

Gruppo Coop
RAPPORTO DI GESTIONE
2008



CIFRE

	2008	2007	Variazione	%
Cifre finanziarie indicative consolidate in milioni di CHF				
Fatturato commercio al dettaglio	18 150	15 755	+2 395	+15.2
Fatturato di cassa / vendita dirette	19 269	16 669	+2 600	+15.6
Ricavo netto da forniture e servizi	18 271	15 812	+2 459	+15.6
Cash flow operativo (EBITDA)	1 563	1 383	+181	+13.1
Utile operativo (EBIT)	659	572	+87	+15.3
Risultato finanziario incluso il risultato organizzazioni associate	-121	-39	-83	+212.9
Utile netto	390	350	+40	+11.4
Capitale di terzi soggetto a interessi	3 971	3 534	+437	+12.4
Debito finanziario netto	3 395	3 219	+176	+5.5
Patrimonio netto inclusi gli interessi di minoranza	5 675	5 324	+351	+6.6
Quota di patrimonio netto in %	43.9	45.1	-1.2	-2.7
Somma di bilancio	12 932	11 810	+1 122	+9.5
Flusso monetario prima delle variazioni del circolante netto	1 445	1 254	+191	+15.2
Flusso monetario da attività di esercizio	1 515	1 155	+360	+31.2
Flusso monetario da attività di investimento	-1 476	-1 351	-125	+9.3
Flusso monetario da attività di finanziamento	250	231	+19	+8.2
Collaboratori				
Numero di persone al 31.12	53 880	48 200	+5 680	+11.8
Impiegati a tempo pieno	41 550	38 230	+3 320	+8.7
Quote di mercato in % (Base: volumi di mercato BAK)				
Food	21.9	21.5	+0.4	
Non Food	12.8	10.6	+2.2	
Gruppo Coop	17.2	15.7	+1.5	
Punti di vendita				
Numero punti di vendita al 31.12	1 885	1 739	+146	+8.4
Superficie di vendita in m ² al 31.12	1 707 189	1 624 047	+83 142	+5.1
Superficie di vendita in m ² (media annua)	1 686 926	1 550 155	+136 771	+8.8
Fatturato di cassa in milioni di CHF	17 645	15 390	+2 255	+14.7
Soci¹				
Numero di soci al 31.12	2 536 544	2 502 100	+34 444	+1.4

¹Fino al 2007 famiglie associate, a partire dal 2008 soci

LABEL DI FIDUCIA



Per un bio senza compromessi.



Per allevamenti rispettosi della specie.



Per una moda solidale.



Per salvare l'ambiente, anche da casa tua.

Betty Bossi

Per idee sempre fresche.



Per chi non pensa solo a se stesso.



Per le nostre montagne. Per i nostri contadini.



Per specie vecchie riscoperte.



Per il sapore autentico della tradizione.



Per una vita in perfetta forma.

MARCHE PROPRIE



Per 5000 vantaggi & bontà.



Per la vostra garanzia del prezzo più basso.



Per momenti speciali.



Per bambini che puntano in alto.



Per più gusto e benessere.



Per dire no alla carne e sì al gusto.



For now.

FORMATI DI VENDITA



VIAGGI



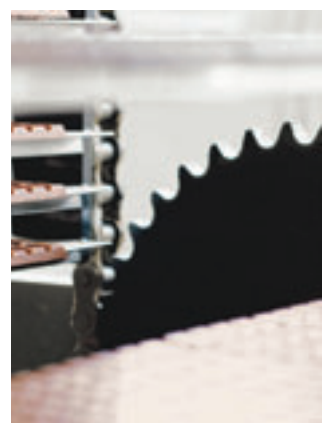
AZIENDE DI PRODUZIONE



CASH+CARRY / FOODSERVICE



Sommario



2	PREFAZIONE		33	COLLABORATORI
5	PROGETTI STRATEGICI			Strategia per il personale
7	SCENARIO ECONOMICO			Previdenza per il personale
	Mercato e prezzo		35	LOGISTICA, INFORMATICA, IMMOBILI E PRODUZIONE
	Approvvigionamento e politica economica			Strutture e processi
	Sostenibilità			Immobili
13	OFFERTA E SERVIZI			Gruppo Bell
	Prezzo			Aziende di produzione
	Varietà			Hotel
	Label di fiducia ad alto profilo ecologico e sociale		39	CORPORATE GOVERNANCE
	Label di fiducia nel settore salute e convenience		46	ORGANI E MANAGEMENT
	Articoli di marca		53	IL GRUPPO COOP IN CIFRE
	Marche proprie		65	CONTO ANNUALE CONSOLIDATO DEL GRUPPO COOP
	Servizi e sponsorizzazione		90	INDIRIZZI
	Informazione e media			
25	FORMATI DI VENDITA			
	Punti di vendita Retail			
	Shopping online			
	Punti di vendita Trading			
	Stazioni di servizio e shop convenience			
	Cash+Carry e Foodservice			

Prefazione

L'anno d'esercizio 2008 è stato il migliore della storia di Coop. Il fatturato di cassa è cresciuto del 15,6 % salendo a 19,27 miliardi di franchi. Complessivamente Coop è riuscita ad aumentare la propria quota di mercato in Svizzera dal 15,7 al 17,2 %. Il fatturato complessivo generato con i generi alimentari biologici nel 2008 è salito a 722 milioni di franchi (+9 %). Rispetto al 2007, il numero dei dipendenti è salito a 53 880 (+ 5 680). Cogliamo l'occasione per ringraziare tutti i collaboratori per l'impegno profuso e per il contributo fornito nel raggiungere questo ottimo risultato.

Hansueli Loosli, presidente della Direzione generale, e Anton Felder, presidente del Consiglio d'amministrazione.



Il 2008 è stato un anno d'esercizio molto positivo per il gruppo Coop, che ha registrato una forte crescita conquistando nuove quote di mercato. Coop procede a gonfie vele. Il vento contrario che si è levato nella seconda metà dell'anno in seguito alla crisi finanziaria ed economica non è riuscito a far deviare il gruppo Coop dalla rotta verso il successo. L'anno d'esercizio appena trascorso è un anno record. Grazie al personale altamente motivato che ha mostrato un impegno fuori dal comune, oggi siamo in grado di navigare sicuri anche in acque decisamente agitate.

Il fatturato di cassa del gruppo Coop ammonta a 19,27 miliardi di franchi, ossia 2,6 miliardi di franchi in più (+15,6 %) rispetto al 2007. Ciò significa che la quota sul mercato complessivo è ulteriormente cresciuta. Secondo BAK Basel Economics la quota di mercato nel commercio al dettaglio di generi alimentari ammonta al 21,9 % e per i prodotti Non Food al 12,8 %. Particolarmente positiva per noi è l'evoluzione dei prodotti freschi. Con un aumento del 9 % il nostro fatturato ha registrato una crescita superiore alla media complessiva del mercato svizzero, stimata da GfK al 6,4 %. Anche nel settore degli alimenti di base abbiamo registrato un netto aumento di fatturato rispetto all'anno precedente (+9,2 %). Coop può contare oggi su una struttura finanziaria stabile. Il patrimonio netto di 5,68 miliardi di franchi è aumentato del 6,6 % rispetto all'anno precedente.

Nel 2008 Coop ha ampliato ulteriormente il proprio ruolo di trend setter in materia di sostenibilità. Abbiamo deciso di diventare CO₂ neutrali entro 15 anni. Questo significa che adottando misure di risparmio e di compensazione nei settori da noi direttamente influenzabili ridurremo le emissioni di CO₂ fino a ottenere un bilancio CO₂ aziendale equilibrato. E motiviamo i nostri partner commerciali a ridurre le emissioni di CO₂ all'interno dell'intera catena di produzione del valore. Nel 2008 i nostri due marchi bio Naturaplan e Naturaline hanno cambiato volto. I due label di fiducia sono oggi sinonimo di promozione innovativa dell'agricoltura e di prodotti Lohas esemplari. Si rivolgono ai consumatori che tengono al proprio benessere così come allo sfruttamento sostenibile dell'ambiente. La nuova immagine e l'ulteriore sviluppo degli assortimenti hanno avuto un effetto positivo: il fatturato complessivo generato dagli alimenti biologici è cresciuto del 9 % rispetto al 2007.

A fine marzo 2008 la Commissione federale della concorrenza ha approvato l'acquisto dei punti di vendita Carrefour in Svizzera da parte di Coop. In questo modo siamo riusciti a colmare la lacuna in materia di ipermercati nella nostra rete di punti di vendita. Abbiamo trasformato ogni punto di vendita Carrefour in un tempo record di sole due settimane. Oggi abbiamo a disposizione oltre 27 ipermercati, una vera e propria flotta di ammiraglie ubicate in posizioni di rilievo.

Un pilastro importante per uno sviluppo aziendale sostenibile e vincente è rappresentato dalle cooperazioni e dalle partnership internazionali. Nell'approvvigionamento merci possiamo contare sulla comprovata cooperazione per gli acquisti Coopernic. Abbiamo fatto un altro passo avanti decidendo a fine ottobre 2008 di ampliare la collaborazione con Rewe Group nel commercio gastronomico all'ingrosso: è nata così una nuova joint-venture, la transGourmet Holding S.E., partecipata al 50 % da Coop e Rewe Group. Nel 2008, le aziende raggruppate nella joint-venture hanno realizzato, con ben 21 000 collaboratori, un fatturato di circa 10 miliardi di franchi. La transGourmet Holding S.E. è attiva in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia e Svizzera e prospetta buone possibilità di crescita.

Cogliamo l'occasione per ringraziare in questa sede tutti i nostri clienti, che con la loro fedeltà hanno aiutato Coop a realizzare un ottimo anno d'esercizio. Ringraziamo in special modo tutti i nostri collaboratori, senza il cui infaticabile impegno questo successo non sarebbe stato possibile. E ringraziamo infine i nostri partner commerciali per la preziosa e stimolante collaborazione, sempre molto apprezzata.

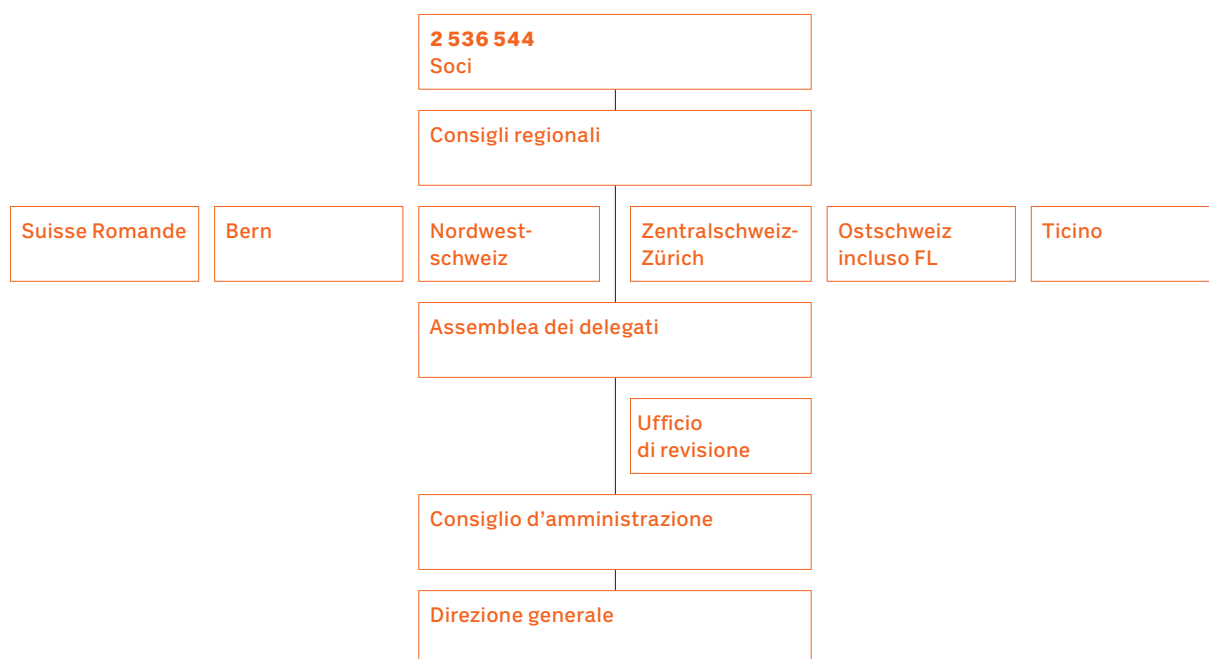


Anton Felder
Presidente
del Consiglio d'amministrazione



Hansueli Loosli
Presidente
della Direzione generale

IL GRUPPO COOP
Al 31 dicembre 2008



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



Progetti strategici

Coop ha investito circa 100 milioni di franchi ai fini dell'abbassamento dei prezzi. L'espansione della joint venture con il gruppo Rewe Group nell'ambito del commercio gastronomico all'ingrosso e l'acquisizione dei supermercati Carrefour sul territorio svizzero sono stati gli eventi di primo piano. Inoltre Coop ha concordato con la Confederazione obiettivi concreti di riduzione delle emissioni di CO₂.

Massicci investimenti nell'abbassamento dei prezzi

A fronte della crescente consapevolezza dei consumatori in materia di prezzi nonché della penetrazione di discounter esteri sul mercato svizzero, nel 2008 Coop ha investito circa 100 milioni di franchi per consentire un'ulteriore riduzione dei prezzi. Dopo una considerevole riduzione di prezzo di complessivamente 120 prodotti della linea Prix Garantie, dal settembre 2008 Coop ha applicato i prezzi più bassi a tutto l'assortimento di quest'ultima. In futuro, pertanto, tutti gli articoli della linea di prezzi bassi risulteranno di pari costo, se non addirittura più convenienti, rispetto agli altri prodotti di fascia economica dei principali concorrenti sul mercato svizzero. Con questa garanzia, Coop promette ai clienti un'assoluta sicurezza sul fronte dei prezzi all'interno del segmento economico, contribuendo nel contempo in misura rilevante a salvaguardare il potere d'acquisto. E per garantire il mantenimento dei prezzi minimi, da un lato l'istituto indipendente di ricerche di mercato ACNielsen effettua un relativo monitoraggio mensile di controllo; dall'altro, Coop verifica la competitività dei propri prezzi con cadenza settimanale mediante indagini di mercato autonome.

transGourmet e tooMax-x: impegno drasticamente potenziato in Europa

Coop ha deciso di ampliare la collaborazione con l'azienda tedesca Rewe Group nell'ambito del commercio gastronomico all'ingrosso. Sotto il nome di transGourmet Holding S.E., i due gruppi hanno dato vita a una joint-venture comune partecipata al 50 % da entrambi. La transGourmet Holding S.E., con sede a Neu-Isenburg in Germania, è attiva in tutta Europa e conta oltre 21 000 collaboratori. La neonata società di Cash+Carry e Foodservice si posiziona al secondo posto a livello europeo, con un fatturato annuo stimato di circa 10 miliardi di franchi. Rewe Group ha inoltre integrato all'interno della nuova holding il gruppo

Fegro/Selgros, attivo nell'ambito del commercio Cash+Carry in Germania, Polonia, Romania e Russia, e il gruppo di approvvigionamento all'ingrosso Rewe GVS/Stöver operante sul territorio tedesco, oltre a transGourmet Schweiz AG, partecipata al 50 % dai due partner. Parallelamente, la cooperazione d'acquisto di Coop, Rewe Group e Baumax si estenderà all'azienda finlandese Rautakesko. In tal modo, tooMax-x diverrà il terzo acquirente di prodotti per l'edilizia in Europa. L'ampliamento della cooperazione d'acquisto si tradurrà per Coop in un ulteriore passo avanti nell'estensione delle collaborazioni sul piano internazionale.

La visione di Coop: entro 15 anni CO₂ neutrale

Coop ha rafforzato il proprio ruolo di pioniere in materia di sostenibilità, estendendo notevolmente le attività legate alla protezione del clima. Nella primavera del 2008 ha infatti preso la decisione, come primo e unico gruppo nell'ambito del commercio al dettaglio nazionale, di diventare CO₂ neutrale entro 15 anni. Coop provvederà pertanto a ridurre le emissioni di CO₂ nelle aree di influenza diretta attraverso una politica di risparmi e compensazione fino a raggiungere un bilancio CO₂ equilibrato. Questo obiettivo non vede tuttavia coinvolta solo Coop: anche i partner commerciali collaboreranno a diminuire le emissioni di CO₂ all'interno dell'intera catena di creazione del valore. Coop ha concordato con la Confederazione obiettivi di riduzione concreti, che saranno controllati attraverso audit regolari. Il corrispondente pacchetto di provvedimenti è stato elaborato in collaborazione con l'Agenzia dell'energia per l'economia (AEnEC). Tra le varie misure rientrano la tassativa esecuzione di tutti gli interventi di rinnovamento e ristrutturazione dei punti di vendita Coop secondo lo standard Minergie, il rapido trasferimento dei trasporti dalla strada alla nave e alla rotaria nonché la compensazione delle emissioni di CO₂ e la sostanziale riduzione di merci trasportate per via aerea. Giocando d'anticipo, Coop investirà 2 milioni di

franchi in uno studio sul potenziale per lo sfruttamento dell'energia eolica in Svizzera, che contempla la costruzione di 10 torri anemometriche per la misurazione dei venti. Un altro aspetto fondamentale della visione di Coop è quello di riuscire a realizzare tutti i prodotti in cotone biologico di Coop Naturaline entro la fine del 2012 con un bilancio CO₂ neutrale. Le emissioni di CO₂ persistenti anche dopo gli interventi di riduzione saranno compensate esclusivamente attraverso progetti all'interno della catena produttiva.

Acquisizione dei punti di vendita Carrefour in Svizzera

Ottenuta l'approvazione della Commissione della concorrenza, nella primavera del 2008 Coop ha acquisito i punti di vendita Carrefour sul territorio nazionale. Il nulla osta all'acquisizione prevedeva tuttavia l'assolvimento di vari oneri. Dopo la trasformazione dei 12 grandi punti di vendita Carrefour in Ipermercati Coop e l'inaugurazione di un ulteriore ipermercato a San Gallo, Coop gestisce attualmente 27 ipermercati in tutta la Svizzera, il doppio rispetto al 2007. L'articolato progetto ha comportato una massiccia mobilitazione dal punto di vista logistico e del personale. Una volta svenduto il vecchio assortimento, i punti di vendita sono stati adeguati nel giro di pochi giorni agli elevati standard di Coop e riforniti con l'assortimento di prodotti di Coop. Parallelamente, l'aspetto dei punti di vendita è stato conformato a quello degli ipermercati Coop. Infine, avendo deciso di mantenere i prodotti Carrefour più apprezzati dalla clientela anche dopo l'acquisizione, l'assortimento Coop si è arricchito di una nuova ampia offerta. Coop ha permesso ai quasi 2 000 ex-collaboratori Carrefour di proseguire la propria attività lavorativa con un Contratto collettivo di lavoro (CCL) di Coop, opzione accolta positivamente da pressoché tutti gli interessati.

Scenario economico

Le oscillazioni dei prezzi delle materie prime e la crisi finanziaria mondiale hanno contraddistinto l'anno in esame. Le importazioni parallele hanno visto gli interessi dei consumatori e del commercio al dettaglio contrapposti in particolare a quelli dell'industria chimica e farmaceutica. Consumo idrico, emissioni di CO₂, sfruttamento del territorio e biodiversità sono sempre più di frequente divenuti temi di pubblico interesse.

MERCATO E PREZZO

Crisi finanziaria mondiale e aumento della pressione dei prezzi

Il commercio al dettaglio svizzero ha registrato nel 2008 un nuovo, netto aumento del fatturato nonostante le forti oscillazioni dei mercati finanziari che hanno caratterizzato il secondo semestre. Uno dei motivi principali del risultato positivo risiede nel basso tasso di disoccupazione, nel saldo migratorio positivo e nei salari più elevati rispetto all'anno precedente. A ciò si aggiunge che i fatturati complessivi nell'ambito del commercio al dettaglio svizzero sono fortemente influenzati dallo sviluppo del settore dei generi alimentari e voluttuari; su questo fronte, infatti, gli effetti negativi della crisi finanziaria hanno finora inciso solo in misura minima sulla tendenza ai consumi. L'istanza da parte delle banche di sostegni statali e le massicce perdite degli istituti finanziari hanno riaperto il dibattito sui temi di etica, sostenibilità e lungimiranza nel panorama economico, che potrebbe concretizzarsi positivamente in una richiesta consapevole di prodotti con valore aggiunto ecologico, sociale ed etico. Ciononostante, il dibattito sui prezzi viene costantemente riaperto dalla crescente penetrazione di discounter esteri sul mercato nazionale del commercio al dettaglio. Sulla scorta della crisi dell'economia globale, i consumatori sono divenuti sempre più sensibili ai prezzi, il che ha spronato ulteriormente Coop a garantire la competitività in tutte le fasce di prezzo e sull'intero assortimento. Grazie a ulteriori incrementi di efficienza ottenuti nel settore della logistica e dell'approvvigionamento, Coop è riuscita a ritagliarsi il margine di manovra necessario per una riduzione dei prezzi. Coop ha introdotto la garanzia del prezzo più basso su Prix Garantie, applicando in aggiunta oltre 500 riduzioni di prezzo su vari articoli di marca propria e non. Nel 2008 Coop ha investito complessivamente circa 100 milioni di franchi nell'abbassamento

dei prezzi. Parallelamente, il gruppo ha consolidato la propria posizione di azienda di commercio al dettaglio con la più ampia varietà di assortimento a livello nazionale, aspetto dettato dalle nuove esigenze dei clienti, sempre più specifiche e personalizzate anno dopo anno, che impongono l'introduzione di prodotti e programmi innovativi.

APPROVVIGIONAMENTO E POLITICA ECONOMICA

Prezzi fortemente altalenanti delle materie prime e dell'energia

All'inizio del 2008 il commercio al dettaglio era alle prese con un rapido rincaro dei prezzi delle materie prime e dell'energia. Coop è riuscita a contenere il trasferimento dell'aumento dei prezzi d'acquisto alla clientela in diversi settori grazie a una maggiore efficienza e a serrate trattative con i fornitori anche nell'ambito della cooperazione per gli acquisti Coopernic. A metà dell'anno, i produttori di latte svizzeri hanno minacciato un blocco alle forniture a causa del caro-petrolio e dell'aumento dei costi di trasporto. Coop è riuscita a scongiurare questo rischio mediante un aumento del prezzo del latte, da cui non ha però potuto esonerare nemmeno i consumatori. A fronte delle nette riduzioni dei margini di guadagno per latte, cereali e cacao degli ultimi anni, in questo caso non vi erano spazi sufficienti per ammortizzare i rincari dei prezzi delle materie prime. Verso la fine dell'anno in esame, i prezzi dei prodotti agricoli e i prezzi dell'energia, rispettivamente condizionati dal raccolto e dalla recessione, hanno teso di nuovo al ribasso, allentando notevolmente la pressione creatasi. Un massiccio aumento dei quantitativi di latte svizzero a fine 2008 ha portato a grandi eccedenze. Per promuovere le vendite, nel mese di novembre Coop ha abbassato a proprie spese i prezzi del latte intero UHT e del latte drink UHT. Le ripercussioni sulla tendenza al consumo, sulle abitudini d'acquisto

e sullo sviluppo del potere d'acquisto a seguito delle turbolenze nei mercati investiti dalla crisi finanziaria globale a fine 2008 non risultavano ancora stimabili con sicurezza. Per il 2009, Coop prevede comunque tendenzialmente una maggiore sensibilità ai prezzi da parte dei consumatori.

Appello all'apertura dei mercati

Oltre alle turbolenze dei mercati finanziari e dei prodotti, nel corso del 2008 è stata dedicata particolare attenzione agli sforzi verso una maggiore apertura e liberalizzazione del mercato. A inizio novembre sono state avviate le trattative concrete per un accordo in materia di libero commercio agrario e sanità tra la Svizzera e l'UE. Coop si era preparata in previsione di questo dibattito aderendo alla Comunità di interesse del settore agroalimentare (CISA), la quale riunisce tutti i sostenitori di un accordo agrario: dai produttori agricoli alle imprese di trasformazione, fino ai commercianti e ai consumatori. Il mandato di trattativa comprende un pacchetto equilibrato che assegna particolare importanza agli interessi dei consumatori. Come misura d'accompagnamento a favore dei produttori agricoli e dell'industria alimentare, Coop promuove ammortizzatori temporanei durante il periodo di transizione e misure permanenti volte a creare condizioni quadro equivalenti. L'apertura del mercato nazionale all'intera compagine comunitaria è stata oggetto di discussione anche sul fronte politico per l'autorizzazione di importazioni parallele per merci protette da brevetto. Questo aspro confronto ha visto contrapposti gli interessi dei consumatori e dei commercianti al dettaglio soprattutto a quelli dell'industria farmaceutica. Solo di fronte alla minaccia di un'iniziativa popolare il Parlamento ha infine approvato, nel dicembre 2008, un cambio di sistema.

Regolamentazioni adeguate

Per far fronte alla crescente pressione dei costi, il commercio al dettaglio deve poter contare su regolamentazioni adeguate nell'ambito della sicurezza dei prodotti, della politica ambientale e dei trasporti, nonché della prevenzione sanitaria. Coop si è impegnata principalmente nell'ambito della Comunità d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera (CI CDS) per rendere i vantaggi delle disposizioni di legge destinate ai consumatori e al commercio al dettaglio proporzionati rispetto all'onere burocratico e ai costi. Nel corso degli ultimi anni, il commercio al dettaglio nazionale ha dimostrato che è possibile soddisfare le aspettative sociali con responsabilità individuale ed efficienza attraverso sistemi e soluzioni di settore volontari. La CI CDS, su iniziativa di Coop, ha varato all'inizio dell'anno il Codice di condotta sulle nanotecnologie. Con questo codice, il commercio al dettaglio s'impegna a fornire spontaneamente informazioni trasparenti sui prodotti contenenti nanotecnologie, commercializzandoli solo se, per quanto si sappia finora, risultino privi di rischi per la salute e l'ambiente.

SOSTENIBILITÀ

Consumo sostenibile

Anche il consumo privato di generi alimentari e beni di consumo è fonte d'inquinamento ambientale, con incidenza sull'intera catena di creazione del valore: dall'estrazione di materie prime o dalla coltivazione passando attraverso trasformazione, trasporto, magazzinaggio e preparazione fino allo smaltimento. Le ripercussioni sull'ambiente sono molteplici e non si limitano alla sola problematica dei gas serra. Altri temi importanti sono il consumo idrico, lo sfruttamento del territorio e la biodiversità. Nel 2008 Coop ha contribuito in misura significativa a porre le riflessioni e i provvedimenti finalizzati al consumo sostenibile al centro

dell'interesse pubblico, rendendoli sempre più spesso oggetto di dibattiti e discussioni. Secondo il punto di vista di Coop, i programmi proposti in vari paesi per la dichiarazione del CO₂ sui prodotti non bastano. Se s'intende davvero rendere i prodotti più sostenibili, occorre adottare Life Cycle Assessments (LCA) esaustivi che contemplino tutti gli aspetti in materia di ecologia. In tal modo risulterebbe possibile, già in fase di approvvigionamento, accordare la preferenza agli articoli più validi sul fronte ecologico, impedendo l'entrata nell'assortimento di prodotti fortemente inquinanti. Per tener fede al proprio impegno nei confronti dei consumatori, Coop è stato il primo gruppo svizzero di commercio al dettaglio a introdurre l'etichetta «By Air» per contrassegnare tutti i prodotti trasportati per via aerea, con relativa compensazione delle emissioni di CO₂ legate a questo tipo di trasporto. Provvedimenti simili consentono ai clienti di percepire in prima persona la propria responsabilità nei confronti dell'ambiente, offrendo loro l'opportunità di scegliere consapevolmente prodotti più sostenibili.



→



**Dal salmone bio irlandese
al filetto di salmone
di Naturaplan**







Il salmone bio di Coop Naturaplan è allevato in mare aperto al largo della costa occidentale dell'Irlanda. La mattina o la sera – a seconda delle condizioni del tempo – i pescatori navigano verso le gabbie ancorate sui fondali marini per dar da mangiare ai pesci. Allevamento biologico significa: direttive severe in merito ai metodi di allevamento, al mangime, alla lavorazione e al trasporto. Prima di essere pescato, il salmone bio deve pesare almeno 4 kg.



Film sulla sequenza d'immagini all'indirizzo www.coop.ch/rapporto

Offerta e servizi

Coop garantisce i prezzi più bassi sulla linea di prodotti Prix Garantie e orienta ulteriormente la propria offerta su prodotti con valore aggiunto ecologico e sociale ai nuovi trend di consumo. Con ben 3,315 milioni di lettori, Cooperazione è il maggiore settimanale della Svizzera.

PREZZO

Salvaguardia del potere d'acquisto grazie alla garanzia dei prezzi più bassi

A fronte della crescente concorrenzialità nell'ambito del commercio svizzero al dettaglio, il 2008 si è concluso per Coop all'insegna di un ulteriore ribasso dei prezzi, misura tesa a preservare e a consolidare la competitività dei prezzi rispetto alla concorrenza. Oltre 500 nuovi ribassi sugli articoli di marca e prodotti di marca propria Coop hanno introdotto riduzioni di prezzo mediamente pari al 10 %. In febbraio Coop ha abbassato mediamente del 12 % il prezzo di 120 prodotti della linea di prezzi bassi Prix Garantie. La garanzia del prezzo più basso, annunciata a settembre, ha dato un contributo fondamentale alla salvaguardia del potere d'acquisto; unitamente a un ribasso dei prezzi di altri 50 articoli, Coop ha promesso di mantenere in futuro l'assortimento della linea Prix Garantie a un prezzo pari o inferiore rispetto ai prodotti analoghi di fascia economica dei principali concorrenti sul mercato. Come strumento di controllo vengono attuati confronti di prezzi periodici, eseguiti contestualmente da Coop e dall'istituto indipendente di ricerche di mercato ACNielsen. All'inizio del 2009, Coop ha compiuto un ulteriore passo avanti, portando i prezzi di oltre 600 articoli di marca a livello di discount. Gli investimenti in riduzioni di prezzo si sono attestati nel 2008 a circa 100 milioni di franchi. Sulla scorta delle forti oscillazioni e del livello medio nettamente in rialzo dei prezzi delle materie prime e dell'energia, il tasso di rincaro dell'intero gruppo Coop ha comunque raggiunto quota +0,9 %. Il solo settore Retail ha registrato un rincaro pari a circa l'1,3 %.

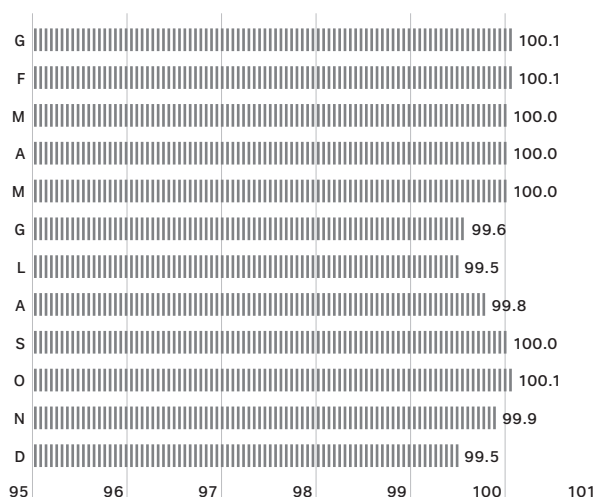
Osservatorio dei prezzi perfezionato

Il confronto dei prezzi eseguito da ACNielsen è il più completo di tutta la Svizzera. Questo strumento consente a Coop di monitorare la propria competitività e

Monitoraggio dei prezzi Coop – Sintesi 2008

Il monitoraggio dei prezzi Coop è rilevato ogni mese dall'istituto indipendente di ricerca di mercato ACNielsen per conto di Coop. ACNielsen mette a confronto almeno 2100 articoli del fabbisogno quotidiano presenti nell'assortimento di Coop e dei suoi principali concorrenti. In questo indice vengono presi in considerazione prodotti che hanno un prezzo cosiddetto nazionale, ossia prodotti in vendita in tutta la Svizzera (marche, marche proprie, linea di prezzi bassi).

Indice in % (concorrente principale = 100 %)
Indice inferiore a 100 = Coop più conveniente
Indice 100 = Coop altrettanto conveniente
Indice superiore a 100 = concorrente principale più conveniente



Fonte: ACNielsen, Osservatorio dei prezzi Coop (rilevamento mensile a una data stabilita)

ora anche di tenere sotto controllo la propria garanzia dei prezzi più bassi. ACNielsen confronta periodicamente i prezzi delle maggiori aziende operanti nel commercio al dettaglio in Svizzera in relazione a un paniere ben definito, composto attualmente da una selezione di almeno 2100 prodotti di prima necessità provenienti dall'assortimento della linea di prezzi bassi, dei prodotti di marca propria o degli articoli di marca. Dall'autunno del 2008, il segmento di fascia economica contiene

tutti gli articoli che risultano direttamente comparabili fra loro in base a criteri oggettivi quali ad es. qualità, contenuto e quantità. Lo strumento di comunicazione alla clientela è costituito dall'osservatorio dei prezzi, pubblicato con cadenza mensile su Cooperazione e in Internet. I risultati dell'osservatorio convalidano, da un lato, la garanzia dei prezzi più bassi dichiarata da Coop. Dall'altro dimostrano che Coop è conveniente quanto il suo principale concorrente, sia sul fronte dei prodotti di marca propria che per gli articoli di marca, rivelandosi pertanto assolutamente competitiva in tutte le fasce di prezzo.

VARIETÀ

Straordinario mix di marche per le esigenze specifiche dei clienti

Le abitudini di consumo si sono notevolmente modificate negli ultimi anni. Le esigenze dei clienti si fanno sempre più specifiche e, nello stesso tempo, più articolate. Partendo da questi presupposti, Coop ha deciso di muoversi ancora più in linea con le diverse tendenze di consumo. Grazie all'ampia offerta che spazia dalla linea di prezzi bassi ai prodotti di marca propria Coop e ai label di fiducia, fino agli articoli di marca, nel 2008 Coop ha saputo consolidare in tutte le fasce di prezzo la propria posizione di azienda di commercio al dettaglio con la più ampia varietà di assortimento di prodotti. Nell'agosto 2008 Coop ha lanciato la marca propria Plan B dedicata ai giovani, che offre prodotti convenienti a rapido consumo. Con il restyling e l'ampliamento dell'assortimento dei label di fiducia Coop Naturaplan e Coop Naturaline, Coop ha saputo rispondere all'attuale tendenza Lohas (Lifestyle of Health and Sustainability). Per i consumatori di prodotti con valore aggiunto ecologico, sociale ed etico, i fattori gusto, modernità e aspetto accattivante acquistano sempre maggiore rilevanza. In quest'ottica,

nel 2008 Coop ha rielaborato anche le formule e le confezioni della linea di prodotti per la cura del corpo e del viso di Coop Naturaline.

LABEL DI FIDUCIA AD ALTO PROFILO ECOLOGICO E SOCIALE

Nuova veste per Coop Naturaplan

Il fatturato della linea biologica Coop Naturaplan, a 16 anni dal suo lancio sul mercato, ha registrato un aumento dell'8 % rispetto all'anno precedente, attestandosi a 678 milioni di franchi. Da aprile 2008 il più apprezzato label bio di tutta la Svizzera si presenta con un'immagine fresca e dinamica, un nuovo logo, imballaggi moderni e un assortimento ancora più ampio. Gli oltre 90 nuovi articoli introdotti sono prevalentemente prodotti moderni e sani, in linea con l'attuale trend di consumo Lohas. Coop ha verificato la composizione nutrizionale dei prodotti tramite il Servizio specializzato in Dietetica, rielaborato le ricette e migliorato la culinarietà dei prodotti bio in collaborazione con Betty Bossi. Il restyling delle confezioni dei 1 600 prodotti certificati con gemma bio avverrà gradualmente, gli stock nelle vecchie confezioni non saranno eliminati. Nell'ambito di questo processo di rinnovo del label, Coop ha lanciato in settembre la rivista bio «Verde», con una tiratura di 1,4 milioni di copie.

Nuova crescita del fatturato per Coop Naturafarm

Coop Naturafarm è sinonimo di valori aggiunti trasparenti: produzione svizzera, allevamento all'aperto rispettoso degli animali, controlli indipendenti e divieto di mangimi OGM. Con un fatturato di 467 milioni di franchi, il label si è piazzato al secondo posto, dietro Coop Naturaplan, nella classifica dei label di fiducia ecologici, sociali e rispettosi degli animali, registrando nel 2008, dopo vari anni di ristagno, una nuova crescita del 3 %. La quota di Coop Naturafarm sul fatturato

complessivo di carne e uova ammontava al 30 % circa. Per la carne di manzo e di maiale, Coop Naturafarm ha raggiunto, rispettivamente con il 70 % e il 65 %, una quota addirittura maggiore. Coop ha riconfermato il suo ruolo di pioniera sostenendo il divieto di castrazione dei lattinzoli senza anestesia. Questa misura sarà resa esecutiva per il label Coop Naturafarm ancor prima della scadenza del termine di un anno (fine giugno 2009) concesso dal Consiglio federale.

Coop Naturaline: CO₂ neutrale entro il 2012

Le vendite di tessili Naturaline prodotti con cotone bio Fair Trade sono state, anche nel 2008, assai soddisfacenti. In primavera, Coop ha presentato un eccezionale progetto in anteprima mondiale, il Progetto CO₂, il cui obiettivo è quello di riuscire a realizzare tutti i prodotti in cotone biologico di Coop Naturaline entro fine 2012 con un bilancio CO₂ neutrale. Le emissioni di CO₂ residue saranno compensate esclusivamente attraverso progetti all'interno della catena produttiva. Per l'occasione sono state realizzate 80 000 t-shirt in cotone bio 100 % con la stampa «CO₂ neutrale». Dall'autunno 2008, Melanie Winiger è la testimonial della linea di moda sostenibile. Con i suoi prodotti tessili e cosmetici, Coop Naturaline ha registrato nel 2008 un incremento del fatturato del 5 %, toccando i 67 milioni di franchi. L'assortimento di cosmetici realizzati con materie prime naturali ha realizzato da solo una crescita di fatturato pari al 20 % circa. Da quest'anno sfoggia una nuova veste sotto il nome di Naturaline Natural Cosmetics. Coop ha inoltre rielaborato le formule e le confezioni della linea di prodotti per la cura del corpo e del viso.

Coop Oecoplan: a ruba le piante da appartamento da coltivazione biologica

Nel 2008, Coop Oecoplan ha subito flessioni nel fatturato pari al 2 %, non proseguendo pertanto il successo dell'anno precedente. La causa del calo di fatturato

è riconducibile al passaggio dell'apprezzata carta di marca propria Coop alla qualità FSC. La carta riciclata al 100 % di Coop Oecoplan si è quindi trovata svantaggiata rispetto al resto dell'assortimento di carta standard. Il fatturato delle piante da appartamento da coltivazione biologica ha visto una crescita del 21 %, quella dei prodotti fitosanitari naturali del 23 % e quella dei prodotti in legno da giardino provenienti da silvicoltura sostenibile del 12 % rispetto all'anno precedente.

Prodotti innovativi per Max Havelaar

I prodotti Coop recanti il sigillo di qualità Max Havelaar esibiscono da marzo 2008 il logo unitario dell'organizzazione mantello Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). I prodotti freschi certificati Max Havelaar (banane, ananas e rose) sono inoltre contrassegnati dal cosiddetto numero identificativo FLO. Nel 2008, i prodotti con sigillo di qualità Max Havelaar in vendita presso Coop hanno registrato un fatturato pari a 135 milioni di franchi. La crescita del 4 % rispetto all'anno precedente è tra l'altro riconducibile alle numerose novità presenti nell'assortimento. Coop è stata la prima azienda svizzera di commercio al dettaglio a lanciare piatti pronti precotti a base di riso con sigillo di qualità Max Havelaar.

Un anno di successi con Pro Montagna

Il label Pro Montagna ha festeggiato quest'anno il suo primo anniversario con un fatturato nel 2008 pari a oltre 20 milioni di franchi. L'assortimento di generi alimentari provenienti dalle regioni di montagna svizzere gode di sempre maggiore popolarità. Scegliendo di acquistare i prodotti Pro Montagna, i clienti contribuiscono a garantire un contributo di solidarietà agli agricoltori, preservando la creazione di valore aggiunto nelle regioni di montagna. Circa il 2,1 % del fatturato (oltre 500000 franchi) è stato ricondotto, tramite il Padrinato Coop per le regioni di montagna, direttamente ai

contadini o ai produttori di tali zone. Nel 2008 Coop ha aumentato il numero dei prodotti Pro Montagna da 60 a 90. Tra le novità dell'assortimento figurano, ad esempio, il pane di montagna nel cestello, due varietà di vini, birra biologica e varie specialità a base di carne proveniente dalle montagne svizzere. Per la prima volta l'assortimento è stato arricchito di 60 diversi formaggi d'alpe, prodotti durante l'estate su vari alpi svizzeri. Il formaggio d'alpe è un prodotto naturale al 100 %, disponibile a seconda della stagione e della regione.

Vendita di piantine Pro Specie Rara

Nel 2008 è stata dedicata particolare attenzione alla gestione degli assortimenti. La pioggia e la scarsa resistenza alle malattie hanno reso la crescita dei pomodori Pro Specie Rara piuttosto critica durante la stagione principale, con conseguente ristagno del fatturato. Soddisfacenti sono state invece le vendite di piantine Pro Specie Rara nei centri Coop Edile+Hobby. I mercati di questo segmento aumentano di anno in anno la propria popolarità: per il prossimo anno è pertanto prevista l'integrazione di ulteriori servizi nell'ambito dell'assortimento di piante Pro Specie Rara.

Slow Food crea cinque nuovi Presidi

Lo scopo dell'organizzazione internazionale no profit Slow Food è quello di salvaguardare prodotti regionali tradizionali, procedimenti di produzione originali e usanze tramandate da generazioni. Coop sostiene questo straordinario progetto dal 2007 attraverso il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile. Nel 2008 uno dei temi di primo piano è stata proprio l'introduzione di prodotti provenienti dagli 7 Presidi Slow Food in Svizzera. In tutto il mondo esistono circa 300 comunità d'interessi analoghe, che si dedicano alla salvaguardia di una determinata specialità gastronomica. Uno dei Presidi svizzeri sostiene la «Farina bõna», una farina di mais tradizionale originaria della Valle Onsernone. A causa delle mutate abitudini alimentari, negli anni '60

la sua produzione subì un arresto. Coop inserì per un breve periodo la farina nella propria offerta di prodotti e introdusse i biscotti realizzati con «Farina bõna» in pianta stabile nell'assortimento Slow Food. Ai circa 40 prodotti permanenti e 40 prodotti stagionali attualmente in assortimento si aggiungeranno l'anno prossimo ulteriori specialità di Presidi svizzeri.

LABEL DI FIDUCIA NEL SETTORE SALUTE E CONVENIENCE

Coop consolida la collaborazione con Betty Bossi

Nel 2008 gli oltre 600 prodotti freschi convenience sviluppati da Coop in collaborazione con Betty Bossi hanno goduto di una crescita del fatturato del 3,5 % circa, attestandosi a quota 450 milioni di franchi. Good Food, la nuova generazione di menu pronti ideati da Betty Bossi, coniuga i vantaggi di una rapida preparazione a quelli di un'alimentazione equilibrata. Tutti i piatti sono privi di esaltatori di sapidità, coloranti e aromi artificiali, e ciascuno di essi corrisponde a una delle cinque dosi di frutta e verdura consigliate al giorno. Nel 2008 Coop ha rafforzato la collaborazione gastronomica con Betty Bossi. Nella nuova cucina-laboratorio di Betty Bossi a Basilea verranno sviluppati nuovi prodotti e individuate nuove tendenze di consumo.

Prodotti stagionali Weight Watchers

L'offerta del label di fiducia Coop Weight Watchers comprende, con circa 300 prodotti a basso tenore di zucchero e grassi, tutte le categorie di generi alimentari. Nel 2008 l'assortimento è stato arricchito di prodotti stagionali. Coop e Weight Watchers hanno verificato la composizione nutrizionale e il gusto di tutti i prodotti, perfezionando singole ricette. L'organizzazione Weight Watchers offre il programma di maggior successo in tutto il mondo per la riduzione e il controllo del peso. Nel 2008, inoltre, alla pagina Internet di Cooperazione

si è tenuta per la seconda volta la popolare elezione di «membro Weight Watchers dell'anno».

ARTICOLI DI MARCA

Esclusivo assortimento di articoli di marca con valore aggiunto

Gli articoli di marca costituiscono presso Coop una parte integrante della variegata offerta di prodotti Food e Non Food. Essi completano infatti l'assortimento nella fascia di prezzo medio-alta e consentono di soddisfare ulteriori esigenze specifiche dei clienti. Coop continua a disporre della maggiore varietà di prodotti di marca a livello nazionale, a cui deve circa il 44 % del proprio fatturato. Coop seleziona gli articoli di marca tenendo conto delle loro caratteristiche esclusive e del relativo valore aggiunto. Essi devono rispondere alle esigenze dei consumatori e apportare un autentico beneficio al cliente. La strategia di differenziazione rispetto alla concorrenza nonché l'acquisizione di nuovi clienti si basa infatti soprattutto sul valore aggiunto dei prodotti offerti in grado di creare un reale vantaggio.

Martello – il sistema a capsule per caffè economico

Nel novembre 2008 Coop ha lanciato sul mercato svizzero l'innovativo sistema a capsule Martello. La macchina da caffè e le relative capsule sono disponibili in tutti i punti di vendita Coop, da Interdiscount e Dipl. Ing. Fust AG. Martello è il più economico sistema a capsule per caffè sul mercato svizzero e sa farsi apprezzare soprattutto per la sua maneggevolezza, la buona efficienza energetica e l'ottima qualità del caffè. Solo nei primi tre mesi dopo il lancio Coop ha venduto ben 17 000 apparecchi della nuova linea di prodotti. A fronte dell'elevata domanda, per il 2009 è previsto un ulteriore ampliamento dell'assortimento.

MARCHE PROPRIE

Coop Qualité et Prix: restyling concluso

Nel 2008 Coop ha concluso il processo di restyling delle confezioni dei prodotti di marca propria: d'ora in avanti presenterà in aggiunta la scritta «Qualité et Prix». L'assortimento offre più di 5000 prodotti di qualità a prezzi convenienti e comprende il settore Food, Near Food e Non Food. Una particolare attenzione è dedicata alla trasparenza delle descrizioni degli articoli e alle informazioni supplementari riportate sulla confezione, che Coop garantisce grazie al profilo alimentare.

Garanzia dei prezzi più bassi di Prix Garantie

Tutti i consumatori dei prodotti della linea Prix Garantie potranno contare anche in futuro su un'assoluta sicurezza dei prezzi. Dopo una riduzione media del 12 % operata a febbraio sul prezzo di complessivamente 120 prodotti, a settembre 2008 Coop ha annunciato la garanzia dei prezzi più bassi. In tal modo, Coop ha garantito di mantenere i prodotti della marca propria Prix Garantie a un prezzo pari o inferiore rispetto agli articoli paragonabili di fascia economica dei principali concorrenti sul mercato svizzero. Nell'anno in esame Prix Garantie ha ottenuto un fatturato di 381 milioni di franchi, corrispondente, in proporzione al fatturato complessivo di Coop, al livello dell'anno precedente. Attualmente l'assortimento conta oltre 400 articoli.

Offerta di prodotti Fine Food in costante crescita

Il label premium di Coop Fine Food, prima linea di specialità gastronomiche della Svizzera nel canale della grande distribuzione, nel 2008 ha nuovamente registrato una netta crescita. Con un incremento del 18 % rispetto all'anno precedente, il fatturato si è attestato a quota 85 milioni di franchi. Fine Food offre ai consumatori sapori raffinati per momenti speciali tutto l'anno. I quasi 400 prodotti, una cinquantina

in più rispetto all'anno precedente, sono sinonimo di qualità e massimo gusto a prezzi modici. Oltre alla recente introduzione di altre specialità selezionate nel settore alimentare, nel 2008 Coop si è concentrata prevalentemente sull'ampliamento della linea Fine Food Design. Numerosi nuovi attrezzi da cucina affiancano l'assortimento di pentole, porcellane, bicchieri e posate.

La linea per bambini Jamadu festeggia il suo primo anniversario

Ad aprile 2008 la marca propria di Coop Jamadu ha compiuto un anno, coronato da un grande successo. L'assortimento dedicato alle specifiche esigenze dei bambini è stato ampliato a fine 2007 con l'aggiunta di 40 nuovi prodotti e attualmente ne comprende 130; nell'anno in esame, il label ha registrato un fatturato di 22 milioni di franchi, ossia il doppio dell'anno scorso. Oltre al gusto dei prodotti alimentari, che vengono regolarmente valutati da una giuria di bambini, a Coop preme anzitutto garantire un'alimentazione sana ed equilibrata. I requisiti di qualità dei prodotti Jamadu impongono pertanto un tenore ridotto di grassi e zuccheri, nonché l'assenza di esaltatori di sapidità. I sette diversi articoli Near Food, come il dentifricio, il gel doccia o il latte solare, rispondono a rigidi criteri in materia di tollerabilità dermatologica. Con il notevole ampliamento dell'assortimento del segmento Non Food a oltre 70 articoli, Coop ha risposto in modo concreto ai desideri di molti genitori e bambini.

Free From attento alle intolleranze

Oltre 1 milione di persone in Svizzera soffrono di intolleranza al lattosio, al glutine o a un particolare alimento. Per andare incontro alle loro specifiche esigenze, Coop offre la marca propria Free From. L'assortimento di questa linea conta 25 prodotti senza glutine della marca DS (Dietary Specials), 22 prodotti senza lattosio e 4 articoli debitamente adattati anche a singole

allergie alimentari. Da oggi, anche 46 ristoranti Coop in tutta la Svizzera offrono tre menu a base di pasta senza glutine di DS.

Unificazione di Délicorn e Valess

Per rendere ancora più completo e accessibile l'assortimento vegetariano, nel giugno 2008 Coop ha accorpato le due linee Valess e Délicorn. I 29 prodotti della gamma, tra cui anche piatti pronti da cuocere in padella, sono ora commercializzati sotto il label Délicorn e consentono ai clienti di gustare piatti senza carne sani e sempre diversi. I prodotti sono a base di latte fresco concentrato, arricchito con erbe aromatiche e spezie, oppure, in alternativa, vengono ricavati dalla soia, dal frumento o dal miglio. Tutti gli articoli dell'assortimento Délicorn portano il marchio vegetariano europeo e sono idonei per un'alimentazione ovolattovegetariana.

Mangiare e bere fuori casa in economia con Plan B

Lanciata a fine agosto 2008, la nuova marca propria di Coop Plan B si rivolge principalmente a un pubblico giovane, che desidera sfamarsi in modo rapido, semplice e, soprattutto, a buon mercato. Plan B offre piatti gustosi, snack e bevande, sia per spuntini che per un pasto vero e proprio. La vasta gamma di un totale di 50 prodotti Food spazia dai piccoli snack da sgranocchiare, quali i mix di noci e frutta secca, ai piatti completi come i piatti di pasta pronti, fino a croccanti insalate e succhi ai frutti tropicali. L'assortimento si completa poi con un articolo Non Food che cambia di volta in volta.

SERVIZI E SPONSORIZZAZIONE

Coop Supercard – ora per biglietti e vacanze brevi

La possibilità di pagare interamente o parzialmente con i superpunti i prodotti Non Food presso i Grandi

Magazzini Coop City gode di popolarità costante. Nel 2008 circa il 13 % del fatturato Non Food dei grandi magazzini è stato pagato dai clienti con i superpunti. Complessivamente, i circa 2,6 milioni di utenti della Supercard Coop hanno riscosso punti per un valore di 147 milioni di franchi. Dall'inizio di dicembre è disponibile la nuova Coop Supercard Ticket, sulla quale si possono caricare skipass giornalieri per oltre 50 comprensori sciistici della Svizzera, oltre a biglietti per accedere a concerti ed eventi. Il nuovo premio «Supercard Hotels» dà diritto, al prezzo di 900 superpunti più un pagamento di 249 franchi, a una breve vacanza per due persone. 7600 clienti si sono già avvalsi di questa offerta.

Supercard plus in una nuova elegante veste nera

La Supercard plus sfoggia da maggio 2008 un nuovo design in nero. Con questa trasformazione, Coop ha risposto alle richieste avanzate dai clienti di un nuovo aspetto raffinato e al tempo stesso incisivo. In più, la carta di credito è stata munita di un chip che ora abilita a pagamenti mediante codice PIN in tutto il mondo. A fine 2008 Coop, in partnership con Swisscard AECS AG, ha messo in circolazione complessivamente 281 000 Mastercard Supercard plus. Con una crescita del 31 %, essa rimane di gran lunga la carta di credito gratuita più diffusa in Svizzera.

ITS Coop Travel supera le aspettative

ITS Coop Travel, l'agenzia viaggi di Coop e Rewe Touristik, è riuscita a superare l'obiettivo prefisso per il secondo anno di esercizio. Con oltre 65 milioni di franchi, l'agenzia ha aumentato il fatturato dell'85 % circa rispetto all'anno precedente, mandando in vacanza 53 000 clienti, soprattutto famiglie. Sfruttando le sinergie, Coop e Rewe Touristik hanno conquistato a livello nazionale la leadership di prezzo per le destinazioni balneari. Le mete più gettonate sono state Spagna, Egitto e Grecia, mentre per quelle a lungo rag-

gio, l'Asia e i Caraibi. La percentuale più consistente del fatturato è stata raggiunta da ITS Coop Travel con la vendita diretta: il 55 % delle prenotazioni è pervenuto telefonicamente e il 23 % via Internet al sito www.itscoop.ch. Il rimanente 22 % delle prenotazioni è stato ricevuto da altre agenzie di viaggi.

CoopMobile Friends, ora ancora più attraente

CoopMobile ha visto un netto incremento del proprio numero di utenti. A fine 2008 l'offerta di schede prepagate di Prix Garantie per la telefonia mobile contava già 380 000 clienti circa, 110 000 in più rispetto all'anno precedente. CoopMobile Friends, l'offerta postpaid lanciata alla fine del 2007, si presenta da metà 2008 con un'offerta ancora più interessante: inizialmente solo un gruppo di cinque persone aveva la possibilità di telefonare tra loro alla tariffa conveniente di 5 centesimi al minuto; ora, questa offerta viene estesa a tutti gli 1,5 milioni di utenti della rete di Orange Mobile.

Nuove carte regalo in offerta

La carta regalo di Coop in formato carta di credito, ora in vendita anche per Dipl. Ing. Fust AG, ha goduto nel 2008 di grande popolarità. Complessivamente Coop ha venduto carte per un valore di circa 66 milioni di franchi, di cui circa 6 milioni ad aziende che a loro volta le regalano ai propri collaboratori o clienti.

Coop a Euro 08

Nel 2008, sotto il motto «Per il campione che è in te», Coop ha attuato presso tutti i propri punti di vendita offerte promozionali aggiuntive e servizi legati all'evento Euro 08. I punti di vendita Coop nelle città ospitanti, dislocati lungo i viali percorsi dai fan e in prossimità dello stadio, hanno dato il proprio contributo prolungando notevolmente gli orari di apertura, aprendo la domenica e mettendo a disposizione una speciale offerta di ristoro. La Supercard Coop ha introdotto nell'assortimento 58 premi dedicati agli Europei di calcio.

In collaborazione con Betty Bossi, Coop ha creato ricette tipiche regionali, disponibili nei punti di vendita, dal titolo «Al nostro ospite appassionato di calcio, dal paese ospitante». Coop ha inoltre gestito l'esclusiva prevendita dei posti a sedere coperti nell'ambito del progetto di Public Viewing UBS Arena, con un totale di 960 000 visitatori. Attraverso la collaborazione con il gruppo Bell AG, Coop ha inoltre garantito la ristorazione degli appassionati di calcio accorsi in tutte le arene UBS.

Sponsorizzazione vicina ai clienti

Le attività di sponsorizzazione di Coop si suddividono nei settori Ambiente e Società, Alimentazione e Attività fisica, Cultura e Intrattenimento, Sport e Tempo libero. Nell'anno in esame Coop ha varato il nuovo piano di sponsorizzazione per i prossimi quattro anni. Le attività di sponsorizzazione in comune con la marca propria Jamadu sono state notevolmente ampliate nel 2008. Inoltre, Coop dedica ancora più attenzione alla propria responsabilità in materia di alimentazione con progetti speciali dedicati all'alimentazione e all'attività fisica.

INFORMAZIONE E MEDIA

Cooperazione aumenta la cerchia dei lettori

A un anno dal processo di restyling tipografico e dalla massiccia rielaborazione dei contenuti, Cooperazione dimostra di essere ora in grado di acquisire nuove file di lettori, in particolare tra i più giovani. MACH Basic, lo studio collettivo sulla penetrazione della stampa e del cinema in Svizzera, ha confermato questa tendenza. Con 3,315 milioni di lettori e una tiratura di 2 457 161 copie, Cooperazione è così riuscita addirittura a migliorare leggermente la propria posizione di maggiore settimanale della Svizzera. Parallelamente, anche il numero di soci è cresciuto, attestandosi a fine 2008 a

quota 2 536 544. Per rispondere alle mutate modalità di utenza, la stampa Coop ha strutturato i contenuti trilingui della rivista orientandoli verso canali sempre più multimediali e transmediali. I lettori possono ora usufruire di numerosi video, podcast e vari servizi innovativi, entrando così in un dialogo sempre più forte e diretto con la stampa Coop.

Coop spopola su Internet

Con www.coop.ch, Coop figura tra le imprese che godono di maggiore risonanza su Internet in tutta la Svizzera. Nel 2008 Coop ha ampliato il proprio sito nella sua funzione di piattaforma di comunicazione e assistenza. Obiettivo principale era quello di ottimizzare l'integrazione a livello operativo e strategico dei media online nella comunicazione di Coop, il che avviene soprattutto affiancando alle campagne pubblicitarie e comunicative del gruppo un accompagnamento coerente e mirato sull'utilità online delle stesse. Nel 2008, ad esempio, sul proprio sito Internet Coop ha richiamato più volte l'attenzione sull'imminente lancio della rivista bio Verde e del nuovo label Plan B. Per il 2009 è previsto anzitutto l'ampliamento dei contenuti multimediali. Le 8 storie illustrate presenti nel rapporto di gestione e di sostenibilità 2008 sono già disponibili in formato multimediale. All'indirizzo www.coop.ch/rapporto è possibile visualizzare in Internet un breve filmato relativo a ciascun processo di produzione.

Il Servizio consumatori Coop: circa 158 000 richieste

Nel 2008 il Servizio consumatori Coop ha elaborato circa 158 000 richieste e desideri espressi dai clienti, con un aumento dell'12 % circa rispetto all'anno precedente. L'incremento generale delle richieste avanzate dai clienti è legato alle nuove linee di prodotti e offerte di servizi introdotte che generano fabbisogno di informazioni. Nel 2008, oltre al lancio della nuova linea di prodotti Plan B, anche l'offerta TicketCorner

nei punti di vendita Coop City ha suscitato grande interesse tra i clienti; sono giunte inoltre richieste relative ai nuovi ipermercati, all'ampliamento del sistema di autoscansione Passabene e ai numerosi giochi a premi di Coop. I suggerimenti e i desideri espressi dai clienti vengono raccolti in un report esauriente e indirizzati agli uffici competenti. Sulla base dell'attenta verifica di queste indicazioni, Coop provvede all'eventuale varo di nuovi provvedimenti. Dopo il test pilota dell'anno precedente, ad esempio, nel 2008 Coop ha introdotto i carrelli della spesa dotati di lenti d'ingrandimento in tutta la Svizzera.



→



**Dal grano al pane fresco
di giornata dalle
panetterie di Coop**







Le 7 panetterie di proprietà di Coop producono oltre 800 specialità in parte stagionali e regionali: svariate qualità di pane, biscotti, crostate, torte e prodotti di pasticceria. La farina utilizzata proviene quasi esclusivamente dal mulino di proprietà di Coop, l'azienda Swissmill. La produzione avviene prevalentemente di notte e al mattino. Per ridurre le vie di trasporto le panetterie sono integrate direttamente nelle centrali di distribuzione Coop. Questo consente di consegnare i prodotti nei punti di vendita già di prima mattina.



Film sulla sequenza d'immagini all'indirizzo www.coop.ch/rapporto

Formati di vendita

Coop raddoppia il numero di ipermercati con l'acquisizione dei punti di vendita Carrefour in Svizzera. Il sistema Passabene e le lenti d'ingrandimento agevolano lo shopping. coop@home rifornisce ormai tutta la Svizzera. Coop ottiene riconoscimenti per la realizzazione di punti di vendita conformi allo standard Minergie. Coop City introduce un nuovo label di moda per uomo.

PUNTI DI VENDITA RETAIL

Netta crescita di supermercati e ipermercati Coop

Nel 2008 Coop ha inaugurato 11 supermercati e 13 ipermercati, questi ultimi come risultato dell'acquisizione dei punti di vendita Carrefour in Svizzera, trasformati nel giro di poche settimane in ipermercati Coop. Nel 2008 Coop ha chiuso 9 supermercati. La superficie di vendita è aumentata dell'8,4 %, raggiungendo 926.350 m². Il fatturato complessivo degli 818 punti di vendita del settore Retail, pari a 11 miliardi di franchi, ha visto un incremento del 7,5 % rispetto all'anno precedente. A questo importo, gli ipermercati Coop hanno contribuito in misura pari al 11 % circa. Nell'ottobre 2008 si è tenuta la prima consegna ufficiale di un certificato Minergie in Svizzera, presso il punto di vendita di Schönenwerd realizzato nel dicembre 2007.

Testi sulle confezioni più leggibili grazie alle lenti d'ingrandimento

Nell'ambito della collaborazione con Pro Senectute, nell'autunno 2008 Coop ha lanciato uno speciale carrello della spesa dotato di lente d'ingrandimento. Si tratta di un'innovazione unica a livello europeo, con cui Coop ha scelto di andare incontro in modo mirato alle esigenze delle persone più anziane. La lente d'ingrandimento, fissata sul carrello della spesa, agevola la lettura dei testi stampati a caratteri piccoli sulle confezioni dei prodotti anche da parte delle persone con ridotte capacità visive. Entro la primavera del 2009 Coop intende munire tutti i carrelli della spesa (circa 120.000 in totale) con la lente d'ingrandimento.

Passabene disponibile in oltre 70 punti di vendita

Nel maggio 2008 Coop ha positivamente concluso l'introduzione sul mercato del sistema di autoscansione Passabene in tutta la Svizzera. Gli acquisti con il lettore maneggevole possono ora essere effettuati in

un totale di 70 punti di vendita. Oltre 235.000 clienti usufruiscono già del primo sistema di autoscansione nel commercio al dettaglio in Svizzera.

Piatti a base di pasta senza glutine nei ristoranti Coop

Con l'introduzione di un moderno programma nutrizionale, i 193 ristoranti Coop promuovono ulteriormente il consumo di frutta e verdura, la ricca offerta di piatti vegetariani, i prodotti naturali e la gamma di varietà stagionali. In aprile è stata ampliata l'offerta di alimenti a basso apporto calorico, con il lancio di Lifestyle come linea di assortimento autonoma. Dal giugno 2008, 46 ristoranti offrono ogni giorno tre piatti a base di pasta senza glutine. Nell'ambito di un progetto pilota, Coop ha aperto la prima gelateria originale italiana «Cremamore». I ristoranti Coop sono i soli esercizi della gastronomia svizzera di sistema certificati da Bio Suisse per la cucina a base di componenti bio.

SHOPPING ONLINE

coop@home: consegne in tutta la Svizzera

Con un aumento del 16 % rispetto al 2007, coop@home ha realizzato nel 2008 un fatturato di 54 milioni di franchi con un totale di 229.000 consegne e un valore d'acquisto medio pari a 212 franchi. Dal marzo 2008 il supermercato su Internet di Coop effettua consegne in tutta la Svizzera; per le valli più remote, la consegna viene affidata alla Posta Svizzera. Da novembre 2008, grazie a uno speciale sistema di refrigerazione, è altresì possibile effettuare spedizioni di prodotti refrigerati in imballi termoisolati. In tal modo, nelle aree finora non servite possono essere ordinati online oltre 10000 generi alimentari e prodotti di prima necessità. Restano esclusi solo i prodotti surgelati. Nell'attuale area di consegna degli agglomerati, il trasporto continua a essere eseguito dal servizio di consegna perso-

nale di coop@home. Qui è disponibile l'assortimento completo con oltre 11 000 prodotti.

microspot.ch amplia l'assortimento

microspot.ch, il rivenditore via Internet di elettronica di consumo nato nel 2007, ha quasi quintuplicato il fatturato nel 2008 portandolo a 41 milioni di franchi. A tale crescita ha contribuito in particolare, oltre alla strategia dei prezzi più bassi e all'ampliamento dell'assortimento, l'integrazione dello shop Internet netto24. Grazie a questa fusione, i clienti possono ora contare su una gamma di oltre 65 000 articoli per l'elettronica di consumo e la casa.

PUNTI DI VENDITA TRADING

Ticketcorner e Code of Casual presso Coop City

I Grandi Magazzini di Coop City, nonostante la crisi finanziaria e i timori di recessione, hanno registrato un aumento del fatturato, attestatosi a 1,05 miliardi di franchi, con una crescita del 4 % circa rispetto all'anno precedente. Il positivo andamento del fatturato interessa sia il settore Non Food che i prodotti Food e i ristoranti Coop. Da novembre 2008, tutti i 33 Grandi Magazzini Coop City dispongono di un punto di vendita Ticketcorner, dove è possibile acquistare biglietti per ogni genere di spettacolo: musical, concerti o partite di calcio. In alternativa al biglietto cartaceo, il rispettivo ingresso può essere caricato sulla nuova Supercard Ticket. E da oggi presso Coop City è disponibile la nuova marca propria Code of Casual, nata come pendant dell'affermata linea di moda femminile nulu. Il label di moda per uomo offre un abbigliamento comodo e di tendenza al tempo stesso, con capi facilmente abbinabili e prezzi accessibili. Nel 2008 il punto di vendita di Sion è stato completamente ristrutturato. Il reparto uomo, quello di cancelleria e lo shop Natureline si presentano in tutti i Grandi Magazzini in una

nuova veste. A tutti i clienti continuerà a essere offerta l'opportunità esclusiva in Svizzera di pagare i prodotti Non Food con i superpunti. I Grandi Magazzini Coop City rappresentano circa il 13 % del fatturato totale Non Food.

Edile+Hobby amplia la propria offerta di servizi

Coop Edile+Hobby ha portato il proprio fatturato, con una crescita del 5 % circa, a quota 720 milioni di franchi. I 69 punti di vendita mantengono quindi la leadership di mercato in Svizzera. Nel 2008 una delle priorità è stata l'estensione di servizi e assortimenti sostenibili. L'offerta di prodotti a risparmio idrico è passata da 34 a 52 articoli. In autunno è stata avviata una vasta campagna di comunicazione sul tema «Risparmiare energia termica con una corretta isolamento». In quest'ottica, Edile+Hobby ha offerto ai clienti, in anteprima assoluta su tutto il territorio nazionale, la possibilità di far eseguire riprese termografiche delle proprie abitazioni, complete di rapporti di valutazione. Su richiesta degli interessati, Coop Edile+Hobby ha poi predisposto l'installazione dei materiali isolanti necessari da parte dei propri professionisti della casa «HausProfis». All'inizio del 2008, Coop ha incrementato la propria quota di mercato nel settore Do-it-yourself, bricolage e giardinaggio, rilevando inoltre Hobby AG con sede a Heimberg. Hobby AG, che vanta un fatturato annuo di oltre 18 milioni di franchi, continuerà per il momento a essere gestita sotto lo stesso nome.

Interdiscount – prezzi bassi e consulenza specialistica

Con un notevole aumento dell'affluenza nei negozi rispetto all'anno precedente, nel 2008 il fatturato complessivo di Interdiscount è aumentato quasi dell'8 % salendo a 1,07 miliardi di franchi. Oltre alle numerose attività promosse all'insegna di Euro 08, determinante per la crescita del fatturato di quest'anno è stato il sistematico allineamento dei prezzi alla fascia di

discount abbinato a una consulenza competente. Dopo 16 aperture e 4 chiusure, Interdiscount dispone ora di 197 punti di vendita, 17 dei quali in «versione XXL», con una superficie di vendita fino a 4000 m².

Toptip e Lumimart puntano su SAP e WAMAS

Toptip e Lumimart sono riusciti quasi a eguagliare l'ottimo andamento dell'anno scorso, chiudendo il 2008 con un fatturato di 261 milioni di franchi. A fronte del raffreddamento congiunturale nel settore dell'arredamento nonché della chiusura dei punti di vendita Lumimart di Suhr e Morges nell'ambito della razionalizzazione delle sedi, questo risultato è un successo. I punti di vendita Toptip di Dübendorf e Altendorf, di grande importanza strategica, sono stati invece sottoposti a un risanamento completo conformemente alla nuova strategia dei punti di vendita. In altre cinque sedi sono stati eseguiti interventi di ristrutturazione di modesta entità per renderle più interessanti e invitanti per la clientela. Il numero di punti di vendita gestiti da Toptip e Lumimart in Svizzera ammonta attualmente a 59. Un altro aspetto importante è stato il passaggio dei sistemi logistici e di gestione delle merci a SAP e WAMAS.

Import Parfumerie prosegue il trend positivo

Con un nuovo incremento del 6 % circa, il fatturato di Import Parfumerie ha toccato i 164 milioni di franchi. Nel 2008 le profumerie hanno proseguito l'applicazione della nuova strategia dei negozi: dopo altre 27 ristrutturazioni e l'apertura del nuovo negozio ad Haag, ora ben 52 punti di vendita sfoggiano un nuovo look. L'assortimento di L'Oréal Prestige è disponibile ora in tutte le 97 profumerie. In collaborazione con il gruppo Coty, nelle sedi di Berna, Lucerna, Zurigo-Oerlikon e Spreitenbach sono stati allestiti per la prima volta i cosiddetti Premium Beauty Points – ovvero, shop in shop con noti profumi di marca – nei rispettivi punti di vendita.

Elevati tassi di crescita per le farmacie

Coop Vitality

Nel 2008 le farmacie Coop Vitality hanno registrato una crescita del 34 %, con un fatturato pari a 88 milioni di franchi. La percentuale di ricette è passata al 37 % rispetto al 33 % dell'anno precedente. Delle 31 farmacie attuali, sei sono state inaugurate nel 2008, tra cui la prima nel Vallese. Tra i nuovi servizi di consulenza offerti dalle farmacie rientrano i CardioTest e le misurazioni della densità ossea. Unica fonte di preoccupazione: la forte carenza di personale farmaceutico qualificato che interessa tutta la Svizzera.

Chiaro posizionamento di Christ Orologi & Gioielli

A due anni dalla sua integrazione nel gruppo Coop, Christ Orologi & Gioielli ha ottenuto una crescita del fatturato pari al 6,5 %, per un totale di 114 milioni di franchi. Con l'apertura di due nuove sedi a San Gallo e a Sion e due negozi chiusi, il numero complessivo di punti di vendita ammonta ora a 84. Sono inoltre 19 le ristrutturazioni effettuate nell'ambito della prosecuzione del progetto di riassetto dei negozi. 41 punti di vendita Christ si presentano ora in una nuova veste, il che ha contribuito in modo determinante al chiaro posizionamento di Christ Orologi & Gioielli come gioielleria specializzata nella fascia di prezzo media. Una precisa strategia d'assortimento e una valida formazione dei collaboratori in materia di servizi e assistenza consolidano l'immagine positiva di Christ sul mercato svizzero. Dal 1° gennaio 2008, tutti i collaboratori sono integrati nel Contratto collettivo di lavoro di Coop.

Dipl. Ing. Fust AG estende la propria competenza tecnica nel settore informatico

Dalla sua integrazione nel gruppo Coop risalente al novembre 2007, la Dipl. Ing. Fust AG ha registrato un andamento positivo. I ricavi medi del settore Rinnovo cucine e bagni hanno avuto un netto incremento grazie alla vendita di cucine e bagni di fascia più alta. I reparti

Elettrodomestici, Elettronica di consumo e Computer hanno acquisito nuove quote di mercato e hanno potuto conseguire, in particolare grazie alle sinergie all'interno del gruppo Coop, un netto miglioramento della redditività. Particolarmente positivo è stato lo sviluppo del settore Computer e accessori. Nel frattempo, con l'aggiunta di 7 nuove sedi, è salito a 70 il numero complessivo di punti di vendita dotati di un reparto informatico specializzato. Fedele al motto «PC ready to use», il personale tecnico provvede personalmente alla configurazione preliminare degli apparecchi, che vengono così venduti già pronti per l'uso. Grazie a servizi di questo tipo, la Dipl. Ing. Fust AG potrà continuare anche in futuro a distinguersi dalla concorrenza in qualità di discounter specializzato in grado di offrire prestazioni di assistenza tecnica complete.

STAZIONI DI SERVIZIO E SHOP CONVENIENCE

Coop Mineraloel aumenta la propria quota di mercato

Le turbolenze del prezzo del greggio sui mercati mondiali sono sfociate nel 2008 in un'aspra lotta concorrenziale tra le compagnie petrolifere. Con queste premesse, Coop Mineraloel AG è riuscita ad aumentare di 2,1 punti percentuali la quota di mercato delle 176 stazioni di servizio Coop, di cui 164 dotate di shop Coop Pronto. Le stazioni di servizio Coop hanno pertanto consolidato la loro posizione di leadership sul mercato svizzero. Anche il settore aziendale degli shop Coop Pronto e la vendita di olio combustibile hanno registrato una netta crescita. Complessivamente, Coop Mineraloel AG ha conseguito, rispetto all'anno precedente, un aumento del proprio ricavo netto del 25 % circa per un totale di 2,08 miliardi di franchi.

Il primo Coop Pronto conforme allo standard Minergie

Nel 2008 gli shop Coop Pronto hanno realizzato un fatturato di 548 milioni di franchi, con una crescita del 17 % circa rispetto all'anno precedente. Sempre nel 2008, Coop Mineraloel AG ha aperto 20 nuovi shop convenienze con e senza stazione di servizio. A fine 2008 il numero di shop Coop Pronto sull'intero territorio nazionale ammontava pertanto a 208. Il positivo andamento del fatturato e il costante ampliamento delle sedi hanno confermato che il mercato dei prodotti convenienze in Svizzera è in pieno boom. La quota di prodotti freschi nell'assortimento completo è stata ulteriormente aumentata; in alcune sedi è ora possibile acquistare anche pesce fresco. A fine agosto è stato inaugurato il primo shop Coop Pronto conforme allo standard Minergie. Coop intende proseguire l'applicazione del piano di risparmio energetico in tutti gli esercizi in cui lo shop con stazione di servizio è alloggiato nel proprio edificio.

Ordinazioni online di olio da riscaldamento in crescita

Il sito www.coop-heizoel.ch ha goduto nel 2008 di sempre maggiore popolarità. I visitatori hanno usufruito soprattutto della possibilità di ordinare in modo comodo e semplice l'olio da riscaldamento direttamente via Internet. La quota delle ordinazioni online è così salita di 9 punti percentuali, a un totale del 22 %. Anche Coop Mineraloel AG si impegna sul fronte della sostenibilità: insieme a un'azienda partner ha lanciato una grande iniziativa per l'olio da riscaldamento ecologico Coop a basso tenore di zolfo. La combustione di questo tipo di olio avviene praticamente senza residui, minimizzando pertanto le emissioni di sostanze nocive. Attualmente circa il 24 % dei clienti di Coop Mineraloel ha optato per la variante dal profilo sostenibile.

CASH+CARRY E FOODSERVICE

transGourmet seconda in Europa nel proprio settore

La transGourmet Schweiz AG, una joint-venture tra Coop e Rewe Group, ha visto negli ultimi anni uno sviluppo estremamente positivo. L'impresa è attiva nel campo del cash&carry e approvvigionamento all'ingrosso per il settore della gastronomia e per i grandi consumatori e occupa una posizione di leader sia in Svizzera che in Francia. I 24 mercati della divisione Cash+Carry presenti su tutto il territorio nazionale si orientano verso la gastronomia professionale. Nel 2008 essi sono riusciti ad aumentare il proprio fatturato dell'8,4 %, portandolo a quota 1,2 miliardi di franchi. La divisione Foodservice, presente sul mercato svizzero con Howeg e in Francia con transGourmet France, rifornisce principalmente, in qualità di azienda di approvvigionamento all'ingrosso, grandi clienti come catene di ristoranti, ospedali o case di riposo. Con un fatturato pari a 2,3 miliardi di franchi ha registrato una crescita del 4,7 %. Nell'anno in esame, Coop e Rewe Group hanno ampliato la collaborazione nel settore del commercio gastronomico all'ingrosso dando vita alla transGourmet Holding S.E. La neonata azienda, con sede a Neu-Isenburg in Germania, opera in tutta Europa con oltre 21 000 collaboratori. Con un fatturato annuo di circa 10 miliardi di franchi, la transGourmet Holding S.E. è al secondo posto a livello europeo nel segmento Cash&Carry e Foodservice.



→



Dal legno ai divani di Tootip







Gran parte dei divani di Toptip sono prodotti dal mobilificio ADA con sede in Austria. L'azienda è anche in grado di fabbricare prodotti speciali che rispondono ai gusti individuali della clientela. Per questo motivo tutti i telai dei divani sono montati a mano. Anche i rivestimenti sono prodotti in base alle richieste del cliente, che può scegliere tra un'offerta complessiva di 1000 varianti di tessuti e 53 diversi tipi di cuoio.



Film sulla sequenza d'immagini all'indirizzo www.coop.ch/rapporto

Collaboratori

Coop aumenta il numero delle persone in formazione e opera un incremento della massa salariale complessiva pari al 3,25 %. La nuova strategia per il personale 2012+ si orienta agli futuri sviluppi e alle loro conseguenze per il commercio svizzero al dettaglio.

Più persone in formazione e salari in aumento

Con l'acquisizione dei punti di vendita Carrefour in Svizzera, nel 2008 il numero dei collaboratori del gruppo Coop è salito a 53 880 (+12 % circa). Quasi tutti gli ex-collaboratori di Carrefour, dopo l'acquisizione hanno scelto di mantenere il proprio posto di lavoro presso Coop. A seguito dell'acquisizione, il gruppo Coop è attualmente il secondo datore di lavoro in Svizzera. Il numero di posti di apprendistato ha visto nel 2008 un incremento superiore al 9 % rispetto all'anno precedente; a fine anno nel gruppo lavoravano in totale 2974 persone in formazione, 246 in più rispetto al 2007. La quota di persone in formazione rappresenta attualmente il 5,5 % dell'intero organico. Nonostante la crisi finanziaria mondiale, Coop ha aumentato, contrariamente a molte altre aziende, la massa salariale di un 3,25 % complessivo a partire dal 1° gennaio 2009. Tale decisione è il frutto delle trattative tra Coop e le parti sociali SIC Svizzera, SYNA/OCST, UNIA e l'Associazione degli impiegati Coop (AIC). Tutti i collaboratori a tempo pieno con un salario mensile lordo fino a 4000 franchi, assunti prima del 1° luglio 2008, beneficiano di un aumento di stipendio pari ad almeno 100 franchi lordi al mese. Con questa iniziativa, Coop garantisce il sistematico aumento delle fasce di reddito più basse nonché dei salari femminili. L'aumento di salario dei collaboratori retribuiti su base oraria ammonterà ad almeno 40 centesimi l'ora. A gennaio 2009 tutti i collaboratori assunti nell'ambito del Contratto collettivo di lavoro (CCL) di Coop riceveranno una carta regalo del valore compreso tra 200 e 500 franchi, a seconda del grado d'occupazione.

STRATEGIA PER IL PERSONALE

Nuova strategia per il personale 2012+

All'inizio del 2008 è entrata in vigore la nuova strategia per il personale 2012+, concepita in riferimento

ai futuri sviluppi e alle relative conseguenze sul commercio svizzero al dettaglio. La nuova strategia per il personale di Coop prende pertanto in considerazione gli imminenti cambiamenti demografici nonché le ripercussioni della libera circolazione delle persone in Europa. Anche la costante internazionalizzazione del commercio al dettaglio e la crescente pressione concorrenziale sul mercato hanno inciso sull'elaborazione dei singoli aspetti della strategia. In generale, Coop desidera preparare al meglio i collaboratori per affrontare le sfide che li attendono in futuro.

Pool delle giovani leve regionali e divisionali

L'obiettivo di una media del 75 % di promozioni interne sulla base dello sviluppo professionale dei collaboratori risulta per Coop a fine 2008 quasi raggiunto. Lo strumento-chiave che ha consentito un simile risultato è costituito dai pool di giovani leve regionali e divisionali, operativi da 5 anni. Grazie ad essi, collaboratori particolarmente capaci vengono incentivati in modo continuativo nel settore Vendita e Logistica nell'ambito di speciali corsi professionali che li preparano, ad esempio, alla promozione a gerente di un punto di vendita. Attualmente, circa il 5 % di tutti i collaboratori di Coop riceve incentivazioni nell'ambito di un pool di giovani leve. Tra di essi rientrano anche i collaboratori che svolgono un ruolo di management, il cui potenziale viene di norma accertato per mezzo di apposite procedure di assessment. L'obiettivo di Coop è di riuscire ad ampliare il pool di giovani leve di un ulteriore 5 % in tutte le Regioni di vendita e Direzioni entro il 2012.

Scambio di collaboratori

Dal 1° gennaio 2008, tutti gli apprendisti hanno la possibilità di partecipare a un programma di gemellaggio linguistico a livello nazionale. Oltre alla propria attività professionale in un'azienda Coop o in un punto di vendita, i partecipanti frequentano una scuola di

lingue; i relativi costi delle lezioni sono a carico di Coop. Nel segmento dei quadri, Coop mira ad ampliare ulteriormente l'attuale scambio di gerenti con collaboratori aventi funzioni dirigenziali di Rewe Group in Germania. In futuro si prevede di estendere il progetto ai formati Coop Retail, Edile+Hobby, Interdiscount, Import Parfumerie e Christ Orologi & Gioielli. Oltre a Rewe Group, il progetto coinvolgerà altri partner delle cooperazioni Coopernic, tooMax-x ed Eurogroup.

PREVIDENZA PER IL PERSONALE

Anno difficile per la CPV/CAP

La crisi finanziaria ha lasciato il segno anche nel risultato d'esercizio della CPV/CAP. Sebbene la CPV/CAP non fosse direttamente coinvolta nei critici investimenti subprime, non ha potuto sottrarsi all'andamento generale della Borsa. La performance rientra nei limiti dei risultati che ci si può attendere in base alla strategia d'investimento e allo sviluppo del mercato. Il grado di copertura si abbassa così dal 108,5 % a 90,3 %. La garanzia delle rendite, ovvero l'obiettivo a lungo termine della CPV/CAP, non è stata interessata dalla crisi. Al 1° gennaio 2008 è entrato in vigore l'abbassamento pianificato del tasso tecnico al 3,5 % e del tasso di conversione al 6,4 %. Queste modifiche di natura tecnica sono state portate a termine senza problemi. Le prime esperienze pratiche dimostrano che anche la revisione del regolamento assicurativo soddisfa gli obiettivi fissati nell'anno precedente e che il passaggio è avvenuto in modo regolare. Nel 2008 Coop ha integrato i collaboratori di Christ Orologi & Gioielli e degli ex punti di vendita Carrefour nella CPV/CAP. Il totale delle persone attive assicurate è pertanto salito complessivamente a 34 867. Anche il numero di pensionati è aumentato, passando da 16 274 a 16 694.

Logistica, informatica, immobili e produzione

Con l'apertura della nuova centrale di distribuzione di Dietikon, Coop conclude gli adeguamenti strutturali nel settore della logistica. Grazie al sistema Sales Based Ordering, le superfici di carico degli autocarri vengono sfruttate in modo più efficiente. Le aziende di produzione conquistano nuovi mercati internazionali.

STRUTTURE E PROCESSI

Più efficienza puntando sulla logistica

Nel maggio 2008 è divenuta operativa a Dietikon la centrale di distribuzione della Regione di vendita Zentralschweiz-Zürich, nata dall'accorpamento e contemporanea chiusura delle centrali di distribuzione di Zurigo e di Kriens. La centrale dispone di una superficie logistica di 35 000 m² su cui lavorano ora 450 collaboratori. All'inizio dell'anno, la panetteria della centrale di distribuzione Coop La Chaux-de-Fonds ha chiuso i battenti. La produzione è stata trasferita alla panetteria di Aclens, che dispone delle risorse necessarie. Da sola, questa ristrutturazione di minor entità ha fruttato a Coop un incremento di efficienza annuo pari a oltre 1 milione di franchi.

Il sistema SBO taglia i costi logistici e contribuisce alla riduzione delle emissioni di CO₂

Oltre il 30 % di tutte le ordinazioni di merce nei punti di vendita viene ora effettuato tramite il sistema di ordinazione basato sulle cifre di vendita «Sales-based-Ordering» (SBO), grazie al quale il reparto Logistica è in grado di pianificare con notevole anticipo le consegne, con conseguente miglioramento dell'impiego del personale e, soprattutto, anche dello sfruttamento delle superfici di carico degli autocarri. In combinazione a un adeguamento dei tempi di consegna presso i punti di vendita, il sistema ha consentito di ottimizzare tutti i processi logistici. Nel 2008 Coop ha pertanto potuto ridurre la propria flotta di autocarri di ben 35 veicoli rispetto all'anno precedente, il che si traduce non solo in un incremento di efficienza per Coop, bensì anche in una netta riduzione delle emissioni di CO₂.

Nuovo centro di calcolo a Berna

Nel settembre del 2008, Coop ha concluso la realizzazione del nuovo centro di calcolo IT negli edifici della centrale di distribuzione di Berna. Il centro di calcolo

va a integrare le due strutture già esistenti di Basilea, rispetto alle quali svolgerà soprattutto una funzione di ulteriore copertura in caso di eventi ad alto rischio, come ad es. terremoti. In fase di progettazione dell'edificio, Coop ha dedicato particolare attenzione all'aspetto della sostenibilità, adoperandosi per garantire un efficiente profilo energetico.

IMMOBILI

31 centri commerciali in tutta la Svizzera

Dopo un periodo di ristrutturazione durato diversi mesi, nel novembre 2008 è stato inaugurato il centro commerciale di Rickenbach. Questo centro costituiva uno dei vari progetti di competenza della Direzione Immobili di Coop. 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. Attualmente sono ancora in fase di costruzione i nuovi supermercati di Heiden, Muri e Langnau. Il termine dei lavori di ristrutturazione del centro commerciale Karussell di Kreuzlingen è previsto entro metà 2009. Oltre a quest'ultimo, sono in pista ben 25 altri progetti. A fine dicembre 2008 la Direzione Immobili gestiva su tutto il territorio nazionale 31 centri commerciali in cui, oltre a Coop, sono presenti anche altre imprese.

GRUPPO BELL

Crescita a livello internazionale per il gruppo Bell

Il gruppo Bell è riuscito a emulare il positivo risultato del 2007 nonostante lo svantaggioso andamento dei prezzi delle materie prime. Tutti i settori commerciali hanno registrato un netto incremento delle vendite. Il ricavo netto derivante da forniture e servizi è salito a 1,94 miliardi di franchi, con una crescita di oltre il

18 %. Circa la metà di questo sviluppo è legato alle quantità. Il risultato operativo non ha tenuto il passo con l'incremento del fatturato a causa dei maggiori costi di approvvigionamento. Mentre nei settori Carne fresca e Salumeria i margini sono caduti nettamente al di sotto dei livelli del 2007, i reparti Pollame, Seafood e Convenience hanno goduto di un andamento più soddisfacente. Complessivamente, con 59 milioni di franchi e una crescita del 4,4 %, il gruppo Bell ha realizzato un utile superiore rispetto al 2007. Inoltre, il gruppo Bell ha messo sistematicamente in atto gli interventi legati alla propria strategia di internazionalizzazione, il cui obiettivo consiste nell'acquisire ulteriori mercati di vendita per il settore Salumeria nei paesi limitrofi. Grazie all'acquisizione di Groupe Polette in Francia e ZIMBO in Germania, nonché alla partecipazione maggioritaria allo specialista in prosciutti Abraham, il gruppo Bell dispone ora di un solido piazzamento in Europa. Forte della sua posizione sul mercato nazionale svizzero e del potenziale di crescita all'estero, l'azienda è pronta alla prossima apertura del mercato.

AZIENDE DI PRODUZIONE

Swissmill

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

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

Nonostante la saturazione del mercato di farina e semolino, Swissmill ha aumentato le vendite nel 2008 del 2 % circa. Importanti grandi clienti considerano Swissmill uno dei mulini per cereali più moderni e innovativi d'Europa. Nell'anno in esame, Swissmill è riuscito ad approfondire ulteriormente il proprio impegno sul fronte della sostenibilità, riducendo le emissioni di CO₂

di oltre 200 tonnellate e mantenendo il consumo energetico per tonnellata di materiale lavorato entro i limiti dell'anno precedente malgrado l'aumento delle vendite. Sempre nel 2008, Swissmill ha inoltre ottenuto circa 62.500 kWh di corrente ecologica dai tre impianti fotovoltaici di proprietà. Anche la produzione biologica è stata incrementata e costituisce attualmente il 14 % del totale.

Chocolats Halba

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

Certificazioni: ISO 9001:2000, ISO 14001:2004, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar

Chocolats Halba ha vissuto nel 2008 una forte crescita, soprattutto sul fronte delle esportazioni. L'azienda ha eseguito forniture di cioccolato Swiss Premium e di linee di prodotti bio/Fair Trade per nuovi clienti in Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi e Canada. In tal modo, la quota del segmento Export è salita da meno del 2 % nel 2007 a quasi il 10 % nel 2008, risultato ottenuto anche grazie al contributo della cooperazione internazionale per gli acquisti Coopernic. Conad Italia e il servizio Rewe per grandi consumatori in Germania rientrano, ad es., tra i nuovi clienti di Chocolats Halba. In totale, nel 2008 Chocolats Halba ha introdotto sul mercato oltre 70 innovazioni, di cui la metà certificata Bio Suisse e Max Havelaar. Contatti diretti con i coltivatori di cacao nei paesi d'origine e investimenti nell'ambito della logistica e della gestione dei processi hanno consentito l'elaborazione di un proprio assortimento di prodotti bio/Fair Trade. Inoltre, tutte le ricette di vecchia o recente creazione sono totalmente prive di acidi grassi trans.

Nutrex

Prodotti: aceto e specialità di aceto per Retail, gastronomia e industria

Certificazioni: ISO 9001:2000, IFS, Bio Suisse

In qualità di maggiore produttore svizzero d'aceto, nel 2008 Nutrex ha prodotto circa 6,5 milioni di litri d'aceto in 55 diverse varianti. Pacchetti d'investimento e misure di ristrutturazione hanno consentito un ulteriore sviluppo. Rinunciando ai servizi logistici per gli articoli commerciali, Nutrex ha potuto realizzare notevoli risparmi sui costi.

CWK / Steinfels Cleaning Systems (SCS)

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

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

Certificazioni CWK:

ISO 9001:2000, ISO 14001:2004, GMP per cosmetici, CFSL 6029:2004, ISO 22716:2007, SA 8000

Certificazioni SCS:

ISO 9001:2000, ISO 14001:2004

Nel 2008, CWK e SCS sono state accorpate sotto una nuova direzione. Dopo alcuni anni critici, ora le imprese presentano nuovamente un andamento positivo. La CWK ha introdotto molti nuovi prodotti, soprattutto per le linee Coop Naturaline e Jamadu, nonché per il settore Export. L'azienda ha inoltre ottenuto due nuove certificazioni, anche nel campo degli standard sociali. Steinfels Cleaning Systems ha registrato un incremento del fatturato del 15 % in campo sanitario. La linea di prodotti ecologica al 100 % Maya è riuscita a segnare una crescita pari al 25 % circa rispetto all'anno precedente.

Pasta Gala

Prodotti: pasta, semifabbricati per menu precotti e minestre

Certificazioni: ISO 9001:2000, IFS, Bio Suisse

Con una capacità produttiva di 18000 tonnellate annue, Pasta Gala rappresenta il secondo maggior fabbricante di pasta della Svizzera. L'azienda è inoltre fornitrice di Rewe Germania, Rewe Austria e transGourmet. Il rafforzato sodalizio con Rewe si è tradotto per la Divisione del gruppo Coop in fatturati assai soddisfacenti nel 2008. Il solo fatturato del settore Export ha visto una crescita del 10 % circa.

Reismühle Brunnen

Prodotti: varietà di riso di tutto il mondo, miscele di riso, menu precotti

Certificazioni: ISO 9001:2000, ISO 14001, SA 8000, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar

Rispetto all'anno precedente, l'azienda ha aumentato le proprie attività di esportazione del 65 %, ampliando la propria offerta nel settore Fair Trade e Convenience. Da quest'anno Reismühle Brunnen produce, in anteprima mondiale, un riso rapido certificato con sigillo di qualità Max Havelaar.

Sunray

Prodotti: zucchero, olio alimentare, spezie ed erbe aromatiche, frutta secca, ortaggi, noci, legumi, ingredienti da forno, miscele per dessert e dolci

Certificazioni: ISO 9001:2000, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar

Con la produzione di oltre 60 milioni di singole confezioni di prodotti, Sunray nel 2008 ha nuovamente ottenuto una crescita soddisfacente. Una grande sfida dell'approvvigionamento su scala mondiale è costituita – oltre che da esigenze di massima qualità – dai mer-

cati altamente volatili delle materie prime. Grazie alla creazione di miscele innovative, la vendita di prodotti tostati ha dato esiti molto positivi. Nel 2009 l'azienda mirerà in primo luogo a potenziare l'attività di esportazione di Sunray.

HOTEL

Trend positivo per gli alberghi BâleHotels

Gli alberghi BâleHotels Victoria, Baslertor e Mercure Hotel Europe hanno centrato anche nell'esercizio 2008 il proprio obiettivo di fatturato di oltre 32 milioni di franchi. Un contributo fondamentale a questo importante risultato è giunto dai Campionati europei di calcio in giugno. Essendo lo stadio basilese St.-Jakob-Park, tra l'altro, il luogo di disputa della semifinale, numerosi turisti, soprattutto stranieri, hanno fatto il pieno di prenotazioni per Euro 08 presso i BâleHotels. Un certo ristagno si è invece avvertito quest'anno nei settori Traiteur e Ristorazione. Nell'ambito del progetto Hotel Europe 2012, gli alberghi BâleHotels hanno avviato i primi lavori preliminari. Il progetto è correlato al piano di ammodernamento del centro fieristico di Basilea entro l'inizio del 2012.

Corporate Governance

La relazione sulla Corporate Governance intende fornire a tutti gli interessati informazioni chiare e trasparenti sul gruppo Coop in qualità di società cooperativa e impresa.

In qualità di società cooperativa, Coop è assoggettata volontariamente e per quanto possibile al diritto azionario, e si orienta alle direttive della Borsa Svizzera SWX Swiss Exchange in materia di Corporate Governance. Queste direttive sono in vigore per le società anonime e le società con buoni di partecipazione o di godimento, di cui Coop, essendo una società cooperativa, non fa parte. La Bell 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.

ORGANI

Consigli regionali

Vedi articoli 18–20 degli Statuti.

Coop consiste in sei Regioni (Suisse Romande, Bern, Nordwestschweiz, Zentralschweiz/Zürich, Ostschweiz incluso il Principato del Liechtenstein FL, Ticino) che mantengono il contatto con i soci e il pubblico. Queste Regioni 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 Comitato del Consiglio regionale rappresentano i membri della propria Regione nell'Assemblea dei delegati Coop.

Assemblea dei delegati

Vedi articoli 21–26 degli Statuti.

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

Gli Statuti e altre informazioni sugli organi di Coop si possono consultare su Internet.

>> www.coop.ch/organizzazione

STRUTTURA DEL GRUPPO

La struttura del gruppo è evidente nello schema dell'area di consolidamento come parte del conto annuale consolidato (pagina 86 e 87). Le modifiche nell'area di consolidamento del gruppo Coop sono indicate a pagina 72. Non esistono partecipazioni incrociate.

STRUTTURA DEL CAPITALE

La struttura del capitale può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 67) e dalle spiegazioni in proposito (pagine 77–81).

CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE

Vedi Consiglio d'amministrazione e Struttura dirigenziale a pagina 47.

Il Consiglio d'amministrazione si compone dei sei rappresentanti nominati dalle Regioni e da un numero massimo di altri cinque membri, tra cui un rappresentante della Suisse Romande e un rappresentante del personale, eletti dall'Assemblea dei delegati su richiesta del Consiglio d'amministrazione. Attualmente fanno parte del Consiglio d'amministrazione solo altri tre membri, quindi nove persone in totale rispetto alle 11 ammesse (come limite massimo) dagli Statuti. Ad eccezione del rappresentante del personale, i membri del Consiglio d'amministrazione non possono essere impiegati contemporaneamente presso Coop o una delle imprese da essa controllate (netta separazione dei poteri).

Nell'aprile del 2009, l'Assemblea dei delegati eleggerà il Consiglio d'amministrazione per il nuovo mandato. Inoltre dovrà eleggere il successore del presidente del Consiglio d'amministrazione Anton Felder, il quale terminerà infatti la sua carriera professionale presso Coop dopo 32 anni. Fino all'aprile del 2009 il Consiglio d'amministrazione si compone dei seguenti membri:

Anton Felder

Nato nel 1948, svizzero

Dipl. fed. Esperto finanze e controlling

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

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Assicurazione del personale CPV/CAP, Basel (presidente)
- Coop Immobilien AG, Bern (presidente)
- Bell Holding AG, Basel
- Betty Bossi Verlag AG, Zürich
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren

- Altri mandati in consigli d'amministrazione presso società affiliate di Coop
- Altre funzioni e cariche:
- Membro del Consiglio di fondazione della ETH Zürich Foundation

Stefan Baumberger

Nato nel 1948, svizzero
Dipl. Chem. HTL

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Bell Holding AG, Basel
- Coop Immobilien AG, Bern

Silvio Bircher

Nato nel 1945, svizzero
Lic. rer. publ. HSG
Consulente e pubblicista
Ex consigliere di Stato e nazionale

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Bern
- Altre funzioni e cariche:
- Vicepresidente del Fondo Svizzero per il Paesaggio (FSP)
 - Membro del consiglio di fondazione della Fondazione svizzera dello scautismo

Michela Ferrari-Testa

Nata nel 1963, svizzera
Avvocato e notaio

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Bern
 - Helsana AG, Dübendorf
 - Helsana Unfall AG, Dübendorf
 - Helsana Versicherungen AG, Dübendorf
 - Helsana Zusatzversicherungen AG, Dübendorf
 - Progrès Versicherungen AG, Dübendorf
 - avanex Versicherungen AG, Dübendorf
 - sansan Versicherungen AG, Dübendorf
- Altre funzioni e cariche:
- Membro del Consiglio di fondazione Helvetia Sana

Felix Halmer

Nato nel 1952, svizzero
Impiegato di commercio
Acquisitore
Rappresentante del personale nel Consiglio d'amministrazione

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Bern
- Altre funzioni e cariche:
- Presidente dell'Associazione degli impiegati Coop
 - Presidente dell'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, Bern
 - Bank Coop AG, Basel
- Altre funzioni e cariche:
- Membro del Consiglio di fondazione delle scuole Juventus Zürich

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, Bern
 - Banque Cantonale Vaudoise, Lausanne
 - Bonnard & Gardel Holding SA, Lausanne
 - Ecole Nouvelle de la Suisse Romande SA, Lausanne
 - 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 Chorégraphique, Lausanne

Jean-Charles Roguet

Nato nel 1942, svizzero

Avvocato

Partner Pestalozzi Lachenal Patry, Genève

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Bern
 - Arn, Wüthrich et Frigerio SA, Genève
 - Artrivium SA, Genève
 - ATC Aviation Services AG, Opfikon
 - Citerne Invest SA, Lausanne
 - C.M.D. Corporate Management Development SA, Genève
 - Coges Corratierie Gestion SA, Genève
 - COGIN Compagnie de Gestion Internationale SA, Genève
 - Dipan SA, Carouge
 - Finasma Financial Asset Management SA, Cologne
 - Kessler Gestion SA, Genève
 - Mirrair Holding AG, Zug
 - Publipartner SA, Plan-les-Ouates
 - Puig SA, Fribourg
 - Sarp Industries (Suisse) SA, Genève
 - Schroder & Co. Bank AG, Zürich e Genève
 - Tech Value SA, Genève
 - Veolia Service à l'environnement Suisse SA, Bern
-

Giusep Valaulta

Nato nel 1951, svizzero

Lic. iur.

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Immobilien AG, Bern

Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione

Il Consiglio d'amministrazione è eletto dall'Assemblea dei delegati conformemente ai principi contenuti negli Statuti all'articolo 27. Il mandato, uguale per tutti i membri, dura quattro anni. Il mandato attuale terminerà nella primavera del 2009. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e indicano un'età massima (la fine dell'anno in cui si raggiunge il 65° anno di età).

Organizzazione interna

Il Consiglio d'amministrazione si costituisce autonomamente, la presidenza è affidata a un presidente con carica a tempo pieno. I membri assumono gli incarichi con pari responsabilità.

Regolamentazione delle competenze

Al Consiglio d'amministrazione spettano la massima direzione di Coop (gestione strategica) e la vigilanza sulla gestione degli affari. I suoi incarichi e poteri descritti nell'art. 29 degli Statuti corrispondono alle prescrizioni per le società anonime (CO 716 a), più severe rispetto a quelle in vigore per le società cooperative. Un regolamento organico emesso dal Consiglio d'amministrazione disciplina la ripartizione delle competenze tra Consiglio d'amministrazione e Direzione generale in tutti gli aspetti essenziali, come le finanze, le strategie aziendali, la gestione del personale e l'organizzazione. Un regolamento delle competenze redatto dalla Direzione generale illustra nei dettagli i poteri operativi dei singoli livelli di funzione.

Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale

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 prove-

nienti da tutti i settori aziendali. Inoltre, il Consiglio d'amministrazione riceve per iscritto i rapporti e i bilanci quadrimestrali, che sono poi presentati e discussi in sede di riunione. 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. Coop dispone altresì di un apparato di gestione sistematica del rischio e di un sistema di controllo interno.

Strumenti di vigilanza e di controllo nei confronti dell'Ufficio di revisione

Dal momento che la durata del mandato dell'Ufficio di revisione è limitata a un anno, l'Assemblea dei delegati elegge l'ufficio ogni anno. Il 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 capo della Direzione Finanze/Servizi. In particolare discutono dei risultati degli audit e valutano annualmente le operazioni di audit e l'indipendenza.

DIREZIONE GENERALE

Vedi Struttura dirigenziale e Management alle pagine 47-49.

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

Per motivi di salute e dopo un lungo periodo di convalescenza, Jörg Ackermann, vicepresidente della Direzione generale, si è dimesso dalla Direzione generale il 1° aprile 2008 ritirandosi dalle attività operative. Attualmente svolge diversi mandati per conto di Coop. La Direzione Logistica/Informatica/Produzione, guidata in passato da Jörg Ackermann, era stata parzialmente ristrutturata già al 1° luglio 2007 con la separazione della Direzione Logistica (sotto la guida di Leo Ebnetter). Nella primavera del 2008, i restanti ambiti di responsabilità Informatica, Produzione e BâleHotels sono stati integrati nella Presidenza della Direzione generale sotto la guida di August Harder, che ha fatto parte ad interim della Direzione generale. Il 1° aprile 2008, Jürg Peritz ha assunto la carica di vicepresidente della Direzione generale, che rivestiva ad interim dall'agosto 2006.

Al 31 maggio 2009 Hansueli Loosli lascerà su propria iniziativa la guida della Direzione Retail, di cui è responsabile in unione personale dal 2001. A partire dal 1° giugno 2009, il nuovo capo della Direzione Retail, e quindi anche nuovo membro della Direzione generale, sarà Philipp Wyss. Impiegato da 11 anni presso il gruppo Coop, Philipp Wyss assumerà contestualmente anche la direzione della Regione di vendita Zentralschweiz-Zürich.

Fino al 31 maggio 2009 la Direzione generale si compone dei seguenti membri:

Hansueli Loosli

Nato nel 1955, svizzero
Dipl. fed. Esperto finanze e controlling
Presidente della Direzione generale
Capo della Direzione Retail

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Gruppo transGourmet, Basel (presidente)
- Betty Bossi Verlag AG, Zürich
- Coopernic SCRL, Bruxelles
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau (presidente)
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Palink UAB, Lituania/Palink SIA, Lettonia
- Altri mandati in consigli d'amministrazione presso società affiliate di Coop

Rudolf Burger

Nato nel 1946, svizzero
Agente commerciale
Capo della Direzione Trading

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Mineraloel AG, Allschwil (presidente)
- Coop Vitality AG, Bern (presidente)
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren (presidente)
- Altri mandati in consigli d'amministrazione presso società affiliate di Coop

Jean-Marc Chapuis

Nato nel 1954, svizzero
Lic. ès sciences économiques et sociales
Capo della Direzione Immobili

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Vari mandati in Consigli d'amministrazione presso società affiliate di Coop

Leo Ebnetter

Nato nel 1954, svizzero
Agente commerciale
Capo della Direzione Logistica

Mandati in consigli d'amministrazione:
nessuno

Jürg Peritz

Nato nel 1947, svizzero
Agente commerciale
Capo della Direzione Marketing/Acquisti
Vicepresidente della Direzione generale

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (presidente)
- Coopernic SCRL, Bruxelles
- Coop Switzerland Far East Ltd., Hong Kong
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Palink UAB, Lituania/Palink SIA, Lettonia
- Toomax-x Handelsgesellschaft m.b.H., Köln
- Fondazione bioRe, Rotkreuz

Hans Peter Schwarz

Nato nel 1950, svizzero
Dipl. fed. Esperto finanze e controlling
Capo della Direzione Finanze/Servizi

Mandati in consigli d'amministrazione:

- Coop Assicurazione del personale CPV/CAP, Basel
- Bell Holding AG, Basel
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Coop Vitality AG, Bern
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Gruppo transGourmet, Basel
- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- Tropenhaus Wolhusen AG, Gettnau
- Bank Coop AG, Basel
- Altri mandati in consigli d'amministrazione presso 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 2008 al Consiglio d'amministrazione sono state versate indennità per un importo pari a 1,2 milioni di franchi (2007: 1,2 milioni di franchi).

Alla Direzione generale sono stati versati nel 2008, per 6 membri, salari lordi per un importo pari a 3,7 milioni di franchi (2007: 4,1 milioni di franchi per 7 membri), a cui si deve aggiungere un bonus legato al risultato d'esercizio per il presidente del Consiglio d'amministrazione e per i membri della Direzione generale per un massimo del 20 % del salario lordo.

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 non vi sono regolamenti speciali per la cassa pensioni.

DIRITTI DI PARTECIPAZIONE

I diritti di partecipazione sono stabiliti negli Statuti di Coop.

UFFICIO DI REVISIONE

Durata del mandato e durata in carica del revisore responsabile

Dal 1994 il mandato di revisione per Coop è esercitato da PricewaterhouseCoopers (PwC). Il revisore capo responsabile, il Dott. Rodolfo Gerber, e il sig. Matthias Rist sono entrati in carica rispettivamente nel 2004 e nel 2005.

Onorari degli audit

Per i servizi di revisione prestati nel 2008 sono stati fatturati i seguenti onorari:

- servizi di audit: 1,8 milioni di franchi
- altri servizi: 2,2 milioni di franchi

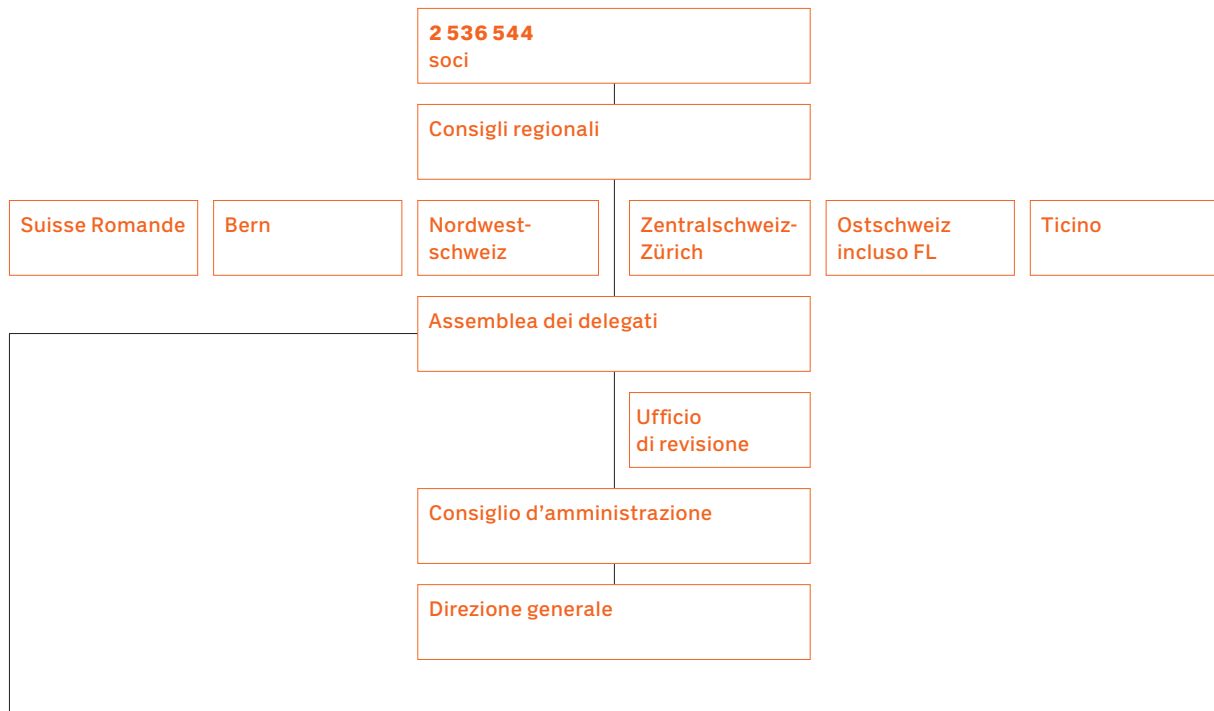
L'importo dei servizi di revisione comprende i lavori di audit dei conti del gruppo che sono eseguiti ogni anno dalla società di revisione per fornire una valutazione e per redigere i rapporti sui conti annuali previsti a livello locale. L'Ufficio di revisione svolge anche prestazioni, tra l'altro, mediante la verifica di transazioni uniche.

POLITICA DELL'INFORMAZIONE

All'inizio di ogni anno Coop comunica il fatturato dell'anno precedente. La conferenza stampa sul bilancio ha luogo in febbraio, l'Assemblea dei delegati in primavera. Il rapporto di gestione è pubblicato ad aprile. In autunno ha luogo un'altra Assemblea dei delegati. Un rapporto quadrimestrale informa inoltre i delegati sugli sviluppi delle attività commerciali.

ORGANI E ASSEMBLEA DEI DELEGATI

Al 31 dicembre 2008



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

Regione Suisse Romande

Maurice Balmat
Monika Dash
Hubert Ducry
Nicole Hosseini
Josiane Mayor
Christine Pasche
Jacques Robert
Eric Santschy
Pierre Tissot
Georges-Edouard Vacher
Christian Volken

Regione Nordwestschweiz

Willi Buess
Erika Haefelè-Thoma
Bruno Hess
Trudi Jost
Luciana Maggetti
Verena Reber
Greta Schindler
Peter Schmid
Charles Suter
Peter Villiger
Jörg Vitelli

Regione Ostschweiz

Maria Bieri
Suzanne Blaser
Peter Fischer
Michael Fuhrer
Peter Gloor
Josef Hemmi
Tarzis Meyerhans
Roberto Pedrini
Gerhard Riediker
Bruno Stacher
Martha Veraguth

Regione Bern

Katharina Bieler
Hans-Rudolf Blatter
Lily Frei
Manfred Jakob
Doris Kelterborn
Ruth Läderach
Karl Lauber
Martin Schweizer
Felix Truffer
Pierrette Zumwald

Regione Zentralschweiz-Zürich

Hans Aepli
Ruth Beck
Beatrice Bertschinger
Renato Blum
Markus Eugster
Kurt Feubli
Ronald Hauser
Hans Kissling
Lillia Rebsamen
Otto Rütter
Ivo Schmid

Regione Ticino

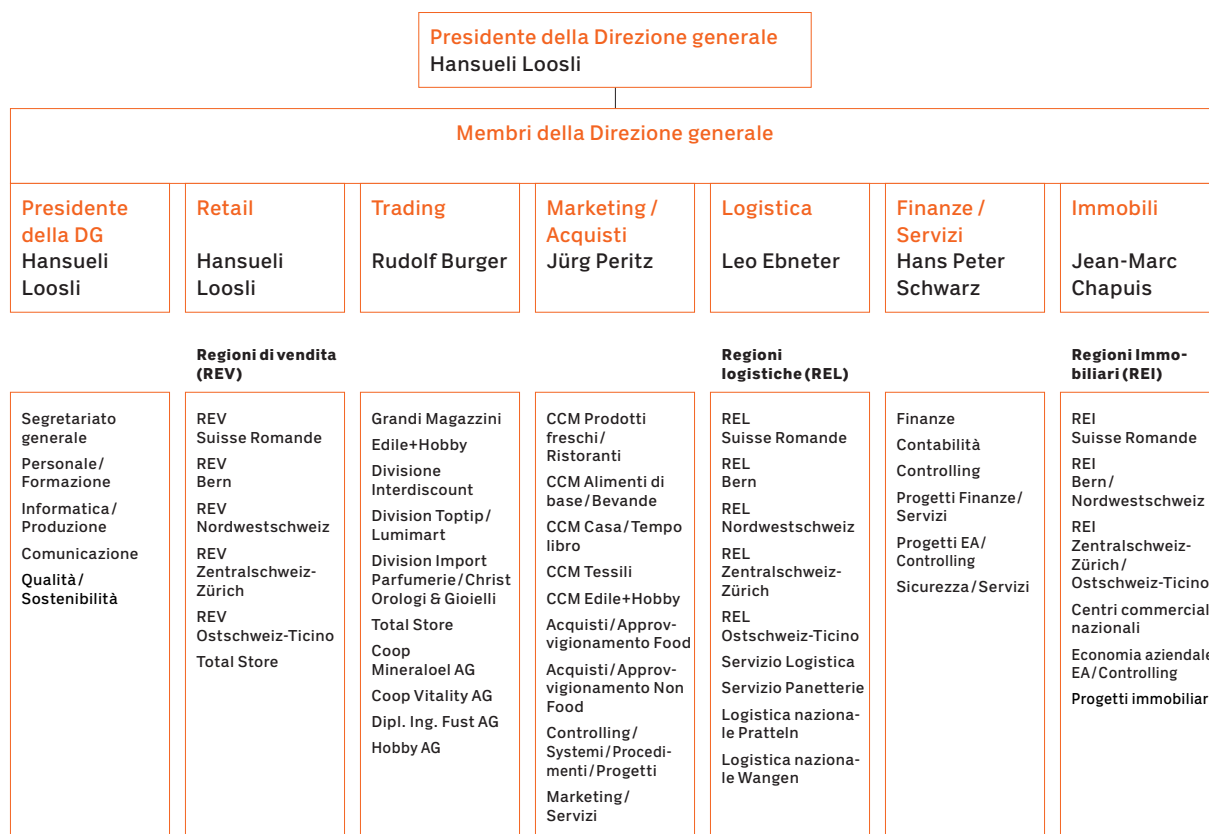
Carlo Crivelli
Lucia Gianoli
Giancarlo Lafranchi
Marco Lucchini
Gabriella Rossetti

CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE E STRUTTURA DIRIGENZIALE

Al 31 dicembre 2008

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



MANAGEMENT

Al 1° aprile 2009

Direzione generale (DG)

Hansueli Loosli, presidente della DG
Rudolf Burger, capo Direzione Trading
Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili
Leo Ebnetter, capo Direzione Logistica
Jürg Peritz, capo Direzione Marketing/Acquisti
Hans Peter Schwarz, capo Direzione Finanze/Servizi

Presidenza della Direzione generale

Hansueli Loosli, presidente della DG
Sibyl Anwander Phan-huy, responsabile Qualità/Sostenibilità
August Harder, responsabile Informatica/Produzione
Alfred Hubler, responsabile Segretariato generale
Peter Keller, responsabile Personale/Formazione
Felix Wehrle, responsabile Comunicazione

Josef Achermann, responsabile Produzione
Jörg Ackermann, Mandati
Marc Haubensak, responsabile BâleHotels
Lorenzo Pelucchi, responsabile Divisione Sunray
Walter Stutz, responsabile Centro qualità
Anton von Weissenfluh, responsabile Chocolats Halba

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
Herbert Zaugg, responsabile Total Store

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
Angelo Durante, responsabile EA/Controlling
Rolf Gurtner, responsabile Vendita 1
Stephan Rauch, responsabile Vendita 2
Rolf Scheitlin, responsabile Personale/Formazione

Regione di vendita Zentralschweiz-Zürich (ZZ)

Theo Jost, responsabile Regione di vendita ZZ
Walter Flessati, responsabile Personale/Formazione
Eduard Warburton, responsabile EA/Controlling
Philipp Wyss, 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 2
Ivo Dietsche, responsabile EA/Controlling
Hans Ernst, responsabile Personale/Formazione
Karl Sturzenegger, responsabile Vendita 1

Direzione Trading

Rudolf Burger, capo Direzione Trading
Jürg Berger, responsabile Total Store
Andreas Frischknecht, responsabile Edile+Hobby
Urs Jordi, responsabile Grandi Magazzini
Markus Schärer, responsabile EA/Controlling
Daniel Stucker, responsabile Divisione Import Parfumerie/
Christ Orologi & Gioielli
Joos-Rudolf Sutter, responsabile Divisione Interdiscount
Bruno Veit, responsabile Divisione Toptip/Lumimart
Martin von Bertrab, responsabile Personale/Formazione

Pierre Pfaffhauser, responsabile Marketing del personale

Grandi Magazzini

Urs Jordi, responsabile Grandi Magazzini
Jürg Birkenmeier, responsabile Regione Centro
Michel Produit, responsabile Regione Ovest
Philipp Sigrist, responsabile Regione Est

Interdiscount

Joos-Rudolf Sutter, responsabile Divisione Interdiscount
Vito Armetta, responsabile Vendita
Daniel Hintermann, responsabile Logistica/IT/Servizi
Pierre Wenger, responsabile CCM Interdiscount

Direzione Marketing/Acquisti

Jürg Peritz, capo Direzione Marketing/Acquisti
Jörg Ledermann, resp. Controlling/Sistemi/Procedimenti/Progetti
Mauro Manacchini, responsabile Supply Chain Management
Thomas Schwetje, responsabile Marketing/Servizi

Benedikt Pachlatko, resp. Gestione della relazione con il cliente

CCM Prodotti freschi/Ristoranti

Lorenz Wyss, responsabile CCM Prodotti freschi/Ristoranti
Marie-Claire Chepca Cordier, CCM Latte e latticini/Uova/Gelati
Marc Muntwyler, CCM Carne
Theodor Schärer, CCM Pane / Prodotti di panetteria
Fabian Schneider, CCM Prodotti convenienza freschi/surgelati
Christoph Widmer, CCM Frutta / Verdura

CCM Alimenti di base/Bevande

Roland Frefel, responsabile CCM Alimenti di base/Bevande
Pius Buchmann, Vendita diretta vino
Christoph Bürki, CCM Vini/Spumanti
Markus Schmid, CCM Colazione/Contori/Prodotti per pasticceria/
Articoli per animali
Bernhard Studer, CCM Bevande rinfrescanti/Liquori/
Articoli per fumatori
Susanne Urech, CCM Prodotti dolciari / Snack salati

CCM Near Food/Casa/Tempo libero

Helmut 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 da viaggio
Daniel Walker, CCM Cucina/Elettrodomestici
Peter Willmann, 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
Andrea Ruhland, CCM Abbigliamento e biancheria intima
da uomo / Tempo libero / Sport
Sonya Suscetta, CCM Accessori/Gioielli/Orologi/Calzature/
Pelletteria/Calzetteria

CCM Edile+Hobby

Christoph Theler, responsabile CCM Edile+Hobby
Fredy Altermatt, CCM Edilizia / Sanitari
Bruno Haberthür, CCM Artigianato / Utensili e materiali
elettrici
Rainer Pietrek, CCM Piante
Walter Studer, CCM Giardinaggio

Acquisti/Approvvigionamento Food

Christian Guggisberg, resp. Acquisti/Approvvigionamento Food
Philipp Allemann, Pool Acquisti (PA) Carne / Prodotti di carne /
Pollame / Traiteur / Convenienza
Beat Seeger, PA Alimenti di base/Bevande
Robert Trachsler, Pool approvvigionamento Food
Peter Zürcher, PA Pane / Latticini / Formaggio /
Surgelati / Pesce

Ernst Seiler, responsabile Eurogroup SA

Acquisti/Approvvigionamento Non Food

Philipp Schenker, resp. Acquisti/Approvvigionamento Non Food
Gerhard Beutler, PA Casa e tempo libero
Emanuel Büchlin, PA Appigliamento/Accessori
Christian Kaufmann, Pool approvvigionamento Non Food
Stefan Mundwiler, PA Edile+Hobby
Olivier Schwegler, PA Near Food

Direzione Logistica

Leo Ebnetter, capo Direzione Logistica
Domenico Repetto, responsabile Regione logistica BE
Niklaus Stehli, responsabile Regione logistica NW
Guy Théoduloz, responsabile Regione logistica SR
Beat Zaugg, responsabile Logistica nazionale Wangen
Josef Zettel, responsabile Regione logistica ZZ
Daniel Woodtli, responsabile Logistica nazionale Pratteln

Direzione Finanze/Servizi

Hans Peter Schwarz, capo Direzione Finanze/Servizi
Xavier Buro, responsabile Progetti Finanze/Servizi
Hansjörg Klossner, responsabile Contabilità
Beat Leuthardt, responsabile Finanze
Heinrich Stamm, responsabile Progetti EA/Controlling
Adrian Werren, responsabile Controlling

Direzione Immobili

Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili
Heinrich Beer, responsabile Progetti immobiliari nazionali
Antonio Cambes, responsabile Regione immobiliare SR
Stefano Donzelli, responsabile EA/Controlling
Philippe Sublet, responsabile Centri commerciali nazionali
Fritz Ulmann, responsabile Regione immobiliare ZZ-OT
Danilo Zampieri, responsabile Regione immobiliare BE-NW

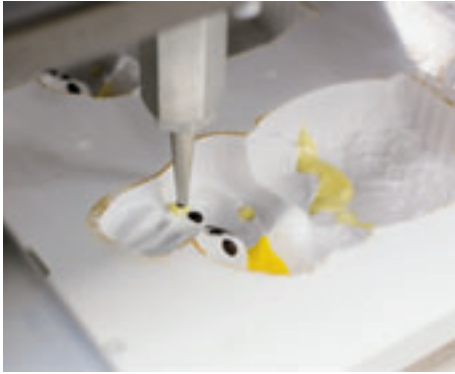


→



Dal seme di cacao al cioccolato Coop







Gran parte dell'assortimento di cioccolato della marca propria Coop, inclusi i prodotti bio e fair trade, è prodotta dall'azienda svizzera Chocolats Halba. I semi di cacao provengono dall'Africa occidentale e dal Sudamerica e vengono lavati, tostati, macinati e in seguito arricchiti con burro di cacao. Dopo diverse ore di miscelatura si crea un composto di base, il cosiddetto cioccolato di copertura, da cui derivano poi tutte le specialità di cioccolato.



Film sulla sequenza d'immagini all'indirizzo www.coop.ch/rapporto

Il gruppo Coop in cifre

- 54 Fatturato di cassa / Vendite dirette**
- 55 Fatturato di cassa / Vendite dirette / Fatturato commercio al dettaglio**
- 56 Quote di mercato**
- 57 Punti di vendita**
- 58 Società affiliate / Divisioni / Crediti bancari**
- 59 Cifre finanziarie indicative / Investimenti**
- 60 Collaboratori**
- 62 Conto economico a valore aggiunto**
- 63 Sviluppo Gruppo Coop**
- 64 Cifre indicative relative all'ecologia**

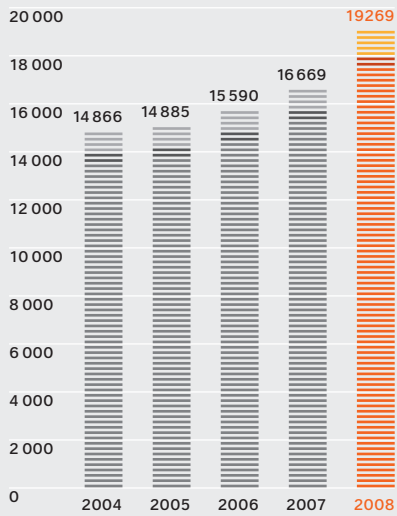
Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

FATTURATO DI CASSA / VENDITE DIRETTE

		2008	2007	Variazione mio. di CHF	Variazione %
		mio. di CHF	mio. di CHF		
		2008	2007		
Supermercati A	250-600 m ²	3 671	3 540	+131	+3.7
Supermercati B	800-1400 m ²	3 177	3 057	+119	+3.9
Supermercati C	1800-3 000 m ²	2 947	2 794	+153	+5.5
Supermercati		9 796	9 392	+404	+4.3
Ipermercati	4 500-8 000 m ²	1 239	875	+364	+41.5
Supermercati / Ipermercati		11 035	10 267	+768	+7.5
Altri		2	2	+0	+1.1
Coop Retail		11 036	10 269	+768	+7.5
Grandi Magazzini		1 050	1 009	+41	+4.1
Edile+Hobby (incl. Hobby AG)		720	685	+35	+5.2
Interdiscount		1 025	976	+49	+5.0
Toptip e Lumimart		261	262	-1	-0.4
Christ Orologi & Gioielli		114	107	+7	+6.5
Import Parfumerie		163	154	+9	+6.0
Altri		4	3	+0	+8.5
Coop Trading		3 335	3 195	+140	+4.4
Saldi Carrefour		6			
Distributis (ex Carrefour)		131			
Hotel		32	32	+0	+0.7
Coop		14 540	13 496	+1 044	+7.7
Alcoba Distribution SA		59	76	-16	-21.4
Gruppo Bell (punti di vendita)		27	17	+9	+54.7
Stazioni di servizio		1 440	1 163	+277	+23.8
Coop Pronto presso stazioni di servizio		383	330	+52	+15.9
Coop Pronto stand-alone		165	140	+25	+17.8
Coop Mineraloel AG		1 988	1 634	+354	+21.7
Coop Vitality AG		88	66	+22	+33.9
Dipl. Ing. Fust AG		943	102	+841	
Fatturato di cassa punti di vendita		17 645	15 390	+2 255	+14.7
Shop Internet		141	86	+55	+64.2
Vendite al dettaglio a terzi		363	279	+84	+30.1
Fatturato commercio al dettaglio		18 150	15 755	+2 395	+15.2
Fatturati con grandi acquirenti		1 119	914	+206	+22.5
Fatturato di cassa / vendite dirette		19 269	16 669	+2 600	+15.6

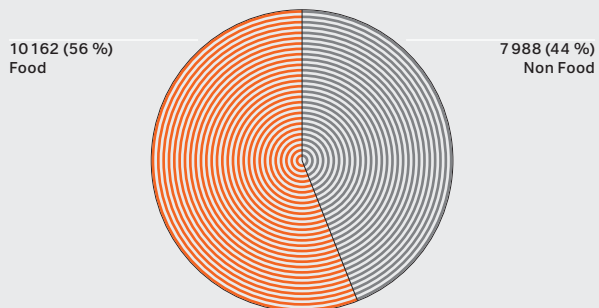
FATTURATO DI CASSA / VENDITE DIRETTE / FATTURATO COMMERCIO AL DETTAGLIO

Fatturato di cassa / Vendite dirette milioni di CHF

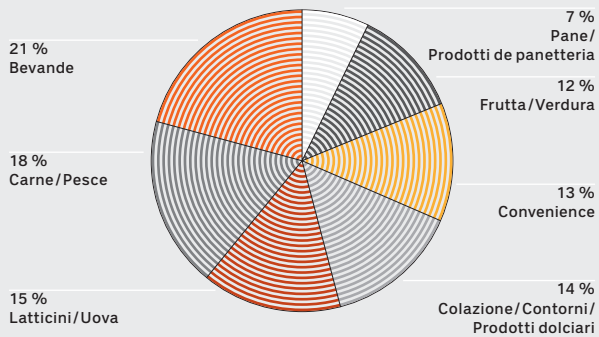


▬ Fatturati con grandi acquirenti
▬ Vendite al dettaglio a terzi
▬ Fatturato di cassa punti di vendita

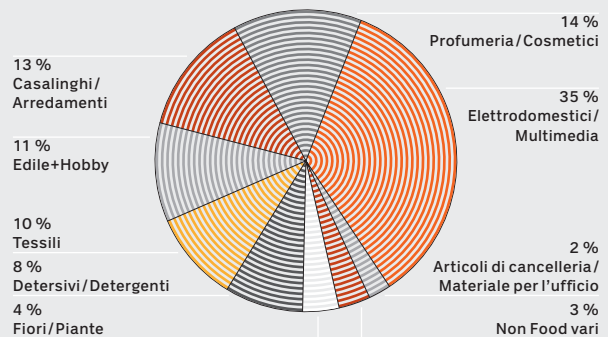
Fatturato commercio al dettaglio secondo categorie principali milioni di CHF



Food

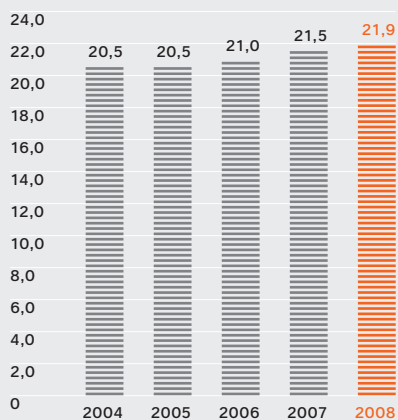


Non Food

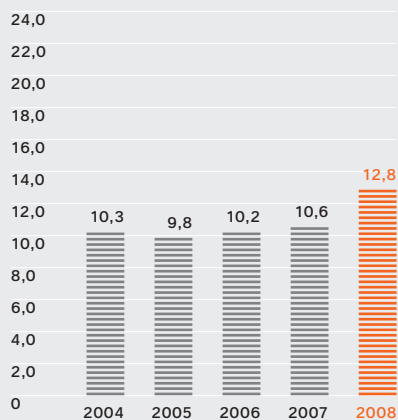


QUOTE DI MERCATO

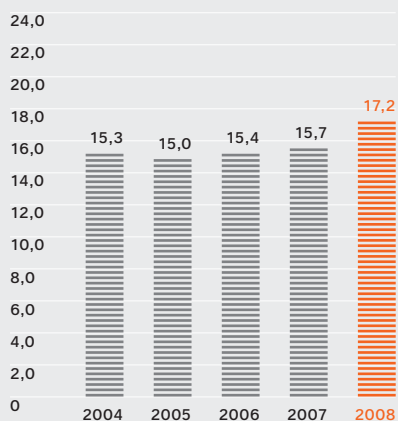
Food
in %



Non Food
in %



Gruppo Coop
in %



	mio. di CHF 2004	mio. di CHF 2005	mio. di CHF 2006	mio. di CHF 2007	mio. di CHF 2008
Fatturato commercio al dettaglio	13 983	14 049	14 709	15 755	18 150
./ Stazioni di servizio, combustibili e carburanti, hotel	874	1 066	1 241	1 342	1 710
Fatturato commercio al dettaglio Coop per quote di mercato	13 109	12 983	13 467	14 413	16 440
Volume di mercato Food	41 324	41 407	41 856	43 076	46 436
Volume di mercato Non Food	44 524	45 557	46 039	48 460	49 219
Volumi complessivi BAK¹	85 848	86 964	87 896	91 536	95 655

¹ Base dei dati: BAK Basel Economics, BAK-Flash edizione 2008 (stato 20 febbraio 2009)

Valori dell'anno precedente adattati

PUNTI DI VENDITA

	Punti di vendita		Superficie di vendita		Fatturato di cassa punti di vendita			
	Unità al 31.12		m ² al 31.12		mio. di CHF	mio. di CHF	%	Quota %
	2008	2007	2008	2007	2008	2007		
Supermercati A 250–600 m ²	527	529	286 487	284 881	3 671	3 540	+3.7	20.8
Supermercati B 800–1 400 m ²	174	171	249 035	247 607	3 177	3 057	+3.9	18.0
Supermercati C 1 800–3 000 m ²	89	88	247 836	244 092	2 947	2 794	+5.5	16.7
Supermercati	790	788	783 358	776 580	9 796	9 392	+4.3	55.5
Ipermercati 4 500–8 000 m ²	27	14	142 702	77 492	1 239	875	+41.5	7.0
Supermercati / Ipermercati	817	802	926 060	854 072	11 035	10 267	+7.5	62.5
Altri	1	1	290	290	2	2	+1.1	0.0
Coop Retail	818	803	926 350	854 362	11 036	10 269	+7.5	62.5
Grandi Magazzini	33	33	138 078	138 418	1 050	1 009	+4.1	5.9
Edile+Hobby (incl. Hobby AG)	69	68	285 246	280 428	720	685	+5.2	4.1
Interdiscount	197	185	68 137	61 957	1 025	976	+5.0	5.8
Toptip e Lumimart	59	60	158 690	159 339	261	262	-0.4	1.5
Christ Orologi & Gioielli	84	84	6 082	6 094	114	107	+6.5	0.6
Import Parfumerie	97	96	8 682	8 701	163	154	+6.0	0.9
Altri	2	1	550	150	4	3	+8.5	0.0
Coop Trading	541	527	665 465	655 087	3 335	3 195	+4.4	18.9
Saldi Carrefour					6			0.0
Distributis (ex Carrefour)					131			0.7
Hotel	3	3			32	32	+0.7	0.2
Coop	1 362	1 333	1 591 815	1 509 449	14 540	13 496	+7.7	82.4
Alcoba Distribution SA		2		9 002	59	76	-21.4	0.3
Gruppo Bell (punti di vendita)	115	26	3 536	829	27	17	+54.7	0.2
Stazioni di servizio	176	163			1 440	1 163	+23.8	8.2
Coop Pronto presso stazioni di servizio	(164)	(151)	15 895	14 186	383	330	+15.9	2.2
Coop Pronto stand-alone	44	38	7 177	6 208	165	140	+17.8	0.9
Coop Mineraloel AG	220	201	23 072	20 394	1 988	1 634	+21.7	11.3
Coop Vitality AG	31	25	7 975	6 537	88	66	+33.9	0.5
Dipl. Ing. Fust AG	157	152	80 791	77 836	943	102		5.3
Società affiliate	523	406	115 374	114 598	3 105	1 894	+63.9	17.6
Punti di vendita	1 885	1 739	1 707 189	1 624 047	17 645	15 390	+14.7	100.0

SOCIETÀ AFFILIATE / DIVISIONI / CREDITI BANCARI

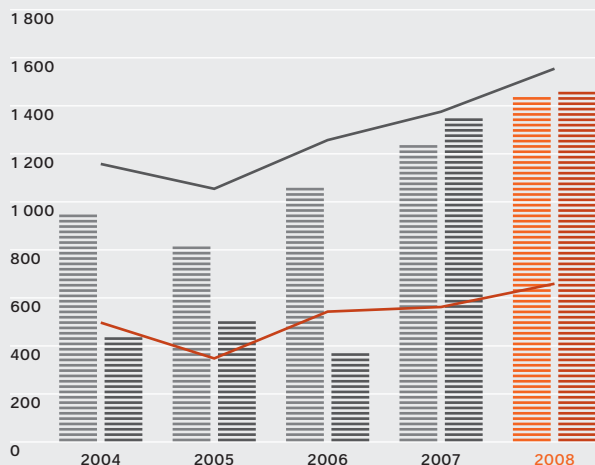
Società affiliate	Ricavo netto		Impiegati a tempo pieno	Capitale di base al 31.12 Area di consolidamento	
	mio. di CHF	mio. di CHF		mio. di CHF	%
	2008	2007	2008	2008	2008
Alcoba Distribution SA	53	67	174	0.2	50.0
Gruppo Bell	1 940	1 636	3 794	2.0	66.3
Centri di formazione Coop Muttenz e Jongny	14	13	71	0.4	100.0
Coop Mineraloel AG	2 078	1 664	68	10.0	51.0
Coop Vitality AG	85	64	276	5.0	51.0
Dipl. Ing. Fust AG	901	98	1 726	10.0	100.0

Divisioni	mio. di CHF	mio. di CHF	Variazione	Variazione
	2008	2007	mio. di CHF	%
Fatturato di cassa	1 025	976	+49	+5.0
Vendite al dettaglio a terzi	50	20	+30	+147.7
Divisione Interdiscount	1 074	996	+78	+7.9
Fatturato di cassa Toptip	233	233	-0	-0.1
Fatturato di cassa Lumimart	28	29	-1	-3.3
Vendite al dettaglio a terzi				
Divisione Toptip e Lumimart	261	262	-1	-0.4
Fatturato di cassa	114	107	+7	+6.5
Vendite al dettaglio a terzi	0	1	-1	-71.1
Divisione Christ Orologi & Gioielli	114	108	+6	+5.8
Fatturato di cassa	163	154	+9	+6.0
Vendite al dettaglio a terzi	1	1	+0	+41.6
Divisione Import Parfumerie	164	155	+10	+6.3

Crediti bancari	Limite		Uso		Limite disponibile	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007
al 31.12						
Grandi banche	611	551	143	91	468	460
Banche cantonali	615	528	309	177	306	351
Banche regionali	57	31	57	31		
Banca Coop	100	110	35	70	65	40
Banche estere Svizzera	250	250	100		150	250
Banche estere	514	673	146	283	368	390
Banche	2 147	2 143	790	652	1 356	1 491
Prestiti bancari a breve termine			381	489		
Prestiti bancari a lungo termine			397	132		
Ipoteche bancarie			13	32		
Crediti bancari			790	652		

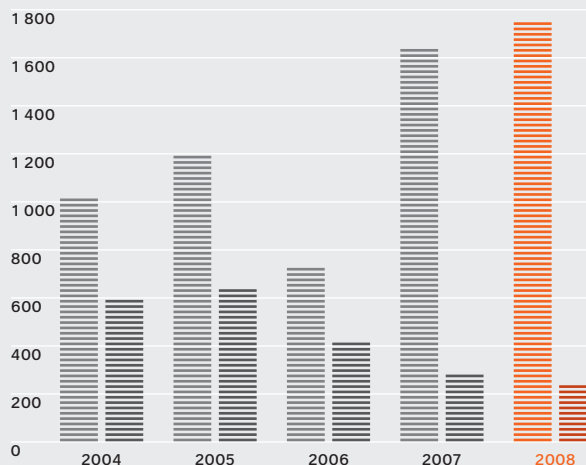
CIFRE FINANZIARIE INDICATIVE / INVESTIMENTI

Cifre finanziarie indicative mio. di CHF



— Cash flow operativo (EBITDA)
— Utile operativo (EBIT)
— Flusso monetario prima delle variazioni del circolante netto
— Investimenti netti

Investimenti mio. di CHF



— Investimenti lordi
— Disinvestimenti

	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF
	2004	2005	2006	2007	2008
Regione Suisse Romande	129	107	137	91	134
Regione Bern	134	141	75	77	110
Regione Nordwestschweiz	326	316	205	188	211
Regione Zentralschweiz-Zürich	273	137	90	120	120
Regione Ostschweiz-Ticino	116	50	108	80	107
Investimenti lordi in immobilizzazioni materiali	979	752	615	556	681
Disinvestimenti in immobilizzazioni materiali	-559	-599	-385	-152	-178
Investimenti netti in immobilizzazioni materiali	420	153	230	404	503
Altri investimenti netti	11	344	147	947	973
Investimenti netti	431	497	377	1 351	1 476
Cash flow operativo (EBITDA)	1 171	1 039	1 237	1 383	1 563
Utile operativo (EBIT)	491	348	553	572	659
Utile netto	320	270	310	350	390
Flusso monetario prima delle variazioni del circolante netto	936	818	1 068	1 254	1 445

Valori dell'anno precedente adattati

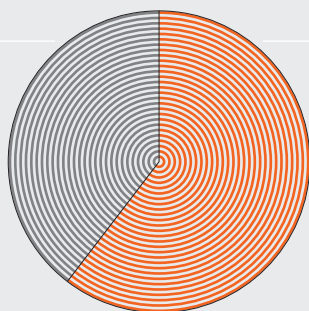
COLLABORATORI

	2008	2007	Variazione	%
REV Suisse Romande	4 637	4 245	+392	+9.2
REV Bern	3 220	3 022	+198	+6.5
REV Nordwestschweiz	3 704	3 651	+52	+1.4
REV Zentralschweiz-Zürich	4 567	4 297	+270	+6.3
REV Ostschweiz-Ticino	4 061	3 909	+152	+3.9
Settore centrale Retail	19	18	+1	+5.5
Retail	20 207	19 142	+1 065	+5.6
Grandi Magazzini	2 732	2 765	-33	-1.2
Edile+Hobby (incl. Hobby AG)	1 428	1 427	+1	+0.0
Interdiscount	1 773	1 678	+95	+5.7
Toptip e Lumimart	637	646	-9	-1.4
Christ Orologi & Gioielli	385	470	-85	-18.2
Import Parfumerie	410	396	+14	+3.5
Settore centrale Trading	180	175	+5	+2.7
Trading	7 544	7 557	-14	-0.2
Logistica	4 371	4 303	+68	+1.6
Produzione	696	724	-27	-3.8
Altri settori centrali / Direzione Immobili	2 623	2 530	+93	+3.7
Casa madre Coop	35 441	34 256	+1 185	+3.5
Gruppo Bell	3 794	3 312	+483	+14.6
Coop Mineraloel AG	68	61	+7	+11.8
Coop Vitality AG	276	218	+58	+26.6
Dipl. Ing. Fust AG	1 726	148	+1 578	
Altre società	245	236	+9	+3.9
Impiegati a tempo pieno (persone in formazione incluse)	41 550	38 230	+3 320	+8.7
REV Suisse Romande	6 473	5 694	+779	+13.7
REV Bern	4 534	4 186	+348	+8.3
REV Nordwestschweiz	4 706	4 590	+116	+2.5
REV Zentralschweiz-Zürich	6 200	5 752	+448	+7.8
REV Ostschweiz-Ticino	5 510	5 208	+302	+5.8
Settore centrale Retail	19	18	+1	+5.6
Retail	27 442	25 448	+1 994	+7.8
Grandi Magazzini	3 398	3 398		
Edile+Hobby (incl. Hobby AG)	1 721	1 740	-19	-1.1
Interdiscount	1 906	1 800	+106	+5.9
Toptip e Lumimart	734	768	-34	-4.4
Christ Orologi & Gioielli	516	549	-33	-6.0
Import Parfumerie	564	533	+31	+5.8
Settore centrale Trading	197	195	+2	+1.0
Trading	9 036	8 983	+53	+0.6
Logistica	4 907	4 758	+149	+3.1
Produzione	844	858	-14	-1.6
Altri settori centrali / Direzione Immobili	2 230	2 104	+126	+6.0
Casa madre Coop	44 459	42 151	+2 308	+5.5
Gruppo Bell	6 810	3 435	+3 375	+98.3
Coop Mineraloel AG	71	65	+6	+9.2
Coop Vitality AG	387	310	+77	+24.8
Dipl. Ing. Fust AG	1 875	1 953	-78	-4.0
Altre società	278	286	-8	-2.8
Persone (persone in formazione incluse) al 31.12	53 880	48 200	+5 680	+11.8

	2008	2007	Variazione	%
REV Suisse Romande	359	346	+13	+3.8
REV Bern	259	203	+56	+27.6
REV Nordwestschweiz	369	370	-1	-0.3
REV Zentralschweiz-Zürich	435	386	+49	+12.7
REV Ostschweiz-Ticino	298	294	+4	+1.4
Settore centrale Retail				
Retail	1 720	1 599	+121	+7.6
Grandi Magazzini	175	177	-2	-1.1
Edile+Hobby (incl. Hobby AG)	120	124	-4	-3.2
Interdiscount	372	355	+17	+4.8
Toptip e Lumimart	33	20	+13	+65.0
Christ Orologi & Gioielli	30	29	+1	+3.4
Import Parfumerie	63	60	+3	+5.0
Settore centrale Trading	6	6		
Trading	799	771	+28	+3.6
Logistica	111	95	+16	+16.8
Produzione	39	37	+2	+5.4
Altri settori centrali / Direzione Immobili	68	60	+8	+13.3
Casa madre Coop	2 737	2 562	+175	+6.8
Gruppo Bell	109	50	+59	+118.0
Coop Mineraloel AG	3	3		
Coop Vitality AG	69	54	+15	+27.8
Dipl. Ing. Fust AG	54	56	-2	-3.6
Altre società	2	3	-1	-33.3
Persone in formazione al 31.12	2 974	2 728	+246	+9.0
Valori dell'anno precedente adattati				
Stage per neodiplomati	57	81	-24	-29.6

Sesso

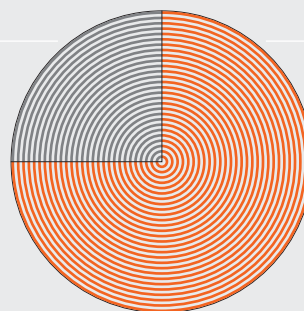
40 %
Uomini



60 %
Donne

Rapporto di lavoro

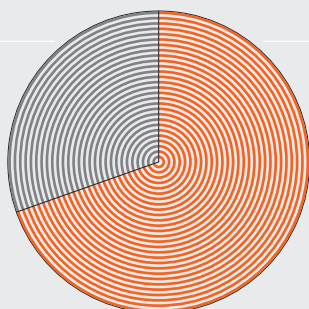
25 %
Salario orario



75 %
Salario mensile

Nazionalità

30 %
Estera

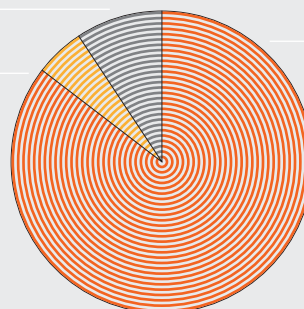


70 %
Svizzera

Persone in formazione

9 %
Artigianato / Altro

5 %
Settore
commerciale



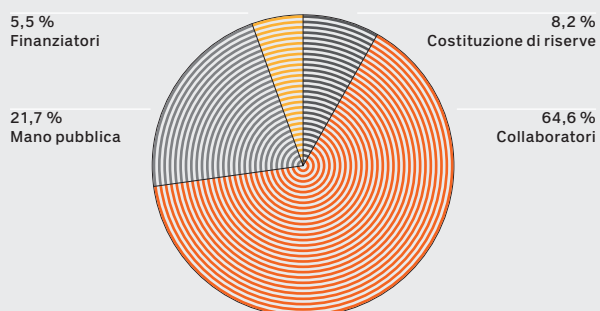
86 %
Vendita

CONTO ECONOMICO A VALORE AGGIUNTO

	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007	Variazione %
Fatturato di cassa / vendite dirette	19 269	16 669	+15.6
Merci	-11 499	-9 891	+16.3
Altro	-1 914	-1 971	-2.9
Prestazioni preliminari	-13 413	-11 862	+13.1
Valore aggiunto lordo	5 856	4 807	+21.8
Ammortamenti / accantonamenti	-1 101	-731	+50.6
Valore aggiunto netto	4 755	4 076	+16.6
Salari e stipendi	-2 391	-2 132	+12.2
Oneri sociali	-518	-451	+15.0
Altri costi del personale	-108	-94	+15.3
Ribassi per il personale inclusi superpunti per il personale	-54	-51	+4.6
Collaboratori	-3 071	-2 727	+12.6
Imposte	-132	-74	+78.6
Imposte aziendali, tasse e tributi	-16	-13	+25.9
Dazi doganali	-718	-623	+15.2
Imposta sul valore aggiunto	-165	-131	+26.1
Mano pubblica	-1 031	-841	+22.6
Finanziatori	-263	-159	+66.0
Costituzione (-) / prelievo (+) di riserve	-390	-350	+11.4
Ripartizione del valore aggiunto	-4 755	-4 076	+16.6

Valori dell'anno precedente adattati

Ripartizione del valore aggiunto



SVILUPPO GRUPPO COOP

	2004	2005	2006	2007	2008
Cifre finanziarie indicative consolidate in milioni di CHF					
Fatturato commercio al dettaglio	13 983	14 049	14 709	15 755	18 150
Fatturato di cassa / vendite dirette	14 866	14 885	15 590	16 669	19 269
Ricavo netto da forniture e servizi	14 127	14 133	14 785	15 812	18 271
Cash flow operativo (EBITDA)	1 171	1 039	1 237	1 383	1 563
Utile operativo (EBIT)	491	348	553	572	659
Utile finanziario incluso utile di organizzazioni associate	-103	-91	-69	-39	-121
Utile netto	320	270	310	350	390
Capitale di terzi soggetto a interessi	4 360	3 980	3 297	3 534	3 971
Indebitamento netto	4 049	3 701	3 017	3 219	3 395
Patrimonio netto inclusi gli interessi di minoranza	4 264	4 602	4 931	5 324	5 675
Quota di patrimonio netto in %	37.8	40.9	44.8	45.1	43.9
Somma di bilancio	11 290	11 249	10 999	11 810	12 932
Flusso monetario prima delle variazioni del circolante netto	936	818	1 068	1 254	1 445
Flusso monetario da attività d'esercizio	512	957	1 089	1 155	1 515
Flusso monetario da attività di investimento	-431	-552	-377	-1 351	-1 476
Flusso monetario da attività di finanziamento	-102	-397	-711	231	250
Collaboratori					
Numero di persone al 31.12	47 158	44 916	45 428	48 200	53 880
Impiegati a tempo pieno	39 292	37 370	37 271	38 230	41 550
Quote di mercato in % (base: volumi di mercato BAK)					
Food	20.5	20.5	21.0	21.5	21.9
Non Food	10.3	9.8	10.1	10.6	12.8
Gruppo Coop	15.3	15.0	15.3	15.7	17.2
Punti di vendita					
Numero punti di vendita al 31.12	1 433	1 437	1 546	1 739	1 885
Superficie di vendita in m ² al 31.12	1 464 070	1 480 907	1 518 242	1 624 047	1 707 189
Superficie di vendita in m ² (media 2008)			1 497 395	1 550 155	1 686 926
Fatturato di cassa in milioni di CHF	13 649	13 690	14 309	15 390	17 645
Soci¹					
Numero di soci al 31.12	2 323 602	2 316 223	2 461 462	2 502 100	2 536 544

¹ Fino al 2007 famiglie associate, a partire dal 2008 soci

CIFRE INDICATIVE RELATIVE ALL'ECOLOGIA

Periodo di rilevamento dei dati energetici: luglio – giugno; altri dati: anno civile	2008	2007	Variazione %
Fatturato dei label di fiducia con immagine ecologica e sociale			
Coop Naturaplan, Coop Naturafarm, Coop Naturaline, Coop Oecoplan, Max Havelaar, Pro Specie Rara, Slow Food, Pro Montagna			
Fatturato in milioni di CHF	1 477	1 400	+5.5
Consumo elettrico			
Consumo totale in MWh	684 880	703 662	-2.7
Consumo dei punti di vendita per m ² di superficie di vendita in kWh ¹	432	448	-3.5
Consumo dei punti di vendita per 1000 CHF di fatturato in kWh ¹	43	47	-8.7
Consumo termico			
Consumo totale in MWh	276 467	275 052	+0.5
Consumo dei punti di vendita per m ² di superficie di vendita in kWh ¹	126	128	-1.7
Consumo dei punti di vendita per 1000 CHF di fatturato in kWh ¹	13	13	-7.0
Consumo energetico (elettrico e termico)			
Consumo totale in MWh	961 347	978 714	-1.8
Consumo dei punti di vendita per m ² di superficie di vendita in kWh ¹	559	576	-3.1
Consumo dei punti di vendita per 1000 CHF di fatturato in kWh ¹	56	61	-8.3
Emissioni di biossido di carbonio (CO₂)			
Emissione totale in tonnellate	54 560	53 971	+1.1
Consumo d'acqua			
Consumo totale in m ³	479 201	503 526	-4.8
Consumo di diesel per camion			
Consumo per tonnellata chilometro in litri	0.012	0.012	-1.6
Riciclaggio dei rifiuti			
Quota di riciclaggio totale in %	67	70	-4.3

¹Supermercati, Grandi Magazzini, Edile+Hobby

Conto annuale consolidato del gruppo Coop

- 66 Conto economico consolidato**
- 67 Bilancio consolidato**
- 68 Conto consolidato dei flussi monetari**
- 69 Prospetto di variazione del patrimonio netto**
- 70 Allegato al conto annuale consolidato**
- 70 Principi di consolidamento
- 70 Principi di valutazione per alcune voci selezionate
- 72 Spiegazioni relative al conto annuale consolidato 2008 (in generale)
- 73 Spiegazioni speciali
- 75 Spiegazioni relative al conto economico consolidato
- 77 Spiegazioni relative al bilancio consolidato
- 82 Spiegazione relativa al conto consolidato dei flussi monetari
- 83 Altre informazioni sul conto annuale consolidato
- 86 Area di consolidamento Coop
- 88 Rapporto dell'Ufficio di revisione sul conto annuale consolidato**

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

	Spiegazioni	mio. di CHF 2008	Quota %	mio. di CHF 2007	Quota %
Ricavo netto da forniture e servizi	1	18 271	100.0	15 812	100.0
Costo merci		-12 217		-10 514	
Ricavi operativi		6 054	33.1	5 298	33.5
Altri ricavi operativi	2	684		656	
Costo del personale	3	-3 017		-2 676	
Spese pubblicitarie		-424		-354	
Altri costi operativi	4	-1 734		-1 542	
Cash flow operativo (EBITDA)		1 563	8.6	1 383	8.7
Ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali	5	-263		-138	
Ammortamenti delle immobilizzazioni materiali	5	-641		-672	
Utile operativo (EBIT)		659	3.6	572	3.6
Utile organizzazioni associate		7		-16	
Utile finanziario	6	-129		-23	
Utile ordinario		538	2.9	533	3.4
Utile non operativo	7	31		22	
Utile straordinario	8	4		-86	
Utile ante imposte (EBT)		572	3.1	469	3.0
Imposte	9	-132		-74	
Utile al netto delle imposte		441	2.4	395	2.5
Utile di pertinenza di terzi		-51		-45	
Utile netto		390	2.1	350	2.2

Valori dell'anno precedente adattati

BILANCIO CONSOLIDATO

	Spiegazioni	mio. di CHF 2008	Quota %	mio. di CHF 2007	Quota %
al 31.12		2008		2007	
Liquidità	10	576		315	
Titoli		84		75	
Crediti da forniture e servizi	11	501		434	
Altri crediti a breve termine	12	134		137	
Ratei e risconti attivi	13	219		224	
Giacenze	14	1 865		1 788	
Attivo circolante		3 378	26.1	2 973	25.2
Immobilizzazioni immateriali	15	1 279		1 017	
Immobilizzazioni finanziarie	16	584		384	
Beni mobili, veicoli, macchinari	17	1 330		1 293	
Immobili	18	6 361		6 143	
Attivo fisso		9 554	73.9	8 837	74.8
Attivi		12 932	100.0	11 810	100.0
Debiti da forniture e servizi	19	1 096		988	
Debiti finanziari a breve termine	20	2 006		1 445	
Altri debiti a breve termine	21	401		361	
Accantonamenti a breve termine	22	160		149	
Ratei e risconti passivi	23	550		505	
Capitale di terzi a breve termine		4 213	32.6	3 449	29.2
Debiti finanziari a lungo termine	24	1 966		2 089	
Accantonamenti a lungo termine	25	1 078		948	
Capitale di terzi a lungo termine		3 044	23.5	3 037	25.7
Capitale di terzi	26	7 257	56.1	6 485	54.9
Capitale di partecipazione					
Riserve di capitale		2 350		2 132	
Utili riportati		2 645		2 539	
Utile netto		390		350	
Utile di bilancio		3 035		2 889	
Patrimonio netto senza interessi di minoranza		5 385	41.6	5 021	42.5
Interessi di minoranza		290	2.2	304	2.6
Patrimonio netto inclusi gli interessi di minoranza		5 675	43.9	5 324	45.1
Passivi		12 932	100.0	11 810	100.0

Valori dell'anno precedente adattati

CONTO CONSOLIDATO DEI FLUSSI MONETARI

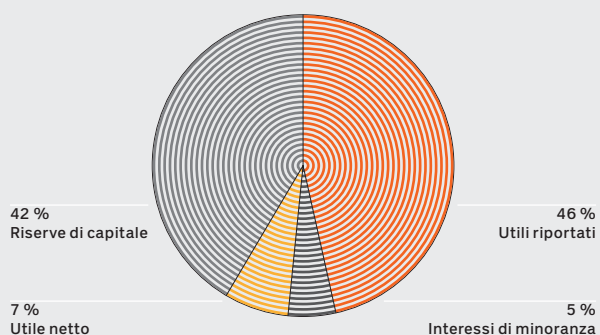
Fondo di liquidità

	Spiegazioni	mio. di CHF 2008	
Utile netto prima degli interessi di minoranza		441	395
Ammortamenti immobilizzazioni finanziarie (senza organizzazioni associate)		0	15
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali		263	138
Ammortamenti beni mobili, veicoli, macchinari		288	269
Ammortamenti immobili		352	403
Ammortamenti immobilizzazioni non operative		3	7
Utili (-) / perdite da cessione attivo fisso		-46	-35
Risultato senza effetto sulla liquidità		27	47
Ricavi (-) / costi per applicazione del metodo del patrimonio netto (at equity) per valutare le partecipazioni		-7	16
Aumento / Riduzione degli accantonamenti a lungo termine		125	-1
Flusso monetario prima delle variazioni del circolante netto		1 445	1 254
Aumento (-) / Riduzione dei crediti da forniture e servizi		-7	-79
Aumento (-) / Riduzione degli altri crediti e dei ratei e risconti attivi		57	46
Aumento (-) / Riduzione delle giacenze		21	-74
Aumento / Riduzione dei debiti da forniture e servizi		2	-95
Aumento / Riduzione degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi		20	55
Aumento / Riduzione degli accantonamenti a breve termine		-23	47
Flusso monetario da attività di esercizio		1 515	1 155
Investimenti in immobilizzazioni immateriali		-24	-24
Disinvestimenti in immobilizzazioni immateriali		0	0
Raggruppamenti di immobilizzazioni immateriali		-2	-24
Investimenti in beni mobili, veicoli, macchinari		-299	-253
Disinvestimenti in beni mobili, veicoli, macchinari		3	3
Raggruppamenti di beni mobili, veicoli, macchinari		-3	-250
Investimenti immobiliari		-382	-302
Prestazioni proprie iscritte all'attivo negli immobili		-1	-1
Disinvestimenti immobiliari		175	149
Raggruppamenti di immobili		5	-153
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate		-833	-973
Ricavi dalla vendita di organizzazioni consolidate		7	14
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie		-82	-43
Disinvestimenti in immobilizzazioni finanziarie		10	7
Riclassificazioni delle immobilizzazioni finanziarie		0	0
Investimenti in titoli		-118	-43
Disinvestimenti in titoli		68	114
Raggruppamenti dei titoli		0	71
Flusso monetario da attività di investimento	27	-1 476	-1 351
Accensioni di prestiti (+)		150	175
Rimborso di prestiti (-)		-325	-200
Dividendi agli azionisti minoritari		-26	-5
Aumento / Riduzione dei debiti finanziari a breve termine		542	513
Aumento / Riduzione dei debiti finanziari a lungo termine		-84	-251
Azioni proprie Bell		-7	-1
Flusso monetario da attività di finanziamento		250	231
Afflusso / deflusso (-) di capitale		290	36
Liquidità all'inizio dell'anno		315	280
Afflusso / deflusso (-) di capitale		290	36
Effetto valutario		-29	-1
Liquidità alla fine dell'anno		576	315

PROSPETTO DI VARIAZIONE DEL PATRIMONIO NETTO

mio. di CHF	Riserve di capitale	Azioni proprie Bell	Utili riportati	Utile netto	Patrimonio netto senza interessi di minoranza	Interessi di minoranza del patrimonio netto	Patrimonio netto inclusi gli interessi di minoranza
Patrimonio netto al 1.1.2007	1 829	0	2 533	310	4 672	259	4 931
Variazione area consol./quota di partecipazione						4	4
Impiego utile / dividendi	304		6	-310	0	-5	-5
Compravendita azioni proprie Bell		-1			-1		-1
Utile netto				350	350	45	395
Differenze di conversione	0	0	-1	-0	-0		-0
Patrimonio netto al 31.12.2007	2 133	-1	2 538	350	5 021	304	5 324
Patrimonio netto al 1.1.2008	2 133	-1	2 538	350	5 021	304	5 324
Variazione area consol./quota di partecipazione			-6		-6	-29	-34
Impiego utile / dividendi	224		126	-350	0	-26	-26
Compravendita azioni proprie Bell		-7			-7	-4	-11
Utile netto				390	390	51	441
Differenze di conversione			-13		-13	-5	-19
Patrimonio netto al 31.12.2008	2 357	-7	2 645	390	5 385	290	5 675

Patrimonio netto al 31.12.2008



ALLEGATO AL CONTO ANNUALE CONSOLIDATO

Principi di consolidamento

Fondamenti

I conti del gruppo Coop sono allestiti in conformità alle Raccomandazioni professionali per l'allestimento dei conti annuali Swiss GAAP RPC 2007. Su questa base sono state create delle direttive interne per la strutturazione, la valutazione e la presentazione dei conti che vengono applicate in modo unitario. Il conto annuale consolidato si basa sui conti verificati delle singole società al 31 dicembre e fornisce un quadro veritiero dello stato patrimoniale, finanziario ed economico.

Consolidamento integrale

Il gruppo Coop comprende la società cooperativa Coop e le relative società affiliate, nonché tutte le società controllate direttamente o indirettamente in Svizzera e all'estero (con una quota del gruppo Coop superiore al 50 % dei diritti di voto). Nel consolidamento integrale vengono presi in considerazione gli attivi, i passivi, i costi e i ricavi al 100 %. Eventuali partecipazioni di terzi a società consolidate integralmente sono indicate a parte come partecipazioni minoritarie. Le nuove società acquisite vengono consolidate a partire dal primo giorno del controllo o escluse dal conto annuale consolidato a partire dal giorno di vendita. Le plusvalenze degli attivi netti acquisiti vengono attivate solo in proporzione alla quota detenuta dal gruppo.

Sono eliminati tutti gli scambi e le transazioni infragruppo. Il consolidamento del capitale avviene in base al metodo anglosassone «Purchase» che compensa il patrimonio netto della società al momento dell'acquisto o della costituzione con il valore contabile della partecipazione della casa madre. Gli utili intermedi sono considerati irrilevanti.

Metodo equity

Se sono di una certa importanza economica, le partecipazioni a società di cui il gruppo Coop detiene dal 20 % al 50 % dei diritti di voto sono di norma valutate in proporzione al patrimonio netto e all'utile netto. Un eventuale pagamento di plusvalenza viene iscritto nel bilancio alla voce Avviamento e ammortizzato sistematicamente. L'iscrizione nel conto economico avviene di conseguenza nell'utile delle organizzazioni collegate o negli ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali. Per valutare la quota di partecipazione al patrimonio netto vengono utilizzati i bilanci di queste società stilati secondo il principio true and fair view (tra l'altro anche secondo IFRS / IAS).

Conversione di valuta estera

Gli attivi e i passivi dei bilanci redatti in valuta estera sono convertiti in franchi svizzeri al cambio in vigore nel giorno di chiusura

del bilancio. I conti economici locali e il conto dei flussi monetari sono convertiti al corso medio dell'anno. Le differenze risultanti dall'applicazione dei diversi corsi di cambio summenzionati vengono contemplate direttamente nel patrimonio netto. I corsi di cambio delle più importanti valute sono riportati nel capitolo «Altre informazioni sul conto economico consolidato».

Area di consolidamento

L'area di consolidamento è illustrata sulle pagine 86 e 87.

Principi di valutazione per alcune voci selezionate

Liquidità

Le liquidità sono iscritte nel bilancio al valore nominale e comprendono le disponibilità di cassa, gli averi di conto corrente postale e bancario, i depositi a breve termine e i Reka-Check. Queste posizioni si possono convertire in liquidità in qualsiasi momento e sottostanno a oscillazioni irrilevanti (spiegazione 10).

Titoli

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

Crediti da forniture e servizi e altri crediti a breve termine

I crediti sono valutati al valore nominale dopo detrazione delle riduzioni di valore. Per i rischi di credito generali viene costituito uno star del credere forfettario pari all'1 % (spiegazioni 11 e 12).

Giacenze

Le giacenze sono valutate al prezzo di costo composto dal prezzo di acquisto netto e dal costo di acquisto accessorio. I semilavorati e i prodotti finiti sono valutati al massimo al costo di produzione. Se il giorno di chiusura del bilancio il valore da attribuire alle giacenze dovesse essere inferiore ai prezzi d'acquisto calcolati in questo modo, vale il principio del valore più basso. I materiali non più utilizzabili sono soggetti a rettifiche di valore specifiche (spiegazione 14).

Immobilizzazioni immateriali

All'acquisto delle partecipazioni, l'avviamento viene calcolato in base alla differenza tra il prezzo d'acquisto pagato e l'attivo netto acquisito, il quale è valutato al valore attuale. Un eventuale avviamento viene generalmente iscritto negli attivi e ammortizzato in modo lineare nell'arco di 5–8 anni. L'avviamento generato dalle acquisizioni prima del 1° gennaio 1993 è stato compensato direttamente con le riserve di utili. Le altre immobilizzazioni immateriali sono iscritte nel bilancio al valore d'acquisto con

ammortamenti lineari che variano tra i 3 e gli 8 anni. I diritti dei marchi e i valori immateriali analoghi vengono ammortizzati con una durata fino a 20 anni. Tutti gli investimenti immateriali vengono inoltre sottoposti ogni anno a una rivalutazione. Nell'attivo non vengono iscritti i costi di ricerca e sviluppo (spiegazione 15).

Immobilizzazioni finanziarie

Le immobilizzazioni finanziarie vengono iscritte nel bilancio al valore di acquisto, tenendo conto delle rettifiche di valore necessarie dal punto di vista economico-aziendale. Anche i prestiti e le immobilizzazioni finanziarie mantenute a lungo termine con una partecipazione ai diritti di voto inferiore al 20 %, sono iscritti nel bilancio al valore d'acquisto con gli ammortamenti necessari (spiegazione 16).

Tutte le partecipazioni inferiori al 20 % vengono iscritte nel bilancio al prezzo di acquisto dopo detrazione delle rettifiche di valore necessarie e incluse nelle immobilizzazioni finanziarie o nei titoli.

Beni mobili, veicoli, macchinari, immobili

La valutazione delle immobilizzazioni materiali avviene sulla base del prezzo di acquisto con detrazione degli ammortamenti necessari da un punto di vista economico-aziendale. Gli ammortamenti sono distribuiti in maniera lineare sulla durata d'uso commerciale dei vari beni. Per la durata valgono le seguenti regole:

Arredamenti punti di vendita	10 anni
Beni mobili	5 – 10 anni
Macchinari e impianti	10 – 15 anni
Veicoli	3 – 10 anni
Costruzioni di breve durata	3 – 20 anni
Immobili	50 – 100 anni

Le immobilizzazioni materiali finanziate mediante leasing finanziario sono incluse negli attivi come le altre immobilizzazioni e vengono ammortizzate in maniera lineare in base alla relativa tabella. I rispettivi valori liquidi senza interessi sono iscritti nei passivi come debiti da leasing finanziari alla voce Debiti a lungo termine. I valori di mercato degli immobili sono calcolati 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 (spiegazione 17 e 18).

Capitale di terzi

Per capitale di terzi a breve termine s'intendono tutti i debiti con scadenza entro un anno nonché i ratei e risconti e gli accantonamenti a breve termine. Il capitale di terzi a lungo termine include i debiti con durata superiore a un anno.

Debiti

I debiti vengono iscritti nel bilancio al loro valore nominale (spiegazioni 19–21, 23 e 24).

Accantonamenti

Gli accantonamenti sono valutati nel giorno di chiusura del bilancio sulla base delle probabili uscite monetarie; i rischi sono stati considerati in misura sufficiente. Gli accantonamenti rappresentano obblighi di legge o di fatto (spiegazioni 22 e 25).

Altri ricavi operativi

La voce «Altri ricavi operativi» comprende tra l'altro le entrate relative a toto, lotto, posteggi, pubblicità e schede telefoniche (spiegazione 2).

Voci di bilancio non operative

L'utile non operativo comprende le spese e i ricavi risultanti da eventi o procedure aziendali che si differenziano nettamente dalle consuete attività commerciali. Di questo gruppo fanno parte anche le immobilizzazioni materiali non operative.

Voci di bilancio straordinarie

Nelle voci di bilancio straordinarie vengono inclusi spese e ricavi che nel quadro delle attività commerciali ordinarie sono generati molto raramente e non sono prevedibili.

Imposte

Tutte le imposte sul reddito risultanti dagli utili fiscali dell'anno di esercizio sono addebitate al conto economico, indipendentemente dalla data di scadenza. Vi sono anche delle imposte supplementari (imposte latenti) a causa della differenza temporale nella registrazione di singoli ricavi e spese nei conti del gruppo o nei conti delle singole imprese. Le imposte latenti su queste differenze tra valori fiscali e contabili vengono calcolate secondo un'aliquota d'imposta fino al 25 % calcolata in base alle aliquote locali e alle perdite riportate a nuovo determinanti ai fini fiscali (spiegazione 9).

Imposte di esercizio

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

Riclassificazioni

Le voci «Riclassificazioni» negli schemi degli investimenti e degli accantonamenti comprendono soprattutto gli spostamenti dei versamenti anticipati in un'altra categoria d'investimento e i riclassamenti.

Conto dei flussi monetari

Come fondi vengono impiegate le liquidità senza titoli. Queste posizioni si possono convertire in liquidità in qualsiasi momento e sottostanno a oscillazioni irrilevanti.

Parti correlate

Per «parti correlate» s'intendono le società consolidate secondo il metodo equity, oltre che le persone fisiche come i membri della Direzione generale o del Consiglio d'amministrazione, nonché le casse pensioni.

Le transazioni con le parti correlate avvengono a condizioni di mercato.

Le voci del portafoglio relative alle organizzazioni associate sono illustrate nelle voci 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 (altre informazioni sul conto annuale).

Informazioni sull'allegato

Le fidejussioni e le altre operazioni straordinarie in corso sono dichiarate generalmente al valore nominale.

Spiegazioni relative al conto annuale consolidato 2008 (in generale)

Swiss GAAP RPC 2007

Il modello contabile delle Swiss GAAP RPC è stato implementato il 1° gennaio 2006. Le altre raccomandazioni tecniche sono state applicate il 1° gennaio 2007.

Modifiche nell'area di consolidamento

Nell'anno di esercizio 2008, l'area di consolidamento Coop ha subito le seguenti modifiche rispetto all'anno precedente:

Dopo la decisione positiva delle autorità in materia di concorrenza, è stato concluso l'acquisto delle società Distributis AG e Distributis Moncor SA. Le due società, che gestivano i punti di vendita Carrefour, sono state rilevate al 100 % e consolidate integralmente al 1° aprile 2008.

Nel maggio 2008 è stata fondata la Bell France SAS che fa capo alla Bell Holding AG e comprende la partecipazione delle aziende del Groupe Polette, Clermont-Ferrand. Anche le aziende Val de Lyon SAS, Le Saloir de Virieu SAS e Saloir de Mirabel Sàrl. sono state integrate al 100 % nella Bell France SAS.

Sotto l'egida del neo fondato sottogruppo Bell Deutschland GmbH, il gruppo Bell ha rilevato il 100 % delle azioni dell'azienda Zimbo Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co.KG con sede a Bochum.

Al 29 dicembre 2008 la Bell Deutschland GmbH acquista una partecipazione del 75 % al gruppo Abraham con sede a Seevetal presso Hamburg. Per la fine dell'anno la partecipazione sarà iscritta nel bilancio alla voce Immobilizzazioni finanziarie e ri-classificata nel 2009.

Nel corso del 2008 la partecipazione alla Bell Holding AG è aumentata del 5,75 % e ammonta ora al 66,29 %.

Acquisto al 100 % della società Hobby AG di Heimberg al 1° giugno 2008.

Acquisto della Karussell Apotheke und Drogerie AG al 1° luglio 2008 insieme alla società Galenicare AG. La società è stata successivamente incorporata nella Coop Vitality AG.

Da metà marzo 2008 i due shop Internet microspot.ch e netto24.ch, che appartengono già al gruppo Coop, si presentano congiuntamente sul mercato. La ragione sociale della ditta netto24 AG è stata cambiata in Eschenmoser AG e la sede dell'azienda è stata trasferita da Baar a Basilea.

La ditta Alcoba Distribution SA (quota Coop 50 %) è stata venduta al 10 dicembre 2008.

Acquisto della Palink UAB (gruppo IKI) in Lituania insieme ai partner di Coopernic. Inserimento nel conto economico del gruppo il 1° marzo 2008 con una quota del 20 %.

Nell'anno di esercizio 2007, l'area di consolidamento Coop ha subito le seguenti modifiche rispetto all'anno precedente:

Il 1° gennaio 2007 è avvenuta la fusione tra Coop e la AX4 Holding AG ed Epa AG. Nella stessa data è avvenuta la fusione tra CI Tessin AG e Coop Immobilien AG.

Vendita delle società Complexe de Chêne-Bourg A SA, Complexe de Chêne-Bourg C SA e Complexe de Chêne-Bourg D SA il 20 novembre 2007.

Acquisto dell'azienda Dipl. Ing. Fust AG dopo decisione della Commissione della concorrenza al 1° dicembre 2007, con integrazione della partecipazione maggioritaria della ditta Service 7000 AG. Per la stessa data è avvenuto l'acquisto della Netto24 AG.

Acquisto del 40 % di Tropenhaus Frutigen AG al 1° gennaio 2007 e acquisto del 40 % di Tropenhaus Wolhusen AG al 24 luglio 2007.

Ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali

A causa della rivalutazione annua sono stati effettuati ammortamenti per un importo di 63 milioni di CHF su posizioni relative all'avviamento. In seguito al rilevamento dei punti di vendita di Carrefour è stato constatato che i rendimenti previsti non potranno essere ancora raggiunti. Per questi punti di vendita è stato effettuato un ammortamento straordinario.

Nel 2007 tutti gli ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali sono stati registrati nell'utile ordinario. In seguito ad una valutazione più elevata dei rischi relativi alla situazione del mer-

cato in Francia, sono stati effettuati degli ammortamenti non programmati per organizzazioni associate alla voce «Ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali» per un importo di 53 milioni di CHF.

Impegni previdenziali

Gli sviluppi sui mercati finanziari hanno avuto ripercussioni finanziarie anche per la CPV/CAP. Nella decisione del 1° dicembre 2008 il Consiglio d'amministrazione della CPV/CAP ha deciso di non avviare nessuna misura per il risanamento della cassa pensioni con obblighi di risanamento per il datore di lavoro. Al 31 dicembre 2008 la sottocopertura ammonta a 615 milioni di CHF, il che corrisponde a un grado di copertura del 90,3 %.

In riferimento a Swiss GAAP RPC, per il 2007 gli istituti di previdenza per il personale delle società appartenenti al gruppo Coop non presentavano eccedenze di copertura o sottocoperture che comporterebbero una contabilizzazione nel conto annuale del gruppo Coop. Non vi erano rinunce di utilizzo né deprezzamenti in merito alla riserva per i contributi del datore di lavoro (RCDL). Per finanziare la riduzione dal 6,9 % al 6,4 % del tasso di conversione delle rendite a 65 anni sono stati impiegati 84 milioni di CHF. La registrazione in bilancio è stata eseguita alla voce «Oneri straordinari» (altre informazioni sul conto annuale).

Il gruppo Coop si assume la quota proporzionale delle spese della previdenza professionale di tutti i collaboratori nonché dei loro superstiti sulla base dei regolamenti, i quali prevedono prestazioni che superano nettamente il regime obbligatorio LPP. I contributi sono contenuti nelle spese del personale alla voce «Oneri sociali» (altre informazioni sul conto annuale).

Attività fuori bilancio

I valori riportati nel gruppo «Strumenti finanziari derivati» contengono tutti gli strumenti finanziari derivati ancora aperti al giorno di chiusura del bilancio, calcolati al valore di mercato. Tali valori vengono registrati nel conto annuale soltanto al momento della scadenza.

Al 1° gennaio 2002 Coop ha acquistato una quota del 50 % delle azioni della Betty Bossi Verlag AG. Dal 1° gennaio 2002 al 31 dicembre 2011, la Ringier AG di Zofingen detiene un diritto di consegna (opzione put) per il restante 50 % delle azioni ad un prezzo stabilito.

La società Dipl. Ing. Fust AG detiene un'opzione di acquisto dal 2013 al 2023 per il 49.94 % della Service 7000 AG ad un prezzo determinato dalla futura situazione di redditività dell'azienda (altre informazioni sul conto annuale).

Spiegazioni speciali

Adeguamento delle cifre dell'anno precedente

Nel conto annuale consolidato 2008 Coop ha modificato la dichiarazione delle voci riportate di seguito. Le seguenti voci sono state pertanto riclassificate di conseguenza per l'anno precedente.

Le commissioni a terzi per un importo di 22 milioni di CHF, che l'anno precedente erano state contabilizzate come costi del personale, sono state riclassificate come oneri vari.

I crediti da contratti di noleggio di apparecchi della ditta Dipl. Ing. Fust AG, per un importo di 11 milioni di CHF nell'anno precedente, sono stati adeguati e contabilizzati nell'avviamento.

Gli ammortamenti straordinari per un importo di 72 milioni di CHF sono stati riclassificati negli Ammortamenti operativi dei beni immobili. In questo modo il margine EBIT dichiarato nel 2007 scende dal 4,1 % al 3,6 %.

L'importo di 82 milioni di CHF degli abbuoni dei fornitori è stato tolto dagli altri redditi di esercizio e contabilizzato sotto i costi delle merci.

Oneri vari

La voce «Oneri vari» comprende prevalentemente le spese di trasporto, oltre che le perdite su debitori e i danni non coperti, le spese per chiusure fuori programma, le spese di viaggio e di rappresentanza, nonché varie spese di esercizio.

Utili delle organizzazioni associate valutate secondo il metodo del patrimonio netto (equity)

La quota proporzionale dell'utile delle organizzazioni associate ammonta a 7 milioni di CHF (-16 milioni di CHF nel 2007). Inoltre, per una partecipazione la quota proporzionale dell'utile è stata registrata nelle immobilizzazioni immateriali, poiché il relativo valore della partecipazione è già completamente ammortizzato.

Deprezzamento

Un contratto di locazione a lungo termine è stato rivalutato in seguito a una nuova stima, per cui una delimitazione corrispondente per un importo di 20 milioni di CHF è stata registrata sotto ratei e risconti attivi.

In seguito a un conteggio più approfondito del metodo di calcolo del reddito, nel 2007 i portafogli immobiliari per ogni immobile sono stati sottoposti a rettifiche di valore specifiche per un importo di 72 milioni di CHF.

Imposte

Le imposte latenti per un importo di 17 milioni di CHF per le perdite fiscali riportate sono state attivate.

Le perdite fiscali riportate per un valore di 38 milioni di CHF (34 milioni di CHF nel 2007) non sono state attivate (spiegazione 16).

Avviamento

L'avviamento pagato al momento dell'aumento della partecipazione del 5,75 % della Bell Holding AG è stato conteggiato direttamente con il patrimonio netto.

La quota dell'avviamento delle organizzazioni associate ammonta a 118 milioni di CHF (65 milioni di CHF nel 2007). L'aumento si spiega soprattutto con l'acquisto della Palink UAB.

Dati sulla valutazione dei rischi

Il gruppo Coop dispone di un sistema di gestione dei rischi standardizzato. A intervalli triennali la situazione dei rischi del gruppo Coop viene riesaminata. Nel corso dell'ultimo riesame fondamentale del 2006, la Direzione generale Coop, alla presenza del presidente del Consiglio d'amministrazione, ha identificato, analizzato e valutato i rischi e gli scenari più gravi e ha stabilito misure corrispondenti. I risultati di questa valutazione dei rischi e le rispettive misure sono state approvate nella riunione del Consiglio d'amministrazione del 26 settembre 2006.

Le misure scaturite da questa valutazione dei rischi vanno sottoposte a un processo di controlling. Ogni anno la Direzione generale controlla lo stato delle misure e rivaluta la situazione attuale dei rischi. Il Consiglio d'amministrazione viene poi informato dei risultati.

Nel quadro delle valutazioni annuali istituzionalizzate della qualità del Sistema di Controllo Interno a livello di processi operativi viene effettuata una valutazione dei rischi operativi nonché dei rischi legati ai rendiconti finanziari e alla compliance. Alcune società affiliate e organizzazioni associate di Coop hanno implementato un proprio Sistema di Controllo Interno.

Eventi successivi alla chiusura del bilancio

L'11 febbraio 2009 il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto consolidato che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 23 aprile 2009 (Swiss GAAP RPC MC/28).

Coop e il gruppo Rewe ampliano la collaborazione nel settore del commercio gastronomico all'ingrosso e hanno concordato la creazione di una joint-venture comune con la ragione sociale transGourmet Holding s.E. e sede a Neu-Isenburg in Germania, della quale deterranno ognuno il 50 % delle azioni. La sede della transGourmet Management AG, incorporata in questa joint-venture, sarà a Dietikon in Svizzera. È previsto che le due aziende FEGRO/SELGROS, nonché la Rewe GVS/Stöver come l'attuale gruppo transGourmet Svizzera saranno integrate nell'azienda comune. Le autorità svizzere ed europee in materia di concorrenza

hanno approvato questa joint-venture. Il closing è avvenuto l'8 gennaio 2009.

A partire da metà gennaio 2009 Coop deterrà il 100 % delle partecipazioni della Parking Pré Bournoud SA.

In qualità di partner principale della Tropenhaus Wolhusen AG, Coop ha deciso di fornire una garanzia sulla partecipazione all'aumento del capitale sociale. Il termine della sottoscrizione è stato stabilito per l'inizio del 2009.

Spiegazioni relative al conto economico consolidato

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2008	2007
Ricavo netto Food	10 642	9 591
Ricavo netto Non Food	7 629	6 221
1 Ricavo netto da forniture e servizi per settori	18 271	15 812
Regione Suisse Romande	3 837	3 279
Regione Bern	2 529	2 146
Regione Nordwestschweiz	3 187	2 916
Regione Zentralschweiz-Zürich	4 013	3 436
Regione Ostschweiz-Ticino	3 293	2 880
Sede principale / Produzione	1 413	1 155
1 Ricavo netto da forniture e servizi	18 271	15 812
Altri ricavi operativi	534	502
Reddito locativo operativo	149	149
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	1	1
Variazioni delle rimanenze per prodotti finiti e semilavorati	-0	4
2 Altri ricavi operativi	684	656
Salari / Stipendi	-2 391	-2 132
Oneri sociali	-518	-451
Tasso oneri sociali in %	21.7	21.1
Altri costi del personale	-108	-94
3 Costo del personale	-3 017	-2 676
Canoni di locazione	-560	-488
Spese di ufficio e amministrative	-162	-140
Tributi e assicurazioni cose	-67	-61
Imposte di esercizio	-16	-13
Manutenzione e sostituzione	-235	-223
Costi energetici e materiale di esercizio	-291	-254
Oneri vari	-402	-363
4 Altri costi operativi	-1 734	-1 542
Avviamento	-215	-109
Altri valori immateriali	-48	-29
Ammortamenti dei valori immateriali	-263	-138
Beni mobili, veicoli, macchinari	-288	-269
Immobili	-352	-403
Ammortamenti delle immobilizzazioni materiali	-641	-672
Immobilizzazioni finanziarie	-0	-0
5 Ammortamenti	-904	-810

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2008	2007
Utili su titoli e dividendi	11	58
Perdite su titoli	-46	-16
Utile derivante dalle valutazioni dei titoli	-35	42
Utili su cambi	97	55
Perdite su cambi	-91	-50
Utile derivante dall'iscrizione in bilancio delle poste in valuta	6	5
Altri proventi da interessi	26	22
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	-126	-92
Utile da interessi	-100	-70
6 Utile finanziario	-129	-23
Utili su titoli e dividendi	11	58
Utili su cambi	97	55
Altri proventi da interessi	26	22
Reddito finanziario	135	136
Perdite su titoli	-46	-16
Perdite su cambi	-91	-50
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	-126	-92
Oneri finanziari	-263	-159
6 Utile finanziario	-129	-23
Affitti	5	8
Utile da cessione di attivo fisso	46	35
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari		
Scioglimento degli accantonamenti per ristrutturazioni e integrazioni		
Altri ricavi non operativi	16	2
Ricavi non operativi	68	44
Costituzione di accantonamenti per ristrutturazioni e integrazioni		
Costituzione di accantonamenti	-0	
Costi non operativi	-31	-12
Altre spese immobiliari non operative	-6	-10
Costi non operativi	-37	-22
7 Utile non operativo	31	22
Ricavi straordinari	5	
Oneri straordinari	-2	-86
8 Utile straordinario	4	-86
Imposte sul reddito	-95	-54
Imposte sul reddito latenti	-37	-20
9 Imposte	-132	-74

Spiegazioni relative al bilancio consolidato

	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Liquidità	430	241
Reka-Check	21	21
Depositi a termine	125	53
10 Liquidità	576	315
Crediti da forniture e servizi	494	424
meno l'1 % di deprezzamento	-5	-4
Crediti verso organizzazioni associate	13	14
11 Crediti da forniture e servizi	501	434
Altri crediti	114	92
Acconti a fornitori	15	19
Altri crediti verso società associate	6	26
12 Altri crediti a breve termine	134	137
Ratei e risconti attivi	199	216
Ratei e risconti attivi verso società associate	19	9
13 Ratei e risconti attivi	219	224
Merci commerciali	1 689	1 650
Prodotti finiti (Produzione)	98	74
Semilavorati, prodotti in produzione	34	33
Materie prime	98	86
Materiale ausiliare e d'imballaggio	27	17
Acconti a fornitori	13	17
Rettifica di valore giacenze	-95	-89
14 Giacenze	1 865	1 788

	Avviamento	Brevetti / Licenze	Marchi	Software	Altri valori immat.	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Valore contabile netto al 1.1	537	0	419	48	13	1 017	378
Valore di acquisto al 1.1	870	2	483	132	71	1 559	797
Variazioni nell'area di consolidamento	0	0	13	7	1	21	1
Investimenti	495	0		20	5	520	775
Disinvestimenti				-14	-0	-14	-17
Effetto valutario	-9	-0	-1	-0		-9	0
Riclassificazioni	0			-1	-1	-2	2
Valore di acquisto al 31.12	1 358	2	495	144	76	2 075	1 559
Ammortamenti cumulati al 1.1	-334	-2	-64	-84	-58	-542	-419
Variazioni nell'area di consolidamento		-0		-5	-0	-6	-0
Ammortamenti programmati	-152	-0	-24	-22	-2	-200	-86
Ammortamenti non programmati	-63					-63	-53
Ammortamenti cumulati dei disinvestimenti				14	0	14	17
Effetto valutario	0	0	0	0	0	0	-0
Riclassificazioni				-0	0		-1
Ammortamenti cumulati al 31.12	-548	-2	-89	-97	-60	-796	-542
15 Immobilizzazioni immateriali al 31.12	809	0	407	47	16	1 279	1 017

	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Immobilizza- zioni finanziarie presso banche	Altre immo- bilizzazioni finanziarie	Imposte latenti attive	Organizza- zioni associate	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Valore contabile netto al 1.1	20	0	326		38	384	455
Variazioni nell'area di consolidamento			0	2		2	7
Entrata	0	0	88	15	121	224	56
Uscita	-4		-6			-10	-114
Rettifiche di valore			-0		2	2	-20
Effetto valutario		-0	-18	-0	0	-18	
Riclassificazioni							
16 Immobilizzazioni finanziarie al 31.12	16	0	389	17	162	584	384

Prestiti alle organizzazioni associate						288	223
Crediti ipotecari di terzi						1	2
Prestiti a terzi						34	35
Altre immobilizzazioni finanziarie di terzi						66	66
Altre immobilizzazioni finanziarie						389	326

	Mobilio/ Utensili	Veicoli	Informatica	Macchinari/ Impianti meccanici	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Valore contabile netto al 1.1	797	67	103	325	1 293	1 245
Valore di acquisto al 1.1	1 626	163	316	837	2 941	2 792
Variazioni nell'area di consolidamento	29	4	20	96	149	87
Investimenti	161	28	47	67	303	253
Disinvestimenti	-146	-19	-34	-35	-234	-199
Effetto valutario	-2	-0	-0	-8	-10	0
Riclassificazioni	2	1	7	-14	-5	8
Valore di acquisto al 31.12	1 669	177	355	943	3 144	2 941
Ammortamenti cumulati al 1.1	-828	-97	-212	-512	-1 649	-1 548
Variazioni nell'area di consolidamento	-22	-3	-17	-75	-119	-45
Ammortamenti programmati	-167	-19	-46	-56	-288	-269
Ammortamenti non programmati						
Ammortamenti cumulati dei disinvestimenti	145	18	34	36	232	196
Effetto valutario	2	0	0	6	8	-0
Riclassificazioni	1	-0	0	0	1	17
Ammortamenti cumulati al 31.12	-870	-101	-242	-601	-1 814	-1 649
17 Beni mobili, veicoli, macchinari al 31.12	799	76	113	342	1 330	1 293

	Terreni non edificati	Installazioni	Terreni e immobili	Terreni e immobili non commerciali	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Valore contabile netto al 1.1	39	955	4 995	155	6 143	6 400
Valore di acquisto al 1.1	42	1 736	7 476	292	9 546	9 458
Variazioni nell'area di consolidamento	0	46	468		514	-4
Investimenti	5	108	263	3	378	303
Disinvestimenti	-0	-78	-147	-141	-365	-216
Effetto valutario	-0	-2	-13	-0	-15	1
Riclassificazioni		21	-17	2	6	5
Valore di acquisto al 31.12	47	1 831	8 031	155	10 064	9 546
Ammortamenti cumulati al 1.1	-4	-781	-2 482	-137	-3 403	-3 058
Variazioni nell'area di consolidamento	0	-23	-162		-185	-5
Ammortamenti programmati		-118	-215	-4	-337	-322
Ammortamenti non programmati			-18		-18	-87
Ammortamenti cumulati dei disinvestimenti		73	95	68	235	101
Effetto valutario	0	1	4	0	5	-0
Riclassificazioni		0	0	-1	-1	-31
Ammortamenti cumulati al 31.12	-4	-848	-2 778	-74	-3 704	-3 403
18 Immobili al 31.12	44	984	5 253	81	6 361	6 143

Costruzioni in corso (contenuti alla voce «Terreni e immobili»)

	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Valore contabile netto al 1.1	29	61
Valore di acquisto al 1.1	29	61
Variazioni nell'area di consolidamento	9	
Investimenti	50	24
Disinvestimenti		-3
Effetto valutario	-0	0
Capitalizzazioni	-20	-53
Riclassificazioni		
Valore di acquisto al 31.12	67	29
Ammortamenti cumulati al 1.1		
Variazioni nell'area di consolidamento		
Ammortamenti programmati		
Ammortamenti non programmati		
Ammortamenti cumulati dei disinvestimenti		
Riclassificazioni		
Ammortamenti cumulati al 31.12		
Costruzioni in corso al 31.12	67	29
Valore contabile delle azioni costituite in pegno a garanzia dei debiti propri	132	259
Debiti garantiti	16	31

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2008	2007
Debiti da forniture e servizi	1 078	975
Debiti verso organizzazioni associate	18	13
19 Debiti da forniture e servizi	1 096	988

Conti correnti bancari	17	14
Prestiti bancari	381	489
Altri debiti finanziari a breve termine	647	295
Altri debiti a breve termine verso organizzazioni associate		1
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine	961	647
20 Debiti finanziari a breve termine	2 006	1 445

Buoni in circolazione	11	13
Anticipi da clienti	169	158
Altre imposte	193	170
Altri debiti a breve termine	28	21
21 Altri debiti a breve termine senza interessi	401	361

	Previdenza del personale	Ristruttura- zioni	Supercard	Altri accanton.	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Accantonamenti a breve termine al 1.1	26	3	85	36	149	100
Variazioni nell'area di consolidamento	6			22	28	
Costituzione di accantonamenti	24		73	24	120	139
Impiego degli accantonamenti	-26	-2	-73	-21	-122	-96
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari		-1		-4	-5	-4
Riclassificazioni	3		-12	1	-8	10
Effetto valutario	-0			-1	-2	
22 Accantonamenti a breve termine al 31.12	32	0	73	55	160	149

	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Ratei e risconti passivi	546	502
Ratei e risconti passivi verso società associate	4	4
23 Ratei e risconti passivi	550	505

				mio. di CHF	mio. di CHF
				2008	2007
Depositi e libretti d'investimento				755	788
Obbligazioni di cassa				517	365
Coop	1999–2009	4 %	250		
Coop	2004–2011	2¾ %	250		
Coop	2005–2012	2½ %	250		
Coop	2007–2010	3⅛ %	175		
Coop	2008–2013	3½ %	150		
Prestiti obbligazionari				1 075	1 250
Prestiti bancari				397	132
Ipoteche				13	42
Altri prestiti				169	159
Debiti verso la previdenza del personale				0	0
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine				-961	-647
24 Debiti finanziari a lungo termine				1 966	2 089

	Previdenza per il personale	Ristruttura- zioni	Imposte latenti	Super- card	Altri accanton.	mio. di CHF 2008	mio. di CHF 2007
Accantonamenti a lungo termine al 1.1	61		642	148	97	948	929
Variazioni nell'area di consolidamento	-0		17		6	22	23
Costituzione di accantonamenti	12		64	84	38	199	121
Impiego degli accantonamenti	-0			-74	-12	-87	-111
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari			-9		-2	-12	-4
Riclassificazioni	-2			12	-2	8	-10
Effetto valutario	-0		-0		-1	-1	0
25 Accantonamenti a lungo termine al 31.12	71		714	170	124	1 078	948

				mio. di CHF	mio. di CHF
				2008	2007
Personale				6	5
Imposta sul valore aggiunto				45	53
Punti di vendita				39	34
Casi giuridici				7	5
Varie				82	35
Altri accantonamenti (a breve e a lungo termine)				179	132
Altri accantonamenti a breve termine				55	36
Altri accantonamenti a lungo termine				124	97
Altri accantonamenti (a breve e a lungo termine)				179	132
Debiti finanziari a breve termine				2 006	1 445
Debiti finanziari a lungo termine				1 966	2 089
Debiti finanziari				3 971	3 534
Capitale di terzi senza interessi				3 286	2 951
26 Capitale di terzi				7 257	6 485
Debiti finanziari				3 971	3 534
Liquidità				-576	-315
Indebitamento netto				3 395	3 219

Spiegazione relativa al conto consolidato dei flussi monetari

	mio. di CHF 2008		mio. di CHF 2007	
Investimenti in immobilizzazioni immateriali	-24		-24	
Investimenti in beni mobili, veicoli, macchinari	-299		-253	
Investimenti immobiliari	-382		-302	
Prestazioni proprie	-1	-707	-1	-579
Disinvestimenti in immobilizzazioni immateriali				
Disinvestimenti in beni mobili, veicoli, macchinari	3		3	
Disinvestimenti immobiliari	175	178	149	152
Riclassificazioni di immobilizzazioni immateriali	-2			
Riclassificazioni di beni mobili, veicoli, macchinari	-3			
Riclassificazioni di immobili	5	-0		
Investimenti netti in immobili, impianti e macchinari		-529		-427
Investimenti in partecipazioni	-833		-973	
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie / titoli	-200	-1 033	-86	-1 059
Disinvestimenti in partecipazioni	7		14	
Disinvestimenti in immobilizzazioni finanziarie / titoli	79		121	
Riclassificazioni di immobilizzazioni finanziarie / titoli		86		135
27 Flusso monetario da attività di investimento		-1 476		-1 351

Investimenti in immobilizzazioni immateriali	-24		-24	
Investimenti in beni mobili, veicoli, macchinari	-299		-253	
Investimenti immobiliari	-382		-302	
Investimenti in partecipazioni	-833		-973	
Investimenti in immobilizzazioni finanziarie / titoli	-200		-86	
Prestazioni proprie	-1	-1 740	-1	-1 638
Disinvestimenti in immobilizzazioni immateriali				
Disinvestimenti in beni mobili, veicoli, macchinari	3		3	
Disinvestimenti immobiliari	175		149	
Disinvestimenti in partecipazioni	7		14	
Disinvestimenti in immobilizzazioni finanziarie / titoli	79	264	121	288
Riclassificazioni di immobilizzazioni immateriali	-2			
Riclassificazioni di beni mobili, veicoli, macchinari	-3			
Riclassificazioni di immobili	5			
Riclassificazioni di immobilizzazioni finanziarie / titoli		-0		
27 Flusso monetario da attività di investimento		-1 476		-1 351

Altre indicazioni supplementari necessarie ai sensi della Swiss GAAP RPC 4/7

Oneri per interessi		108	84
Proventi per interessi		74	37
Proventi da partecipazioni		88	10
Oneri per imposte sul reddito		64	34

Altre informazioni sul conto annuale consolidato

Impegni previdenziali	Valore	Portafoglio	Portafoglio	Variazioni nei costi	
Riserva dei contributi del datore di lavoro (RCDL)	nominale	31.12.2008	31.12.2007	2008	2007
Fondi padronali/ Istituti di previdenza padronali	2	2	4	2	10
Istituti di previdenza	13	13	10	2	73
RCDL	15	15	14	4	83
Copertura eccessiva/ insufficiente	Copertura	Parti Coop	Parti Coop		
	eccessiva/ insufficiente				
Fondi padronali/ Istituti di previdenza padronali		6	9	0	10
Istituti di previdenza senza copertura eccessiva/ insufficiente					182
Istituti di previdenza con sottocopertura	-615			218	
Istituti di previdenza con eccedenza di copertura			3		2
Benefici economici / debiti economici e oneri previdenziali	-615	6	12	218	194
				mio. di CHF	mio. di CHF
				2008	2007
Contributi agli istituti di previdenza per il personale					
Contributi regolamentari dei collaboratori				101	85
Contributi regolamentari del datore di lavoro				218	184
Debiti verso istituti di previdenza del personale di cui garantiti con ipoteche				0	0
Fideiussioni					
Garanzie bancarie a favore di terzi				38	42
Valori assicurazione antincendio					
Immobilizzazioni materiali				12 581	11 788
Debiti da contratti di locazione e di diritto di superficie a lungo termine secondo scadenze					
2008					438
2009				492	429
2010				486	406
2011				454	315
2012-2014				1 163	931
> 2014				2 763	1 722
Conversione di valuta estera				2008	2007
Per la conversione dei conti in valuta estera sono stati applicati i seguenti tassi di cambio:					
Tassi di cambio per il bilancio					
EUR 1				1.490	1.655
HKD 1				0.138	0.145
USD 1				1.070	1.125
GBP 1				1.560	2.260
JPY 100				1.175	1.010
Tassi di cambio medi per il conto economico					
EUR 1				1.579	1.646
HKD 1				0.138	0.153
USD 1				1.077	1.194
GBP 1				1.978	2.398
JPY 100				1.052	1.016

Attività fuori bilancio	Scopo	Valori del contratto		Valori attivi		Valori passivi	
		Strumenti derivati aperti					
		mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF	mio. di CHF
		2008	2007	2008	2007	2008	2007
Valuta	Garanzia	1 520	150	8		-8	1
Tassi d'interesse	Garanzia / Trading	150		15	0		
Strumenti di patrimonio netto	Altri scopi	145	109				
Altri valori di base	Garanzia	400	665	3	2	-2	1

Transazioni con parti correlate (contenute nel conto economico)	mio. di CHF	mio. di CHF
Aziende valutate secondo il metodo del patrimonio netto	2008	2007

Ricavi netti	204	189
Reddito locativo operativo	3	4
Altri ricavi operativi	30	23
Proventi da interessi	17	11
Costo merci	193	126
Spese di ufficio e amministrative	1	5
Tasse		11
Spese di locazione		
Spese pubblicitarie	2	3
Oneri vari	16	1

Componenti essenziali di organizzazioni acquistate

Coop

Distributis AG		
Giacenze	68	
Immobilizzazioni materiali	108	
Capitale di terzi a breve termine	55	
Capitale di terzi a lungo termine	105	
Distributis Moncor SA		
Giacenze	18	
Immobilizzazioni materiali	14	
Capitale di terzi a breve termine	30	
Palink UAB (gruppo IKI)		
Giacenze	63	
Immobilizzazioni materiali	120	
Capitale di terzi a breve termine senza interessi	137	
Dipl. Ing. Fust AG		
Giacenze		202
Immobilizzazioni materiali		46
Capitale di terzi a breve termine senza interessi		151
Hobby AG		
Liquidità	5	
Giacenze	4	
Immobilizzazioni materiali	14	
Capitale di terzi	6	

	mio. di CHF	mio. di CHF
	2008	2007
Bell Holding AG		
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG		
Liquidità e crediti	46	
Giacenze	16	
Immobilizzazioni materiali	116	
Debiti finanziari	27	
SAS Salaison Polette & Cie		
Liquidità e crediti	15	
Giacenze	11	
Immobilizzazioni materiali	31	
Debiti finanziari	19	
Componenti essenziali di organizzazioni vendute		
Complexe de Chêne Bourg SA (A, C e D)		
Immobili		-14
Alcoba Distribution SA		
Giacenze	-5	
Immobilizzazioni materiali	-9	
Capitale di terzi	-18	

Area di consolidamento Coop

al 31.12		Quota di capitale del gruppo	Capitale di base 31.12.2008 mio. di CHF	Inclusione ¹
		%		
Coop	Basel			
Bell Holding AG	Basel	66.29	2.0	I
Bell AG	Basel	100.00	20.0	I
Bell Deutschland GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 0.0	I
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG	DE-Bochum	100.00	€ 28.1	I
Feine Kost Böttcher GmbH & Co. KG	DE-Bochum	100.00	€ 2.8	I
ZIMBO International GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 1.8	I
ZIMBO Polska Sp. z o.o.	PL-Wolsztyn	100.00	PLN 0.5	I
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	99.50	HUF 200.0	I
Interfresh Food Retail Easteurope GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 0.1	I
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Reg	70.00	CZK 10.0	I
Árpád Hentesaru Kft.	HU-Perbal	90.00	HUF 192.5	I
Abraham GmbH	DE-Seevetal	75.00	€ 0.1	P
Abraham Schinken GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	100.00	€ 0.4	P
Gebr. Abraham GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	100.00	€ 1.8	P
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	100.00	€ 0.3	P
Abraham Polska Sp. z o.o.	PL-Warschau	100.00	PLN 0.1	P
Sanchez Alcaraz S.L.	ES-Casarrubios	80.00	€ 0.6	P
Bell France SAS	FR-Kingersheim	100.00	€ 10.0	I
SAS Salaison Polette & Cie	F-Teilhède	100.00	€ 2.6	I
SARL Saloir de Mirabel	FR-Riom	100.00	€ 0.2	I
SAS Val de Lyon	FR-Saint-Symphorien-sur-Coise	100.00	€ 0.8	I
SAS Saloir de Virieu	FR-Virieu-Le-Grand	100.00	€ 1.2	I
SAS Maison de Savoie	FR-Aime	100.00	€ 1.6	I
Centravo AG	Zürich	29.80 ²	2.4	E
Frigo St. Johann AG	Basel	100.00	2.0	I
Maurer Frères SA	FR-Kingersheim	50.00	€ 1.0	I
SBA Schlachtbetrieb Basel AG	Basel	48.00	0.3	E
Betty Bossi Verlag AG	Zürich	50.00	0.2	E
BG Rosengarten Solothurn AG	Solothurn	62.00	0.1	I
CAG Verwaltungs AG	Basel	100.00	1.0	I
Centre de formation «du Lemán»	Jongny	100.00	0.0	I
Coop Bildungszentrum	MuttENZ	100.00	0.4	I
Coop Immobilien AG	Bern	100.00	855.4	I
Coop-ITS-Travel AG	Wollerau	50.00	0.5	E
Coop Mineraloel AG	Allschwil	51.00	10.0	I
Tanklager Rothenburg AG	Rothenburg	33.33	1.7	E
Coop Switzerland Far East Ltd.	HK-Hongkong	100.00	HKD 0.1	I
Coop Vitality AG	Bern	51.00	5.0	I
Coopernic SCRL	BE-Bruxelles	20.00	€ 0.8	E
Dipl. Ing. Fust AG	Oberbüren	100.00	10.0	I
Service 7000 AG	Netstal	50.10	1.6	I
Distributis AG	Dietlikon	100.00	7.5	I
Distributis Moncor SA	Villars-sur-Glâne	100.00	3.0	I
Eschenmoser AG	Basel	100.00	0.1	I
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	50.00	€ 0.2	E
Eurogroup S.r.l.	IT-Scafati	25.00	€ 0.0	E
Eurogroup Far East Ltd.	HK-Hongkong	33.30	HKD 0.0	E
HiCoPain AG	Dagmersellen	40.00	20.0	E
Hobby AG	Heimberg	100.00	0.3	I
Palink UAB	LT-Vilnius	20.00	LT 12.4	E
Panflor AG	Zürich	100.00	0.1	I
PG Immobilien SA	Basel	100.00	2.5	I
Swisscare GmbH	DE-Konstanz	100.00	€ 0.0	I
tooMax-x Handelsgesellschaft m.b.H.	DE-Köln	25.00	€ 0.3	E

al 31.12		Quota di capitale del gruppo %	Capitale di base 31.12.2008 mio. di CHF	Inclusione ¹
transGourmet Schweiz AG	Basel	50.00	66.5	E
Grossopanel AG	Stans	39.80	0.1	E
Valentin Pontresina AG	Pontresina	50.00	0.5	E
Howag Gastroservice Zermatt AG	Zermatt	35.00	0.1	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 (Gruppe)	FR-Orly	100.00	€ 252.5	I
Tropenhaus Frutigen AG	Frutigen	40.00	5.0	E
Tropenhaus Wolhusen AG	Gettnau	40.00	3.3	E
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 con il metodo del patrimonio netto (Equity)

P = Immobilizzazione finanziaria nell'anno corrente, riclassificazione e consolidamento nell'anno successivo

² Quota sul capitale delle azioni in circolazione

Rapporto dell'Ufficio di revisione
all'Assemblea di delegati della
Coop Società Cooperativa
Basilea

Rapporto dell'Ufficio di revisione sul conto annuale consolidato

In qualità di Ufficio di revisione abbiamo verificato l'annesso conto annuale consolidato della Coop Società Cooperativa, costituito da conto economico, bilancio, conto dei flussi di mezzi, prospetto dei movimenti del patrimonio netto e allegato, riportati da pagina 66 – 87, per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008.

Responsabilità del Consiglio d'amministrazione

Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto annuale consolidato in conformità agli Swiss GAAP FER e alla legge. Questa responsabilità comprende la concezione, l'implementazione e il mantenimento di un sistema di controllo interno relativamente all'allestimento di un conto annuale consolidato che sia esente da anomalie significative imputabili a irregolarità o errori. Il Consiglio d'amministrazione è inoltre responsabile della scelta e dell'applicazione di appropriate norme di presentazione del conto annuale, nonché dell'esecuzione di stime adeguate.

Responsabilità dell'Ufficio di revisione

La nostra responsabilità consiste nell'esprimere un giudizio sul conto annuale consolidato in base alle nostre verifiche. Abbiamo effettuato la nostra verifica conformemente alla legge svizzera e agli Standard svizzeri di revisione, i quali richiedono che la stessa venga pianificata ed effettuata in maniera tale da ottenere sufficiente sicurezza che il conto annuale consolidato sia privo di anomalie significative.

Una revisione comprende l'esecuzione di procedure di verifica volte ad ottenere elementi probativi per i valori e le altre informazioni contenuti nel conto annuale consolidato. La scelta delle procedure di verifica compete al giudizio professionale del revisore. Ciò comprende una valutazione dei rischi che il conto annuale consolidato contenga anomalie significative imputabili a irregolarità o errori. Nell'ambito della valutazione di questi rischi il revisore tiene conto del sistema di controllo interno, nella misura in cui esso è rilevante per l'allestimento del conto annuale consolidato, allo scopo di definire le procedure di verifica richieste dalle circostanze, ma non per esprimere un giudizio sull'efficacia del sistema di controllo interno. La revisione comprende inoltre la valutazione dell'adeguatezza delle norme di allestimento del conto annuale consolidato, dell'attendibilità delle valutazioni eseguite, nonché un apprezzamento della presentazione del conto annuale consolidato nel suo complesso. Siamo dell'avviso che gli elementi probativi da noi ottenuti costituiscono una base sufficiente ed adeguata per la presente nostra opinione di revisione.

Opinione di revisione

A nostro giudizio il conto annuale consolidato per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008 presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale in conformità agli Swiss GAAP FER ed è conforme alla legge svizzera.

Rapporto in base ad altre disposizioni legali

Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale secondo la Legge sui revisori (LSR) e all'indipendenza (art. 906 CO congiuntamente all'art. 728 CO) come pure che non sussiste alcuna fattispecie incompatibile con la nostra indipendenza.

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

Raccomandiamo di approvare il presente conto annuale consolidato.

PricewaterhouseCoopers AG



Dr. Rodolfo Gerber
Perito revisore
Revisore responsabile



Matthias Rist
Perito revisore

Basilea, 11 febbraio 2009

INDIRIZZI

Al 1° aprile 2009

Coop Sede principale

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

Direzione Marketing / Acquisti
Jürg Peritz

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 Logistica
Leo Ebnetter

Coop
Direktion Logistik
Industriestrasse 109
Postfach
9201 Gossau
Tel. 071 388 44 11
Fax 071 388 46 42

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
Reservatstrasse 1
Postfach
8953 Dietikon
Tel. 044 275 44 11
Fax 044 275 40 13

Ostschweiz-Ticino
Coop
Region Ostschweiz
Industriestrasse 109
Postfach
9201 Gossau
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. 058 852 86 22
Fax 058 852 86 30
www.coopvitality.ch

Dipl. Ing. Fust AG
Buchental 4
Postfach
9245 Oberbüren-Uzwil
Tel. 071 955 50 50
Fax 071 955 55 00
www.fust.ch

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

Hobby AG
Blümlisalpstrasse 63
3627 Heimberg
Tel. 033 439 30 00
Fax 033 439 30 03
www.hobby-heimberg.ch

transGourmet Holding S.E.
Thiersteinallee 12
Postfach 2550
4002 Basel
Tel. 061 336 66 58
Fax 061 336 66 69

Coop-ITS-Travel AG
Industriestrasse 25
8604 Volketswil
Tel. 044 908 28 28
Fax 044 908 28 30
www.itscoop.ch

Divisioni

Interdiscount

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

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 Uhren & Schmuck

Division der Coop
Rudolf Diesel-Strasse 25
8400 Winterthur
Tel. 052 234 48 48
Fax 052 234 48 49
www.christ-swiss.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 19 99
www.halba.ch

Nutrex

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

CWK / SCS

Division der Coop
St. Gallerstrasse 180
Postfach 53
8411 Winterthur
Tel. 052 234 44 44
Fax 052 234 43 43
www.cwk-scs.ch

Pasta Gala

Division de la Coop
Rue Docteur Yersin 10
Case postale
1110 Morges 1
Tel. 021 804 93 00
Fax 021 804 93 01
www.pastagala.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 46 88
www.sunray.ch

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

Il presente rapporto è disponibile in tedesco, francese, italiano ed inglese ed è inoltre consultabile al sito internet www.coop.ch. Fa fede la lingua tedesca.

Tiratura

10500 ted. / 2500 fr. / 1000 it. / 1000 ing.

Editore

Coop Società Cooperativa
Thiersteinallee 12
Postfach 2550
4002 Basel
Tel. 061 336 66 66
Fax 061 336 60 40
www.coop.ch

Per ordinare

Coop
Info Service
Postfach 2550
4002 Basel
Tel. 0848 888 444
www.coop.ch

Concezione / Layout: Trimedia, Zürich
Realizzazione: Victor Hotz AG, Steinhausen
Fotografia: Marius Born, Winterthur
Fotoshooting: Marco Aste, Basel
Stampa: Birkhäuser+GBC AG, Reinach
Rilegatura: Grollimund AG, Reinach



Mix

**Gruppo di prodotti provenienti da foreste gestite
in modo corretto e da altre origini controllate**

www.fsc.org Cert no. SQS-COC-21279
© 1996 Forest Stewardship Council

