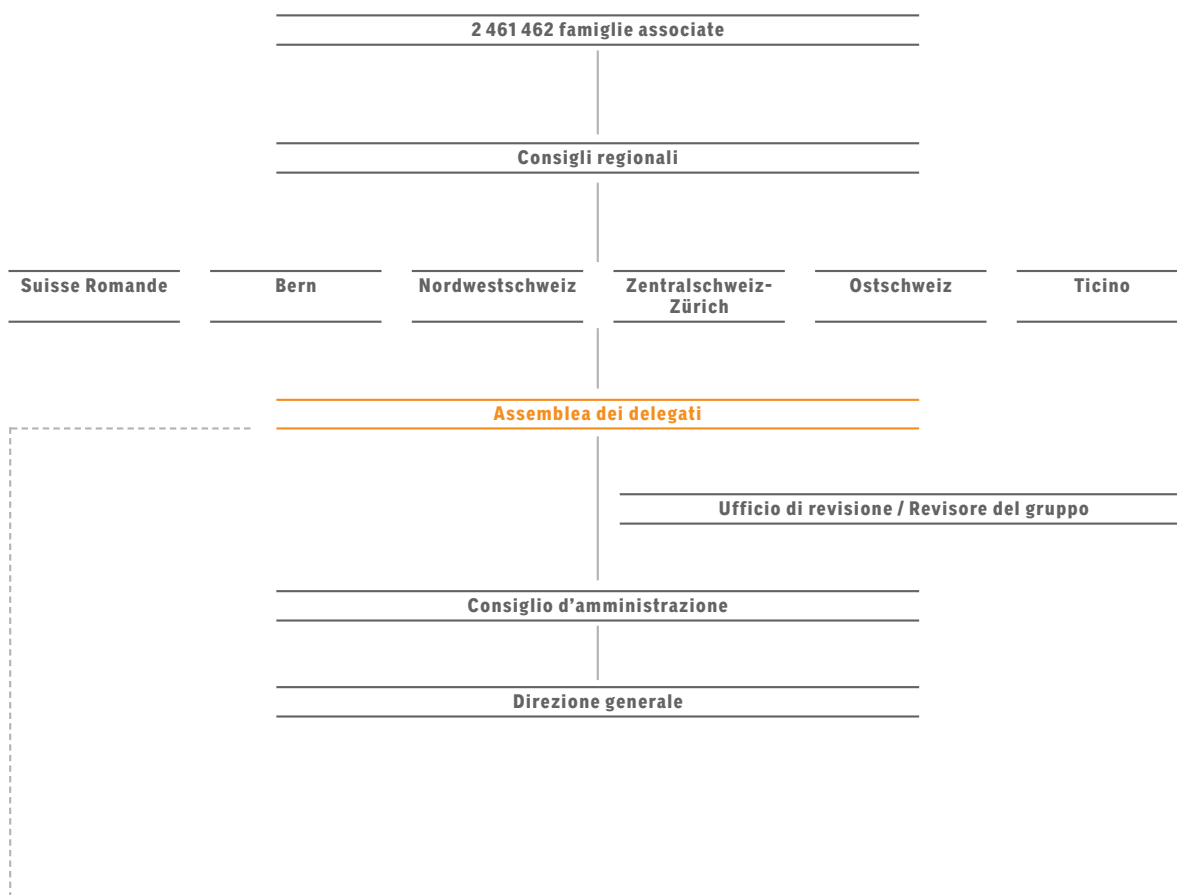
Al Consiglio d'amministrazione spetta la massima direzione di Coop (gestione strategica) e la vigilanza sulla gestione degli affari. Gli incarichi e i poteri descritti nell'art. 29 corrispondono alle prescrizioni per le società anonime (CO 716 a), più severe rispetto a quelle in vigore per le società cooperative. Il Consiglio d'amministrazione è costituito dai sei rappresentanti nominati dalle Regioni nonché da un massimo di altri cinque membri – tra cui un rappresentante della Suisse Romande ed un rappresentante del personale – che vengono eletti dall'Assemblea dei delegati su proposta del Consiglio d'amministrazione. Attualmente nel Consiglio d'amministrazione siedono solo altri tre membri oltre ai rappresentanti delle Regioni, per cui nel complesso il Consiglio d'amministrazione è composto da nove persone. Ad eccezione del rappresentante del personale, gli altri membri del Consiglio d'amministrazione non possono essere impiegati presso Coop o una delle imprese controllate da Coop (netta separazione dei poteri). Il Consiglio d'amministrazione si costituisce da sé, la presidenza è affidata ad un presidente con carica a tempo pieno.

Direzione generale (art. 31 degli statuti)

Per la gestione diretta degli affari (gestione operativa) il Consiglio d'amministrazione nomina una Direzione generale composta da un massimo di 7 persone; essa rappresenta l'organo esecutivo di Coop e agisce sotto la propria responsabilità, benché incarichi e competenze siano disciplinate da un regolamento organizzativo emesso dal Consiglio d'amministrazione. La Direzione generale è presieduta da un presidente (CEO) autorizzato a dare direttive agli altri membri della Direzione generale.

Gli statuti ed altre informazioni sugli organi di Coop si possono consultare su Internet (www.coop.ch; rubrica Info Coop / Organizzazione).

ORGANI E ASSEMBLEA DEI DELEGATI



Membri dei Comitati dei Consigli regionali costituiscono l'Assemblea dei delegati Coop

Regione Suisse Romande	Regione Bern	Regione Nordwestschweiz	Regione Zentral-schweiz-Zürich	Regione Ostschweiz	Regione Ticino
Maurice Balmat	Katharina Bieler	Willi Buess	Hans Aepli	Maria Bieri	Carlo Crivelli
Monika Dash	Hans-Rudolf Blatter	Erika Haefelè-Thoma	Ruth Beck	Peter Fischer	Lucia Gianoli
Hubert Ducry	Lily Frei	Bruno Hess	Beatrice Bertschinger	Michael Fuhrer	Giancarlo Lafranchi
Nicole Hosseini	Manfred Jakob	Trudi Jost	Renato Blum	Peter Gloor	Gabriella Rossetti
Josiane Mayor	Doris Kelterborn	Luciana Maggetti	Markus Eugster	Josef Hemmi	1 seggio vacante
Christine Pasche	Ruth Läderach	Verena Reber	Kurt Feubli	Tarzis Meyerhans	
Jacques Robert	Karl Lauber	Greta Schindler	Ronald Hauser	Suzanne Müller	
Eric Santschy	Martin Schweizer	Peter Schmid	Hans Kissling	Roberto Pedrini	
Pierre Tissot	Felix Truffer	Charles Suter	Lillia Rebsamen	Gerhard Riediker	
Georges-Edouard Vacher	Pierrette Zumwald	Peter Villiger	Otto Rütter	Bruno Stacher	
Christian Volken	Emil Zurbrügg	Jörg Vitelli	Ivo Schmid	Martha Veraguth	

CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE E STRUTTURA DIRIGENZIALE

Consiglio d'amministrazione	Stefan Baumberger	Silvio Bircher	Anton Felder (presidente)
	Michela Ferrari-Testa	Felix Halmer	Irene Kaufmann (vicepresidente)
	Beth Krasna	Jean-Charles Roguet	Giusep Valaulta

Revisione interna	Franz Kessler, responsabile Revisione interna
--------------------------	---

Presidente della Direzione generale
Hansueli Loosli

Membri della Direzione generale

Presidente della DG	Retail	Trading	Marketing / Acquisti	Logistica / Informatica / Produzione	Finanze & Servizi	Immobili
Hansueli Loosli	Hansueli Loosli	Rudolf Burger	Jürg Peritz	Jörg Ackermann	Hans Peter Schwarz	Jean-Marc Chapuis
	Regioni di vendita (REV)			Regioni logistiche (REL)		Regioni Immobiliari (REI)
Personale / Formazione	REV Suisse Romande	Grandi Magazzini	CCM Prodotti freschi / Ristoranti	REL Suisse Romande	Finanze	REI Suisse Romande
Segretariato generale	REV Bern	Edile+Hobby	CCM Alimenti di base / Bevande	REL Bern	Contabilità	REI Bern
Comunicazione / Assicurazione qualità	REV Nordwestschweiz	Divisione Toptip / Lumimart	CCM	REL Nordwestschweiz	Controlling	REI Nordwestschweiz
	REV Zentralschweiz-Zürich	Divisione IMPORT PARFUMERIE / CHRIST	CCM Near Food / Casa / Tempo libero	REL Zentralschweiz-Zürich	Sicurezza / Servizi	REI Nordwestschweiz
	REV Ostschweiz-Ticino	Divisione Interdiscount	CCM Tessili	REL Ostschweiz-Ticino	Progetti	REI Zentralschweiz-Zürich / Ostschweiz-Ticino
	Total Store	Total Store	CCM Flagship	Servizio centrale	Finanze & Servizi	REI Zentralschweiz-Zürich / Ostschweiz-Ticino
	Pubblicità	Coop Vitality AG	CCM Grandi Magazzini	Logistica / Panetterie		Centri commerciali nazionali
		Coop Mineraloel AG	Acquisti / Approvvigionamento Food	Logistica nazionale Pratteln		Economia aziendale
			Acquisti / Approvvigionamento Non Food	Logistica nazionale Wangen		EA / Controlling
			Controlling / Sistemi / Procedimenti / Progetti	BâleHotels		
			Eurogroup SA	Informatica		
			Eurogroup Far East Ltd.	Produzione		
				Bell Holding AG		

MANAGEMENT

Al 1° aprile 2007

Direzione generale (DG)

Hansueli Loosli, presidente della DG
Jörg Ackermann, capo Direzione Logistica / Informatica / Produzione
Rudolf Burger, capo Direzione Trading
Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili
Jürg Peritz, capo Direzione Marketing / Acquisti
Hans Peter Schwarz, capo Direzione Finanze & Servizi

August Harder, responsabile Informatica / Produzione a.i.
Hans Ludwig, responsabile Logistica a.i.

Presidenza della Direzione generale

Hansueli Loosli, presidente della DG
Peter Keller, responsabile Personale / Formazione nazionale
Markus Schelker, responsabile Segretariato generale
Felix Wehrle, responsabile Comunicazione / Assicurazione qualità

Walter Stutz, responsabile Centro qualità

Direzione Retail

Hansueli Loosli, presidente della DG
Livio Bontognali, responsabile Regione di vendita OT
Theo Jost, responsabile Regione di vendita ZZ
Raymond Léchaire, responsabile Regione di vendita SR
André Mislin, responsabile Regione di vendita NW
Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Heino Peier, responsabile Pubblicità
Herbert Zaugg, responsabile Total Store

Benedikt Pachlatko, responsabile Gestione clienti

Regione di vendita Suisse Romande (SR)

Raymond Léchaire, responsabile Regione di vendita SR
Stéphane Bossel, responsabile EA / Controlling
Jean-Claude Chapuisat, responsabile Personale / Formazione
Patrick Fauchère, responsabile Vendita 1
Sissigno Murgia, responsabile Vendita 2

Regione di vendita Bern (BE)

Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Rico Bossi, responsabile Vendita
Bernhard Friedli, responsabile EA / Controlling
Bruno Piller, responsabile Personale / Formazione

Regione di vendita Nordwestschweiz (NW)

André Mislin, responsabile 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, responsabile 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, responsabile 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

Rudolf Burger, capo Direzione Trading
Beat Ammann, responsabile EA / Controlling
Reto Grubenmann, resp. Divisione IMPORT PARFUMERIE / CHRIST
Peter Meier, responsabile Total Store
Martin von Bertrab, responsabile Personale / Formazione

Grandi Magazzini

Urs Jordi, responsabile Grandi Magazzini
Jürg Birkenmeier, responsabile Regione Est
Michel Produit, responsabile Regione Ovest
Daniel Zimmermann, responsabile Regione Centro

Edile+Hobby

Kaspar Niklaus, responsabile Edile+Hobby (E+H)
Urs Müller, responsabile CCM E+H
Rainer Pietrek, CCM Giardinaggio / Piante
Dieter Strub, CCM Abitare / Tempo libero / Sport
Walter Studer, CCM Giardinaggio / Near Food e Oggettistica
Matthias Wermuth, CCM Artigianato

Interdiscount

Joos-Rudolf Sutter, responsabile Divisione Interdiscount
Andreas Frischknecht, responsabile Vendita Store
Daniel Hintermann, responsabile EA / Controlling / Logistica / IT / Servizi
Pierre Pfaffhauser, responsabile Personale / Formazione
Daniel Stucker, responsabile Acquisti

Toptip / Lumimart

Olaf Winter, responsabile Divisione Toptip / Lumimart
Thomas Bichler, responsabile Logistica
Peter Ruflin, responsabile Vendite

Direzione Marketing / Acquisti

Jürg Peritz, capo Direzione Marketing / Acquisti
Jörg Ledermann, resp. Controlling / Sistemi / Procedimenti / Progetti
Christoph Theler, responsabile Studi di mercato / Servizio consumatori / Pianificazione delle vendite

CCM Prodotti freschi / Ristoranti

Philipp Wyss, responsabile CCM Prodotti freschi / Ristoranti
Marie-Claire Chepca Cordier, CCM Latte e latticini / Uova
Marlies Hartmann Käfer, CCM Pane / Prodotti di panetteria
Alfred Leder, CCM Frutta / Verdura
Marc Muntwyler, CCM Carne / Prodotti a base di carne
Hans Thurnheer, CCM Ristoranti

CCM Alimentazione di base / Bevande

Roland Frefel, responsabile CCM Alimenti di base / Bevande
Pius Buchmann, CCM Vini / Spumanti
Markus Schmid, CCM Colazione / Contorni / Prodotti per pasticceria / Articoli per animali
Beat Seeger, CCM Bevande rinfrescanti / Liquori / Articoli per fumatori
Bernhard Studer, CCM Prodotti convenienza a lunga conservazione

CCM Near Food / Casa / Tempo libero

Helmüt Träris-Stark, responsabile CCM Near Food / Casa / Tempo libero
Bruno Cabernard, CCM Articoli per le feste / Stampa / Elettronica di consumo
Kerstin Czermak, CCM Detersivi e detersivi / Igiene
Manuel Gonzalez, CCM Articoli di cancelleria / Libri / Articoli di viaggio
Daniel Walker, CCM Cucina / Elettrodomestici
Peter Willimann, CCM Profumi / Cura del corpo / Vitashop

CCM Tessili

Sandro Corpina, responsabile CCM Tessili
Daniel Gerber, CCM Abbigliamento per bambini / Giocattoli
Simone Gössling, CCM Articoli per la tavola e per la casa
Valentin Lüthi, CCM Abbigliamento / biancheria intima da donna
Sonya Suscetta, CCM Accessori / Gioielli / Orologi / Calzature / Pelletteria / Calzetteria

Acquisti / Approvvigionamento Food

Lorenz Wyss, responsabile Acquisti / Approvvigionamento Food
Christoph Bürki, Pool Acquisti (PA) Bevande
Christian Guggisberg, PA Frutta / Verdura / Fiori / Piante
Renato Isella, PA Pane / Latte e latticini / Formaggi / Prodotti surgelati
Michael Sieber, PA Alimentazione di base
Robert Trachsler, Pool approvvigionamento Food
Ernst Seiler, responsabile Eurogroup SA

Acquisti / Approvvigionamento Non Food

Philipp Schenker, responsabile Acquisti / Approvvigionamento Non Food
Franco Baumann, PA Casa / Tempo libero
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 Ebner, responsabile Regione logistica OT
August Harder, responsabile Informatica / Produzione a.i.
Marc Haubensak, responsabile BâleHotels
Hans Ludwig, responsabile Logistica a.i.
Lorenzo Pelucchi, responsabile Divisione Sunray
Domenico Repetto, responsabile Regione logistica BE
Andreas Schwab, responsabile Servizio centrale Logistica / Panetterie
Niklaus Stehli, responsabile Regione logistica NW
Guy Théoduloz, responsabile Regione logistica SR
Daniel Woodtli, responsabile Logistica nazionale Pratteln
Beat Zaugg, responsabile Logistica nazionale Wangen
Josef Zettel, responsabile Regione logistica ZZ

Produzione

Josef Achermann, responsabile Produzione
Walter Käser, responsabile Divisione CWK / SCS
Anton von Weissenfluh, responsabile Divisione Chocolats Halba

Direzione Finanze & Servizi

Hans Peter Schwarz, capo Direzione Finanze & Servizi
Konrad Burkhalter, responsabile Contabilità
Björn Carow, responsabile Progetti Finanze & Servizi
Hansjörg Klossner, responsabile Controlling
Beat Leuthardt, responsabile Finanze

Direzione Immobili

Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili / responsabile Regione immobiliare SR
Stefano Donzelli, responsabile EA / Controlling
Peter Meier, responsabile Regione immobiliare ZZ-OT
Christoph Ottrubay, responsabile Regione immobiliare BE
Philippe Sublet, responsabile Centri commerciali nazionali
Danilo Zampieri, responsabile Regione immobiliare NW

IL GRUPPO COOP IN CIFRE

54	Fatturato di cassa / Vendite dirette	66	Conto economico consolidato
55	Cifra d'affari al dettaglio	67	Bilancio consolidato
56	Quote di mercato	68	Conto consolidato dei flussi finanziari
57	Punti di vendita	69	Situazione capitale proprio
58	Società affiliate / Divisioni / Crediti bancari	70	Allegato al conto annuale consolidato
59	Dati finanziari / Ripartizione investimenti	70	Principi di consolidamento
60	Collaboratori	71	Principi di valutazione di alcune poste selezionate
62	Conto valore aggiunto	72	Spiegazioni relative al conto annuale consolidato 2006
63	Evoluzione dei dati	73	Spiegazioni relative al conto economico consolidato
64	Dati relativi all'ecologia	75	Spiegazioni relative al bilancio consolidato
		80	Spiegazioni relative al conto consolidato dei flussi finanziari
		81	Altre informazioni sul conto annuale consolidato
		83	Area di consolidamento
		84	Rapporto del Revisore del conto di gruppo

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

FATTURATO DI CASSA / VENDITE DIRETTE

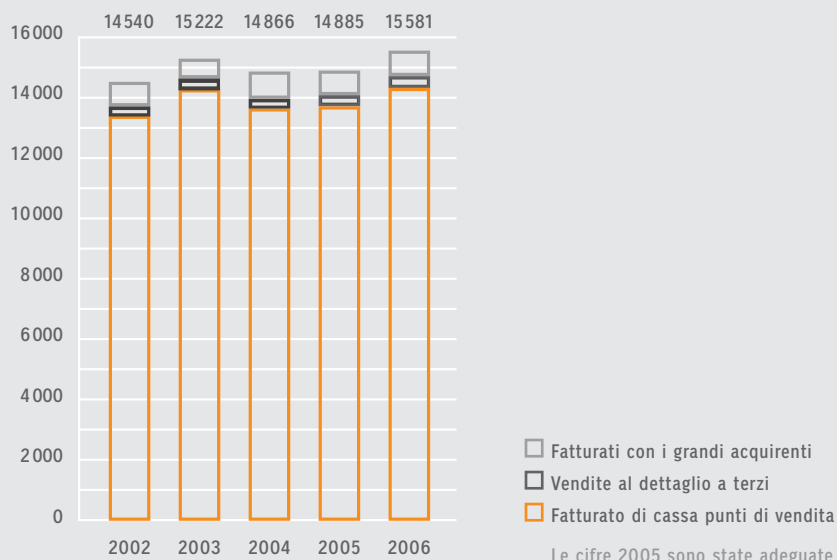
			Variazione	Variazione
		mio. di CHF	mio. di CHF	%
		2006	2005 ¹	
Supermercati A	250–600 m ²	3 477	3 497	– 0,6
Supermercati B	800–1400 m ²	2 860	2 787	+ 2,6
Supermercati C	1800–3000 m ²	2 721	2 535	+ 7,4
Supermercati		9 058	8 818	+ 2,7
Megastore	4500–8000 m ²	751	678	+ 10,8
Supermercati / Megastore		9 809	9 497	+ 3,3
Altri		2	2	+ 3,3
Coop Retail		9 811	9 498	+ 3,3
Grandi Magazzini		939	938	+ 0,1
Edile+Hobby		642	634	+ 1,2
Interdiscount		894	887	+ 0,8
Toptip e Lumimart		240	245	– 2,4
IMPORT PARFUMERIE		147	142	+ 3,1
Altri		3	3	+ 2,7
Coop Trading		2 864	2 850	+ 0,5
Alberghi		30	29	+ 2,7
Coop		12 705	12 377	+ 328
Alcoba Distribution SA		69	78	– 8
AX4 Holding AG (CHRIST)		95		+ 0,0
Gruppo Bell (punti di vendita)		15	15	+ 0,9
Stazioni di servizio		982	873	+ 12,5
Coop Pronto nelle stazioni di servizio		275	231	+ 19,1
Coop Pronto stand alone		110	86	+ 28,7
Coop Mineraloel AG		1 367	1 190	+ 14,9
Coop Vitality AG		48	31	+ 57,5
Fatturato di cassa punti di vendita		14 300	13 690	+ 609
Shop Internet		49	28	+ 75,5
Vendite al dettaglio a terzi		351	331	+ 6,0
Cifra d'affari al dettaglio		14 699	14 049	+ 650
Fatturati con i grandi acquirenti		882	836	+ 5,5
Fatturato di cassa / Vendite dirette		15 581	14 885	+ 696

¹ Le cifre sono state adeguata

FATTURATO DI CASSA / VENDITE DIRETTE / CIFRA D'AFFARI AL DETTAGLIO

Fatturato di cassa / Vendite dirette

mio. di CHF

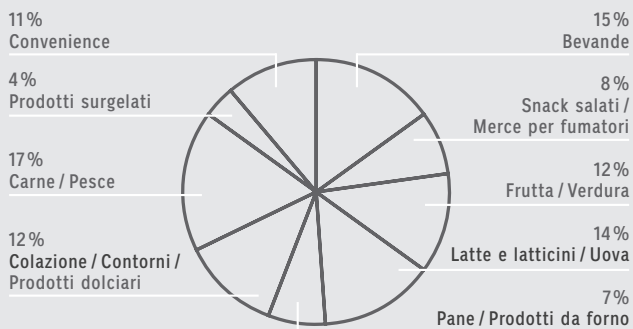


Cifra d'affari al dettaglio secondo categorie principali

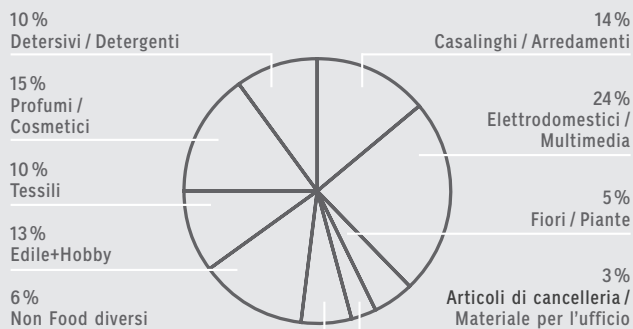
mio. di CHF



Food

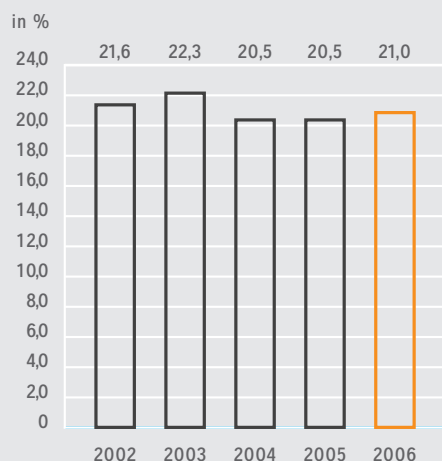


Non Food

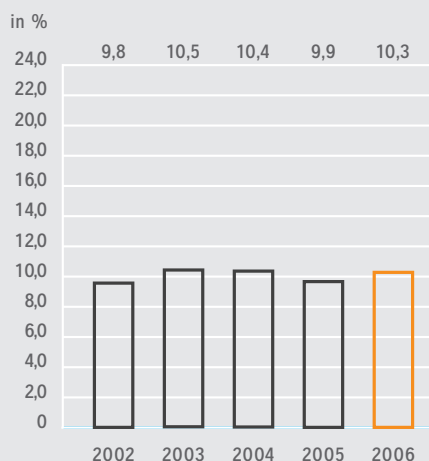


QUOTE DI MERCATO

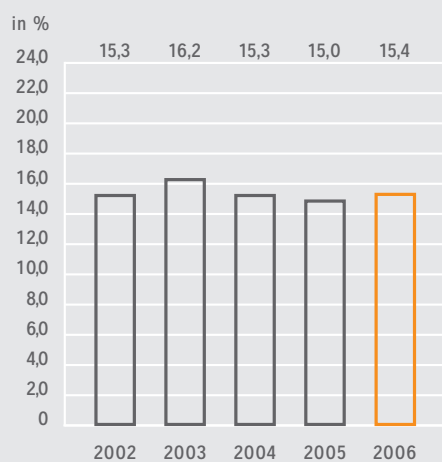
Food



Non Food



Gruppo Coop



	mio. di CHF 2002	mio. di CHF 2003	mio. di CHF 2004	mio. di CHF 2005	mio. di CHF 2006
Cifra d'affari al dettaglio	13 536	14 396	13 983	14 065	14 699
<i>./. stazioni di servizio, combustibili e carburanti</i>	<i>603</i>	<i>723</i>	<i>845</i>	<i>1 036</i>	<i>1 167</i>
Cifra d'affari al dettaglio per quote di mercato	12 933	13 673	13 138	13 029	13 532
Volume di mercato Food	39 565	40 593	41 324	41 407	41 909
Volume di mercato Non Food	45 099	43 986	44 524	45 557	46 013
Volume complessivo secondo BAK¹	84 664	84 579	85 848	86 964	87 922

¹ Base dei dati: Volume complessivo secondo «CH-Konsum» gennaio 2007, BAK Economics Basel

PUNTI DI VENDITA

	Punti di vendita		Superficie di vendita		Fatturato di cassa punti di vendita			
	numero al 31.12		m ² al 31.12		mio. di CHF	mio. di CHF	%	Quota %
	2006	2005	2006	2005	2006	2005 ¹		
Supermercati A 250-600 m ²	534	541	284 391	285 954	3 477	3 497	- 0,6	24,3
Supermercati B 800-1400 m ²	167	166	242 387	243 010	2 860	2 787	+ 2,6	20,0
Supermercati C 1800-3000 m ²	88	84	246 315	242 092	2 721	2 535	+ 7,4	19,0
Supermercati	789	791	773 093	771 056	9 058	8 818	+ 2,7	63,3
Megastore 4500-8000 m ²	13	13	75 517	71 058	751	678	+ 10,8	5,3
Supermercati / Megastore	802	804	848 610	842 114	9 809	9 497	+ 3,3	68,6
Altri	1	1	290	290	2	2	+ 3,3	0,0
Coop Retail	803	805	848 900	842 404	9 811	9 498	+ 3,3	68,6
Grandi Magazzini	34	33	140 922	137 877	939	938	+ 0,1	6,6
Edile+Hobby	67	67	267 698	260 795	642	634	+ 1,2	4,5
Interdiscount	178	174	60 093	57 715	894	887	+ 0,8	6,3
Toptip e Lumimart	58	58	152 503	143 587	240	245	- 2,4	1,7
IMPORT PARFUMERIE	93	86	9 238	8 722	147	142	+ 3,1	1,0
Altri	1	1	150	292	3	3	+ 2,7	0,0
Coop Trading	431	419	630 604	608 988	2 864	2 850	+ 0,5	20,0
Alberghi	3	3			30	29	+ 2,7	0,2
Coop	1 237	1 227	1 479 504	1 451 392	12 705	12 377	+ 2,6	88,8
Alcoba Distribution SA	2	2	9 002	9 002	69	78	- 10,8	0,5
AX4 Holding AG (CHRIST)	78		5 873		95			0,7
Gruppo Bell (punti di vendita)	24	22	801	751	15	15	+ 0,9	0,1
Stazioni di servizio	150	136			982	873	+ 12,5	6,9
Coop Pronto nelle stazioni di servizio	(138)	(122)	12 537	10 326	275	231	+ 19,1	1,9
Coop Pronto stand alone	34	31	5 265	4 646	110	86	+ 28,7	0,8
Coop Mineraloel AG	184	167	17 802	14 972	1 367	1 190	+ 14,9	9,6
Coop Vitality AG	21	19	5 260	4 790	48	31	+ 57,5	0,3
Società affiliate	309	210	38 738	29 515	1 594	1 313	+ 21,5	11,2
Punti di vendita	1 546	1 437	1 518 242	1 480 907	14 300	13 690	+ 4,5	100,0

¹ Le cifre sono state adeguata

SOCIETÀ AFFILIATE / DIVISIONI / CREDITI BANCARI

Società affiliate	Ricavo netto		Impiegati a tempo pieno	Capitale sociale al 31.12	
	Area di consolidamento			mio. di CHF	%
	mio. di CHF	mio. di CHF	2006		
Alcoba Distribution SA	69	69	171	4,7	50,0
AX4 Holding AG (CHRIST)	88		480	5,7	100,0
Gruppo Bell	1 496	1 453	3 094	2,0	60,5
Centri di formazione Coop Muttenz e Jongny	13	13	70	0,4	100,0
Coop Mineraloel AG	1 449	1 262	68	10,0	51,0
Coop Vitality AG	48	31	166	5,0	51,0

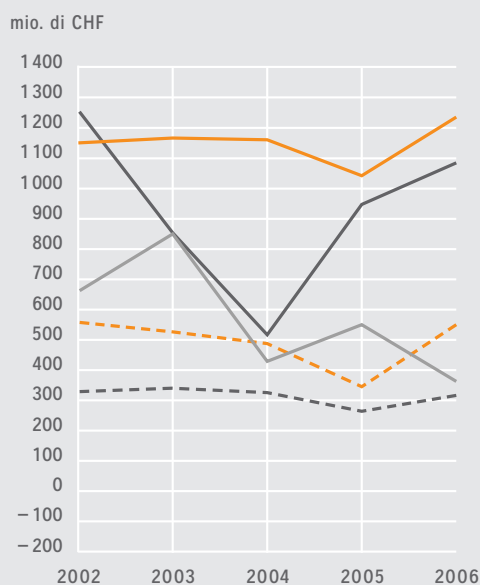
Divisioni			Variazione	Variazione
	mio. di CHF			
	2006	2005 ¹	2006	2006
Fatturato di cassa	894	887	+ 7	+ 0,8
Vendite al dettaglio a terzi	15	17	- 2	- 13,5
Divisione Interdiscount	909	904	+ 5	+ 0,5
Fatturato di cassa Toptip	211	214	- 3	- 1,2
Fatturato di cassa Lumimart	28	31	- 3	- 9,1
Vendite al dettaglio a terzi		0	- 0	
Divisione Toptip / Lumimart	240	245	- 6	- 2,3
Fatturato di cassa	147	142	+ 4	+ 3,1
Vendite al dettaglio a terzi	1	1	+ 0	+ 19,7
Divisione IMPORT PARFUMERIE	148	143	+ 5	+ 3,2

¹ Le cifre sono state adeguata

Crediti bancari	Limite		Uso		Limite disponibile	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005
al 31.12						
Grandi banche	411	664	11	33	400	631
Banche cantonali	535	686	154	454	381	233
Banche regionali	44	118	44	78	0	40
Banca Coop	110	110	37	69	73	41
Banche estere Svizzera	150	150	110	110	40	40
Banche estere	355	350	267	248	88	101
Banche	1 606	2 078	625	992	981	1 086
Prestiti bancari a breve termine			165	153		
Prestiti bancari a lungo termine			372	447		
Ipoteche bancarie			88	391		
Crediti bancari			625	992		

DATI FINANZIARI / RIPARTIZIONE INVESTIMENTI

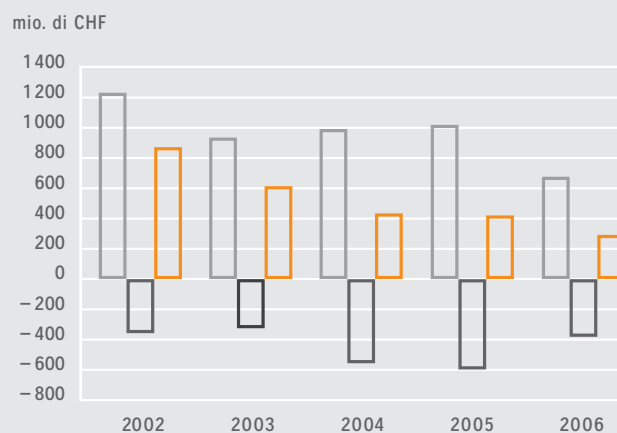
Dati finanziari



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

Le cifre 2005 sono state adeguuate

Ripartizione investimenti netti immobili, impianti e attrezzature



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

Le cifre 2005 sono state adeguuate

	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF
	2002	2003	2004	2005 ¹	2006
Regione Suisse Romande	203	146	130	140	143
Regione Bern	162	123	135	174	81
Regione Nordwestschweiz	519	384	344	454	251
Regione Zentralschweiz-Zürich	175	113	274	172	96
Regione Ostschweiz-Ticino	177	172	116	83	114
Investimenti lordi immobili, impianti e attrezzature	1 236	938	998	1 022	685
Disinvestimenti immobili, impianti e attrezzature	-360	-327	-559	-599	-390
Investimenti netti immobili, impianti e attrezzature	876	611	439	423	295
Investimenti netti partecipazioni / Immobilizzazioni finanziarie	-207	247	-8	-129	83
Investimenti netti	669	858	431	552	377
Cash flow d'esercizio (EBITDA)	1 151	1 177	1 171	1 039	1 237
Risultato d'esercizio (EBIT)	563	531	491	348	553
Utile annuale	331	341	320	270	310
Flusso di fondi da attività imprenditoriale	1 255	864	512	957	1 088

¹ Le cifre sono state adeguuate

COLLABORATORI

	2006	2005	Variazione	%
REV Suisse Romande	3 969	3 972	- 3	- 0,1
REV Bern	3 013	3 061	- 48	- 1,6
REV Nordwestschweiz	3 606	3 828	- 222	- 5,8
REV Zentralschweiz-Zürich	4 128	4 270	- 142	- 3,3
REV Ostschweiz-Ticino	3 972	4 090	- 118	- 2,9
Servizio comune Retail	65	72	- 7	- 10,3
Retail	18 752	19 293	- 541	- 2,8
Grandi Magazzini	2 781	3 187	- 406	- 12,7
Edile+Hobby	1 344	1 341	+ 3	+ 0,2
Interdiscount	1 641	1 667	- 26	- 1,5
Toptip e Lumimart	621	642	- 21	- 3,3
IMPORT PARFUMERIE	385	356	+ 29	+ 8,3
Servizio comune Trading	129	38	+ 91	+ 240,3
Trading	6 902	7 231	- 329	- 4,5
Logistica	4 459	4 808	- 350	- 7,3
Produzione	542	597	- 55	- 9,3
Altri servizi comuni¹	2 567	1 879	+ 688	+ 36,6
Casa madre Coop	33 221	33 808	- 587	- 1,7
AX4 Holding AG (CHRIST)	480		+ 480	
Gruppo Bell	3 094	3 146	- 52	- 1,7
Coop Mineraloel AG	68	60	+ 8	+ 13,5
Coop Vitality AG	166	107	+ 59	+ 54,8
Altre società	242	249	- 7	- 2,8
Unità di persone a tempo pieno (compr. persone in formazione)	37 271	37 370	- 99	- 0,3

¹ Dal 2006 le unità di persone a tempo pieno con lunghe assenze dovute a malattia, infortunio o maternità sono inserite negli altri servizi comuni (700).

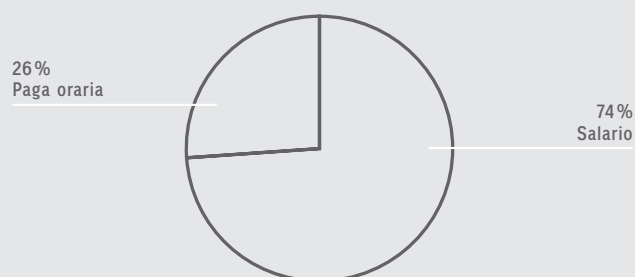
REV Suisse Romande	5 337	5 192	+ 145	+ 2,8
REV Bern	4 210	4 241	- 31	- 0,7
REV Nordwestschweiz	4 581	4 694	- 113	- 2,4
REV Zentralschweiz-Zürich	5 692	5 445	+ 247	+ 4,5
REV Ostschweiz-Ticino	5 262	5 192	+ 70	+ 1,3
Servizio comune Retail	66	72	- 6	- 8,3
Retail	25 148	24 836	+ 312	+ 1,3
Grandi Magazzini	3 413	3 636	- 223	- 6,1
Edile+Hobby	1 644	1 610	+ 34	+ 2,1
Interdiscount	1 786	1 783	+ 3	+ 0,2
Toptip e Lumimart	756	738	+ 18	+ 2,4
IMPORT PARFUMERIE	531	492	+ 39	+ 7,9
Servizio comune Trading	142	37	+ 105	+ 283,8
Trading	8 272	8 296	- 24	- 0,3
Logistica	5 030	5 137	- 107	- 2,1
Produzione	597	655	- 58	- 8,9
Altri servizi comuni	2 096	2 103	- 7	- 0,3
Casa madre Coop	41 143	41 027	+ 116	+ 0,3
AX4 Holding AG (CHRIST)	512		+ 512	
Gruppo Bell	3 219	3 326	- 107	- 3,2
Coop Mineraloel AG	70	62	+ 8	+ 12,9
Coop Vitality AG	262	216	+ 46	+ 21,3
Altre società	278	285	- 7	- 2,5
Persone (compr. persone in formazione) al 31.12	45 484	44 916	+ 568	+ 1,3

	2006	2005	Variazione	%
REV Suisse Romande	302	220	+ 82	+ 37,3
REV Bern	182	140	+ 42	+ 30,0
REV Nordwestschweiz	282	248	+ 34	+ 13,7
REV Zentralschweiz-Zürich	318	293	+ 25	+ 8,5
REV Ostschweiz-Ticino	241	224	+ 17	+ 7,6
Servizio comune Retail				
Retail	1 325	1 125	+ 200	+ 17,8
Grandi Magazzini	164	163	+ 1	+ 0,6
Edile+Hobby	117	85	+ 32	+ 37,6
Interdiscount	329	306	+ 23	+ 7,5
Toptip e Lumimart	20	16	+ 4	+ 25,0
IMPORT PARFUMERIE	55	46	+ 9	+ 19,6
Servizio comune Trading	5	0	+ 5	
Trading	690	616	+ 74	+ 12,0
Logistica	112	101	+ 11	+ 10,9
Produzione	12	15	- 3	- 20,0
Altri servizi comuni	66	68	- 2	- 2,9
Casa madre Coop	2 205	1 925	+ 280	+ 14,5
AX4 Holding AG (CHRIST)	24		+ 24	
Gruppo Bell	53	59	- 6	- 10,2
Coop Mineraloel AG	3	3		
Coop Vitality AG	35	27	+ 8	+ 29,6
Altre società	3	3		
Persone in formazione al 31.12	2 323	2 017	+ 306	+ 15,2

Sesso



Tipo di remunerazione



Nazionalità



Persone in formazione

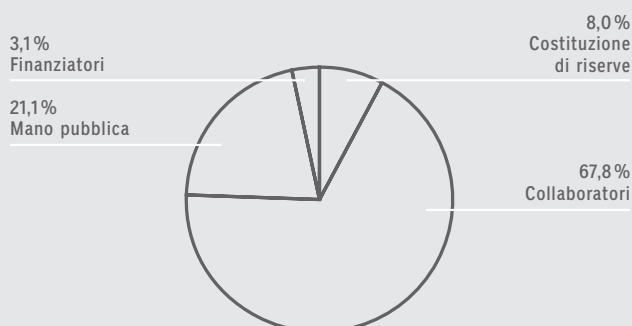


CONTO VALORE AGGIUNTO

	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2005 ¹	Variazione %
Fatturato di cassa / Vendite dirette	15 581	14 885	+ 4,7
Costi merci	- 9 298	- 8 954	+ 3,8
Altri costi	- 1 593	- 1 519	+ 4,9
Prestazioni anticipate	- 10 891	- 10 474	+ 4,0
Valore aggiunto lordo	4 690	4 412	+ 6,3
Ammortamenti / Accantonamenti	- 797	- 670	+ 18,9
Valore aggiunto netto	3 893	3 741	+ 4,1
Stipendi e salari	- 2 065	- 2 030	+ 1,7
Prestazioni sociali	- 435	- 419	+ 4,0
Altri costi del personale	- 98	- 80	+ 23,2
Sconti per il personale inclusi superpunti per il personale	- 45	- 48	- 6,1
Collaboratori	- 2 643	- 2 577	+ 2,6
Imposte	- 66	- 54	+ 23,4
Imposte aziendali, tasse e spese	- 58	- 60	- 3,9
Dazi doganali	- 569	- 542	+ 4,9
Imposta sul valore aggiunto	- 127	- 119	+ 7,0
Mano pubblica	- 821	- 775	+ 5,8
Finanziatori	- 119	- 119	- 0,4
Costituzione (-) / Prelievo (+) di riserve	- 310	- 270	+ 14,8
Ripartizione del valore aggiunto	- 3 893	- 3 741	+ 4,1

¹ Le cifre sono state adeguata

Ripartizione del valore aggiunto



EVOLUZIONE DEI DATI

	2002	2003	2004	2005 ¹	2006
Dati finanziari consolidati in milioni di CHF					
Cifra d'affari al dettaglio	13 536	14 396	13 969	14 049	14 699
Fatturato di cassa / Vendite dirette	14 361	15 222	14 852	14 885	15 581
Ricavo netto da forniture e servizi	13 721	14 434	14 127	14 133	14 785
Cash flow d'esercizio (EBITDA)	1 151	1 177	1 171	1 039	1 237
Risultato d'esercizio (EBIT)	563	531	491	348	553
Risultato finanziario	- 166	- 98	- 103	- 91	- 69
Risultato annuale	331	341	320	270	310
Debiti finanziari	4 464	4 448	4 360	3 980	3 297
Debito finanziario netto	4 019	4 115	4 049	3 701	3 017
Capitale proprio incl. partecipazioni minoritarie	3 625	3 930	4 264	4 602	4 931
Quota di capitale proprio in %	32,7	34,5	37,8	40,9	44,8
Somma del bilancio	11 095	11 385	11 290	11 249	10 999
Flusso di liquidi prima della variazione dell'attivo circolante netto	971	849	936	818	1 068
Flussi di liquidi da attività d'esercizio	1 255	864	512	957	1 088
Flussi di liquidi da attività d'investimento	- 669	- 858	- 431	- 552	- 377
Flussi di liquidi da attività finanziarie	- 636	- 119	- 102	- 397	- 711
Collaboratori					
Persone al 31.12	49 247	50 406	47 158	44 916	45 484
Unità di persone a tempo pieno	40 528	41 249	39 292	37 370	37 271
Quota di mercato in % (Base: volume di mercato BAK)					
Food	21,6	22,3	20,5	20,5	21,0
Non Food	9,8	10,5	10,4	9,9	10,3
Gruppo Coop	15,3	16,2	15,3	15,0	15,4
Punti di vendita					
Numero di punti di vendita al 31.12	1 487	1 513	1 433	1 437	1 546
Superficie di vendita in m ² al 31.12	1 354 405	1 458 149	1 464 070	1 480 907	1 518 242
Fatturato di cassa in milioni di CHF	13 187	14 032	13 649	13 690	14 300
Famiglie associate					
Numero di famiglie al 31.12	2 149 863	2 250 740	2 323 602	2 316 223	2 461 462

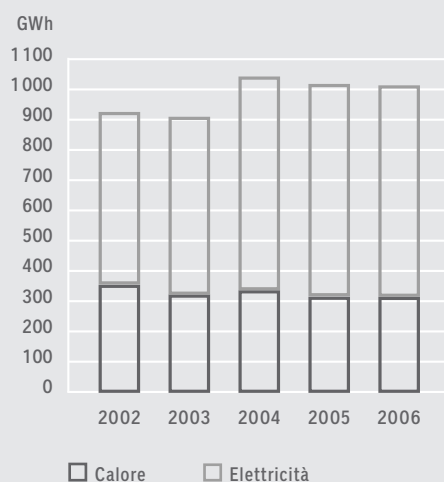
¹ Le cifre sono state adeguata

DATI RELATIVI ALL'ECOLOGIA

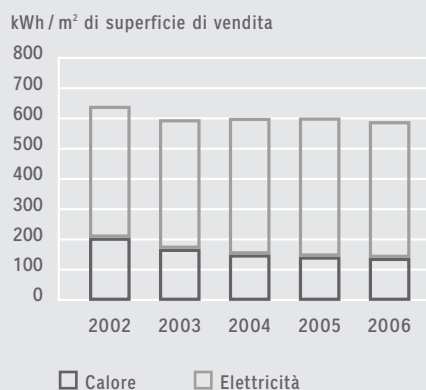
Periodo di rilevazione dei dati relativi all'energia da luglio a giugno, altri dati anno civile	2006	2005	%
Fatturato dei label di fiducia con immagine ecologica e sociale in migliaia di CHF			
Coop Naturaplan	1 062 050	1 048 156	+ 1,3
Coop Naturaline	56 765	50 648	+ 12,1
Coop Oecoplan	94 488	94 396	+ 0,1
Max Havelaar	110 560	112 357	- 1,6
Cifra d'affari	1 323 863	1 305 557	+ 1,4
Consumo elettrico in MWh			
Punti di vendita ¹	558 650	571 350	- 2,2
Centrali di distribuzione	90 992	89 897	+ 1,2
Aziende di produzione	43 292	41 267	+ 4,9
Amministrazione centrale	7 951	7 366	+ 7,9
Consumo	700 885	709 880	- 1,3
Consumo punti di vendita per m ² di superficie di vendita in kWh	450	464	- 2,9
Consumo punti di vendita per ogni 1000 di CHF di cifra d'affari in kWh	49	52	- 4,9
Consumo termico in MWh			
Punti di vendita ¹	174 265	179 009	- 2,7
Centrali di distribuzione	100 887	99 401	+ 1,5
Aziende di produzione	31 037	28 622	+ 8,4
Amministrazione centrale	3 114	2 983	+ 4,4
Consumo	309 303	310 016	- 0,2
Consumo punti di vendita per m ² di superficie di vendita in kWh	140	145	- 3,3
Consumo punti di vendita per ogni 1000 di CHF di cifra d'affari in kWh	15	16	- 5,3

¹ Supermercati, Grandi Magazzini, Edile+Hobby

Consumo di energia



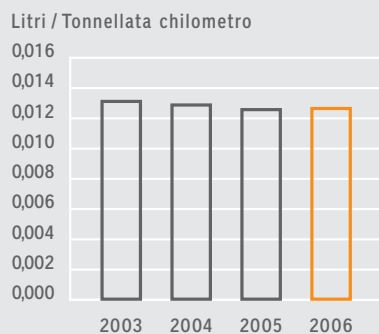
Consumo specifico di energia punti di vendita



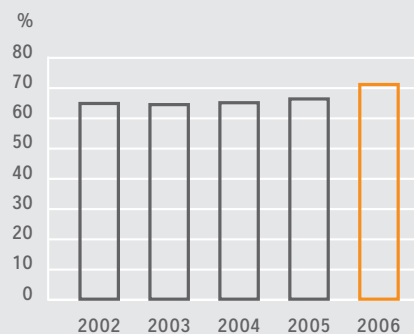
	2006	2005	%
Consumo di energia (Elettricità e Calore) in MWh			
Punti di vendita ¹	732 915	750 359	- 2,3
Centrali di distribuzione	191 879	189 298	+ 1,4
Aziende di produzione	74 329	69 889	+ 6,4
Amministrazione centrale	11 065	10 349	+ 6,9
Consumo	1 010 188	1 019 896	- 1,0
Consumo punti di vendita per m ² di superficie di vendita in kWh	590	609	- 3,0
Consumo punti di vendita per ogni 1 000 di CHF di cifra d'affari in kWh	64	68	- 5,0
Emissioni di biossido di carbonio (CO₂) in t			
Punti di vendita ¹	38 607	39 875	- 3,2
Centrali di distribuzione	15 516	16 585	- 6,4
Aziende di produzione	5 679	5 236	+ 8,5
Amministrazione centrale	324	304	+ 6,5
Emissioni	60 126	62 001	- 3,0
Consumo d'acqua in m³			
Centrali di distribuzione	332 081	349 090	- 4,9
Aziende di produzione	150 941	149 361	+ 1,1
Amministrazione centrale	17 298	16 342	+ 5,8
Consumo	500 320	514 793	- 2,8
Consumo di diesel per camion per tonnellata chilometro in litri			
Consumo	0,0127	0,0127	+ 0,2
Riciclaggio in %			
Centrali di distribuzione con consegna rifiuti dai punti di vendita	72	62	+ 16,1
Altre centrali di distribuzione	82	76	+ 8,6
Aziende di produzione	69	79	- 12,7
Amministrazione centrale	50	42	+ 19,0

¹ Supermercati, Grandi Magazzini, Edile+Hobby

Consumo specifico di diesel per camion



Riciclaggio totale



CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

	Spiegazioni	mio. di CHF 2006	Quota %	mio. di CHF 2005 ¹	Quota %
Ricavo netto da forniture e servizi	1	14 785	100,0	14 133	100,0
Costi merci		- 9 867		- 9 497	
Ricavo d'esercizio		4 918	33,3	4 636	32,8
Altri ricavi d'esercizio	2	686		677	
Costi personale	3	- 2 598		- 2 529	
Costi pubblicità		- 341		- 359	
Altri costi d'esercizio	4	- 1 427		- 1 386	
Cash-flow d'esercizio (EBITDA)		1 237	8,4	1 039	7,4
Ammortamenti	5	- 685		- 691	
Risultato d'esercizio (EBIT)		553	3,7	348	2,5
Risultato finanziario	6	- 69		- 91	
Risultato ordinario		484	3,3	257	1,8
Risultato non operativo	7	40		138	
Risultato straordinario	8	- 75		- 26	
Risultato prima della detrazione delle imposte (EBT)		449	3,0	369	2,6
Imposte	9	- 103		- 66	
Risultato al netto delle imposte		346	2,3	303	2,1
Partecipazione di terzi al risultato		- 36		- 33	
Risultato annuale		310	2,1	270	1,9

¹ Le cifre sono state adeguate

BILANCIO CONSOLIDATO

	Spiegazioni	mio. di CHF	Quota %	mio. di CHF	Quota %
al 31.12		2006		2005 ¹	
Liquidi	10	280		280	
Titoli		110		95	
Crediti da forniture e servizi	11	333		321	
Altri crediti a breve termine	12	125		97	
Ratei e risconti attivi	13	183		165	
Giacenze	14	1 491		1 502	
Attivo circolante		2 521	22,9	2 460	21,9
Immobilizzazioni immateriali	15	378		446	
Immobilizzazioni finanziarie	16	455		413	
Beni mobili, veicoli, macchinari	17	1 245		1 260	
Immobili	18	6 400		6 670	
Attivo fisso		8 478	77,1	8 789	78,1
Attivi		10 999	100,0	11 249	100,0
Debiti da forniture e servizi	19	1 025		867	
Debiti finanziari a breve termine	20	932		1 102	
Altri debiti a breve termine	21	284		242	
Accantonamenti a breve termine	22	100		85	
Ratei e risconti passivi	23	433		620	
Capitale estraneo a breve termine		2 775	25,2	2 915	25,9
Debiti finanziari a lungo termine	24	2 365		2 878	
Accantonamenti a lungo termine	25	929		854	
Capitale estraneo a lungo termine		3 293	29,9	3 732	33,2
Capitale estraneo	26	6 068	55,2	6 647	59,1
Capitale sociale					
Riserve		1 829		1 692	
Risultati capitalizzati		2 533		2 400	
Utile annuale		310		270	
Utile di bilancio		2 843		2 670	
Capitale proprio senza partecipazioni minoritarie		4 672	42,5	4 362	38,8
Partecipazioni minoritarie		259	2,4	240	2,1
Capitale proprio incl. partecipazioni minoritarie		4 931	44,8	4 602	40,9
Passivi		10 999	100,0	11 249	100,0

¹ Le cifre sono state adeguata

CONTO CONSOLIDATO DEI FLUSSI FINANZIARI

Fondi liquidi

	Spiegazioni	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2005 ¹
Risultato annuale ante partecipazioni di minoranza		346	303
Ammortamenti immobilizzazioni finanziarie (senza partecipazioni equity)		0	5
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali		111	112
Ammortamenti beni mobili, veicoli, macchinari		278	315
Ammortamenti immobili		336	294
Ammortamenti immobilizzazioni estranee alle attività d'esercizio		3	4
Ammortamenti		729	731
Utile (-) / Perdita da cessione immobilizzazioni dei beni		- 72	- 153
Risultato senza incidenza sulle liquidità		- 20	- 6
Ricavo (-) / Spesa da valutazioni di partecipazioni equity		15	3
Aumento / diminuzione degli accantonamenti a lungo termine		70	- 60
Flussi di fondi prima della variazione del capitale netto di esercizio		1 068	818
Diminuzione / Aumento (-) dell'attivo circolante		3	123
Aumento / diminuzione di debiti senza interessi e accantonamenti a breve termine		18	16
Flussi liquidi da attività imprenditoriale		1 088	957
Immobilizzazioni immateriali investimenti		- 48	- 270
Immobilizzazioni immateriali disinvestimenti		5	0
Immobilizzazioni immateriali raggruppamenti			
Immobilizzazioni immateriali		- 43	- 270
Beni mobili, veicoli, macchinari investimenti		- 254	- 277
Beni mobili, veicoli, macchinari disinvestimenti		7	13
Beni mobili, veicoli, macchinari		- 247	- 264
Immobili investimenti		- 381	- 473
Immobili, prestazioni proprie attivate		- 2	- 1
Immobili disinvestimenti		378	586
Immobili		- 6	112
Partecipazioni investimenti		- 33	- 46
Partecipazioni disinvestimenti			3
Partecipazioni		- 33	- 44
Immobilizzazioni finanziarie investimenti		- 3	- 139
Immobilizzazioni finanziarie disinvestimenti		15	63
Immobilizzazioni finanziarie raggruppamenti		- 67	47
Immobilizzazioni finanziarie		- 55	- 30
Titoli, investimenti		- 7	- 6
Titoli, disinvestimenti		12	10
Titoli, raggruppamenti			- 59
Titoli		5	- 55
Flussi liquidi da attività d'investimento	27	- 377	- 552
Aumento / Diminuzione debiti con interessi		- 693	- 381
Dividendi ad azionisti minoritari		- 18	- 17
Azione propria		0	0
Flussi liquidi da attività finanziarie		- 711	- 397
Afflusso / Deflusso (-) di fondi		0	8
Liquidi all'inizio dell'anno		280	271
Afflusso / Deflusso (-) di fondi		0	8
Flusso monetario		0	1
Liquidi alla fine dell'anno		280	280

¹ Le cifre sono state adeguata

SITUAZIONE CAPITALE PROPRIO

	Riserve	Azioni proprie	Risultati capitalizzati	Risultato annuale	Capitale proprio senza partecipazioni minoritarie	Partecipazioni minoritarie	Capitale proprio incl. partecipazioni minoritarie
Capitale proprio all'1.1.2005	1 344		2 376	320	4 041	223	4 264
Impiego del risultato / del dividendo	297		23	- 320	0	- 17	- 17
Prima applicazione RPC 16	51				51		51
Compravendita di azioni proprie		- 0					
Risultato annuale				270	270	33	303
Differenze di cambio	- 0		0	0	- 0		
Capitale proprio al 31.12.2005	1 692	- 0	2 400	270	4 362	240	4 602
Capitale proprio all'1.1.2006	1 692	- 0	2 400	270	4 362	240	4 602
Impiego del risultato / del dividendo	137		133	- 270	- 0	- 18	- 18
Compravendita di azioni proprie		0			0		
Risultato annuale				310	310	36	346
Differenze di cambio	0		- 0	0	- 0		
Capitale proprio al 31.12.2006	1 829		2 533	310	4 672	259	4 931

Capitale proprio al 31.12.2006



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. Le nuove società acquisite vengono consolidate a partire dal giorno dello sfruttamento economico o escluse dal conto economico consolidato a partire dalla data di vendita. 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. Un eventuale pagamento del valore aggiunto viene iscritto nel bilancio alla voce Goodwill e tecnicamente ammortizzato.

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.

Conversione in valuta estera

Gli attivi e passivi locali sono convertiti in franchi svizzeri nella valuta del giorno di chiusura del bilancio. I conti economici locali e il conto dei flussi di liquidi sono convertiti al corso medio dell'anno. Le differenze risultanti dall'applicazione dei diversi corsi di cambio summenzionati vengono considerate direttamente nel capitale proprio. I corsi di cambio delle più importanti valute sono riportati nelle altre informazioni sul conto economico consolidato.

Area di consolidamento

L'area di consolidamento è illustrata a pagina 83.

Principi di valutazione di alcune poste selezionate

Liquidi

I liquidi comprendono le disponibilità di cassa, gli averi di conto corrente postale e bancario, nonché i Reka-Check e i biglietti della lotteria (spiegazione 10).

Titoli

Si tratta di titoli di mercato, facilmente realizzabili. Sono iscritti nel bilancio al valore di mercato.

Crediti da forniture e servizi e altri crediti a breve termine

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 (Spiegazioni 11 e 12).

Giacenze

Le giacenze sono valutate ai prezzi d'acquisto composti da prezzo di costo netto e costi accessori d'acquisto. I semilavorati e i lavorati sono valutati al massimo ai costi di produzione. 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 (Spiegazione 14).

Valori immateriali

Un eventuale goodwill scaturito dall'acquisizione di partecipazioni viene incluso generalmente nell'attivo e ammortizzato in modo lineare nell'arco di 5 a 8 anni. Il 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. I diritti dei marchi e valori immateriali analoghi vengono ammortizzati con una durata fino a 25 anni. Inoltre tutti gli investimenti immateriali vengono sottoposti ogni anno a una rivalutazione. Non vengono attivati costi di ricerca e sviluppo (Spiegazione 15).

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 (Spiegazione 16).

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	10 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. I valori di mercato degli immobili sono determinati internamente. Nell'insieme, il valore di mercato di questi oggetti è superiore al valore contabile, per cui vi sono considerevoli riserve a disposizione basate sui valori di continuazione (Spiegazioni 17 e 18).

Capitale estraneo

Per capitale di terzi a breve termine s'intendono tutti i debiti nell'arco di un anno nonché i ratei e risconti e gli accantonamenti a breve termine. 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 (spiegazione 26).

Imposte

Tutte le imposte sui ricavi risultanti dagli utili fiscali dell'anno in esame 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 tra valori fiscali e contabili vengono calcolate secondo un'aliquota d'imposta media fino al 25% calcolata in base alle aliquote locali e alle perdite riportate a nuovo aventi effetto dal punto di vista fiscale (Spiegazione 9).

Imposte aziendali

Le imposte sul capitale e le tasse di mutazione, le imposte sull'emissione nonché le altre imposte fiscali sono dichiarate alla voce del conto economico «Altre spese di esercizio» (Spiegazione 4).

Spiegazioni relative al conto annuale consolidato 2006

Modello contabile Swiss GAAP RPC

È stato implementato il modello contabile delle Swiss GAAP RPC valido a partire dal 1° gennaio 2006. Le cifre e la struttura dell'anno precedente sono state adeguate di conseguenza.

Cambiamenti nell'area di consolidamento

Nell'anno d'esercizio 2006, l'area di consolidamento Coop ha subito le seguenti modifiche rispetto all'anno precedente:

Al 1° gennaio 2006 è stata rilevata la AX4 Holding AG. Al 1° ottobre 2006 le sue affiliate CHRIST Uhren und Schmuck AG e Goldora Ideen AG si sono fuse con la AX4 Holding AG. Alla stessa data la ditta Cartiera di Locarno SA di Tenero è stata comprata come società affiliata della Coop Immobiliare AG e la ragione sociale cambiata in CI Tessin AG. Il 24 aprile 2006 a Bruxelles è stata costituita la ditta Coopernic SCRL con altri quattro partner dell'area europea.

Nel gruppo transGourmet è stata portata a termine la fusione di transGourmet Holding AG con transGourmet Schweiz AG per il 30 aprile 2006. Altre fusioni sono state concluse nel gruppo transGourmet France.

Il 31 maggio 2006 Coop e REWE hanno fondato l'azienda Coop-ITS-Travel AG in joint venture.

Variazioni conto dei flussi di liquidi

Il conto dei flussi di liquidi è calcolato secondo il metodo indiretto e inizia con il risultato al netto delle imposte. Come fondo vengono ora impiegate le liquidità senza titoli.

Raggruppamenti

La riga Raggruppamenti negli specchietti degli investimenti comprende soprattutto gli spostamenti dei versamenti anticipati in un'altra categoria d'investimento.

Altri redditi d'esercizio

La posizione «Altri redditi d'esercizio» comprende tra l'altro le entrate relative a toto, lotto, posteggi, pubblicità, schede telefoniche nonché diversi altri bonifici (Spiegazione 2).

Ammortamenti

Nel 2006 la durata di ammortamento delle attrezzature dei punti di vendita è stata prolungata da 8 a 10 anni, che è la durata più corretta sul piano della gestione aziendale (Spiegazione 5).

Registrazione transGourmet

A causa di una rivalutazione qualitativa il gruppo transGourmet ha adeguato il proprio bilancio del 2005. Nel conto annuale del gruppo Coop 2005 questa rettifica ha causato un raggruppamento dei titoli di partecipazione per Goodwill per un importo pari a 103 milioni di CHF. Le voci corrispon-

denti del conto economico (ammortamenti, risultato finanziario, risultato straordinario) sono state adeguate di conseguenza. Queste modifiche non incidono sulla valutazione complessiva del gruppo transGourmet per il 2005.

Obbligo previdenziale

Con riguardo al Swiss GAAP RPC, gli istituti di previdenza per il personale delle società appartenenti al gruppo Coop non presentano eccessi di copertura o coperture insufficienti che comporterebbero una contabilizzazione nel conto annuale del gruppo Coop. Non vi sono rinunce di utilizzo e deprezzamenti in merito alla RCDL, di modo che l'effettivo ha potuto essere ripreso senza modifiche.

Il gruppo Coop si assume le spese della previdenza professionale di tutti i collaboratori nonché dei loro superstiti sulla base delle prescrizioni di legge. I contributi sono contenuti negli «Prestazioni sociali» (Altri informazioni sul conto annuale consolidato).

Ammortamenti straordinari

Gli ammortamenti straordinari per immobilizzazioni immateriali registrati nel 2006 riguardano i goodwill per la joint venture transGourmet in Francia. Gli ammortamenti sono stati effettuati sotto l'aspetto del principio di prudenza. (Spiegazione 8).

Operazioni fuori bilancio

I valori riportati nel gruppo «Strumenti finanziari derivati» 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. Le perdite non realizzate sono iscritte nel conto economico.

Al 1° gennaio 2002 Coop ha acquisito una quota del 50% delle azioni della Betty Bossi Verlag AG. Tra il 1° gennaio 2002 e il 31 dicembre 2011 la Ringier AG, Zofingen, possiede un diritto di vendita (put option) per il restante 50% delle azioni ad un prezzo definito (Altri informazioni sul conto annuale consolidato).

Persone affini

Per «persone affini» s'intendono le società consolidate secondo il metodo equity, oltre che le persone fisiche come i membri della Direzione generale, del Consiglio d'amministrazione, le casse pensioni ecc. Le transazioni con le persone affini avvengono a condizioni di mercato. Le posizioni essenziali del portafoglio sono illustrate nelle cifre corrispondenti dell'allegato.

Sussistono inoltre reciproci contratti di fornitura e acquisto, per i quali vengono applicate condizioni di mercato in considerazione del volume delle transazioni (Altri informazioni sul conto annuale consolidato).

Spiegazioni relative al conto economico consolidato

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2006	2005 ¹
Ricavo netto Food	9 290	8 882
Ricavo netto Non Food	5 495	5 250
1 Ricavo netto da forniture e servizi per settori	14 785	14 133
Regione Suisse Romande	3 026	2 809
Regione Bern	2 012	1 925
Regione Nordwestschweiz	2 777	2 694
Regione Zentralschweiz-Zürich	3 146	3 006
Regione Ostschweiz-Ticino	2 700	2 611
Sede principale / Produzione	1 124	1 089
1 Ricavo netto da forniture e servizi	14 785	14 133
Altri ricavi d'esercizio	541	530
Ricavi d'esercizio da affitti	146	150
Prestazioni proprie attivate	2	1
Variazioni inventario prodotti finiti e semifiniti	-2	-4
2 Altri ricavi d'esercizio	686	677
Salari / Stipendi	-2 065	-2 030
Prestazioni sociali	-435	-419
Tasso prestazioni sociali in %	21,1	20,6
Altri costi personale	-98	-80
3 Costi personale	-2 598	-2 529
Affitti	-460	-414
Costi uffici e amministrazione	-140	-140
Tasse e Assicurazione cose	-52	-52
Imposte aziendali	-22	-27
Manutenzione e sostituzione	-224	-221
Costi per energia e materiale	-237	-239
Costi vari	-292	-293
4 Altri costi d'esercizio	-1 427	-1 386
Goodwill	-57	-53
Altre immobilizzazioni immateriali	-30	-30
Beni mobili, veicoli, macchinari	-278	-314
Immobili	-319	-294
5 Ammortamenti	-685	-691

¹ Le cifre sono state adeguata

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2006	2005 ¹
Interessi attivi e dividendi	29	20
Guadagni sui cambi	37	12
Ricavi da partecipazioni società equity	-15	-3
Proventi finanziari	50	28
Interessi passivi	-98	-111
Perdite sui cambi e sui titoli	-17	-6
Altri oneri finanziari	-4	-3
Oneri finanziari	-119	-119
6 Risultato finanziario	-69	-91
Reddito locativo	7	11
Utile da cessione di attivo fisso	72	153
Scioglimento di accantonamenti non più utilizzati		6
Scioglimento di accantonamenti di ristrutturazione e integrazione	0	6
Redditi non operativi	5	40
Altri ricavi estranei all'esercizio	84	217
Costituzione di accantonamenti di ristrutturazione e integrazione		-0
Costituzione di accantonamenti	0	-3
Costi estranei all'esercizio	-40	-68
Altri costi immobiliari estranei all'esercizio	-5	-7
Altri costi estranei all'esercizio	-44	-79
7 Risultato non operativo	40	138
Ricavi straordinari	2	22
Ammortamenti non operativi da perdite di valore degli immobili	-17	
Ammortamenti non operativi da perdite di valore immobilizzazioni immateriali	-23	-29
Costi straordinari	-37	-18
8 Risultato straordinario	-75	-26
Imposte sul reddito	-66	-54
Imposte sul reddito latenti	-37	-12
9 Imposte	-103	-66

¹ Le cifre sono state adeguata

Spiegazioni relative al bilancio consolidato

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2006	2005 ¹
Liquidi	242	258
Reka-Check	17	22
Depositi a termine	21	0
10 Liquidi	280	280
Crediti da forniture e prestazioni	323	309
Previa detrazione di rettifiche di valore dell'1%	-3	-3
Crediti verso società equity	13	16
11 Crediti da forniture e servizi	333	321
Altri crediti	122	92
Altri crediti verso società equity	3	5
12 Altri crediti a breve termine	125	97
Ratei e risconti attivi	182	164
Ratei e risconti attivi verso società equity	1	2
13 Ratei e risconti attivi	183	165
Merci	1 360	1 339
Prodotti finiti e semifiniti (produzione)	90	103
Materie prime	76	95
Materiale ausiliario e d'imballaggio	15	15
Rettifica di valore scorte	-50	-51
14 Giacenze	1 491	1 502

	Goodwill	Brevetti / Licenze / Marche	Spese organizza- tive	Software	mio. di CHF	mio. di CHF
					2006	2005 ¹
Valore contabile netto all'1.1	326	68	3	49	446	281
Valore d'acquisto all'1.1	472	121	75	110	779	497
Variazione nell'area di consolidamento						
Investimenti	15		0	32	48	270
Disinvestimenti	-2		-0	-20	-23	-2
Flusso monetario	0		0	0	0	0
Raggruppamenti	-1		-7	0	-7	14
Valore d'acquisto al 31.12	485	121	68	122	797	779
Ammortamenti accumulati all'1.1	-147	-53	-72	-61	-332	-216
Variazione nell'area di consolidamento						
Ammortamenti	-57	-5	-1	-24	-88	-83
Ammortamenti straordinari	-23				-23	-29
Ammortamenti accumulati su disinvestimenti	2		0	15	17	2
Flusso monetario	-0			-0	-0	-0
Raggruppamenti	0		7	-0	7	-6
Ammortamenti accumulati al 31.12	-225	-58	-66	-70	-419	-332
15 Immobilizzazioni immateriali al 31.12	260	63	3	53	378	446

¹ Le cifre sono state adeguuate

	Riserva di contributi del datore di lavoro	Investimenti finanziari presso banche	Altri investimenti finanziari	Parteci- pazioni (Metodo equity)	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2005 ¹
Valore contabile netto all'1.1	95		245	73	413	206
Prima applicazione RPC 16						110
Acquisti	1		2	2	5	200
Cessazioni	-0		-15		-16	-83
Rettifiche di valore			-0	-15	-15	-5
Raggruppamenti		0	67		67	-55
16 Immobilizzazioni finanziarie al 31.12.	96	0	298	60	454	413

Prestiti a società equity					194	130
Crediti ipotecari di terzi					2	6
Prestiti a terzi					37	44
Altre immobilizzazioni finanziarie di terzi					65	64
Altre immobilizzazioni finanziarie					298	245

	Beni mobili / Utensili	Veicoli	Informatica	Macchinari / Impianti	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2005 ¹
Valore contabile netto all'1.1	785	63	102	310	1 260	1 309
Valore d'acquisto all'1.1	1 562	152	310	753	2 776	3 198
Variazione nell'area di consolidamento	-0	0		42	42	0
Investimenti	145	16	37	56	254	277
Disinvestimenti	-207	-21	-60	-59	-347	-674
Flusso monetario	0	0	0	0	1	0
Raggruppamenti	-13	0	11	68	67	-25
Valore d'acquisto al 31.12	1 488	148	298	859	2 792	2 776
Ammortamenti accumulati all'1.1	-777	-89	-207	-443	-1 516	-1 889
Variazione nell'area di consolidamento	0	-0		-36	-36	
Ammortamenti	-158	-17	-45	-57	-278	-314
Ammortamenti straordinari						
Ammortamenti accumulati su disinvestimenti	206	19	60	55	340	662
Flusso monetario	-0	-0	-0	-0	-0	-0
Raggruppamenti	3	0	-0	-61	-58	25
Ammortamenti accumulati al 31.12	-726	-87	-193	-541	-1 548	-1 516
17 Beni mobili, veicoli, macchinari al 31.12	761	61	105	318	1 245	1 260

¹ Le cifre sono state adeguata

	Aree non edificate	Instal-lazioni	Edifici	Immobili non com-merciali	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2005 ¹
Valore contabile netto all'1.1	66	1 016	5 553	35	6 670	6 935
Valore d'acquisto all'1.1	67	1 695	7 790	47	9 600	9 878
Variazione nell'area di consolidamento		- 15	15			
Investimenti	0	135	247	0	383	474
Disinvestimenti	- 11	- 93	- 412	- 5	- 521	- 759
Flusso monetario	0	0	1	0	1	0
Raggruppamenti		- 33	- 77	104	- 6	7
Valore d'acquisto al 31.12	57	1 690	7 565	146	9 458	9 600
Ammortamenti accumulati all'1.1	- 2	- 679	- 2 238	- 12	- 2 931	- 2 943
Variazione nell'area di consolidamento		10	- 10			
Ammortamenti	- 0	- 119	- 203	- 1	- 323	- 299
Ammortamenti straordinari	- 1		- 13	- 2	- 17	
Ammortamenti accumulati su disinvestimenti	0	79	136	1	215	325
Flusso monetario	- 0	- 0	- 0	- 0	- 1	- 0
Raggruppamenti		8	29	- 39	- 3	- 14
Ammortamenti accumulati al 31.12	- 3	- 702	- 2 299	- 54	- 3 058	- 2 931
18 Immobili al 31.12	54	988	5 266	92	6 400	6 670

Costruzioni in corso (compresi nella posizione «Edifici»)	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2005 ¹
Valore contabile netto all'1.1	121	236
Valore d'acquisto all'1.1	121	239
Variazione nell'area di consolidamento		- 0
Investimenti	27	88
Disinvestimenti	- 3	- 3
Capitalizzazioni	- 84	- 203
Raggruppamenti		
Valore d'acquisto al 31.12	61	121
Ammortamenti accumulati all'1.1		- 3
Variazione nell'area di consolidamento		
Ammortamenti		
Ammortamenti straordinari		
Ammortamenti accumulati su disinvestimenti		3
Raggruppamenti		
Ammortamenti accumulati al 31.12		
Costruzioni in corso al 31.12	61	121

Valore contabile delle azioni costituite in pegno a garanzia di obblighi propri	524	1 217
Debiti garantiti	133	490

¹ Le cifre sono state adeguata

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2006	2005 ¹
Debiti da forniture e servizi	1 016	860
Debiti verso società equity	9	7
19 Debiti da forniture e servizi	1 025	867

Conti correnti bancari	19	30
Prestiti bancari	165	153
Altri debiti finanziari a breve termine	32	191
Altri debiti a breve termine verso società Equity	14	6
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine	701	722
20 Debiti finanziari a breve termine	932	1 102

Acconti di clienti	112	78
Imposte	161	157
Altri debiti a breve termine	11	6
21 Altri debiti a breve termine senza interessi	284	242

	Prev. del personale	Ristruttu- razioni	Altri accanto- namenti	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2005 ¹
Accantonamenti a breve termine all'1.1	12	3	70	85	
Variazione nell'area di consolidamento			1	1	
Creazione di accantonamenti	10		18	28	
Uso degli accantonamenti	-2	-0	-9	-11	
Scioglimento degli accantonamenti non più utilizzati		-2	-1	-3	
Raggruppamenti					85
22 Accantonamenti a breve termine al 31.12	20	1	79	100	85

	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2005 ¹
Ratei e risconti passivi	433	614
Ratei e risconti passivi verso società equity		6
23 Ratei e risconti passivi	433	620

¹ Le cifre sono state adeguata

				2006	2005 ¹
				2006	2005 ¹
				2006	2005 ¹
				2006	2005 ¹
Libretti di deposito e di investimento				899	887
Obbligazioni di cassa				242	181
Coop	1997 – 2007	3¼%	200		
Coop	1999 – 2009	4%	250		
Coop	2003 – 2008	2¾%	325		
Coop	2004 – 2011	2¾%	250		
Coop	2005 – 2012	2½%	250		
Prestiti				1 275	1 375
Prestiti bancari				372	447
Ipoteche				127	490
Crediti di costruzione					
Altri prestiti				151	219
Debiti verso la previdenza del personale				0	0
Quota a breve termine di debiti finanziari				- 701	- 722
24 Debiti finanziari a lungo termine				2 365	2 878

					2006	2005 ¹
					2006	2005 ¹
					2006	2005 ¹
					2006	2005 ¹
	Prev. del personale	Ristruttu-razioni	Oneri fiscali latenti	Altri accantonamenti	2006	2005 ¹
Accantonamenti a lungo termine all'1.1					39	4
Variazione nell'area di consolidamento						4
Creazione di accantonamenti					34	45
Uso degli accantonamenti					- 8	- 1
Scioglimento degli accantonamenti non più utilizzati					- 2	- 0
Raggruppamenti						- 85
Flusso monetario					0	0
25 Accantonamenti a lungo termine al 31.12					64	3
					598	265
					929	854

				2006	2005 ¹
				2006	2005 ¹
				2006	2005 ¹
				2006	2005 ¹
Debiti finanziari a breve termine				932	1 102
Debiti finanziari a lungo termine				2 365	2 878
Debiti finanziari				3 297	3 980
Capitale estraneo senza interessi				2 771	2 667
26 Capitale estraneo				6 068	6 647
Debiti finanziari				3 297	3 980
Liquidi				- 280	- 280
Debito finanziario netto				3 017	3 701
Previdenza del personale				4	3
Supercard				243	231
Imposta sul valore aggiunto				59	44
Varie				37	49
Altri accantonamenti (a breve e a lungo termine)				343	326
Altri accantonamenti a breve termine				79	70
Altri accantonamenti a lungo termine				265	256
Altri accantonamenti (a breve e a lungo termine)				343	326

¹ Le cifre sono state adeguuate

Spiegazioni relative al conto consolidato dei flussi finanziari

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2006	2005 ¹
Investimenti immobilizzazioni immateriali	- 48	- 270
Investimenti beni mobili, veicoli, macchinari	- 254	- 277
Investimenti immobili	- 381	- 473
Prestazioni proprie	- 2	- 1
Investimenti	- 685	- 1 022
Disinvestimenti immobilizzazioni immateriali	5	0
Disinvestimenti beni mobili, veicoli, macchinari	7	13
Disinvestimenti immobili	378	586
Disinvestimenti	390	599
Investimenti netti immobili, impianti e attrezzature	- 295	- 423
Investimenti partecipazioni	- 33	- 46
Investimenti immobilizzazioni finanziarie / titoli	- 10	- 145
Investimenti partecipazioni / Immobilizzazioni finanziarie / titoli	- 43	- 192
Disinvestimenti partecipazioni		3
Disinvestimenti immobilizzazioni finanziarie / titoli	27	73
Disinvestimenti partecipazioni / Immobilizzazioni finanziarie / titoli	27	76
Raggruppamenti immobilizzazioni finanziarie / titoli	- 67	- 12
27 Flusso di fondi per attività d'investimento	- 377	- 552
Investimenti immobilizzazioni immateriali	- 48	- 270
Investimenti beni mobili, veicoli, macchinari	- 254	- 277
Investimenti immobili	- 381	- 473
Investimenti partecipazioni	- 33	- 46
Investimenti immobilizzazioni finanziarie / titoli	- 10	- 145
Prestazioni proprie	- 2	- 1
Investimenti	- 728	- 1 214
Disinvestimenti immobilizzazioni immateriali	5	0
Disinvestimenti beni mobili, veicoli, macchinari	7	13
Disinvestimenti immobili	378	586
Disinvestimenti partecipazioni		3
Disinvestimenti immobilizzazioni finanziarie / titoli	27	73
Disinvestimenti	418	674
Raggruppamenti immobilizzazioni finanziarie / titoli	- 67	- 12
27 Flusso di fondi per attività d'investimento	- 377	- 552

¹ Le cifre sono state adeguata

Altre informazioni sul conto annuale consolidato

Obblighi di previdenza	Bilancio	Variazione	Bilancio	Bilancio
Riserva di contributi del datore di lavoro (RCDL)	1.1.2006		31.12.2006	31.12.2005
Fondi padronali / Istituti di previdenza padronali	22		22	22
Istituti di previdenza	73	1	74	73
RDCL	95	1	96	95

		mio. di CHF	mio. di CHF
		2006	2005

Contributi alla previdenza del personale

Contributi regolamentari dei collaboratori	79	78
Contributi regolamentari del datore di lavoro	183	172

Debiti verso la previdenza del personale di cui garantiti con ipoteche	0	0
---	---	---

Garanzie

Garanzie a favore di terzi	27	57
----------------------------	----	----

Valore assicurazione antincendio

Impianti e attrezzature	11 640	13 313
-------------------------	--------	--------

Nel 2006, in collaborazione con le compagnie di assicurazione, è stata effettuata una rivalutazione.

Impegni relativi a contratti di locazione e di diritto di superficie a lungo termine secondo scadenza

2006		376
2007	410	369
2008	402	343
2009	379	340
2010–2012	937	850
>2012	2 104	1 644

Conversione delle valute estere

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	1.610	1.550
HKD 1	0.158	0.170
USD 1	1.220	1.315
GBP 1	2.390	2.260
JPY 100	1.030	1.115

Tassi di cambio medi annuali per il conto economico

EUR 1	1.577	1.548
HKD 1	0.160	0.161
USD 1	1.248	1.253
GBP 1	2.312	2.268
JPY 100	1.076	1.325

Strumenti finanziari derivati	Valore contrattuale		Valori di sostituzione			
			positivo		negativo	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005
Interessi		90				2
Valute	79	156	1	1	0	
Altri strumenti finanziari derivati (materie prime, titoli di part.)	411	479	5	3	3	2

Persone affini	mio. di CHF	
	2006	2005
Ricavi operativi	190	68
Spesa operativa	120	75

Area di consolidamento

al 31.12.2006		Quota di capitale del gruppo in %	Capitale sociale mio. di CHF	Inclusione ¹
Coop	Basel			
Alcoba Distribution SA	F-Strasbourg	50,00	€ 3,0	I
AX4 Holding AG	Basel	100,00	5,7	I
Bell Holding AG	Basel	60,54	2,0	I
Bell AG	Basel	100,00	20,0	I
Bell Finance Limited	GB-Jersey	100,00	0,1	I
Centravo AG	Zürich	27,30		E
Frigo St. Johann AG	Basel	100,00	2,0	I
GWJ Geflügel- und Wildimport AG	Basel	100,00	2,0	I
Maurer Frères SA	F-Kingersheim	50,00	1,5	I
SBA Schlachtbetrieb Basel AG	Basel	48,00		E
Betty Bossi Verlag AG	Zürich	50,00		E
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
Coopernic SCRL	B-Bruxelles	20,00	0,5	E
Coop Bildungszentrum	Muttenz	100,00	0,4	I
Coop Immobilien AG	Bern	100,00	855,4	I
Complexe de Chêne-Bourg-A SA	Chêne-Bourg	100,00	0,1	I
Complexe de Chêne-Bourg-C SA	Chêne-Bourg	100,00	0,1	I
Complexe de Chêne-Bourg-D SA	Chêne-Bourg	100,00	0,1	I
CI Tessin AG	Tenero	100,00	9,0	I
Coop-ITS-Travel AG	Wollerau	50,00		E
Coop Mineraloel AG	Allschwil	51,00	10,0	I
Tanklager Rothenburg AG	Rothenburg	33,00		E
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
HiCoPain AG	Dagmersellen	40,00		E
Panflor AG	Zürich	100,00	0,1	I
PG Immobilien SA	Basel	100,00	2,5	I
Toomax-x Handelsgesellschaft m.b.H. in Liquidation	A-Klosterneuburg	25,00		E
Toomax-x Handelsgesellschaft m.b.H.	D-Köln	25,00		E
transGourmet Schweiz AG	Basel	50,00	20,4	E
Grossopanel AG	Stans	39,80		E
Prolix Informatik AG	Heimberg	30,00		E
Valentin Pontresina AG	Pontresina	50,00		E
WINE AG, VALENTIN & VON SALIS	Pontresina	50,00		E
growa.com ag	Basel	100,00	0,1	I
howeg.com ag	Basel	100,00	0,1	I
prodega.com ag	Basel	100,00	0,1	I
transGourmet.com ag	Basel	100,00	0,1	I
transGourmet France SAS (Gruppo)	F-Orly	100,00	€ 191,1	I
TT Immobilien AG	Oberentfelden	100,00	10,0	I
Waro AG	Basel	100,00	0,1	I

¹ I = società consolidate integralmente

E = società consolidate secondo il metodo equity

Rapporto del Revisore del conto di gruppo
all'Assemblea di 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, prospetto evoluzione capitale proprio e allegato) del Gruppo Coop riportati da pagina 66 - 83 per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2006.

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 dei Principi di revisione svizzeri, 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.

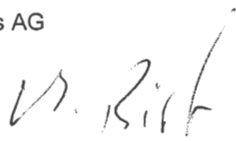
A nostro giudizio il conto annuale consolidato presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale in conformità ai Swiss GAAP RPC ed alle disposizioni legali svizzere.

Raccomandiamo di approvare il conto annuale consolidato a Voi sottoposto.

PricewaterhouseCoopers AG



Dr. R. Gerber
Revisore responsabile



M. Rist

Basilea, 2 marzo 2007

INDIRIZZI

Al 1° aprile 2007

Coop Sede principale

Presidente della Direzione generale
Direzione Retail
Hansueli Loosli

Direzione Marketing / 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
Rudolf Burger

Coop
Direktion Trading
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

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 91 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 65

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 173
6532 Castione
Tel. 091 822 35 35
Fax 091 822 35 36

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

Coop Vitality AG
Untermattweg 8
Postfach
3001 Bern
Tel. 031 990 86 20
Fax 031 990 86 30
www.coop.ch/vitality

Bell AG
Elsässerstrasse 174
Postfach
4002 Basel
Tel. 061 326 26 26
Fax 061 322 10 84
www.bell.ch

transGourmet Schweiz AG
Thiersteinallee 12
Postfach 2550
4002 Basel
Tel. 061 336 66 58
Fax 061 336 66 69

Coop-ITS-Travel AG
Etzelstrasse 11
8832 Wollerau
Tel. 044 947 11 85
Fax 044 947 11 99
www.itscoop.ch

Divisioni

Toptip

Division der Coop
Köllikerstrasse 80
5036 Oberentfelden
Tel. 062 737 11 11
Fax 062 737 11 12
www.toptip.ch

IMPORT PARFUMERIE

Division der Coop
Rudolf Diesel-Strasse 25
8400 Winterthur
Tel. 052 234 34 34
Fax 052 234 34 35
www.impo.ch

CHRIST

Division der Coop
Förrlibuckstrasse 180
8037 Zürich
Tel. 044 447 26 26
Fax 044 447 26 47
www.christ-swiss.ch

dall'1.7.2007
Rudolf Diesel-Strasse 25
8400 Winterthur
Tel. 052 234 48 48
Fax 052 234 48 49

Interdiscount

Division der Coop
Bernstrasse 90
3303 Jegenstorf
Tel. 031 764 44 44
Fax 031 764 44 00
www.interdiscount.ch

Swissmill

Division der Coop
Postfach
8037 Zürich
Tel. 044 447 25 25
Fax 044 447 25 88
www.swissmill.ch

Chocolats Halba

Division der Coop
Alte Winterthurerstrasse 1
Postfach 467
8304 Wallisellen
Tel. 044 877 10 10
Fax 044 877 17 77
www.halba.ch

Nutrex

Division der Coop
Juraweg 5
3292 Busswil
Tel. 032 386 79 11
Fax 032 386 79 19

CWK

Division der Coop
St. Gallerstrasse 180
Postfach 170
8411 Winterthur
Tel. 052 234 44 44
Fax 052 234 43 43
www.cwk.ch

Pasta Gala

Division de la Coop
Rue du Dr Yersin 10
Case postale
1110 Morges 1
Tel. 021 804 93 00
Fax 021 804 93 01

Steinfels Cleaning Systems

Division der Coop
St. Gallerstrasse 180
Postfach 53
8411 Winterthur
Tel. 052 234 44 00
Fax 052 234 44 01
www.scs-ag.ch

Reismühle Brunnen

Division der Coop
Industriestrasse 1
Postfach 460
6440 Brunnen
Tel. 041 825 30 00
Fax 041 825 30 09
www.reismuehle.ch

Sunray

Division der Coop
Gallenweg 8
4133 Pratteln
Tel. 061 825 44 44
Fax 061 825 45 85
www.sunray.ch