



Groupe Coop
Rapport de gestion

2012





Chiffres-clés →

Chiffres-clés

	2012	2011	Variation	Indice %
Ratios financiers en millions de CHF				
Chiffre d'affaires encaissé Points de vente	17 937	17 902	+35	100.2
Ventes de détail aux tiers	592	542	+50	109.1
Chiffre d'affaires de détail	18 529	18 444	+85	100.5
Chiffre d'affaires de gros Suisse	1 780	1 823	-43	97.7
Chiffre d'affaires de gros à l'étranger	7 509	7 460	+49	100.7
Chiffre d'affaires total	27 818	27 727	+91	100.3
Produit net résultant de livraisons et de prestations	26 731	26 640	+91	100.3
EBITDA	1 930	1 917	+13	100.7
EBIT – résultat d'exploitation	737	713	+24	103.4
Résultat de l'exercice	452	432	+20	104.6
Dettes financières	4 872	5 080	-208	95.9
Dettes financières nettes	3 943	4 638	-695	85.0
Fonds propres avec intérêts minoritaires	7 262	6 786	+476	107.0
Total du bilan	16 880	16 492	+387	102.3
Flux de fonds avant variation des actifs circulants nets	1 770	1 748	+22	101.3
Flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation	1 711	1 761	-50	97.1
Flux de fonds découlant de l'activité d'investissement	-950	-3 116	+2 166	..
Flux de fonds découlant de l'activité de financement	-275	40	-315	..
Chiffres-clés relatifs en %				
Degré de liquidité 2 (quick ratio)	46.1	32.6	+13.4	141.2
Taux de couverture des immobilisations 2	103.7	96.5	+7.3	107.5
Part de fonds étrangers	57.0	58.9	-1.9	96.8
Marge EBITDA	7.2	7.2	+0.0	100.3
Marge EBIT	2.8	2.7	+0.1	103.0
Marge bénéficiaire	1.7	1.6	+0.1	104.3
Marge de flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation	6.4	6.6	-0.2	96.8
Facteur d'endettement	Objectif: < 3.0	2.0	2.4	84.9
Facteur de couverture des intérêts	Objectif: > 8.0	21.8	10.9	+10.9
Part des fonds propres avec intérêts minoritaires	Objectif: > 40.0	43.0	41.1	+1.9
Personnel				
Effectifs au 31.12	75 309	75 361	-52	99.9
Unités de personnel	64 416	64 402	+14	100.0
Points de vente commerce de détail				
Nombre de points de vente commerce de détail au 31.12	2 017	1 991	+26	101.3
Surface de vente commerce de détail en m ² au 31.12	1 773 231	1 761 173	+12 058	100.7
Surface de vente commerce de détail en m ² (moyenne annuelle)	1 767 202	1 752 284	+14 918	100.9
Marchés CC libre-service en gros				
Nombre de marchés CC libre-service en gros au 31.12	111	109	+2	101.8
Surface de vente des marchés CC libre-service en gros en m ² au 31.12	909 416	894 327	+15 089	101.7
Membres				
Nombre de membres au 31.12	2 950 096	2 895 062	+55 034	101.9

Chiffres de l'année précédente adaptés

Commerce de détail

Production

Commerce de gros



Marques propres Coop

Marques propres Coop standard Marques propres Coop pour groupes-cibles

 Qualité & Prix Pour 5000 articles bons et pas chers.	 Pour la garantie des prix les plus bas.	 Pour des moments privilégiés.	 Pour une fraîcheur immédiate.	 Pour la saveur et l'équilibre.
 Pour manger malin.	 Pour des saveurs végétariennes.	 Pour savourer sans les effets secondaires.	 For now.	

Marques propres et labels de qualité durables Coop

 Pour l'amour de la nature.	 Pour un élevage respectueux des animaux.	 Pour l'alternative verte.	 Pour une mode équitable.	 Pour nos montagnes. Pour nos paysans.	

Marques propres Coop non alimentaires

--	--

Groupe Coop
Rapport de gestion

2012

5 Avant-propos**6 Structure de l'entreprise**

6 Conseil d'administration

7 Direction générale

8 Étapes-clés de l'année 2012**10 Contexte****10 Contexte économique**

10 La consommation des ménages reste un pilier solide

10 Écarts de prix par rapport à l'étranger

10 Réduire les désavantages de la Suisse en termes de coûts

11 Augmentation des prix de la plupart des matières premières

11 Contexte politique

11 Favoriser le fret ferroviaire

11 Les déchets et le recyclage à l'ordre du jour politique

Commerce de détail**13 Formats de vente****13 Supermarchés et hypermarchés**

13 Proche des clients grâce à 823 points de vente Retail

14 Des clients satisfaits ou remboursés

14 Formats spécialisés

14 Nouveau système de caisse dans les Coop City

14 Brico+Loisirs développe ses compétences dans le jardinage

14 Interdiscount double son chiffre d'affaires en ligne

15 Tiptip et Lumimart accélèrent leur modernisation

15 Nouveau concept d'aménagement des magasins Import Parfumerie

15 Christ Montres & Bijoux: un magasin en ligne unique en son genre

15 Ing. Dipl. Fust SA élargit son offre de services

15 Coop Vitality lance ces propres médicaments

15 The Body Shop Switzerland fait peau neuve

15 Coop Mineraloel AG: toujours n° 1

16 Les boutiques Coop Pronto poursuivent leur croissance

16 Formats Internet

16 Une croissance à deux chiffres pour Coop@home

16 Microspot.ch ouvre son deuxième magasin

16 Mazout: les clients en ligne optent de plus en plus pour la version écologique

16 ITS Coop Travel: hausse du nombre de réservations

16 Restauration et hôtellerie

16 Restauration Coop: chacun est le bienvenu

17 Des défis de taille pour BâleHotels

17 Les Maisons tropicales, alliances d'exotisme et de plaisir culinaire

19 Prestations en matière d'offre et de prix**19 Prix**

19 Poursuite des baisses de prix

19 Développement des importations parallèles

20 Observatoire des prix: bon marché depuis cinq ans

20 Un assortiment varié

20 Une grande diversité et l'accent mis sur les produits durables

20 Marques propres et labels de qualité durables

20 Naturaplan: une croissance continue

20 Naturafarm: pour le bien-être des animaux

21 Oecoplan: des produits à valeur ajoutée écologique

21 Naturaline distinguée au niveau international

21 Pro Montagna: cinq années de succès

21 ProSpecieRara: pour le goût des produits rares

21 Slow Food: nouveau logo

21 Max Havelaar: un assortiment en constante augmentation

22 Produits bio: une croissance continue

22 MSC: pour une pêche durable

22 FSC: du bois et du papier de production durable

22 Topten: des produits performants et économes en énergie

22 Marques propres pour groupes cibles

22 Prix Garantie: un nom qui en dit long

22 Fine Food: des produits de choix à des prix abordables

22 Betty Bossi: renforcement du partenariat

23 Weight Watchers: manger sans culpabiliser

23 Jamadu: pour manger sainement en s'amusant

23 Délicorn: des saveurs végétariennes de plus en plus appréciées

23 Free From: nouvelle hausse du chiffre d'affaires

23 Marques propres standard

23 Qualité & prix: des produits de qualité encore moins chers

23 Articles de marque

23 Le plus large choix d'articles de marque de Suisse

25 Les prestations en plus**25 Services**

25 Le Service des consommateurs toujours aussi sollicité

25 Le Service médias de Coop mis encore plus à contribution

25 Club Hello Family: un million de membres

25 Supercard: de plus en plus de paiements en superpoints

26 Supercardplus attire de nouveaux clients

26 Forte croissance pour Coop Mobile

26 Caisse de dépôts Coop: une croissance solide

26 Management de la qualité

26 Quelque 425 000 analyses réalisées par le laboratoire Coop

26 Des exigences très strictes en matière d'approvisionnement, de logistique et de vente

27 Certification externe des rayons en service traditionnel

27 Publicité/Communication

27 Une année jalonnée d'activités publicitaires

27 La presse Coop élargit ses supports de diffusion

27 Internet Coop: nombre record de visites

27 Proche de ses clients grâce au sponsoring



29 Logistique, informatique et immobilier

- 29 Logistique**
- 29 Évolution de la nouvelle stratégie Logistique et Boulangerie
- 30 Investissement dans un nouveau site à Pratteln
- 30 Railcare, alliance de la technique et de l'écologie
- 30 Préparation des commandes automatisée à Berne
- 30 De nouvelles impulsions grâce à un programme d'échange
- 30 Informatique**
- 30 Extension du système de caisse unique
- 31 Nouveau système de gestion des marchandises dans les magasins
- 31 L'intégration de Transgourmet avance
- 31 Immobilier**
- 31 De nombreux projets d'envergure réalisés

Commerce de gros**33 Groupe Transgourmet**

- 33 Transgourmet Holding SA**
- 33 Le commerce de gros, second pilier de Coop
- 34 Fusion de Prodega/Growa et Howeg
- 34 Libre-service de gros**
- 34 Fegro/Selgros: un nouveau style pour tous les pays
- 34 Prodega/Growa: première coopération avec Howeg
- 35 Livraisons en gros**
- 35 Rewe-Foodservice investit dans la logistique
- 35 Transgourmet France compte désormais quatre entreprises
- 35 Howeg: élargissement considérable de l'assortiment

Production**37 Production**

- 37 Groupe Bell**
- 37 Le groupe Bell connaît une évolution stable
- 38 Modifications organisationnelles
- 38 Bell Suisse: une entreprise qui marche
- 38 Bell Deutschland à l'ère de la consolidation
- 38 Croissance soutenue pour Bell France
- 38 Évolution contrastée pour Bell Europe de l'Est/Benelux
- 39 Entreprises de production Coop**
- 39 Swissmill
- 39 Chocolats Halba
- 39 Pasta Gala
- 39 CWK-SCS
- 40 Reismühle Brunnen
- 40 Nutrex
- 40 Sunray
- 40 Pearlwater Mineralquellen
- 40 Cave
- 40 Mûrisserie de bananes
- 41 Boulangeries Coop

43 Collaborateurs

- 43 Stratégie du personnel Coop**
- 43 De bonnes perspectives pour les apprentis
- 44 Nouvelle formation de manager en commerce de détail
- 44 Les journées des pools de talents: un stimulateur d'échanges et une source de motivation
- 44 Nombre record de participants à la réunion du management de Coop
- 44 Partenariat social Coop**
- 44 Les salaires augmentent bien que les prix baissent
- 45 Prévoyance en faveur du personnel Coop**
- 45 Contrôle de la stratégie de placement
- 45 Une année réjouissante pour la CPV/CAP
- 45 Groupe Transgourmet**
- 45 Fegro/Selgros Allemagne encourage la relève
- 45 Selgros Russie: des avantages très intéressants pour les collaborateurs
- 45 Vaste campagne de formation chez Transgourmet France

Gouvernement d'entreprise**46 Gouvernement d'entreprise**

- 46 Conseils régionaux**
- 46 Assemblée des délégués**
- 47 Structure du groupe**
- 47 Structure du capital**
- 47 Conseil d'administration**
- 48 Élection du Conseil d'administration et durée du mandat
- 48 Organisation interne
- 48 Mode de fonctionnement du Conseil d'administration
- 48 Comité de contrôle
- 49 Répartition des compétences
- 49 Instruments d'information et de contrôle pour la Direction générale
- 49 Instruments d'information et de contrôle pour l'organe de révision
- 49 Direction générale**
- 50 Contrats de management
- 50 Indemnités**
- 50 Droits de participation**
- 50 Organe de révision**
- 50 Durée du mandat de révision et durée de la fonction du réviseur responsable
- 50 Honoraires des réviseurs
- 51 Politique d'information**
- 52 Organes et assemblée des délégués**
- 53 Conseil d'administration et structures de direction**
- 54 Management**

Partie financière**58 Rapport de situation du groupe Coop****62 Le groupe Coop en chiffres****74 Comptes annuels consolidés du groupe Coop****98 Glossaire partie financière**



Hansueli Loosli
et Joos Sutter.

Avant-propos

Un succès durable malgré un contexte difficile

Le groupe Coop affiche un chiffre d'affaires global de 27,8 milliards de francs, en hausse de 1,5 % en termes réels et de 0,3 % en termes nominaux, confirmant ainsi sa position de leader du commerce de détail suisse. Le groupe a également atteint les rendements nécessaires à la pérennisation de son succès.

Le contexte économique est resté difficile pour le groupe Coop en 2012: la vigueur du franc suisse, le renchérissement négatif et le tourisme d'achat exercent une forte pression sur les prix du commerce de détail suisse. De plus, la morosité conjoncturelle et l'augmentation du chômage en Europe inquiètent les consommateurs suisses. Mais il y a aussi des lueurs d'espoir: la croissance démographique générée par l'immigration soutient la consommation.

En améliorant continuellement son efficacité depuis l'avènement de CoopForte, il y a plus de dix ans, en axant sa stratégie sur le développement durable et en s'internationalisant avec Transgourmet et Bell, le groupe Coop s'est préparé au mieux à affronter ce contexte difficile. En 2012, il affiche un chiffre d'affaires total de 27,8 milliards de francs, en progression de 1,5 % en termes réels et de 0,3 % en termes nominaux. Compte tenu de la forte baisse des prix, qui atteint 8,2 % dans certains formats, et de la vive concurrence qui règne en Suisse et à l'étranger, ce résultat peut être qualifié de réjouissant. Le groupe a également atteint les rendements nécessaires à la pérennisation de son succès.

L'objectif principal de notre coopérative est de s'assurer une prospérité durable, sur les plans économique, écologique et social. Forts de quelque trois millions de membres, nous ne cherchons pas à maximiser nos profits; au contraire, nous réinvestissons en permanence dans le groupe. C'est ainsi que nous créons de la valeur ajoutée, pour nos clients comme pour nos collaborateurs. Cultiver ces valeurs nous permet de rester très compétitifs, même dans une conjoncture délicate. Nous avons donc pris la bonne décision en choisissant, en 1999, de conserver le statut de coopérative de consommation.

De même, nous avons bien fait de miser sur le développement durable pour nous démarquer. Preuve en est notamment notre marque propre durable Coop Naturaplan, qui affiche une progression constante depuis des années et a enregistré une croissance exceptionnelle d'environ 5 % en 2012. En 2013, nous fêtons avec nos clients le 20^e anniversaire de Naturaplan en organisant de nombreuses activités.

Nos offres en ligne ont également rencontré un vif succès en 2012. Outre Coop@home et Microspot.ch, bon nombre d'autres formats Coop ont lancé leur propre magasin en ligne. Au total, les formats Internet ont enregistré une croissance de 22,8 %.

Dans le commerce de gros, notre second pilier, nous avons réalisé en 2012 avec Transgourmet un produit net de 8,3 milliards de francs, en hausse de 3 % à taux de change constant. Ce bon résultat s'explique notamment par le développement de nos activités à l'étranger, qui s'est révélé payant.

Enfin, nous tenons à remercier nos quelque 75 000 collaborateurs de leur implication en faveur de Coop Société Coopérative et de la peine qu'ils se donnent pour prêter vie et s'identifier à nos valeurs communes. C'est ainsi que nous créons durablement de la valeur ajoutée.



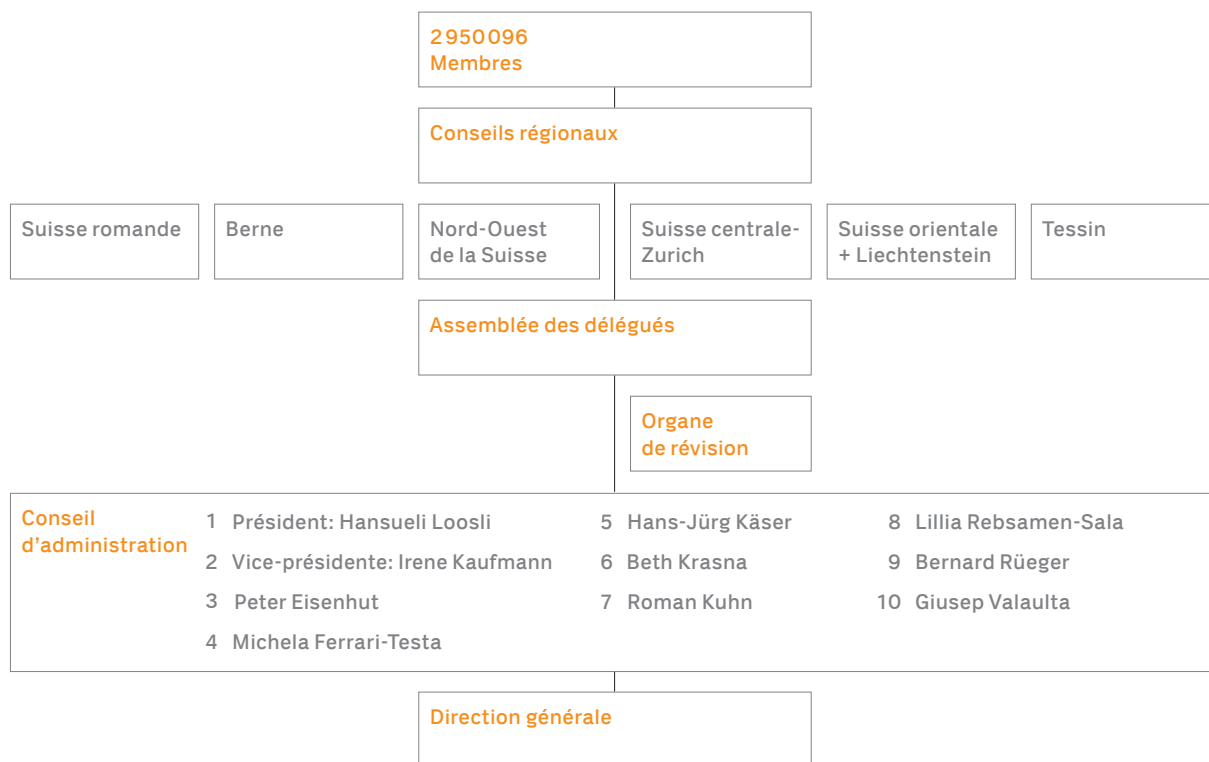
Hansueli Loosli
Président du Conseil
d'administration



Joos Sutter
Président de la Direction générale

Structure de l'entreprise

Au 31 décembre 2012



Conseil d'administration



3

4

5

6

1

2

7

8

9

10

Direction générale

Présidence de la Direction générale
1 Joos Sutter

Membres de la Direction générale						
Présidence de la DG Joos Sutter	Retail Joos Sutter	Trading 2 Daniel Stucker	Marketing/ Achats 3 Philipp Wyss	Logistique 4 Leo Ebnetter	Finances/ Services 5 Reto Conrad	Immobilier 6 Jean-Marc Chapuis



4

2

3

1

5

6

Étapes-clés de l'année 2012

1 Janvier

Renforcement de la position de leader des produits équitables

Coop poursuit son engagement en faveur du commerce équitable et décide de s'approvisionner exclusivement auprès de producteurs équitables pour son café de marque propre Coop Qualité & Prix. La part des cafés équitables dans les magasins Coop s'en trouve ainsi plus que doublée.

Nouvelle baisse de prix

Coop baisse également ses prix en 2012. À partir de fin janvier, quelque 250 articles de marque propre sont en moyenne 7 % moins chers.

Pro Montagna fête son anniversaire

La marque propre durable Pro Montagna (produits des régions de montagne suisses) a été lancée par Coop il y a cinq ans.

2 Février

Grand jeu-concours Supercard

«Big Win» met en jeu des cartes cadeaux Coop pour une valeur totale d'un million de francs. De plus, chaque billet donne droit au téléchargement gratuit d'un titre Universal Music.

3 Mars

Nouveaux Paradis du jardin dans les Brico+Loisirs

Coop Brico+Loisirs ouvre 14 nouveaux Paradis du jardin dans ses magasins. Ce nouveau concept de jardinerie est né de la coopération de Coop avec Dehner, le spécialiste allemand du secteur.

Prix Coop Natura 2012

Coop récompense les partenaires commerciaux qui se sont distingués par des prestations exceptionnelles dans le domaine du développement durable.

4 Avril

Coop mise sur le caoutchouc naturel FSC

Coop est le premier grand distributeur du monde à lancer, avec Helvetas, des articles en caoutchouc issus du commerce équitable et certifiés FSC, tels que les ballons de football Oecoplan. Un geste de plus de Coop pour la protection des forêts naturelles et l'amélioration des conditions de travail dans les plantations.

5 Mai

Bell et Hilcona élargissent leurs compétences en matière de produits convenance frais

Hilcona AG rachète l'entreprise suisse Gastro Star AG avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2012 et renforce ainsi sa position sur le marché en devenant un prestataire complet dans le segment des produits convenance frais. Dans le cadre d'un accord de partenariat, Bell a acquis 49 % du capital d'Hilcona le 1^{er} janvier 2011 et acquerra 2 % supplémentaires en 2015.

6 Juin

Transgourmet France rachète Eurocash

En rachetant la société Eurocash, dont le siège est à Schiltigheim, Transgourmet France étend de manière décisive sa part de marché dans la distribution de produits alimentaires aux entreprises de restauration et aux boulangeries et pâtisseries en Alsace.

Naturaline, un modèle à suivre

Coop Naturaline est sélectionnée parmi les cent meilleurs projets durables – «Sustainia100» – qui sont présentés lors du sommet mondial des Nations Unies à Rio de Janeiro.

C'est la fête à Termen

Inauguration officielle de Pearlwater Mineralquellen après des travaux d'agrandissement. Rachetée en 2011, l'entreprise de production approvisionne les magasins Coop en eaux minérales et en limonades depuis mars 2012.





7 Juillet

70 ans de Parrainage Coop pour les régions de montagne

Fondé en 1942, le Parrainage Coop pour les régions de montagne est une organisation d'entraide qui s'emploie à améliorer les conditions de vie et de travail des populations de montagne suisses et les aide à assurer leur subsistance.

8 Août

Coop accueille de nouveaux apprentis

1094 jeunes commencent leur formation chez Coop. Coop est à la fois l'un des plus gros employeurs de Suisse et un acteur majeur de la formation professionnelle dans le pays.

9 Septembre

Lancement de médicaments de marque propre chez Coop Vitality

Les pharmacies Coop Vitality lancent leur ligne de médicaments de marque propre, en commençant par des remèdes contre le refroidissement et des antidouleurs.

10 Octobre

Investir et produire en Suisse

Coop annonce le transfert des unités de production de Chocolats Halba à Pratteln (BL), où elles seront regroupées avec les entreprises Sunray et Cave sur un site de production et de logistique de 80 000 m² qui verra le jour en 2016. Le regroupement des trois entreprises de production et de la Logistique permettra de créer des synergies et de réduire les émissions de CO₂.

Deux prix dans le domaine du développement durable

Coop reçoit deux distinctions pour sa gestion à long terme de l'énergie et du CO₂: le Energiemanagement Award EHI et le Prix solaire suisse 2012.

11 Novembre

Fusion de Prodega/Growa et Howeg

Les deux leaders du marché du libre-service et des livraisons en gros, Prodega/Growa Cash+Carry et Howeg, unissent leurs forces et adopteront une stratégie commune à partir de 2013. Ils deviendront ainsi le premier distributeur capable de répondre à l'ensemble des besoins du secteur de la restauration en Suisse.

12 Décembre

Acquisition de Betty Bossi SA

Le 21 décembre, Coop rachète les 50% de Betty Bossi SA détenus par Ringier et devient ainsi l'unique actionnaire de l'entreprise. Le concept à succès de Betty Bossi SA va être poursuivi dans le même esprit.

Développement des transports avec Railcare

Grâce à la nouvelle ligne d'approvisionnement Sud/Nord, Railcare AG, qui appartient au groupe Coop, assure pour la première fois un acheminement écologique des fruits et des légumes par transport combiné non accompagné du Tessin aux centrales de distribution de Coop.

Augmentation de salaire pour les collaborateurs de Coop

Les collaborateurs Coop bénéficieront en 2013 d'une hausse de salaire: au total, 1,1% de la masse salariale sera consacré à ces augmentations.

Feu vert à l'extension de Schafisheim

Coop reçoit pour janvier 2013 le permis de construire relatif à l'extension de la centrale de distribution de Schafisheim. Il s'agit là du plus vaste projet de construction de l'histoire du groupe.

6



8

11

12

cash+carry
prodega

Site de Pratteln (BL)

10

7

9

4



Contexte

Le commerce de détail suisse est confronté à un contexte économique difficile

Le contexte économique et politique est en pleine évolution. La pression sur les prix augmente et les mécanismes de régulation de la concurrence désavantagent le commerce de détail suisse sur le plan des coûts. Dans ce contexte économique difficile, Coop marque des points en offrant de la valeur ajoutée et en augmentant sa productivité.

Contexte économique

La consommation des ménages reste un pilier solide

En 2012, la crise de la dette qui sévit dans plusieurs pays de l'UE et la morosité de l'économie mondiale ont suscité de nombreuses incertitudes. L'économie suisse s'en est relativement bien sortie. La forte croissance dynamique du premier trimestre a certes rapidement perdu de sa vigueur, mais la consommation des ménages est restée un solide pilier de l'économie suisse. Le taux de change plancher mis en place par la Banque nationale suisse pour l'euro a également joué un rôle décisif dans l'apaisement de la situation. La consommation des ménages a été stimulée par le niveau historiquement bas des taux d'intérêt, par la baisse des prix à la consommation et par une immigration constante. Conséquence de l'intensité de la concurrence et de la baisse des prix, le volume du commerce de détail en valeur nominale a toutefois légèrement diminué. Le tourisme d'achat a continué d'augmenter en 2012, entraînant une forte évasion du pouvoir d'achat. En raison d'un contexte économique international difficile et malgré une conjoncture interne solide, la croissance économique est restée modeste. La Suisse devrait connaître une légère accélération de sa croissance en 2013.

Écarts de prix par rapport à l'étranger

Au cours de l'année sous revue, le taux de change plancher fixé à 1,20 franc a permis de freiner la forte appréciation du franc suisse par rapport à l'euro. Les différences de prix avec les pays voisins sont néanmoins restées importantes, en particulier dans le secteur agricole à cause des droits de douane et des taxes à l'importation, ainsi que pour les «must-in-stock», ces produits de marques internationales qu'un distributeur comme Coop se doit de proposer à la vente. Coop se mobilise donc pour que les autorités exploitent pleinement la marge de manœuvre laissée par le droit des cartels, afin d'empêcher que les prix d'achat de ces produits soient excessifs. Dans son rapport annuel 2011/12, le Surveillant des prix suisse a attesté le fait que le commerce de détail avait fait profiter ses clients de l'intégralité des gains de change réalisés. Le tourisme d'achat a néanmoins continué d'augmenter et produit un effet négatif sur l'emploi dans le secteur.

Réduire les désavantages de la Suisse en termes de coûts

Le commerce de détail suisse souffre de gros désavantages de coûts par rapport à ses concurrents étrangers, notamment dans les domaines du personnel, de la logistique, des infrastructures et des loyers. Il est donc d'autant plus dépendant de

conditions générales favorables. Or là encore, en ce qui concerne les heures d'ouverture des magasins, l'obligation d'adopter un système de gestion des places de parc ou les consignes d'étiquetage, le commerce de détail suisse est nettement désavantagé par rapport à ses voisins européens. S'agissant des heures d'ouverture des magasins, une solution nationale se profile, ce dont le commerce de détail se félicite. Coop se mobilise avec d'autres distributeurs en faveur d'un contrôle de l'efficacité de la législation existante qui, lorsqu'elle est trop restrictive, n'est pas conforme à la Constitution. Au cours de l'année sous revue, les mesures imposées depuis des années afin d'améliorer la qualité de l'air (p. ex. limitation du nombre de places de parc et taxes de stationnement) se sont révélés inadaptés à l'exigence d'efficacité.

Augmentation des prix de la plupart des matières premières

Observée depuis longtemps, la hausse des prix des principales matières premières agricoles sur le marché mondial s'est poursuivie en 2012, ce qui s'explique par la demande des pays asiatiques, qui reste forte, et par la baisse des stocks mondiaux. Ainsi, la sécheresse exceptionnelle qui a frappé le Middle East américain en juillet a fait augmenter les prix du blé, du soja et du maïs en quelques semaines. Seul le café arabica, dont les récoltes ont été bonnes, a affiché des prix en baisse par rapport à 2011. En Suisse, les prix de la viande (de porc en particulier) et du lait ont été sous pression pendant le premier semestre en raison du niveau élevé de l'offre et du caractère modéré de la demande. La tendance s'est toutefois inversée au second semestre pour la viande de porc, qui affichait en fin d'année des prix nettement supérieurs à ceux de l'année précédente.

Contexte politique

Favoriser le fret ferroviaire

Pendant l'année sous revue, le Parlement suisse a délibéré sur un objet essentiel: le fret ferroviaire intérieur. Le commerce de détail est particulièrement attaché à la création par les CFF de conditions cohérentes et compétitives pour le fret ferroviaire par rapport au fret routier, l'objectif étant que le transport des marchandises par le rail devienne la règle, comme c'est déjà le cas pour le trafic régional. Le transfert de la route au rail aura non seulement des effets positifs en matière de protection du climat et de consommation d'énergie, il permettra aussi de désengorger considérablement les routes nationales (en particulier dans les agglomérations, où il

devient de plus en plus intéressant de recourir au fret ferroviaire). Coop recourt systématiquement au rail pour les marchandises transportées directement des centrales de distribution nationales aux points de vente sur une distance d'au moins 90 kilomètres. Seul l'acheminement jusqu'aux magasins au départ des centrales de distribution régionales se fait encore par la route. Pour parvenir à ce résultat, Coop a racheté en automne 2010 railCare AG, qui pratique le transport combiné non accompagné (TCNA).

Les déchets et le recyclage à l'ordre du jour politique

Au cours de l'année sous revue, le Tribunal fédéral a rendu la décision de principe suivante: les coûts du littering (abandon de déchets sur la voie publique) ne doivent pas être supportés par les propriétaires fonciers par l'intermédiaire de la taxe sur les déchets. La Ville de Berne va donc devoir modifier son système de taxation et rembourser les taxes qu'elle a indûment perçues. Coop va poursuivre les efforts qu'elle a déployés afin de réduire le littering aux abords de ses points de vente. Par ailleurs, elle va continuer à se battre pour que les communes ne lui fassent pas supporter les frais d'élimination de ces déchets.



coop



Formats de vente

Élargissement de l'assortiment, modification des concepts de magasins et amélioration de l'offre en ligne

Concepts innovants d'aménagement des magasins, nombreuses ouvertures, élargissement des offres de services: les choses bougent dans les formats de vente. Les ventes en ligne de denrées alimentaires, d'électronique grand public, de soins du corps et de bijoux explosent.

Supermarchés et hypermarchés

Proche des clients grâce à 823 points de vente Retail

Fin 2012, Coop comptait 823 supermarchés et hypermarchés répartis dans toute la Suisse. Au cours de l'année sous revue, il y a eu 15 ouvertures de magasins et huit fermetures. Un supermarché Coop a notamment ouvert ses portes en août dans la gare routière et ferroviaire de Fribourg. C'est le premier supermarché Coop de Suisse romande à ouvrir sept jours sur sept. Coop a également ouvert en



gare de Berne un supermarché trois fois plus grand que celui qu'elle possédait déjà sur place, lequel va être transformé en magasin Interdiscount. Un autre supermarché Coop a ouvert ses portes à un endroit stratégique: le nouveau passage Europaallee à Zurich. Comme tous les bâtiments neufs ou transformés, il a été réalisé selon la norme Minergie. Lorsqu'elle construit un nouveau magasin, Coop pense à la protection de l'environnement. Preuve en est également le supermarché qu'elle a inauguré dans la superstructure Taabach, au centre de Degersheim, et qui est chauffé principalement à l'aide des rejets thermiques des installations frigorifiques. Si la chaleur ainsi produite n'est pas suffisante, une pompe à chaleur équipée d'une sonde géothermique prend le relais. Coop a également ouvert un nouveau magasin à Einsiedeln au mois de novembre. D'une surface d'environ 3000 m², ce «format combiné», le premier de la Région de vente Suisse centrale/Zurich, réunit un supermarché Coop et un Coop Brico+Loisirs. En novembre également, Coop a inauguré un nouveau supermarché au Moos Center à Gümligen. Les principaux atouts de ce nouveau point de vente sont sa modernité et son large choix de produits. Fin 2012, les 823 magasins Retail de Coop totalisaient une surface de vente de 954 962 m² et un chiffre d'affaires de 11,0 milliards de francs.

Des clients satisfaits ou remboursés

De manière générale, Coop jouit d'une grande confiance de la part des consommateurs. Sa première priorité est de satisfaire ses clients. Les nombreux contrôles effectués tout au long de la chaîne de valeur ajoutée garantissent la qualité des produits qu'elle propose. Cela dit, la sécurité absolue n'existe pas, et il peut arriver qu'un produit ne réponde pas aux exigences du qualité du client. Coop a donc mis en place le système suivant valable pour tout l'assortiment de ses supermarchés: si un client n'est pas satisfait du produit qu'il a acheté, il peut le rapporter en magasin. Il sera alors remboursé sans discussion, même s'il ne présente pas de ticket de caisse. Depuis août 2012, Coop fait la publicité de cette garantie satisfaction sur les lieux de vente et dans des annonces, avec le slogan «100% satisfait ou remboursé». Le personnel de vente avait préalablement été formé en conséquence, dans le cadre de modules TOJ (formation sur le lieu de travail).

Formats spécialisés

Nouveau système de caisse dans les Coop City

En 2012, les 33 Grands Magasins Coop City ont réalisé un chiffre d'affaires de 991 millions de francs.

Celui de la Marktgasse, à Berne, et le Pfauen, à Bâle, hébergent une nouvelle boutique Swatch, respectivement depuis août et novembre 2012. L'assortiment de jouets de tous les Grands Magasins Coop City a été entièrement remanié et réagencé, l'accent étant mis sur les grandes marques partenaires. Un seul et même système de caisse a en outre été installé sur toutes les caisses des rayons non alimentaires. Dans le cadre d'un projet pilote mené depuis juin 2012, les Grands Magasins de Neuchâtel et de Fribourg sont approvisionnés par railCare, c'est-à-dire par un système de transport de marchandises combiné rail-route.

Brico+Loisirs développe ses compétences dans le jardinage

Avec un chiffre d'affaires de 718 millions de francs, Brico+Loisirs a confirmé en 2012 sa position de numéro un des magasins de bricolage en Suisse. Tandis qu'un magasin a fermé ses portes, trois nouveaux sont venus compléter le réseau existant, qui compte désormais 74 points de vente. Après une phase de test réussie en 2011, les Paradis du jardin se sont multipliés au cours de l'exercice sous revue, en collaboration avec l'entreprise allemande Dehner: 17 nouveaux Paradis du jardin Brico+Loisirs ont déjà été créés et 13 autres verront le jour en 2013. Coop a également renforcé les compétences de ses Brico+Loisirs dans le domaine du vélo en étoffant leur assortiment et leur gamme de services et en aménageant, à titre d'essai, des ateliers de réparation dans quatre magasins.

Interdiscount double son chiffre d'affaires en ligne

En 2012, les produits qui se sont le mieux vendus chez Interdiscount, le distributeur d'électronique grand public de Coop, sont ceux de la marque Apple. L'iPad est d'ailleurs désormais disponible dans les 199 magasins de l'enseigne. Interdiscount a également développé son offre de services, par exemple dans le domaine des assurances pour appareils mobiles. Le poids des ventes sur Internet a fortement augmenté: le chiffre d'affaires en ligne a crû de près de 104% par rapport à l'année précédente. Au total, Interdiscount a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 984 millions de francs. L'ouverture de la nouvelle halle de logistique au siège, à Jegenstorf, a permis d'améliorer et accélérer le transport des produits. Grâce au service 1800, les clients ont désormais jusqu'à 18 heures pour commander des produits s'ils veulent pouvoir les retirer dès le lendemain dans le magasin de leur choix. Interdiscount demeure la plus grande entreprise formatrice de sa branche. L'un des 125 jeunes qui y ont terminé leur apprentissage en 2012 a terminé meilleur apprenti de la branche, avec une note de 6,0.

Toptip et Lumimart accélèrent leur modernisation

À la faveur de la mise en œuvre de la stratégie de marché 2015+, Toptip et Lumimart accélèrent la modernisation de leurs 55 points de vente. Neuf magasins Toptip et sept Lumimart ont été transformés en 2012. Toptip est désormais également représentée dans la région bâloise. Comme prévu, le point de vente de Kaiseraugst a fermé ses portes, tandis qu'un autre a ouvert les siennes à Pratteln. Avec sa marque propre «Massimo Divani, made in Italy» lancée en 2012, Toptip propose des salons haut de gamme dont le rapport qualité/prix est excellent. En parallèle, Lumimart a considérablement développé son assortiment de lampes basse consommation. En 2012, les deux formats ont réalisé un chiffre d'affaires global de 233 millions de francs. Lumimart, numéro 1 de l'éclairage en Suisse, est parvenu à gagner de nouvelles parts de marché.

Nouveau concept d'aménagement des magasins Import Parfumerie

En 2012, l'enseigne Import Parfumerie a mis au point un nouveau concept d'aménagement de ses magasins, axé sur une structuration claire de l'assortiment et sur un nouveau type de présentation – unique en Suisse – des produits de maquillage. Les 123 parfumeries de l'enseigne sont en train d'être basculées sur ce nouveau concept, déjà mis en œuvre dans sept d'entre elles. La disponibilité de la marchandise a pu être encore améliorée grâce à un nouveau système de livraison dans lequel les données sont mises à jour quotidiennement. Import Parfumerie a réalisé un chiffre d'affaires global de 172 millions de francs. Toujours en pleine croissance, les ventes en ligne de l'enseigne ont augmenté de 8 %.

Christ Montres & Bijoux: un magasin en ligne unique en son genre

Début novembre, Christ Montres & Bijoux a ouvert un magasin en ligne unique en Suisse, dans lequel les clients peuvent non seulement faire leurs achats mais aussi concevoir leurs propres bijoux de la marque Pandora. Ils peuvent toujours se rendre également dans l'un des 81 points de vente répartis dans toute la Suisse, qui font de Christ la plus grande chaîne de bijouteries du pays. Pendant l'année sous revue, Christ Montres & Bijoux a réalisé un chiffre d'affaires global de 109 millions de francs.

Ing. Dipl. Fust SA élargit son offre de services

Malgré les difficultés du marché, Ing. Dipl. Fust SA a conservé sa place de leader, en particulier dans le secteur du multimédia: les nouveaux services proposés, comme le «fitness-test» pour ordinateur et

le transfert de données d'un ordinateur tournant sous Windows à un ordinateur Apple, ont été très demandés. Dans le cadre du programme de modernisation lancé en 2012, 15 des 160 magasins que compte l'enseigne ont été transformés et, pour certains, agrandis. Fust a par ailleurs continué de développer son service de planification et de direction des travaux dans le domaine cuisine/salle de bains/transformation. L'enseigne a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires global d'environ 956 millions de francs.

Coop Vitality lance ses propres médicaments

La 50^e pharmacie Coop Vitality a ouvert ses portes le 29 novembre 2012 à Agy. Avec quatre ouvertures, l'enseigne totalisait, fin 2012, 51 officines réparties dans toute la Suisse. Elle a réalisé un chiffre d'affaires global d'environ 141 millions de francs. La tendance est clairement à la médecine alternative: dans ce domaine, les ventes ont augmenté d'environ 20 %. En automne, Coop Vitality a lancé ses premiers médicaments de marque propre. Au nombre de neuf, ces produits sont indiqués contre le rhume et les douleurs. À moyen terme, Coop Vitality proposera une cinquantaine de ces médicaments. L'enseigne a également développé son offre de services: chaque pharmacie propose désormais une analyse minérale des cheveux.

The Body Shop Switzerland fait peau neuve

The Body Shop Switzerland AG a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires global d'environ 39 millions de francs. Le magasin en ligne lancé au printemps 2011 évolue bien: son chiffre d'affaires a augmenté de 218%! Depuis l'année sous revue, un nouveau concept d'aménagement s'applique dans le monde entier à tous les nouveaux magasins, qu'il s'agit de moderniser en créant une ambiance naturelle, claire et chaleureuse. En Suisse, trois des 44 magasins de l'enseigne ont déjà été adaptés au nouveau concept et dix autres le seront en 2013. La marque propre «The Body Shop» a par ailleurs été relancée grâce à de nouveaux produits et à Lily Cole, nouvelle ambassadrice de la marque.

Coop Mineraloel AG: toujours n° 1

Alors qu'elle vient de fêter ses 40 ans, Coop Mineraloel AG, qui compte 207 stations-service, a confirmé sa position et gagné de nouvelles parts de marché en 2012. Et ce, bien que la concurrence entre les compagnies pétrolières se soit encore intensifiée en raison de la contraction du marché. En outre, la consommation moyenne de carburant des véhicules neufs autorisés en Suisse a baissé et le taux de motorisation des ménages a reculé d'un peu plus de deux points au cours des cinq dernières années.

Autant d'éléments qui rendent particulièrement réjouissant le fait que Coop Mineraloel AG a réalisé un produit net d'environ 2,5 milliards de francs, en augmentation de 8 % par rapport à l'année précédente, secteurs Coop Pronto et ventes de mazout inclus. En collaboration avec l'Association suisse d'assurances, elle a fourni des conseils à plus de 10 000 conducteurs de véhicule pour le réglage des appuie-tête.

Les boutiques Coop Pronto poursuivent leur croissance

Les magasins Coop Pronto ont réalisé en 2012 un chiffre d'affaires de 957 millions de francs, en augmentation de près de 7 % par rapport à l'année précédente. Coop Mineraloel AG se retrouve ainsi le numéro un du marché suisse des produits conve-nience et, qui plus est, le distributeur le moins cher. Le 29 novembre 2012, Coop Pronto a inauguré à Arbon son 250^e magasin. 100 magasins Pronto ré-partis dans toute la Suisse proposent désormais à leurs clients une offre «Coffee to go». Ils devraient être 150 d'ici à la fin 2013. Pendant l'année sous revue, dix stations-service avec magasin Pronto et trois points de vente stand alone ont ouvert leurs portes. La Suisse compte donc aujourd'hui 252 magasins Coop Pronto. Comme l'année précédente, l'accent a été mis sur l'élargissement de l'assorti-ment de produits frais (fruits et légumes et produits de boulangerie, par exemple). Enfin, la nouvelle application «Coop Pronto Finder» permet de trouver facilement la station-service ou le magasin Pronto ouvert le plus proche.

Formats Internet

Une croissance à deux chiffres pour Coop@home

En 2012, le chiffre d'affaires de Coop@home, le supermarché en ligne de coop, s'est accru d'environ 13 % pour s'établir à 96 millions de francs et affiche donc de nouveau une croissance à deux chiffres. Le panier moyen, prestations annexes comprises (fleurs par exemple), s'est établi à 251 francs, pour un total de 386 000 livraisons. Les nombreuses possibilités offertes par Coop@home pour faire ses achats partout et à toute heure de la journée sont de plus en plus appréciées et aujourd'hui, plus de 16 % des clients passent commande au moyen d'applications pour iPad, iPhone, iPod Touch ou pour smartphone Android. Le supermarché en ligne a encore enrichi sa gamme de services inédits en Suisse en ouvrant un drive-in supplémentaire. Il porte ainsi à deux le nombre de ces sites aménagés qui permettent aux clients, pendulaires notamment, de venir retirer eux-mêmes leurs articles commandés en ligne.

Microspot.ch ouvre son deuxième magasin

En 2012, Microspot.ch a poursuivi sa progression et augmenté son chiffre d'affaires de près de 20 %, à 87 millions de francs. Après le succès rencontré par son premier magasin à Moosseedorf, près de Berne, l'enseigne en a ouvert un deuxième à Dietikon. Les clients peuvent y tester de nombreux produits et profiter des conseils avisés des vendeurs. Depuis le mois d'octobre, les commandes peuvent également être retirées au drive-in de Coop@home à Zurich. Microspot.ch propose ainsi à ses clients en ligne trois sites où ils peuvent venir retirer eux-mêmes quelque 120 000 articles. Les articles signalés qui sont commandés avant 12h00 peuvent y être retirés le jour même à partir de 17h00.

Mazout: les clients en ligne optent de plus en plus pour la version écologique

Les commandes de mazout en ligne continuent de gagner du terrain. Chez Coop Mineraloel AG, la part de celles passées sur www.coop-heizoel.ch est d'environ 28 %. L'année passée a toutefois été légèrement assombrie à cause du niveau élevé des prix, de l'intensification de la concurrence et des changements que connaît le marché suisse du mazout. Les ventes de mazout écologique, à faible teneur en soufre, continuent de croître: en 2012, ce combustible peu polluant a été plébiscité par environ 42 % des clients.

ITS Coop Travel: hausse du nombre de réservations

En 2012, ITS Coop Travel a profité en particulier de la forte demande de séjours balnéaires dans le Sud de la Turquie. S'il a essuyé des pertes pour la Grèce, le voyageur commun à Coop et Rewe Touristik a en revanche enregistré une augmentation du nombre de réservations à destination de la Tunisie. Son offre d'«Idées vacances», renouvelée réguliè-rement, a connu une évolution favorable; les circuits et les croisières ont été très demandés. ITS Coop Travel a enregistré en tout quelque 57 200 réservations, en hausse de plus de 3 %. Son chiffre d'affaires, d'environ 58 millions de francs, est toutefois en léger recul par rapport à l'année précédente, à cause de la baisse des prix de vente liée au taux de change. 48 % des réservations, soit la majorité, se font encore par téléphone, environ 31 % par Internet et 21 % dans les agences de voyage partenaires.

Restauration et hôtellerie

Restauration Coop: chacun est le bienvenu

Répartis en cinq formats de vente, les 202 établis-sements de restauration Coop ont généré en 2012 un produit net d'environ 254 millions de francs.

Les 153 restaurants Coop de Suisse, qui constituent de loin le premier format de restauration Coop, proposent à leurs clients des plats savoureux et équilibrés, si possible à base d'ingrédients issus d'une production durable. Les fêtes d'anniversaire JaMadu ont rencontré un succès considérable en 2012: grâce à un nouveau concept, leur nombre a été triplé. À l'automne, le restaurant de Gümligen (BE) est le premier à avoir fait peau neuve, avec un nouveau mobilier fabriqué en matériaux durables et une toute nouvelle association de couleurs. Les autres formats de restauration Coop sont les restaurants Da Giovanni, spécialisés dans la cuisine italienne, les Take-it, implantés dans des lieux très fréquentés, les glaciers italiens CremAmore et les bars à café Ca'Puccini.

Des défis de taille pour BâleHotels

La rénovation complète du Mercure Hotel Europe, avec transformation du bâtiment annexe Residence, constitue un défi de taille pour BâleHotels. Depuis le 1^{er} novembre 2012, le bâtiment principal (hôtel et restaurants) est entièrement fermé et le restera jusqu'au début de l'année 2014. La vigueur du franc a entraîné une baisse du nombre de touristes dans les trois hôtels. Dans le domaine de la restauration, 2012 a été une année réjouissante: tant l'Europe que le Victoria ont maintenu le cap face à la concurrence. Au total, les trois hôtels BâleHotels (Victoria, Baslertor et Mercure Hotel Europe) ont réalisé un chiffre d'affaires d'environ 24 millions de francs.

Les Maisons tropicales, alliances d'exotisme et de plaisir culinaire

Une eau de montagne à environ 18 degrés Celsius s'écoule du tunnel ferroviaire de base du Lötschberg à un débit de 70 litres par seconde. La Maison tropicale de Frutigen utilise cette énergie pour chauffer ses serres et installations d'aquaculture. Au terme de deux ans d'efforts, elle est parvenue à percer dans le domaine de la pisciculture et de la production de caviar et a vu son chiffre d'affaires augmenter de plus de 4%. Poissons et caviar sont servis dans les restaurants situés sur place; ils sont aussi proposés à la vente dans les supermarchés Coop et sont même exportés à Hongkong. En 2012, le produit net global de la Maison tropicale de Frutigen a frôlé les 6 millions de francs.

Le mode de chauffage des serres de la Maison tropicale de Wolhusen, qui utilise des rejets thermiques industriels, est également durable. Il profite aux fruits tropicaux, légumes et herbes aromatiques qui poussent sur place, mais également aux tilapias, les poissons tropicaux élevés sur le site. Entre 2010 et 2012, cette Maison tropicale a produit plus de 18 tonnes de papayes et plus de 3 tonnes

de bananes. Son restaurant intégré, qui propose un mélange de spécialités régionales et tropicales, s'est vu décerner 13 points par le Gault & Millau en 2012. La Maison tropicale de Wolhusen a réalisé pendant l'année sous revue un produit net de plus de 3 millions de francs.

Les Maisons tropicales de Frutigen et de Wolhusen ont été ouvertes en 2009 et 2010 respectivement. D'abord actionnaire principal, Coop est devenue en 2012 actionnaire majoritaire des deux établissements. De nombreux produits de Frutigen et de Wolhusen sont disponibles dans certains magasins Coop ainsi que, depuis 2012, dans le supermarché en ligne Coop@home.



Prestations en matière d'offre et de prix

Les atouts de Coop: diversité, bio, qualité et prix

Coop se démarque sur le marché suisse en proposant des marques propres destinées à répondre aux attentes les plus diverses des consommateurs, ainsi que le plus large choix de grandes marques. Elle convainc par ses intéressantes baisses de prix, ses nombreuses innovations et son niveau de qualité élevé. La nouvelle augmentation du chiffre d'affaires du bio confirme le rôle de leader de Coop sur le marché des produits durables.

Prix

Poursuite des baisses de prix

Malgré la faiblesse persistante de l'euro et l'augmentation du prix de certaines matières premières, Coop est parvenue à baisser de nouveau ses prix en 2012. En plus des deux vagues de baisses qu'elle a lancées sur des produits de marque propre en début d'année, Coop a procédé chaque semaine à des modifications de prix qu'elle a chaque fois publiées dans Coopération. Sur l'année entière, Coop a baissé les prix de 1500 articles de marque propre et produits de marque. En 2011 déjà, Coop avait systématiquement répercuté sur ses prix de vente l'intégralité des gains de change réalisés grâce à la faiblesse de l'euro. Ce fait avait été confirmé en septembre 2012 dans une étude menée par le Surveillant des prix. Si Coop a pu continuer de baisser ses prix pendant l'année sous revue, c'est notamment parce qu'elle a augmenté sa productivité et son efficacité. Au cours de cette même année, Coop a également réussi à négocier avec ses fournisseurs multinationaux des prix d'achat équitables en faveur de ses clients. Ces mesures ont entraîné une baisse des prix de détail de 1,2 % chez Coop, qui a ainsi sérieusement contribué une nouvelle fois au renforcement du pouvoir d'achat en Suisse.

Développement des importations parallèles

Lorsque les négociations sur les prix avec les fournisseurs ne donnent pas les résultats escomptés, Coop recourt pour un temps aux importations parallèles dans les secteurs alimentaire et non alimentaire, ce qui lui permet d'obtenir de meilleurs prix d'achat.



Les obstacles administratifs sont toutefois considérables et l'achat des volumes nécessaires ne se fait pas sans difficultés. En outre, le recours aux importations parallèles n'est pas judicieux pour tous les produits ni possible dans tous les cas, pour des raisons de logistique. C'est néanmoins une mesure efficace lorsqu'elle est ciblée. En 2012, Coop a donc augmenté les importations parallèles ciblées.

Observatoire des prix: bon marché depuis cinq ans

Depuis 2008, l'observatoire des prix Coop effectue chaque mois des relevés pour le compte de Coop. Un institut d'études de marché indépendant opérant dans le monde entier assure la sélection correcte et la comparabilité des produits. La conclusion de l'observatoire des prix Coop est claire: en 2012, pour la troisième année consécutive, Coop a été moins chère que son principal concurrent dans toutes les gammes de prix (0,5 % de moins en moyenne). Ce sont les articles de marque propre qui affichent la plus grande différence de prix: dans cette catégorie, Coop a atteint un indice de 98,4 % en avril et en mai. L'observatoire des prix Coop compare plus de 2200 articles de consommation courante en vente chez Coop et chez son principal concurrent. Il s'agit de produits ayant des prix dits nationaux, c'est-à-dire des produits en vente dans toute la Suisse. La comparaison porte sur quatre catégories: articles premiers prix, marques propres, articles de marque et articles de marque à prix discount.

Un assortiment varié

Une grande diversité et l'accent mis sur les produits durables

Avec plus de 40000 articles dans toutes les gammes de prix, Coop offre la plus grande diversité de produits du commerce alimentaire suisse. Elle propose de loin le plus grand choix d'articles de marque, auxquels s'ajoutent de nombreux produits de marque propre. Que le client recherche un article de marque propre durable, standard ou pour groupes cibles, un article bon marché ou haut de gamme, l'assortiment de Coop, clairement structuré, lui permet de trouver le produit qui répond à ses attentes. Depuis de nombreuses années, Coop met l'accent sur les marques propres et labels de qualité durables. En 2012, elle a fortement accéléré l'intégration de matières premières équitables dans les assortiments les plus vendeurs de sa marque propre Qualité & Prix. Aujourd'hui, tous les cafés Qualité & Prix portent le label du commerce équitable de Max Havelaar. Coop a également développé sa marque bio Coop Naturaplan (en particulier l'assortiment de produits régionaux bio), sa marque propre Pro Montagna

(produits des régions de montagne suisses) et son offre d'articles non alimentaires Coop Oecoplan. Elle a fait une nouvelle fois figure de pionnière en Suisse en lançant, avec Helvetas, des articles en caoutchouc labellisés Max Havelaar et certifiés FSC. Coop a par ailleurs complété son offre de capsules de café en lançant les capsules compatibles Nespresso® de la marque Vergnano, ainsi que les capsules et machines Chicco d'Oro. Elle propose désormais le plus large choix de Suisse de capsules de café, tous systèmes confondus.

Marques propres et labels de qualité durables

Naturaplan: une croissance continue

Coop Naturaplan est le plus important label bio de Suisse: près de 50 % des aliments bio vendus en Suisse le sont chez Coop. Un tiers des clients des supermarchés Coop ont au moins un produit bio dans leur panier. Avec un chiffre d'affaires en hausse d'environ 5 %, à 816 millions de francs, Naturaplan a fort bien tiré son épingle du jeu dans le contexte économique difficile de 2012. L'assortiment Naturaplan, qui compte plus de 1600 produits au label de qualité de Bio Suisse, s'est enrichi de nombreux produits innovants, comme le saumon au miel fumé à chaud. L'assortiment des produits régionaux bio suisses a connu un fort développement, avec pour slogan «je viens d'ici». Naturaplan fêtera son 20^e anniversaire en 2013. Pendant l'année sous revue, Coop a lancé une série d'activités spécial anniversaire (nouveau spot TV, œuvre d'art signée Hans Erni) avec comme message-clé «Pour l'amour de la nature».

Naturafarm: pour le bien-être des animaux

Coop propose sous le label Naturafarm de la viande et des œufs de qualité issus d'élevages suisses respectueux des animaux en plein air ou avec parcours. Les programmes d'élevage labellisés ont été élaborés avec la Protection suisse des animaux (PSA) et vont bien au-delà des prescriptions légales. L'assortiment Naturafarm comprend entre autres du bœuf Natura-Beef et du veau issu d'élevages sous la mère respectueux des animaux. Les programmes d'élevage d'animaux de rente de «Vache mère Suisse» se distinguent par de nombreuses exigences en matière d'élevage et d'alimentation et visent à assurer une production de viande naturelle, basée sur les herbages et respectueuse des animaux. Le chiffre d'affaires réalisé en 2012 avec les produits Naturafarm, de 442 millions de francs, est légèrement inférieur à celui de l'année précédente. Ce résultat s'explique entre autres par le très bas niveau

des prix sur le marché du porc. La part du chiffre d'affaires réalisée par Coop avec Naturafarm dans les segments respectifs est d'environ 30 % pour les produits carnés et les œufs et même d'environ 60 % pour la viande de bœuf et la viande de porc.

Oecoplan: des produits à valeur ajoutée écologique

Le label Coop Oecoplan distingue les produits alimentaires et non alimentaires à forte valeur ajoutée écologique. Avec un chiffre d'affaires de 128 millions de francs, il affiche une croissance de 5 % par rapport à l'année précédente. Une nouveauté inédite en Suisse a fait son entrée dans l'assortiment de la marque, qui comptait plus de 1800 produits à la fin de l'année 2012: les premiers articles Oecoplan en caoutchouc naturel durable et issus du commerce équitable. Parmi ces articles figurent des ballons de football en caoutchouc naturel certifié FSC, fabriqués au Sri Lanka et munis du label du commerce équitable de Max Havelaar. Ce programme est suivi et supervisé par l'organisation d'entraide Helvetas. Chaque fois que c'est possible, Oecoplan collabore avec des labels de qualité indépendants tels que le Bourgeon de Bio Suisse, FSC ou Topten. Elle élabore en outre ses propres normes écologiques et sociales.

Naturaline distinguée au niveau international

Avec Naturaline, sa marque propre de textiles et de cosmétiques durables, Coop a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires de 66 millions de francs et reste ainsi le premier distributeur de coton bio équitable du monde. Dans le domaine des textiles, l'assortiment standard de Naturaline regroupe environ 500 modèles pour toute la famille. Ce nombre inclut les collections saisonnières, comme les premiers pantalons et blazers en velours côtelé, sortis en automne 2012. Le coton bio est produit par plus de 8300 petits paysans d'Inde et de Tanzanie dans le cadre d'une collaboration directe. Le bilan CO₂ de la production est entièrement neutre depuis 2012, soit un an plus tôt que prévu. En juin, Naturaline a été distinguée au niveau international pour son implication en faveur des textiles écologiques et équitables: elle a été sélectionnée parmi les cent meilleurs projets durables – «Sustainia100» – qui ont été présentées lors du sommet mondial des Nations Unies à Rio de Janeiro.

Pro Montagna: cinq années de succès

Lancée en 2007, la marque propre durable Pro Montagna a continué à jouir d'une popularité croissante au cours de l'année sous revue. Pro Montagna, ce sont des produits authentiques de qualité fabriqués et transformés dans les montagnes suisses, par des paysans de montagne et des entreprises locales. Pro Montagna a généré en 2012 un chiffre d'affaires d'environ 39 millions de francs, soit 19 % de plus

que l'année précédente. L'assortiment Pro Montagna compte plus de 200 produits de montagne et d'alpage, qui vont du fromage aux jouets en bois en passant par les yogourts, le pain et les produits carnés. Les premières saucisses à rôtir Pro Montagna ont été lancées en 2012, il s'agit des saucisses à rôtir paysannes aux herbes de montagne du Jura neuchâtelois. Pour chaque produit Pro Montagna vendu, Coop verse une contribution au Parrainage Coop pour les régions de montagne. En 2012, ce sont 985 000 francs qui ont été reversés à l'organisation.

ProSpecieRara: pour le goût des produits rares

Instaurée en 1999, la collaboration entre Coop et Pro Specie Rara favorise la culture de variétés traditionnelles et l'élevage de certaines races d'animaux de rente, ainsi que leur réintroduction sur le marché. Plus de 100 produits, dont diverses variétés de fruits et de légumes, ainsi que des semences, des plantons, des plantes ornementales et des produits au lait de chèvre d'Appenzell pratiquement tombés dans l'oubli sont en vente chez Coop, dont beaucoup en qualité bio. Soutenue par Coop, la campagne en faveur de la culture des tomates en ville, dont l'objectif était de favoriser la diffusion de variétés de tomates rares sur les balcons des villes suisses, a rencontré un franc succès.

Slow Food: nouveau logo

Slow Food est une organisation sans but lucratif qui œuvre en faveur d'une consommation saine et responsable, de la préservation de la biodiversité, de la redécouverte de saveurs oubliées et de la pérennisation de méthodes de fabrication traditionnelles. Coop, qui collabore avec Slow Food depuis 2006, a notamment aidé ainsi à la création, en Suisse, de 25 Presidi, projets de Slow Food destinés à protéger les petites productions de qualité réalisées selon des méthodes artisanales traditionnelles. En 2012, les produits Slow Food ont adopté un nouveau logo, le «Marchio». En Suisse, ils sont en vente exclusivement chez Coop.

Max Havelaar: un assortiment en constante augmentation

Les produits équitables Max Havelaar ont continué de jouir d'une popularité croissante en 2012. Chez Coop, ils ont généré un chiffre d'affaires de 187 millions de francs, soit 18 % de plus que l'année précédente. La collaboration de Coop avec la fondation Max Havelaar a commencé en 1992 avec la vente de café et de miel certifiés «Fairtrade». Aujourd'hui, plus d'un produit issu du commerce équitable sur deux acheté en Suisse vient de chez Coop. Au cours de l'année sous revue, Coop a poursuivi son offensive sur le marché des produits «Fairtrade» lancée en 2011: après les bananes, les roses, le riz asiatique

et les plaques de chocolat, elle a également fait certifier commerce équitable les cafés de sa marque propre standard Qualité & Prix. Le nombre de produits certifiés «Fairtrade» en vente chez Coop s'est ainsi établi à environ 290, soit plus de 40 de plus.

Produits bio: une croissance continue

Coop a vendu en 2012 pour 852 millions de francs de denrées alimentaires bio, soit environ 5 % de plus que l'année précédente, ce qui porte à 934 millions de francs son chiffre d'affaires bio total (coton bio compris). Elle reste ainsi le leader incontesté du marché des produits issus de l'agriculture biologique. Le Bourgeon de Bio Suisse est l'un des labels bio les plus sévères et les mieux contrôlés du monde. Le partenariat conclu entre Coop et Bio Suisse remonte à 1993. Il a deux objectifs principaux: promouvoir l'agriculture biologique en Suisse et augmenter la création de valeur dans les régions. La plupart des produits au label du Bourgeon en vente chez Coop portent la marque propre Naturaplan.

MSC: pour une pêche durable

Le label de qualité du Marine Stewardship Council (MSC) distingue les poissons et les fruits de mer pêchés selon des méthodes certifiées durables. Il est attribué sur la base des principes suivants: préservation des populations, impact minimal sur les écosystèmes et gestion efficace et responsable de la pêcherie. Chez Coop, environ 52 % des produits de la mer sauvages portent le label de qualité MSC. Coop devrait atteindre en 2013 son objectif de faire labelliser MSC la plupart des conserves de poisson vendues sous sa marque propre standard Qualité & Prix. Fin 2012, son chiffre d'affaires de produits MSC a atteint 64 millions de francs, soit environ 15 % de plus que l'année précédente.

FSC: du bois et du papier de production durable

La forêt est un écosystème indispensable à la vie humaine et animale. C'est pourquoi Coop collabore avec l'organisation Forest Stewardship Council (FSC), dont le label est un gage de gestion écologique et socialement responsable des forêts. En 2012, les produits certifiés FSC vendus chez Coop ont généré, tous formats de vente confondus, un chiffre d'affaires de 129 millions de francs. L'assortiment FSC s'étend des luges et des maisonnettes pour enfants aux couches-culottes en passant par les crayons de couleur et les blocs-notes. Le nombre de produits en bois FSC a plus que doublé depuis 2010. Chez Coop, les articles FSC représentent 66 % du chiffre d'affaires total de l'assortiment bois et 57 % du chiffre d'affaires total de l'assortiment papier. Coop mise avant tout sur les matières premières recyclées.

Topten: des produits performants et économes en énergie

Les produits au label de qualité Topten allient consommation d'énergie et pollution minimales et se distinguent par l'innocuité de leurs composants, leur facilité d'utilisation et leur bon rapport qualité/prix. Le label est soutenu par l'Agence suisse pour l'efficacité énergétique (S.A.F.E.) et fonctionne selon le critère «Best in class» (meilleur de sa catégorie). Coop met en avant le label Topten sur ses produits de marque propre depuis 2009. Plus de 600 lampes et appareils électriques et électroniques sont déjà référencés sur www.topten.ch. En 2012, les produits Topten ont généré chez Coop un chiffre d'affaires d'environ 230 millions de francs.

Marques propres pour groupes cibles

Prix Garantie: un nom qui en dit long

Prix Garantie, la marque propre à prix bas de Coop, regroupe quelque 400 produits alimentaires, apparentés alimentaires et non alimentaires de consommation courante. Son nom en dit long: Coop garantit que les prix des produits vendus sous cette marque sont identiques ou inférieurs à ceux des articles les moins chers de son concurrent principal et des discounters présents sur le marché suisse. Le chiffre d'affaires réalisé avec les produits Prix Garantie s'est établi à environ 315 millions de francs en 2012. Ce recul par rapport à l'année précédente s'explique par les nombreuses baisses de prix engagées dans tous les assortiments.

Fine Food: des produits de choix à des prix abordables

Fine Food est la marque propre Coop des produits gourmets à prix abordable. Grâce à leur qualité exceptionnelle et bien que les clients soient de plus en plus sensibles aux prix, la gamme a enregistré en 2012 une croissance remarquable, générant un chiffre d'affaires de plus de 83 millions de francs, en légère hausse par rapport à l'année précédente. L'assortiment Fine Food, qui s'est en partie renouvelé avec pas moins de 40 nouveautés, compte toujours quelque 400 références.

Betty Bossi: renforcement du partenariat

Cela fait maintenant dix ans que Betty Bossi et Coop entretiennent une étroite collaboration. En 2001, Coop avait racheté à Ringier 50 % du capital-actions des Éditions Betty Bossi SA, donnant ainsi naissance à une joint venture. Dès 2002, Coop et Betty Bossi créaient la marque convenience «Idée Betty Bossi». Coop a rapidement élargi l'assortiment, le faisant passer en un an de 200 à 500 articles.

Grâce à cette nouvelle marque propre, Coop est devenue le leader du marché suisse des produits convenance frais. Le 21 décembre 2012, Coop a racheté les 50 % de Betty Bossi SA encore détenus par Ringier et est ainsi devenue l'unique actionnaire de l'entreprise. Cette opération va permettre à Coop de renforcer la position de Betty Bossi dans les domaines d'activités que sont le Journal, les conseils cuisine et vie pratique ainsi que le monde numérique Betty Bossi, et d'enrichir son assortiment de produits convenance frais. En 2012, les ventes des quelque 600 produits Betty Bossi ont généré chez Coop un chiffre d'affaires de 460 millions de francs, soit environ 3 % de plus que l'année précédente.

Weight Watchers: manger sans culpabiliser

Coop et l'organisation Weight Watchers entretiennent depuis 2005 un partenariat unique au monde. En effet, Coop est le développeur et distributeur exclusif des produits Weight Watchers en Suisse. Ceux-ci sont allégés en graisses, en sucres et/ou en sel, riches en fibres et sont présents dans tous les groupes de denrées alimentaires. L'assortiment de Coop est très varié: plats tout prêts, boissons, produits laitiers, charcuterie, produits carnés, articles de boulangerie et jusqu'aux desserts.

Jamadu: pour manger sainement en s'amusant

La marque propre de Coop Jamadu a généré en 2012 un chiffre d'affaires de plus de 18 millions de francs. Ce programme global est destiné à encourager les enfants à adopter un mode de vie sain en leur proposant des activités ludiques. Il comprend environ 90 produits dans les secteurs alimentaire, apparenté alimentaire et non alimentaire. L'année sous revue a vu le lancement de dix nouveautés préalablement soumises, comme tous les produits, au verdict du jury le plus difficile du monde: les enfants eux-mêmes. Seuls sont lancés les produits dont l'aspect et le goût conviennent à ces experts en culottes courtes. Jamadu propose un vaste choix de produits mais également un magazine pour les enfants ainsi que des fêtes d'anniversaire.

Délicorn: des saveurs végétariennes de plus en plus appréciées

En Suisse, les personnes renonçant volontairement à manger de la viande sont de plus en plus nombreuses. Les spécialités végétariennes simples et rapides à préparer font donc de plus en plus d'adeptes. La ligne Délicorn, pour une alternative savoureuse à la viande, a surfé sur cette tendance en étoffant son assortiment de produits à base de soja et de foment, qui compte aujourd'hui 37 références. En parallèle, elle a intensifié sa collaboration avec la maison Hiltl, premier restaurant végétarien du monde. En-

semble, Délicorn et Hiltl ont systématiquement vérifié et, le cas échéant, amélioré la recette de nombreux produits. Délicorn a généré en 2012 un chiffre d'affaires de plus de 14 millions de francs, en légère hausse par rapport à l'année précédente.

Free From: nouvelle hausse du chiffre d'affaires

L'assortiment de la marque propre Free From de Coop comprend plus de 60 produits spécialement conçus pour répondre aux besoins des personnes souffrant d'intolérance alimentaire. Les aliments Free From sont exempts de lactose (sucre du lait), de gluten (protéine céréalière) et autres allergènes spécifiques. L'assortiment sans gluten est complété par les produits de la marque Schär, qui propose également des surgelés depuis l'été 2012. Le chiffre d'affaires Free From a atteint plus de 17 millions de francs pendant l'année sous revue, soit une augmentation d'environ 15 % par rapport à l'année précédente.

Marques propres standard

Qualité & prix: des produits de qualité encore moins chers

La marque propre standard Coop Qualité & Prix est la preuve que qualité ne rime pas forcément avec cherté. Dans les domaines alimentaire, apparenté alimentaire et non alimentaire, elle couvre toute la gamme des produits de consommation courante. En 2012, Coop a réalisé avec Qualité & Prix un chiffre d'affaires de près de 2 milliards de francs. Cette légère baisse par rapport à l'année précédente s'explique principalement par les nombreuses baisses de prix réalisées de manière ciblée par Coop en 2012 sur son assortiment de marques propres.

Articles de marque

Le plus large choix d'articles de marque de Suisse

Coop propose de loin le plus grand choix de grandes marques du commerce de détail suisse. Elle met en avant la diversité des marques présentes dans ses points de vente en organisant régulièrement des promotions en collaboration avec les fabricants et améliore sans cesse son assortiment de marques, qu'elle développe selon les besoins des clients. C'est ainsi qu'elle a ajouté en 2012 deux grandes marques à son assortiment: l'italienne CremAmore et celle de renommée mondiale Starbucks. Les supermarchés et hypermarchés Coop réalisent environ 47 % de leur chiffre d'affaires total avec les produits de marque.



Qualité
coop
Qualité

Qualité
coop

SUPERCARD
Qualité
coop

Internet Coop
coop

Qualité
coop
Qualité

Coopération
coop

Caisse de dépôts
coop

Programme de primes
SUPERCARD
coop
Programme de primes
coop

Les prestations en plus

Coop crée de la valeur ajoutée en dialoguant avec ses clients

Coop a des clients fidèles: pratiquement tous ses services ont vu leur demande augmenter. Les remarques constructives des clients permettent d'améliorer la qualité et l'offre, et la valeur ajoutée ainsi créée profite de nouveau aux clients.

Services

Le Service des consommateurs toujours aussi sollicité

Le Service des consommateurs Coop a répondu à plus de 190 000 sollicitations au cours de l'année sous revue. Cet interlocuteur central de l'entreprise est resté très demandé en raison des activités marketing comme les concours et les jeux-concours, mais aussi des sujets de consommation traités dans les médias. Environ 50 % des sollicitations étaient des demandes d'informations sur des produits, des activités ou des points de vente. L'avis des clients compte beaucoup pour Coop. Leurs remarques influent sur les décisions et se traduisent, par exemple, par des changements de recette, par l'extension de la distribution d'un produit aux petits points de vente ou par l'amélioration des applications sur Internet.

Le Service médias de Coop mis encore plus à contribution

Corollaire de l'évolution du cours de l'euro et de l'augmentation des prix des matières premières, les questions posées à Coop par les médias ont de nouveau porté avant tout sur l'évolution des prix et la stratégie des prix de Coop. Les thèmes de l'assurance qualité, de la dimension sociale du développement durable et de la gestion responsable des denrées alimentaires et des ressources naturelles

ont été souvent abordés. Pendant l'année sous revue, le Service médias a publié 64 communiqués et répondu à quelque 2100 questions de journalistes: environ 82 % provenaient de Suisse alémanique, 17 % de Suisse romande et 1 % du Tessin.

Club Hello Family: un million de membres

Le club Hello Family de Coop ne cesse de se développer. Fin 2012, il comptait plus de 330 000 familles membres pour un total de plus d'un million de membres. Le club a lancé en 2012 de nombreuses opérations destinées à attirer les familles. À l'action du mois, grâce à laquelle les membres du club bénéficient de réductions sur des articles intéressants pour les familles, s'est ajoutée durant les mercredis de juillet et août une opération «10 fois plus de superpoints» sur le montant total des achats effectués. L'opération fidélité lancée au printemps, qui permettait aux membres de recevoir gratuitement un Bobbycar pour tout achat de dix paquets de couches-culottes Pampers, a rencontré un franc succès. Des tirages au sort ont également été organisés, avec à la clé 10 000 abonnements gratuits à une revue sur la famille ou des billets de cinéma pour des films destinés aux familles, par exemple.

Supercard: de plus en plus de paiements en superpoints

Avec plus de 3 millions de comptes actifs et plus de 4 millions d'utilisateurs en 2012, la Supercard Coop reste la carte de fidélité la plus populaire de Suisse.



Plus de 85 % des points collectés sont utilisés pour l'achat de produits non alimentaires dans les Coop City ou lors de promotions spéciales comme les offres Supercash. Au printemps, le jeu à un million de francs «Big Win» a été la plus grande promotion organisée au cours des douze années d'existence de la Supercard: au total, 18 canaux partenaires de la Supercard y ont activement participé. Coop a profité du lancement d'un nouveau système informatique pour remanier entièrement les conditions générales de vente (CGV) du programme Supercard. Il est désormais possible d'analyser le panier d'achat du client, à condition toutefois que ce dernier ait accepté les nouvelles CGV. Grâce à cette analyse, les clients peuvent profiter d'offres individualisées et de services améliorés.

Supercardplus attire de nouveaux clients

Le nombre de titulaires de la carte de crédit gratuite Supercardplus est reparti à la hausse. En 2012, la Supercardplus comptait quelque 425 000 titulaires, soit environ 30 000 de plus que l'année précédente. La Supercardplus, qui rapporte automatiquement des superpoints Coop à chaque utilisation, est proposée en version Mastercard ou Visa. Au second semestre, Coop a lancé la promotion «supersamedi»: chaque samedi, les clients des supermarchés Coop qui réglaient leurs achats avec la Supercardplus recevaient trois fois plus de superpoints.

Forte croissance pour Coop Mobile

Avec plus de 10 000 nouveaux abonnés, l'offre de téléphonie mobile sur abonnement Coop Mobile a enregistré en 2012 sa plus forte augmentation depuis son lancement, il y a cinq ans. Cette envolée est due notamment à la nouvelle offre avec iPhone et aux tarifs intéressants. L'offre prépayée de Coop Mobile a elle aussi rencontré un succès sans précédent, en attirant plus de 100 000 nouveaux clients en 2012.

Caisse de dépôts Coop: une croissance solide

Avec leurs taux d'intérêt intéressants et l'absence de frais de gestion, les comptes de dépôt et obligations de caisse proposés par la Caisse de dépôts Coop à ses membres sont restés très demandés en 2012. Les dépôts des clients n'ont cessé d'augmenter et ce, malgré une modification de l'ordonnance sur les banques qui a entraîné un durcissement des conditions de retrait pour les investisseurs depuis janvier 2012. Le nombre de transactions en euros et de change a légèrement reculé par rapport à 2011, année record. Exempte de frais, la conversion de devises de la Caisse de dépôts Coop reste toutefois très appréciée.

Management de la qualité

Quelque 425 000 analyses réalisées par le laboratoire Coop

Pour Coop, l'assurance qualité est un processus qui s'applique depuis l'achat des matières premières jusqu'à la consommation ou l'utilisation des produits, en passant par la vente. Le management de la qualité Coop, indépendant et centralisé, est axé sur les secteurs-clés que sont l'approvisionnement, la logistique et la vente. Les nouvelles découvertes en matière de qualité et de sécurité des produits sont intégrés en continu dans les processus et évalués par des experts, qui procèdent à des analyses de risque approfondies. Coop travaille en étroite collaboration avec les autorités et les laboratoires de recherche, ce qui lui permet de traiter rapidement les thèmes urgents. En matière de contrôle, elle procède à des analyses de risque dans son Laboratoire «maison», mène des audits chez ses fournisseurs et effectue régulièrement des contrôles inopinés dans les points de vente. En 2012, environ 425 000 analyses ont été effectuées sur 18 000 échantillons.

Des exigences très strictes en matière d'approvisionnement, de logistique et de vente

Les partenaires de Coop doivent non seulement respecter des normes de qualité mais aussi répondre à des exigences sociales, éthiques et écologiques élevées. Coop exige de chacun d'eux un management de la qualité garantissant de bonnes pratiques de fabrication et des contrôles de qualité réguliers. Elle impose également de manière contractuelle des normes officielles telles que celles édictées par la «Global Food Safety Initiative», dont le respect est vérifié par des organismes de contrôle neutres. En ce qui concerne l'achat de marchandises en provenance d'Extrême-Orient, c'est la société Eurogroup Far East Ltd. qui soutient Coop directement sur place. Coop, qui conçoit la qualité comme une exigence globale, contrôle également les processus qui séparent la fabrication de la mise en rayon dans les magasins. L'autocontrôle, obligatoire dans tous les points de vente et les restaurants Coop, joue à cet égard un rôle essentiel. Il consiste notamment à vérifier les délais de vente des produits ou encore le respect des règles d'hygiène. En 2012, Coop a remanié l'ensemble des manuels de vente en service traditionnel en les adaptant aux données actuelles. Les collaborateurs des secteurs concernés ont été formés dans le détail aux nouveautés par des spécialistes. Des inspections régulières dans les magasins et des contrôles d'hygiène effectués par les responsables qualité régionaux permettent de garantir le respect des directives.

Certification externe des rayons en service traditionnel

Au cours de l'année sous revue, tous les magasins Coop dotés de rayons en service traditionnel (viande, poisson, fromage) ou d'un îlot Traiteur ont été audités par un organisme externe. Les contrôles ont porté sur le respect des concepts d'hygiène et de nettoyage, des délais de stockage et de vente ainsi que des consignes d'étiquetage. Il s'est agi également de vérifier si les produits étaient stockés correctement, la traçabilité assurée, les recettes suivies à la lettre et les processus respectés de le travail quotidien. Ce contrôle a concerné 437 points de vente répartis dans toute la Suisse. En complément au contrôle externe, chaque magasin a fait l'objet d'un contrôle global réalisé par le service interne d'assurance qualité ainsi que d'un autre contrôle portant spécifiquement sur les produits frais.

Publicité/Communication

Une année jalonnée d'activités publicitaires

Les principales activités publicitaires de Coop ont commencé au printemps avec Big Win, le jeu à un million de francs. Organisé en parallèle dans toutes les entreprises partenaires du groupe Coop, ce jeu-concours a été le premier d'une telle ampleur. Chaque billet donnait droit à un prix immédiat: le téléchargement gratuit d'un titre chez Universal Music. L'été a été marqué par la campagne de Coop sur la saison des grillades et par son fameux «Tsch tsch», devenu l'onomatopée de l'été. En septembre, Coop a donné le coup d'envoi du 20^e anniversaire de la marque propre Naturaplan, qui aura lieu en 2013, en diffusant un nouveau spot TV. Intitulée «I love», cette chanson «bio» pleine de joie de vivre met en exergue l'amour de la nature. C'est le premier titre suisse créé à des fins publicitaires à s'être retrouvé en tête du classement suisse des singles. En novembre, Coop a lancé un nouveau jeu-concours de grande ampleur dans les supermarchés Coop, les Coop City et les Coop Brico+Loisirs: Abracada Prix. Les prix mis en jeu, par exemple une demande en mariage à la télévision, étaient exceptionnels.

La presse Coop élargit ses supports de diffusion

Les trois hebdomadaires Coopzeitung, Coopération et Cooperazione, qui traitent de sujets de consommation et de développement durable et informent leurs lecteurs des prestations et des offres en cours chez Coop, sont de loin les journaux les plus lus de Suisse. Avec un tirage total de 2 548 281 exemplaires et quelque 3,4 millions de lecteurs réguliers, ils sont lus par six ménages sur dix en moyenne.

C'est ce qui ressort du relevé annuel de l'Institut suisse indépendant de recherches et études des médias publicitaires (REMP). En 2012, deux suppléments inédits contenant des offres de loisirs exclusives sont nés du partenariat avec Suisse Tourisme. En complément à sa version papier, la presse Coop s'essaie régulièrement aux nouveaux médias. C'est ainsi que Cooperazione paraît chaque semaine sous une forme électronique destinée à l'iPad et à l'iPhone. La presse Coop a en outre renforcé son ancrage régional en mettant en place pour la première fois deux rédacteurs au Tessin.

Internet Coop: nombre record de visites

En 2012, l'Internet Coop a connu trois temps forts. Il y a d'abord eu des promotions particulièrement intéressantes comme Big Win ou la campagne «grillades», qui ont été davantage mises en avant sur la Toile et bien acceptées par les clients: pendant l'opération Big Win, le site Internet de Coop a figuré parmi les dix sites affichant chaque mois le plus grand nombre de visites en Suisse. Le deuxième temps a consisté pour Coop à revoir la présentation des pages Internet consacrées à la Supercard, aux supermarchés et aux restaurants, afin d'en améliorer l'intérêt pour le client. Enfin, la page d'accueil de Coop a été modernisée, sa fonction de recherche améliorée et ses possibilités d'utilisation étendues aux terminaux portables.

Proche de ses clients grâce au sponsoring

En 2012, les activités de sponsoring de Coop ont de nouveau été extrêmement variées et ont enthousiasmé de nombreux clients. Dans le domaine du sport grand public, le Duel intercommunal Coop a établi un nouveau record d'inscriptions avec 221 000 participants. La Swiss Cup de Zurich, tournoi de gymnastique que soutient Coop depuis 2004 en plus des fêtes cantonales et fédérales de gymnastique, a elle aussi attiré nettement plus de spectateurs et de téléspectateurs que l'année précédente. Dans le secteur culturel, le Festival lacustre de Thoun a accueilli un nombre record de visiteurs: 83 000 spectateurs ont assisté à la comédie musicale «Titanic», dont le sponsor principal était Coop. Véritable succès, la tournée anniversaire de la troupe de théâtre Mummenschanz a été prolongée jusqu'à fin 2012. Et le duo comique Divertimento a renoué avec le succès grâce à son nouveau spectacle «Gate 10». Toutes les places ont été vendues en quelques heures. Coop s'implique également dans de nombreuses manifestations destinées aux enfants et aux familles et a soutenu en 2012, entre autres, la comédie musicale pour enfants «Michel aus Lönnenberga».



Logistique, informatique et immobilier

Plus d'efficacité et d'écologie grâce à l'optimisation des sites et des processus

Les investissements réguliers dans l'amélioration des processus logistiques sont porteurs d'économies de coûts et d'avantages pour l'environnement. Le regroupement des sites crée des synergies et permet de recourir davantage aux transports par le rail. L'informatique exploite elle aussi des synergies, comme le montrent l'uniformisation du système de caisse des différents formats de magasin et l'intégration de l'informatique de Transgourmet.

Logistique

Évolution de la nouvelle stratégie Logistique et Boulangerie

La stratégie Logistique et Boulangerie 2015+ est un projet d'envergure lancé par Coop en 2010 qui vise en priorité l'optimisation des coûts (avec des économies annuelles de l'ordre de 77 mil-



lions de francs), la réalisation des objectifs de Coop en matière de développement durable et l'amélioration de la qualité des produits de boulangerie Coop. L'agrandissement de la centrale de distribution de Schafisheim constitue la pierre angulaire de la nouvelle stratégie. Pour ce vaste projet, Coop a reçu en janvier 2013 le permis de construire définitif dont il avait fait la demande au printemps 2012. En parallèle, Coop a commencé à planifier les processus dans les nouvelles structures des bâtiments, par exemple la construction d'une nouvelle boulangerie industrielle. La centrale de distribution de Dietikon verra elle aussi son fonctionnement modifié: elle prendra désormais en charge la logistique de Coop@home à la place de Spreitenbach, ainsi que l'approvisionnement des magasins Coop Pronto, qui incombait jusqu'ici aux centrales de Bâle et de Schafisheim. Pour que les travaux d'extension de Schafisheim se déroulent comme prévu, la logistique Pronto a été transférée en 2012 dans un bâtiment provisoire situé à proximité et confiée à un prestataire externe.

Investissement dans un nouveau site à Pratteln

Poursuivant sa stratégie Logistique et Boulangerie 2015+, Coop a réexprimé en octobre 2012 son engagement clair et net en faveur de la Suisse en tant que site de production: en 2016, une nouvelle unité de production de 80 000 m² verra le jour à Pratteln. L'entreprise de production de Coop Chocolats Halba sera transférée à Pratteln et les sites de Wallisellen et de Hinwil fermeront vers la fin de l'année 2016. Un an auparavant, les collaborateurs concernés recevront une nouvelle offre d'emploi au sein du groupe Coop. Le nouveau site de Pratteln regroupera Chocolats Halba, les entreprises de production Cave et Sunray ainsi que la logistique, ce qui permettra non seulement de créer des synergies mais également de réduire les émissions de CO₂.

Railcare, alliance de la technique et de l'écologie

Railcare AG, qui fait partie du groupe Coop depuis 2010, est un acteur important de l'ensemble de la stratégie Logistique et Boulangerie. L'entreprise pratique le transport combiné rail-route non accompagné (TCNA), qui consiste à charger sur des camions la marchandise transportée par le train dans des caisses mobiles, et vice-versa. Ce mode de transport écologique sera notamment utilisé dans le cadre du grand projet logistique prévu à Schafisheim. En 2012, Railcare a déjà transporté pour Coop plus de 17 500 caisses mobiles, auxquelles s'ajoutent depuis décembre 840 caisses mobiles utilisées sur la nouvelle ligne d'approvisionnement Sud/Nord, qui achemine chaque jour des fruits et des légumes par TCNA de la plate-forme logistique de Stabio aux

centrales de distribution régionales. La pratique du TCNA a permis à Coop d'économiser plus de 2000 tonnes de CO₂ en 2012. À partir de juillet 2013, Railcare approvisionnera également 42 points de vente alimentaires de la région genevoise par navette ferroviaire, à raison de trois livraisons quotidiennes au départ de la centrale de distribution régionale d'Aclens.

Préparation des commandes automatisée à Berne

Au mois de mai, Coop a mis en service une installation de préparation automatique des commandes de marchandise ultra-fraîche et de produits laitiers dans sa centrale de distribution de Berne. Intégrée dans le bâtiment existant, cette installation permet de préparer jusqu'à 3200 colis par heure (unités de conditionnement). L'automatisation rend le taux d'erreur négligeable et épargne aux collaborateurs le travail manuel parfois pénible qui consiste à lever des emballages de transport en plastique à hauteur d'homme.

De nouvelles impulsions grâce à un programme d'échange

Au cours de l'année sous revue, les responsables de plusieurs centrales de distribution Coop et entreprises de production Coop ont pu participer pour la première fois à un échange avec des entreprises de la centrale d'achat Coopernic. Les collaborateurs du management ont passé une semaine au sein d'une entreprise de logistique ou de production en Allemagne, en Belgique ou en Italie et ont pu se faire une idée des processus de travail suivis dans ces pays. En contrepartie, un représentant de l'entreprise étrangère a séjourné en Suisse. Cet échange de connaissances a favorisé l'apprentissage mutuel et fait naître des idées nouvelles.

Informatique

Extension du système de caisse unique

En 2012, l'Informatique Coop a poursuivi la mise en place du nouveau système de caisse dans les formats Coop Brico+Loisirs, Coop City et Import Parfumerie. Différentes fonctions ont par ailleurs été ajoutées à ce système. Entre-temps, quelque 1200 points de vente de six formats différents répartis dans toute la Suisse ont été équipés du nouveau système, dont la mise en place se terminera en 2013 avec les restaurants Coop.

Nouveau système de gestion des marchandises dans les magasins

Dans le cadre de la modernisation du système de gestion des marchandises, une phase pilote a été lancée en 2012 dans une trentaine de points de vente alimentaires. Le nouveau système, Ergo, permettra notamment d'améliorer les processus de commande, qu'ils soient automatisés (Sales-based Ordering) ou manuels. Le remplacement de l'ancien système de gestion des marchandises devrait être terminé en 2013.

L'intégration de Transgourmet avance

Coop a commencé dès 2011 à extraire les systèmes informatiques du groupe Transgourmet, hébergés par la société Rewe Informations-Systeme GmbH (RIS), pour les intégrer dans sa propre informatique. En 2012, elle a pu préparer les nouveaux systèmes pour la comptabilité et migrer les sociétés de Fegro/Selgros Allemagne. L'achèvement du projet d'intégration de l'informatique du groupe Transgourmet est prévu pour la fin de l'année 2013.

Immobilier

De nombreux projets d'envergure réalisés

Fin 2012, la Direction Immobilier gérait en tout 40 centres commerciaux, qui abritent, outre des formats Coop, des enseignes de tiers. La Direction Immobilier n'est toutefois pas seulement responsable de la gestion des centres commerciaux, puisqu'elle gère aussi le portefeuille, les constructions, les actifs, les services de support ainsi que l'ensemble du parc immobilier nécessaire aux activités de base de Coop. Le développement et la réalisation de nouveaux projets ont pris beaucoup de place pendant l'année sous revue. C'est ainsi que le point de vente de Frick a rouvert après agrandissement le 21 mars 2012 et que le magasin Toptip nouvellement construit à Pratteln a ouvert ses portes en avril. L'automne a été marqué par la mise en service, après son agrandissement, de la centrale de distribution d'Interdiscount à Jegenstorf. Le centre commercial de Canobbio a fêté peu après sa réouverture à la suite de travaux de modernisation par étapes. Enfin, le nouveau bâtiment abritant un supermarché Coop et un Coop Brico+Loisirs a été inauguré le 29 novembre à Einsiedeln. Fin 2012, la modernisation du centre commercial Prilly Centre, la rénovation du Mercure Hotel Europe à Bâle ainsi que l'extension et la rénovation du centre commercial Tägipark de Wettingen n'étaient pas encore entièrement terminées. Au total, 31 autres projets étaient en cours de planification ou sur le point d'être réalisés.



Natives
Olivenoil Extra

Groupe Transgourmet

Le libre-service et les livraisons en gros complètent les activités de Coop

Avec Transgourmet, Coop mise sur un nouveau secteur d'activité prometteur. Malgré un contexte difficile, le groupe a pu augmenter chiffre d'affaires et produit. Ses cinq entreprises, actives en Allemagne, en France, en Pologne, en Roumanie, en Russie et en Suisse, abordent de nouveaux marchés, ouvrent de nouveaux sites logistiques et élargissent leurs assortiments. Des synergies se créent, par exemple grâce à la fusion de Prodega/Growa et Howeg.

Transgourmet Holding SA

Le commerce de gros, second pilier de Coop

En reprenant la totalité du groupe Transgourmet en janvier 2011, Coop a investi dans un second pilier prometteur. Transgourmet Holding SA est spécialisée dans le libre-service et les livraisons en gros en Suisse, en France, en Allemagne, en Pologne, en Roumanie et en Russie. Elle regroupe les entreprises Fegro/Selgros, Prodega/Growa, Rewe-Foodservice, Transgourmet France et Howeg. Numéro deux européen de la distribution pour les professionnels



de l'alimentaire, elle employait en 2012 22 652 collaborateurs en Europe. Son chiffre d'affaires total s'élevait à environ 8,3 milliards de francs, 5,1 milliards dans le libre-service de gros et environ 3,2 milliards dans les livraisons en gros. Le groupe Transgourmet a ainsi vu son chiffre d'affaires augmenter de 0,4 % par rapport à 2011, soit 3 % après correction des variations de change. Transgourmet représente désormais 29,7 % du chiffre d'affaires global du groupe Coop.

Fusion de Prodega/Growa et Howeg

Au cours de l'année sous revue, les deux leaders du marché suisse du libre-service et des livraisons en gros, Prodega/Growa Cash+Carry et Howeg, ont décidé d'adopter une stratégie commune à partir de 2013. L'entreprise née de cette fusion deviendra le premier distributeur capable de répondre à l'ensemble des besoins du secteur de la restauration en Suisse. Toutefois, les marques Howeg et Prodega/Growa sont maintenues, respectivement pour les livraisons et le Cash+Carry. L'assortiment complet comporte plus de 30 000 articles, dont 20 000 peuvent désormais être livrés directement. Par ailleurs, la clientèle pourra aussi profiter de nombreuses marques propres et activités. Prodega/Growa/Howeg ouvrira quatre entrepôts régionaux à Quartino, Satigny-Genève, Coire et Neuendorfswird d'ici fin 2013 ainsi qu'un libre-service de gros Prodega à Satigny-Genève en mai 2013. Les deux entreprises regrouperont leur administration à Moosseedorf d'ici 2015. Aucune suppression de postes n'est prévue. Les collaborateurs concernés par la fusion se verront proposer des solutions en interne au sein de Transgourmet Schweiz AG ou du groupe Coop.

Libre-service de gros

Fegro/Selgros: un nouveau style pour tous les pays

Fin 2012, Fegro/Selgros Cash+Carry exploitait 84 libres-services de gros en Allemagne, Pologne, Roumanie et Russie et employait en tout 13 922 collaborateurs.

En Allemagne, Fegro/Selgros compte, avec 44 établissements et une surface de vente totale de 416 622 m², parmi les plus grands du Cash+Carry. L'entreprise propose plus de 25 000 articles alimentaires et plus de 28 000 non alimentaires à des prix de gros. Parmi ses 1,5 million de clients figurent des restaurants, des kiosques, des détaillants et d'autres commerçants. En 2012, son nouveau concept de magasin a été mis en œuvre dans trois libres-services supplémentaires (Aschaffenburg, Chemnitz et Ingolstadt), ce qui porte à six le nombre de magasins allemands Fegro/Selgros aux surfaces de vente entièrement

remodelées et dotées d'équipements ultramodernes. Le réseau de Selgros Cash+Carry, présent en Pologne dans le secteur du commerce de gros depuis 1997, comptait durant l'année sous revue 15 libres-services pour une surface de vente totale de 148 015 m². Le 15^e magasin Selgros a ouvert ses portes en juin à Gleiwitz. En outre, Selgros Pologne a étendu son nouveau concept à ses deux libres-services de Varsovie et de Cracovie. L'entreprise propose à ses 860 000 clients professionnels plus de 45 000 articles alimentaires et non alimentaires. Son assortiment comprend notamment des produits frais (viande découpée dans ses propres ateliers, poisson, fruits et légumes).

Selgros Cash+Carry est également l'une des principales chaînes commerciales du marché roumain, où elle possède 19 points de vente d'une surface totale de 179 221 m² et propose à ses quelque 850 000 clients plus de 40 000 articles alimentaires et non alimentaires, produits pour l'essentiel dans le pays. Au printemps, Selgros Roumanie a pu mettre en place une plate-forme d'approvisionnement pour les fruits et légumes. En 2012, elle a rénové cinq de ses magasins dans le cadre du projet de modernisation progressive de son réseau. Quatre points de vente ont en outre été dotés d'un rayon Poisson frais d'une surface de 200 m². Selgros Cash+Carry est par ailleurs la première entreprise commerciale de Roumanie à avoir mis en place une installation photovoltaïque sur son magasin de Pantelimon. Présente sur le marché russe depuis 2008, Selgros Cash+Carry y possède six magasins de gros d'une surface de vente totale de 53 042 m², où elle propose à ses 700 000 clients quelque 45 000 articles alimentaires et non alimentaires. En 2012, le magasin de Moscou-Kotelniki a adopté un nouveau style, qui s'étendra à l'avenir à tous les points de vente. Avec l'ouverture d'un sixième commerce à Kasan, l'enseigne a pour la première fois fait appel à un prestataire logistique pour approvisionner ses magasins.

Prodega/Growa: première coopération avec Howeg

Prodega/Growa Cash+Carry est le leader suisse du libre-service en gros. En 2012, l'entreprise domiciliée à Moosseedorf employait 1329 collaborateurs et exploitait 27 libres-services de gros: 19 sous l'enseigne Prodega et huit sous l'enseigne Growa. Elle propose à près de 90 000 clients professionnels (restaurants, détaillants et autres commerçants) un assortiment complet d'environ 35 000 articles alimentaires et non alimentaires sur une surface de vente totale de 112 516 m². Cette même année, elle a élargi son offre de spécialités régionales et de produits de restauration rapide. Dans la perspective de son expansion prévue en 2013, Prodega/Growa a acquis à Satigny-Genève un emplacement sur lequel les tra-

vaux ont déjà commencé. Dans le cadre de leur fusion prévue en 2013, Prodega/Growa et Howeg ont regroupé dès 2012, au Tessin, leurs activités de libre-service de gros et de livraison en gros. Les restaurateurs tessinois disposent ainsi de l'assortiment complet de Prodega et Howeg ainsi que d'un système d'approvisionnement local très souple. Prodega/Growa a en outre commencé à transformer son magasin de Coire pour l'adapter à la plate-forme de Howeg.

Livraisons en gros

Rewe-Foodservice investit dans la logistique

Rewe-Foodservice GmbH, qui employait au total 3322 collaborateurs en 2012, est l'un des leaders de la livraison en gros en Allemagne. Elle exploite 16 sites et possède en outre quatre magasins de gros. Ses plus de 35 000 clients sont des collectivités (hôtels, restaurants, restaurants d'entreprise et institutions sociales), auxquelles elle livre des denrées alimentaires et autres biens de consommation courante ainsi que des équipements de cuisine professionnelle, soit 36 500 articles au total. Avec sa filiale Transgourmet Seafood GmbH sise à Bremerhaven, Rewe-Foodservice possède une plaque tournante logistique de premier ordre pour le poisson et fruits de mer frais et autres produits de la mer. Le nouveau centre logistique de Riedstadt, qui couvre la région Rhin-Main, est entré en service en juin 2012. Il permet de stocker des produits secs ou surgelés et des denrées alimentaires fraîches sur une surface totale de 20 000 m². Ce bâtiment est un modèle de développement durable: une installation photovoltaïque de 15 000 m² a par exemple été mise en place sur son toit. Rewe-Foodservice a également ouvert un nouveau centre logistique d'une surface de 8 500 m² à Bayreuth, en Haute-Franconie, ainsi qu'une nouvelle plate-forme d'éclatement à Trossingen, dans le Bade-Wurtemberg. Le 1^{er} février 2012, Rewe-Foodservice a racheté la société Ringk, fournisseur de produits d'épicerie fine et de produits laitiers implanté dans le land de Hesse. Elle a en outre créé en 2012 deux nouveaux services de controlling du développement durable et de gestion de la santé.

Transgourmet France compte désormais quatre entreprises

Transgourmet France est née de la fusion de quatre entreprises: Transgourmet Opérations, All Fresh Logistique, Pro Hygiène Service et Eurocash. Fournisseur principal de 60 000 entreprises de restauration, boulangeries et pâtisseries, auxquelles elle propose 38 000 produits alimentaires et d'hygiène, Transgourmet France est le numéro deux français de la livraison en gros. En 2012, elle comptait au total

3694 collaborateurs répartis sur 41 sites, filiales comprises. Pendant l'année sous revue, Transgourmet Opérations s'est concentrée sur la rationalisation de son assortiment afin de répondre de manière plus ciblée à la demande de ses clients (institutions sociales, entreprises de restauration, boulangeries et pâtisseries). Elle a en outre obtenu la certification ISO 22000 pour trois autres de ses exploitations. All Fresh Logistique est le leader du marché de l'approvisionnement d'entreprises de restauration en fruits, légumes, poissons et fruits de mer dans l'agglomération parisienne. En 2012, elle a construit une plate-forme pour les produits de la mer à Rungis, en région parisienne, et s'est lancée dans la livraison, en Ile-de-France, de produits bio conservés à trois températures différentes. Avec Pro Hygiène Service, Transgourmet France propose également une gamme complète de produits d'hygiène et d'entretien destinés à diverses branches. Eurocash ne fait partie de Transgourmet France que depuis le 1^{er} juin 2012. Cette entreprise alsacienne sise à Schiltigheim propose en libre-service une large gamme de produits de gros destinés aux établissements de restauration, aux boulangeries et aux pâtisseries. Eurocash possède également un entrepôt d'où partent les 21 véhicules de sa flotte pour approvisionner les clients dans les départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin.

Howeg: élargissement considérable de l'assortiment

Numéro un suisse des livraisons en gros, Howeg approvisionne hôtels, restaurants, foyers, hôpitaux, restaurants d'entreprise et écoles. L'entreprise, dont le siège est à Winterthur, exploite six plates-formes logistiques et employait en 2012 385 collaborateurs au total. Howeg propose à quelque 5 500 clients un assortiment de produits d'épicerie, de produits frais et surgelés, de viande, de produits de la mer, de fruits, de légumes, de produits non alimentaires et de vin, à la fois complet et adapté aux exigences actuelles des établissements de restauration. Cet assortiment a été élargi en 2012, notamment dans le secteur des produits frais, et comprend désormais plus de 15 000 articles. Howeg se distingue en particulier par son grand professionnalisme en matière de conseil et favorise le développement durable dans la restauration suisse par de nombreuses offres. Elle est par ailleurs très engagée dans la promotion des jeunes cuisiniers. Grâce à la coopération qu'elle a lancée en 2012, au Tessin, avec Prodega/Growa, qui opère dans le libre-service en gros, les clients locaux de Howeg disposent désormais d'un assortiment complet et peuvent faire leurs achats dans un grand magasin. Howeg et Prodega/Growa ont donc décidé d'adopter une stratégie commune à partir de 2013.



Production

Croître, changer, innover: les entreprises de production relèvent les défis

Les activités des entreprises de production de Coop à l'étranger se développent, tout comme leur positionnement sur le marché des produits durables. L'année sous revue a été marquée par d'importantes décisions telles que la modification de la structure de Bell et la délocalisation de Chocolats Halba.

Groupe Bell

Le groupe Bell connaît une évolution stable

Premier groupe suisse de transformation de la viande, Bell propose un vaste assortiment de produits carnés, de charcuterie, de produits de la mer et de produits convenience, et fournit le commerce de détail et de gros, la restauration et l'industrie agroalimentaire. Avec les marques Bell, Abraham, Zimbo, Mōssieur Polette et Hoppe, le groupe répond aux diverses attentes de ses clients. Fin 2012, il employait 6469 collaborateurs, dont environ 3000 en dehors de la Suisse. Malgré un



contexte économique difficile, le chiffre d'affaires issu des ventes de marchandises a augmenté de 0,4 %, à plus de 2,5 milliards de francs. À taux de change constant et après ajustement structurel, le chiffre d'affaires a crû de 0,6 %. Le volume des ventes, lui, a reculé de 1,2 %, à 222 000 tonnes.

Modifications organisationnelles

Au cours de l'année sous revue, Bell a modifié son organisation au niveau international, ce qui lui a permis d'exploiter les synergies et d'améliorer l'efficacité à l'échelle du groupe. En Allemagne, les processus internes liés à la production, aux achats, à la logistique et à l'informatique vont être regroupés au sein de Bell Deutschland, sous une direction unique. L'administration va être concentrée sur le site de Seevetal, tandis que celui de Bochum fermera ses portes le 31 mars 2013. La direction de Bell International est maintenant répartie entre, d'une part, Bell Deutschland et Bell France pour les activités propres à ces deux pays et, d'autre part, Bell International pour les activités du groupe en Europe de l'Est et au Benelux.

Le 1^{er} janvier 2012, Hilcona AG a racheté l'entreprise suisse Gastro Star AG. Hilcona renforce ainsi sa position sur le marché en devenant un prestataire complet dans le segment des produits convenance frais. Les emplois sont maintenus chez Gastro Star et dans les sites de production et de distribution de Dällikon (ZH) et Villigen (AG). Dans le cadre d'un partenariat, Bell a acquis 49 % du capital d'Hilcona en 2011 et acquerra 2 % supplémentaires en 2015.

Bell Suisse: une entreprise qui marche

En 2012, le volume des ventes de Bell Suisse a augmenté de 1,4 % pour s'établir à 122 500 tonnes. Bell a ainsi gagné des parts de marché, le volume du marché suisse ayant baissé d'environ 2 % en quantité selon les estimations de Bell. Le chiffre d'affaires a augmenté plus modestement de 0,6 %, à près de 1,8 milliard de francs, en raison de la baisse des prix de vente, qui est de 0,8 % en moyenne. Les ventes de viande suisse ont enregistré une nouvelle augmentation, tandis que la part des importations a encore nettement diminué. Les chiffres d'affaires des canaux du commerce de détail et de l'industrie agroalimentaire ont légèrement baissé, alors que le canal de la restauration a vu ses ventes augmenter.

Bell Deutschland à l'ère de la consolidation

Les prix des matières premières sont restés très élevés en 2012. Bell Deutschland a certes pu procéder à quelques ajustements de ses prix sur le marché, mais la situation reste tendue. La hausse de 1,5 % de son chiffre d'affaires (activités en Espagne comprises), à 484 millions de francs, est notam-

ment due au fait que certains articles évoluent dans une gamme de prix supérieure. Le volume des ventes d'environ 66 000 tonnes a baissé de 2,5 % par rapport à l'année précédente à cause des restructurations de l'assortiment menées par l'entreprise. De ce fait, si le jambon cru, notamment, s'est mieux vendu, les saucisses échaudées et les saucisses crues ont affiché un volume de vente moins élevé que l'année précédente. En outre, les spécialités méditerranéennes de jambon, comme le jambon Serrano, ont de nouveau stimulé les ventes. Dans le secteur des saucisses échaudées, un nouveau concept de produits à base de volaille a été lancé sur le marché. S'agissant des produits de convenance à base de viande, le repositionnement de la marque Hoppe et le lancement de plusieurs nouveautés a permis d'étoffer la gamme d'articles proposés dans le commerce de détail, le libre-service de gros et les livraisons en gros.

Croissance soutenue pour Bell France

En 2012, les ventes de saucisses crues et de jambon de Bell en France ont augmenté de 6,2 % pour s'établir à 12 600 tonnes. Parallèlement à cette évolution réjouissante, le chiffre d'affaires a progressé de 4,7 % et s'élevait à plus de 97 millions de francs en fin d'année, soit une augmentation de 6,9 % en monnaie locale. Tant les assortiments destinés à la vente en libre-service que les produits vendus en service traditionnel ont connu une évolution favorable. Les prix très élevés des matières premières et les difficultés rencontrées pour répercuter ces augmentations sur les prix de vente restent aujourd'hui des défis de taille.

Évolution contrastée pour Bell Europe de l'Est/Benelux

Les activités de Bell Europe de l'Est/Benelux ont évolué de manière différente d'un pays à l'autre. En Pologne, elles se portent bien malgré les fluctuations monétaires qui persistent. En revanche, la Hongrie doit toujours lutter contre un fléchissement marqué de la conjoncture. Dans ce pays, Bell se concentre sur l'amélioration de l'efficacité et sur les assortiments rentables. L'évolution des affaires en République tchèque, en Slovaquie et en Roumanie demeure positive. Grâce à son expansion continue, Bell Europe de l'Est/Benelux affiche des ventes supérieures à celles de l'année précédente. Son chiffre d'affaires total a toutefois reculé de 6,1 %, à un peu moins de 189 millions de francs, ce qui correspond en monnaies locales à une baisse de 4,1 %. Le volume global des ventes de Bell Europe de l'Est/Benelux a atteint 20 600 tonnes.

Entreprises de production Coop

Swissmill

Produits: farines, mélanges de farines, semoule, polenta, flocons d'avoine, produits extrudés

Avec un volume des ventes de 208 000 tonnes en 2012, Swissmill, la plus grande minoterie de Suisse, a de nouveau connu un bon exercice. Au cours des dernières années, Swissmill est devenue l'une des minoteries les plus modernes d'Europe. Pour mettre en avant cette modernité, elle a procédé en 2012 à une refonte complète de sa présentation, logo compris. En mars, Swissmill a réussi à obtenir le permis de construire pour l'agrandissement de ses entrepôts à Zurich. La mise en service du nouveau silo à grain est prévue pour la fin de l'année 2014. Pour répondre aux besoins de plus en plus spécifiques de ses clients, Swissmill a étendu son offre aux mélanges de farines et de semoules pour spécialités. Sa nouvelle installation à vapeur et de chauffage destinée à la production lui permet de réduire sa consommation d'énergie d'environ 23 % et ses émissions de CO₂ de près de 15 %. Afin d'améliorer l'efficacité de la logistique, Swissmill a concentré l'approvisionnement dans les mains de Howeg, au lieu de Prodega et des boulangeries maison Coop.

Chocolats Halba

Produits: chocolat en plaque, articles de confiserie, assortiments de fête, chocolat industriel

En améliorant sensiblement sa production et en réduisant considérablement ses frais de personnel, Chocolat Halba a obtenu un résultat très réjouissant au cours de l'année sous revue. L'approvisionnement durable de cacao a été l'un des principaux facteurs de réussite de l'entreprise. Plusieurs clients suisses et étrangers ont suivi l'exemple de Coop en convertissant tout ou partie de leurs assortiments au commerce équitable. La part des produits durables dans le chiffre d'affaires global de Chocolats Halba est ainsi passée de 15,7 % à plus de 23 %. En 2012, le lancement du «gute Schokolade», mis au point par le mouvement d'écoliers Plant-for-the-Planet, a créé l'événement: le premier chocolat à la fois climatiquement neutre et issu du commerce équitable a été présenté en janvier lors du Salon international de la confiserie (ISM) à Cologne et fabriqué sous forme de plaque à plus d'un million d'exemplaires dans les six mois qui ont suivi. En octobre 2012, Coop a annoncé pour 2016 le transfert des unités de production de Chocolats Halba de Hinwil et Wallisellen à Pratteln. Le bâtiment qui verra le jour abritera également les entreprises de production Sunray et Cave ainsi que la Logistique Coop.

Pasta Gala

Produits: pâtes alimentaires, produits semi-finis pour plats cuisinés et potages

Pasta Gala a également connu une excellente année 2012. En attirant de nouveaux clients suisses et étrangers, elle a augmenté d'environ 40 % son chiffre d'affaires réalisé auprès de clients tiers. Sa croissance repose également sur l'étroite collaboration, ciblée sur la recherche de solutions, qu'elle entretient avec le groupe Transgourmet: en lançant de nouveaux articles pour Prodega, Pasta Gala a affiché une croissance de plus de 25 % en Suisse. En 2012, elle a apporté avec Coop diverses améliorations à son assortiment et des innovations dans son cœur de métier, et harmonisé ses produits chez Bell Convenience et Hilcona. Il y a plusieurs années déjà, Pasta Gala a mis au point pour Coop Naturaplan des pâtes bio à bases de céréales anciennes. Elle vient d'appliquer ce concept aux produits conventionnels destinés à l'exportation, dont la commercialisation a commencé fin 2012 chez Rewe et Rewe-Foodservice.

CWK-SCS

Produits CWK (Retail): cosmétiques, cosmétiques naturels, soins du corps, produits d'entretien ménagers, détergents écologiques

Produits SCS (Professional): lessives, détergents et produits d'hygiène pour les collectivités et l'industrie

En 2012, CWK-SCS a pu compenser ses pertes de chiffre d'affaires à l'exportation liées à l'euro par de très bonnes ventes en Suisse, et augmenter son chiffre d'affaires de 1 %. Sous la marque wel!, CWK-SCS a mis au point pour Coop 26 produits cosmétiques entièrement nouveaux. Elle a également lancé la Hot Suncream sous la fameuse marque de produits solaires Sherpa Tensing. Avec un indice de protection 30, cette crème solaire innovante est spécialement conçue pour l'hiver et réchauffe la peau en cas de basses températures. En janvier, Formula Fiorina, marque de CWK, a été désignée meilleure ligne de cosmétiques naturels de Suisse par le magazine Annabelle. Les produits innovants pour collectivités de la section SCS ont fait de la ligne Clinex Exellency de Prodega un assortiment complet. En 2012, l'entreprise de production a prouvé ses compétences en matière de nettoyage à sec: SCS a obtenu le premier brevet de désinfection thermochimique du linge. Afin de contribuer au développement durable, CWK-SCS fait désormais appel à Railcare pour tous les transports qu'elle effectue pour Coop.

Reismühle Brunnen

Produits: variétés de riz du monde entier, mélanges de riz, plats cuisinés

En 2012, Reismühle Brunnen s'est concentrée sur le relancement de son assortiment haut de gamme et sur l'acquisition de nouveaux clients étrangers pour ses produits équitables et haut de gamme. La part des produits bio et équitables représente désormais près de 35 % de son chiffre d'affaires global. En octobre 2012, Reismühle a commercialisé le premier riz thaïlandais issu du projet, lancé en 2011, visant un approvisionnement exclusif en Inde et en Thaïlande. Tandis qu'en Thaïlande, les volumes récoltés ont baissé d'environ 100 tonnes à cause du mauvais temps, en Inde, les récoltes ont été bonnes. Les quelques 120 premières tonnes de riz issu de ce projet durable arriveront en Suisse au printemps 2013. L'installation photovoltaïque mise en service en 2011 sur le toit de Reismühle Brunnen est également rentable: elle a produit en 2012 120 000 kilowattheures, soit environ 20 % de plus que prévu.

Nutrex

Produits: vinaigres et spécialités au vinaigre pour le commerce de détail, la restauration et l'industrie
Grâce à un procédé innovant, Nutrex est le premier producteur de vinaigre de Suisse à pouvoir renoncer à un additif, le sulfate de potassium, dans tous ses vinaigres. L'entreprise de production de Coop a également été la première à commercialiser du vinaigre de table bio destiné aux entreprises de transformation, ce qui a eu un effet positif sur le chiffre d'affaires généré par le vinaigre bio: la part des produits bio dans le chiffre d'affaires global s'est élevée à 13% environ. Autre nouveauté: pour fabriquer du vinaigre de pomme, Nutrex mise davantage sur le jus de pomme indigène, ce qui lui a permis d'obtenir la certification «Suisse Garantie». Nutrex a par ailleurs réussi le lancement des premiers produits de la marque propre Picanto en avril 2012, augmentant ainsi le volume de sa production d'environ 84 000 bouteilles.

Sunray

Produits: épices, herbes aromatiques, noix, snacks salés, fruits et légumes séchés, légumineuses, aides à la pâtisserie, mélanges pour gâteaux et desserts, huiles comestibles, sucre

En 2012, Sunray a atteint un volume de production de 24 000 tonnes, soit 55 millions d'unités. La part du chiffre d'affaires représentée par les produits bio et équitables s'est établie à 14 % environ. Au total, Sunray a lancé 24 nouveaux produits bio et/ou équitables comme la noix de muscade bio Max Havelaar. Depuis 2012, elle utilise une nouvelle technique

d'assaisonnement, mise au point par ses soins, pour les noix épicées et grillées à grignoter. Afin d'augmenter sa productivité, Sunray a en outre remplacé son installation de conditionnement d'épices par deux nouvelles lignes de conditionnement de sucre en sachets et en bâchettes. Enfin, dans le cadre d'un projet d'envergure approuvé en 2012, Sunray exploitera de nouveaux locaux de production en commun avec les entreprises Chocolats Halba et Cave à Pratteln à partir de 2016.

Pearlwater Mineralquellen

Produits: eaux minérales et soft drinks gazeux

En 2012, Pearlwater Mineralquellen SA a progressivement repris la production de toute l'eau minérale et de nombreuses limonades des marques propres Coop. Après l'inauguration officielle des nouveaux bâtiments et installations de production en juin, les systèmes sont parvenus à franchir le pic d'activité du mois d'août. En 2012, Pearlwater a mis en bouteille plus de 100 millions de litres au total, dépassant ainsi la quantité annuelle initialement prévue. Depuis qu'elle a racheté Pearlwater Mineralquellen en janvier 2011, Coop a investi environ 30 millions de francs dans son nouveau site et y a créé 30 postes supplémentaires. Elle a déjà prévu d'agrandir son entrepôt en 2013.

Cave

Prestations: vinification de cidre et de vins nouveaux suisses; préparation et mise en bouteille de vins du monde entier; mise en bouteille de boissons aromatisées contenant du vin

Cave a rempli en 2012 41 millions de bouteilles de production propre. Son assortiment comptait environ 400 articles différents, dont 35 nouveautés. Elle a en outre étendu sa florissante collaboration avec Transgourmet à d'autres articles. Dans le domaine de la vinification de produits AOC, Cave a produit un million de bouteilles après avoir mis à fermenter, élevé et mis en bouteille du moût de raisin et du vin nouveau issus de différents cantons suisses. Un projet d'envergure approuvé en 2012 prévoit le transfert de Cave à Pratteln, dans un nouveau bâtiment qui accueillera également les entreprises de production Chocolats Halba et Sunray ainsi que la Logistique Coop.

Mûrisserie de bananes

Prestations: achat, mûrissement et conditionnement de bananes/fruits exotiques; stockage et préparation des commandes de fruits secs

Au cours de l'année sous revue, la Mûrisserie de bananes de Coop a livré 21 131 tonnes de bananes et 1694 tonnes de fruits secs, auxquelles s'ajoutent pour la première fois 1650 tonnes de fruits exotiques.

Les nouvelles cellules de réfrigération destinées au stockage et à la préparation de produits exotiques tels qu'avocats, mangues et ananas ont été mises en service en juin 2010. Le projet pilote lancé dans la Région de vente Nord-Ouest de la Suisse ayant été un véritable succès, sa généralisation dans toutes les Régions commencera en 2013. En tout, sept variétés de bananes et 35 sortes de fruits secs et exotiques ont été entreposées puis préparées dans la Mûrisserie de bananes. Les produits bio et équitables représentent désormais 87 % du chiffre d'affaires global, soit environ 2 points de plus que l'année précédente.

Boulangeries Coop

Produits: pains frais (pains, petits pains, tresses), pains surgelés, gâteaux et biscuits, tourtes et articles de pâtisserie, articles saisonniers, spécialités régionales et pâtes destinées à la vente

En 2012, les sept boulangeries industrielles de Coop ont fabriqué environ 50931 tonnes de produits de boulangerie, de pâtes et de pâtons, dont deux tonnes certifiées selon la norme IFS 6. Coop exploite également 36 boulangeries-pâtisseries maison, qui fabriquent du pain et des pâtisseries directement en magasin, selon un savoir-faire traditionnel, et ont atteint en 2012 un volume de production de 6517 tonnes. Toutes les boulangeries maison travaillent désormais avec de la farine IP-Suisse. Deux variétés de pain et une variété de petit pain sont en outre fabriquées avec de la farine bio. La mise en œuvre de la stratégie Logistique et Boulangerie 2015+ a permis de faire avancer la planification de la nouvelle boulangerie industrielle de Schafisheim. La vente de bonshommes de Saint-Nicolas fabriqués par les boulangeries Coop en faveur de l'opération «Jeder Rappen zählt» (chaque centime compte) menée par la SRF (radio et télévision allemandes) et la Chaîne du Bonheur a été couronnée de succès. Une nouvelle collecte a également été organisée au profit du Parrainage Coop pour les régions de montagne. La vente des petits pains et des saucisses du 1^{er} Août a permis de dégager une contribution de solidarité de 386 517 francs.

Nous enthousiasmons nos clients en leur offrant une valeur ajoutée.

Service client
Innovation
Dynamisme

Service client
Innovation
Dynamisme

Service client
Innovation
Dynamisme
Servabilité
Partenariat
Servabilité
Partenariat

Service client
Innovation
Dynamisme

Service client
Innovation
Dynamisme
Servabilité
Partenariat
Servabilité
Partenariat

Service client
Innovation
Dynamisme

Service client
Innovation
Dynamisme
Servabilité
Partenariat
Servabilité
Partenariat



Collaborateurs

Promotions, formation continue et augmentations de salaire: Coop manifeste sa considération à l'égard de ses collaborateurs

Un éventail complet de possibilités de formation continue, des relèvements successifs des bas salaires, une forte implication en faveur des apprentis, des prestations d'assurances sociales de qualité, la plus grande réunion de cadres jamais organisée: ce ne sont pas les preuves d'estime de Coop pour ses collaborateurs qui manquent.

Stratégie du personnel Coop

De bonnes perspectives pour les apprentis
Coop investit beaucoup dans la formation des jeunes: Les apprentis qui réussissent leur diplôme aujourd'hui sont les cadres de demain de Coop. Au cours de l'année sous revue, Coop a formé en tout 2804 apprentis à 21 professions différentes. 1094 de ces apprentis ont commencé leur formation en août 2012. Plus de 96% des 1033 apprentis



ayant participé à la procédure de qualification en 2012 ont réussi leur formation. Dans le domaine de la formation professionnelle également, Coop investit sur le long terme et a proposé un poste au sein du groupe à 68 % des apprentis arrivés en fin de formation. Dans le secteur de la vente notamment, les possibilités d'évolution sont très bonnes et sans comparaison avec aucun autre secteur.

Nouvelle formation de manager en commerce de détail

Dans le commerce de détail, les besoins en cadres expérimentés et capables d'assumer des responsabilités tout au long de la chaîne de valeur ajoutée sont de plus en plus grands. Partant de ce constat, l'organisation faitière Formation du commerce de détail Suisse (FCS), qui rassemble des organisations de travailleurs et des employeurs comme Coop, a mis sur pied la formation de manager en commerce de détail avec diplôme fédéral. Lancée en avril 2012, cette formation a attiré en tout 23 participants, dont sept employés de Coop. Après une évaluation en ligne du candidat, des experts de la branche transmettent des contenus pratiques répartis en huit modules de base. La formation se poursuit avec le campus FCS, qui favorise la réflexion pluridisciplinaire: les participants peuvent alors mettre en pratique, à l'aide de business cases, les connaissances acquises lors des modules et s'entretenir avec des leaders d'opinion sur les défis actuels du commerce de détail. Une commission Retail composée d'experts de la branche, tous cadres supérieurs, a été mise sur pied pour garantir la qualité de la formation. Le président de la Direction générale de Coop, Joos Sutter, fait partie de cette commission. Coop fournit également l'un des enseignants.

Les journées des pools de talents: un stimulateur d'échanges et une source de motivation

Grâce au processus de gestion des talents, qui se déroule en cycle annuel, Coop entend garantir une formation continue systématique et transparente à tous ses collaborateurs et développer les potentiels. Les collaborateurs souhaitant devenir cadres sont affectés à différents pools de talents au sein desquels ils travaillent à leur programme de perfectionnement individuel. Les premières journées communes des pools de talents ont été organisées en 2012. À cette occasion, les futurs cadres ont pu s'entretenir avec la Direction générale de Coop ainsi qu'avec les responsables des Régions de vente Coop et des formats/Divisions Coop, dans le cadre d'un échange interdisciplinaire et interrégional. Ils ont également pu mettre en pratique, évaluer et analyser les compétences requises grâce à des

exercices de groupe. Les journées communes des pools de talents sont une importante source de motivation avant l'ascension professionnelle prévue.

Nombre record de participants à la réunion du management de Coop

Le 26 juin 2012, tous les cadres de Coop, soit quelque 3000 collaborateurs de la vente, de la production, de la logistique et des autres services centraux, se sont retrouvés à Berne. Cette réunion extraordinaire du management a été l'occasion pour la nouvelle Direction générale de se présenter et de rendre compte des instruments stratégiques de Coop. Elle constituait également la première journée du processus de fixation des objectifs de Coop. Répartis en 400 groupes de 8 personnes, les participants ont réfléchi une journée durant à l'objectif n° 5 de l'année 2013: «Nous enthousiasmons nos clients en leur offrant une valeur ajoutée.» Une réunion d'une telle ampleur est une première en Suisse. Jamais autant de cadres ne s'étaient rassemblés pour préparer ensemble leur avenir.

Partenariat social Coop

Les salaires augmentent bien que les prix baissent

La Direction générale de Coop a décidé en novembre 2012 d'augmenter les salaires des collaborateurs du groupe à partir de 2013, en consacrant au total 1,1 % de la masse salariale à cette mesure. Si l'enseigne parvient à relever ses salaires malgré la baisse persistante des prix, c'est parce qu'en tant que société coopérative, elle n'a de responsabilité à assumer qu'envers ses clients et ses collaborateurs. Cela signifie que les bénéfices peuvent être réinvestis intégralement dans l'entreprise, les assortiments, les baisses de prix et les augmentations de salaire. En 2013, tous les collaborateurs Coop assujettis à la convention collective de travail (CCT) et ceux des niveaux de management recevront, indépendamment de leur revenu, une augmentation de salaire de 0,6 %. En outre, 0,4 % de la masse salariale sera consacré aux augmentations de salaire individuelles. Coop utilisera le 0,1 % restant pour augmenter sensiblement les salaires de référence et le salaire minimum, qui seront portés à 3800 et 3900 francs respectivement. Cette augmentation de salaire est le résultat des négociations franches et constructives qui ont été menées entre Coop et les partenaires sociaux SEC Suisse, SYNA/OCST, Unia et l'Union des employés de Coop (UEC).

Prévoyance en faveur du personnel Coop

Contrôle de la stratégie de placement

Au cours de l'année sous revue, la CPV/CAP, la caisse de pension Coop, a contrôlé l'actuelle stratégie de placement. Ce sont la modification des bases techniques effectuée en 2012 et la situation difficile sur les marchés financiers qui ont donné lieu à ce contrôle. La CPV/CAP a commandé une étude sur la gestion des actifs et des passifs consistant en une analyse de la conformité de ses engagements et de son patrimoine. Cette étude a montré que la CPV/CAP était structurellement saine et que l'actuelle stratégie de placement répondait de manière optimale aux exigences posées. Cette dernière va donc être poursuivie sans changements significatifs. Le règlement d'assurance a également fait l'objet d'un examen portant sur d'éventuels assouplissements et individualisations. À l'issue d'une discussion approfondie et pour des raisons de complexité et de politique sociale, Coop a décidé de se tenir à la solution actuelle. En parallèle, elle s'est dite favorable au maintien du généreux régime de paiement des cotisations ($\frac{2}{3}$ à la charge de l'employeur, $\frac{1}{3}$ à celle de l'employé).

Une année réjouissante pour la CPV/CAP

Bien que les problèmes d'endettement public qui affectent différents pays ne soient toujours pas résolus et que la faiblesse des taux d'intérêt des caisses de pension reste préoccupante, 2012 a été une année réjouissante pour la CPV/CAP, qui affiche un rendement de 7,8 % et a vu passer son taux de couverture de 98,8 % à 104,6 %. Le taux de rémunération des capitaux de prévoyance fixé pour 2013 par le Conseil de fondation correspond au taux minimum fixé par le Conseil fédéral, soit 1,5 %. Les rentes n'augmenteront pas en 2013. Le nombre d'assurés actifs a diminué de 341 personnes par rapport à 2011 et s'établit à 35 946. Celui des retraités a en revanche augmenté, passant de 17 925 à 18 466 fin 2012.

Groupe Transgourmet

Fegro/Selgros Allemagne encourage la relève

Fegro/Selgros Allemagne investit beaucoup dans la promotion de la relève. L'entreprise offre des stages aux élèves et forme des employés de commerce de gros et de commerce extérieur, ainsi que des vendeurs. Afin d'assurer la relève dans le secteur de la boucherie, Fegro/Selgros Allemagne propose une formation ad hoc. Elle engage plus de la moitié de ses apprentis au terme de leur formation. Dans ses libres-services de gros, Fegro/Selgros Allemagne

pourvoit une grande partie des postes d'employés spécialisés et de cadres grâce à la relève interne. De plus, elle propose à tous les niveaux des formations continues organisées pour l'essentiel par son propre service d'évolution professionnelle du personnel. Extrêmement bas en comparaison nationale, le taux de fluctuation naturelle du personnel traduit la bonne ambiance qui règne dans l'entreprise.

Selgros Russie: des avantages très intéressants pour les collaborateurs

Le système de santé publique russe est largement insatisfaisant. Selgros Russie fournit donc à ses collaborateurs une assurance-maladie complémentaire qu'elle finance elle-même. Au cours de l'année sous revue, Selgros Russie a adopté un nouveau règlement sur la prévoyance sociale pour les collaborateurs, qui prévoit des prestations complémentaires telles que la prise en charge des frais de repas, des rabais au personnel et des contributions financières en cas de naissance, de mariage ou de décès.

Vaste campagne de formation chez Transgourmet France

Au cours de l'année sous revue, Transgourmet France a lancé sous le nom de VIA une importante campagne de formation dont l'objectif est de promouvoir les compétences-clés et l'autonomie sur le lieu de travail. Ce projet est destiné aux collaborateurs qui possèdent au plus un certificat d'aptitude professionnelle ou qui ont des difficultés à trouver un emploi et à le garder. En font notamment partie les débutants dans une profession, les personnes handicapées, les migrants dont les connaissances linguistiques sont insuffisantes, les chômeurs de longue durée et les jeunes ayant une formation scolaire médiocre. En 2012, 230 personnes ont déjà bénéficié d'une formation continue dans le cadre du projet VIA.

Gouvernement d'entreprise

Franchise et transparence: aperçu de la gestion d'entreprise

Le gouvernement d'entreprise est fondé sur la transparence et la franchise de la direction vis-à-vis de ses collaborateurs et du public. La structure de Coop est présentée dans les pages qui suivent.

En matière de gouvernement d'entreprise, Coop Société Coopérative revendique une conception fondée sur la franchise et la transparence, dans l'intérêt de ses membres, de ses clients, de ses collaborateurs et des autres interlocuteurs à qui elle a affaire. Dans ce domaine, elle s'inspire largement des directives de la Bourse suisse (SIX Swiss Exchange) relatives à la «corporate governance», même si celles-ci sont conçues pour les sociétés anonymes et les sociétés ayant émis des bons de participation ou de jouissance, et non pour les sociétés coopératives telles que Coop. La seule entreprise du groupe Coop dont les titres, en l'occurrence des droits de participation, sont cotés à la Bourse suisse SIX est Bell SA. Elle présente les données spécifiques au gouvernement d'entreprise dans son rapport annuel et sur son site Internet www.bell.ch.

Conseils régionaux

Voir articles 18–20 des statuts.

Coop se compose de six Régions (Suisse romande, Berne, Nord-Ouest de la Suisse, Suisse centrale-Zurich, Suisse orientale, qui inclut la Principauté du Liechtenstein, et Tessin), qui ont pour mission d'entretenir le contact avec ses membres et avec le public. Ces Régions n'ont pas de personnalité juridique propre, mais font néanmoins partie de la structure d'organisation coopérative de Coop. Dans chacune d'elles, les membres de la société coopérative élisent un Conseil régional, qui compte entre 60 et 120 membres (30 maximum toutefois pour le Tessin). Chaque Conseil régional élit en son sein un comité composé de 12 membres (Tessin: 6). Le comité se constitue lui-même et propose l'un de ses

membres à l'Assemblée des délégués en vue de son élection au Conseil d'administration; une fois élue, cette personne assumera la présidence à la fois du Conseil régional et de son comité. Les autres membres du Comité du Conseil régional représentent les membres de la Région à l'Assemblée des délégués de Coop.

Assemblée des délégués

Voir articles 21–26 des statuts.

L'Assemblée des délégués dispose des pouvoirs attribués par la loi à l'assemblée générale. Ses tâches lui sont conférées par les statuts. Elle a notamment la compétence de fixer les statuts, d'élire et de révoquer le Conseil d'administration et l'organe de révision, d'approuver le rapport de gestion, de donner décharge au Conseil d'administration et de dissoudre la société. Elle peut en outre statuer sur d'autres objets qui lui sont soumis par le Conseil d'administration. Le droit de vote à l'Assemblée des délégués est attribué sur la base du nombre de membres Coop recensés dans les Régions concernées.

Les statuts, ainsi que d'autres informations sur les organes de Coop, peuvent être consultés sur Internet.

📄 www.coop.ch/organisation

Structure du groupe

La structure du groupe apparaît dans la présentation du périmètre de consolidation, qui figure dans la partie consacrée aux comptes annuels consolidés (pages 94 à 96). Les modifications intervenues dans celui-ci sont présentées à la page 80.

Il n'existe pas de participations croisées.

Structure du capital

La structure du capital ressort du bilan consolidé (page 75) et de l'annexe aux comptes annuels consolidés (pages 78 à 96).

Conseil d'administration

Voir Conseil d'administration et structures de direction page 53.

Conformément aux statuts, le Conseil d'administration se compose des six représentants désignés par les Régions ainsi que de cinq autres membres au maximum – dont un représentant pour la Suisse romande et un représentant pour le personnel. Ses membres sont élus par l'Assemblée des délégués sur proposition du Conseil d'administration. Ils sont actuellement au nombre de dix (six plus quatre). À l'exception du représentant du personnel, les administrateurs ne peuvent pas être employés chez Coop ou dans une entreprise dont elle a le contrôle économique (stricte séparation des pouvoirs).

Le 31 décembre 2012, le Conseil d'administration se composait des personnes suivantes:

Hansueli Loosli

Né en 1955, de nationalité suisse

Expert diplômé en finance et controlling

Président du Conseil d'administration

Mandats d'administrateur:

- Coop Immobiliens AG, Berne (président)
- Bell SA, Bâle (président)
- Swisscom SA, Ittigen (président)
- Transgourmet Holding AG, Bâle (président)
- Coop Mineraloel AG, Allschwil (président)

Autres fonctions et mandats:

- Comité directeur d'économiesuisse

Peter Eisenhut

Né en 1955, de nationalité suisse

Lic. ès sc. économiques de l'Université de St-Gall

Associé gérant de la société Ecopol AG, Reute

Mandats d'administrateur:

- Ecopol AG, Reute (président)
- Coop Immobiliens AG, Berne
- Sântis-Schwebebahn AG, Schwägalp
- Rofima Holding AG, Horn

Autres fonctions et mandats:

- Chargé de cours à l'Executive School de l'Université de St-Gall
- Président de la société d'encouragement et membre du comité directeur de l'Institut suisse pour les PME de l'Université de St-Gall
- Comité du Secours d'hiver Appenzell Rhodes-Extérieures

Michela Ferrari-Testa

Née en 1963, de nationalité suisse

Avocate et notaire

Mandats d'administrateur:

- Coop Immobiliens AG, Berne
- 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

Autres fonctions et mandats:

- Conseil de fondation de la Fondation Sana

Hans-Jürg Käser

Né en 1956, de nationalité suisse

Responsable du Pool des auxiliaires de transport

Représentant du personnel au Conseil d'administration

Mandats d'administrateur:

- Coop Immobiliens AG, Berne

Autres fonctions et mandats:

- Groupe Unia Coop
- Union des employés de Coop (président)

Irene Kaufmann-Brändli

Née en 1955, de nationalité suisse

Dr ès sc. économiques

Vice-présidente du Conseil d'administration

Mandats d'administrateur:

- Coop Immobiliens AG, Berne
- Banque Coop SA, Bâle
- Bell SA, Bâle
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Parrainage Coop pour les régions de montagne, société coopérative, Bâle

– Ing. Dipl. Fust SA, Oberbüren

– Haute école d'économie de Zurich SA, Zurich

– Transgourmet Holding AG, Bâle

Autres fonctions et mandats:

- Conseil de fondation de la CPV/CAP, caisse de pension Coop
- Conseil de fondation de l'ETH Zürich Foundation
- Conseil de fondation des Écoles Juventus de Zurich (présidente)

Beth Krasna

Née en 1953, double nationalité suisse et américaine
Ing. chim. dipl. EPFZ, MBA Sloan School at MIT,
Cambridge, États-Unis
Mandats d'administrateur:
– Coop Immobilien AG, Berne
– Banque Cantonale Vaudoise, Lausanne
– BG Bonnard & Gardel Holding SA, Lausanne
– Raymond Weil SA, Grand-Lancy
Autres fonctions et mandats:
– Membre du Conseil des EPF
– Conseil de fondation de la Fondation en faveur de l'art
chorégraphique, Lausanne (présidente)
– Conseil de fondation de la Fondation des amis du Prix de
Lausanne, Lausanne (présidente)
– Conseil stratégique pour le développement économique
du canton de Genève
– Académie suisse des sciences techniques
– CTI Certification Board

Roman Kuhn

Né en 1955, de nationalité suisse
Executive MBA de l'Université de Zurich
Membre du Directoire de la Banque cantonale d'Argovie
Mandats d'administrateur:
– Coop Immobilien AG, Berne
– Circus Monti AG, Wohlen
Autres fonctions et mandats:
– Comité de direction de la Swiss Finance Institute Alumni
Association
– Comité de direction de la fondation Offene Hand
«Swisshand»
– Comité de direction de la société des Amis du château de
Hallwyl

Lillia Rebsamen-Sala

Née en 1953, de nationalité suisse
Femme d'affaires
Mandats d'administrateur:
– Coop Immobilien AG, Berne
– Rebsamen Technocasa AG, Lucerne

Bernard Rüeger

Né en 1958, de nationalité suisse
Diplômé en gestion d'entreprise, Lausanne
Président de Rüeger SA, Crissier
Mandats d'administrateur:
– Coop Immobilien AG, Berne
– Rüeger Holding SA, Paudex (président)
– Alpsens Technologies SA, Crissier (président)
– Plumettaz Holding SA, Bex
– Plumettaz SA, Bex
– Socorex Isba SA, Ecublens
– Lyncée Tec SA, Ecublens
– Lienhard Office Group AG, Degersheim
– Initiative Capital Romandie SA, Lausanne
– Autres fonctions et mandats: Chambre vaudoise du
commerce et de l'industrie (président)
– Comité directeur et président de la commission
Économie extérieure d'économiesuisse
– Conseil de fondation de la Fondation de Beaulieu,
Lausanne
– Conseil de fondation de l'Office de promotion des
industries et des technologies, Genève

Giusep Valaulta

Né en 1951, de nationalité suisse
Lic. en droit
Conseiller scientifique au SECO
Mandats d'administrateur:
– Coop Immobilien AG, Berne

Élection du Conseil d'administration et durée du mandat

Le Conseil d'administration est élu par l'Assemblée des délégués conformément aux principes énoncés à l'art. 27 des statuts. La durée du mandat, identique pour tous les membres, est de quatre ans. La période administrative en cours prendra fin au printemps 2013. Les statuts limitent la durée totale des mandats à 20 ans et fixent une limite d'âge (fin de l'année du 65^e anniversaire).

Organisation interne

Le Conseil d'administration se constitue lui-même en désignant en son sein un président et un vice-président. Les membres assument leurs obligations à responsabilités égales.

Mode de fonctionnement du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration siège au moins quatre fois par an et aussi souvent que les circonstances l'exigent. Il a tenu en 2012 sept réunions d'une demi-journée à une journée entière. Le président, le vice-président et éventuellement les autres membres de la Direction générale prennent généralement part avec voix consultative aux séances du Conseil d'administration (ordre du jour complet pour le président et le vice-président). Le Conseil d'administration est habilité à prendre des décisions lorsque la majorité de ses membres est présente. Pour être valable, une décision doit recueillir la majorité des voix exprimées. En cas d'égalité des voix, la voix du président du Conseil d'administration est prépondérante.

Comité de contrôle

Le Conseil d'administration s'est adjoint le soutien d'un comité de contrôle qu'il a constitué en son sein. Ce dernier le soutient et le conseille dans le cadre de la présentation des comptes et de la rédaction de comptes-rendus, des activités des organes de révision interne et externe, du système de contrôle interne (IKS) et de la gestion des risques (compliance comprise). Ses membres sont Irene Kaufmann (présidente), Hansueli Loosli et Beth Krasna. Le comité de contrôle tient chaque année au moins trois réunions, qui durent en général une demi-journée. Le président de la Direction générale,

le chef de la Direction Finances/Services et le responsable de la Révision interne prennent part avec voix consultative aux séances du comité de contrôle. Les réviseurs externes sont également conviés aux séances en fonction des points à l'ordre du jour. La Révision interne est subordonnée au président du comité de contrôle.

Répartition des compétences

Le Conseil d'administration assume la haute direction de Coop (direction stratégique) et la surveillance de la gestion des affaires. Ses tâches et attributions, décrites à l'article 29 des statuts, correspondent aux dispositions, plus strictes que celles relatives à la société coopérative, qui régissent la société anonyme (art. 716 a CO). Un règlement d'organisation édicté par le Conseil d'administration répartit les compétences entre le Conseil d'administration et la Direction générale dans les domaines essentiels tels que finances, stratégies d'entreprise, ressources humaines et organisation. Les attributions opérationnelles des différents niveaux hiérarchiques sont détaillées dans un règlement des compétences édicté par la Direction générale.

Instruments d'information et de contrôle pour la Direction générale

La Direction générale remet chaque mois au Conseil d'administration un rapport écrit, chiffres-clés et informations importantes à l'appui, sur la marche des affaires dans tous les domaines d'activité de l'entreprise. Le Conseil d'administration reçoit en outre des rapports et boucllements quadrimestriels écrits, qui sont présentés et discutés lors des séances. Le président du Conseil d'administration prend régulièrement part aux séances de la Direction générale. Coop connaît un processus de planification et de fixation des objectifs très élaboré et bien rodé, qui inclut un reporting adressé régulièrement au Conseil d'administration et qui s'appuie notamment sur le système du Balanced Scorecard. Coop a en outre mis en place une gestion systématique des risques et un système de contrôle interne.

Instruments d'information et de contrôle pour l'organe de révision

L'organe de révision étant investi du mandat pour une durée limitée à un an, sa réélection est soumise chaque année à l'Assemblée des délégués. Le président et les membres du Conseil d'administration entretiennent, en collaboration avec le président de la Direction générale et avec le chef de la Direction Finances/Services, un contact régulier avec l'organe de révision, notamment pour discuter des résultats

des vérifications des comptes. En outre, le travail de révision et l'indépendance de l'organe sont évalués chaque année.

Direction générale

Voir les structures de direction et de management pages 53–56.

La Direction générale est l'organe exécutif chargé par le Conseil d'administration de la gestion des affaires de la société (direction opérationnelle). Elle agit sous sa propre responsabilité, ses tâches et compétences étant définies par le Conseil d'administration dans le cadre du règlement d'organisation. Elle a à sa tête un président (CEO), qui a le pouvoir de donner des instructions aux autres membres de la Direction générale.

Le 31 mars 2012, Jürg Peritz, chef de la Direction Marketing/Achats et vice-président de la Direction générale de Coop, a pris une retraite bien méritée au terme de 22 ans d'activité chez Coop, dont il a été membre de la Direction générale (et en dernier lieu vice-président) pendant huit ans.

La Direction Marketing/Achats et la vice-présidence de la Direction générale ont été confiées le 1^{er} avril 2012 à Philipp Wyss, membre de la Direction générale depuis 2009 et chef de la Direction Retail jusqu'à la fin du mois d'août 2011.

Depuis le 1^{er} juin 2012, la Direction générale a un nouveau membre et la Direction Finances/Services un nouveau chef en la personne de Reto Conrad. La Direction Finances/Services était dirigée ad interim par Joos Sutter, président de la Direction générale, depuis septembre 2011. Reto Conrad était auparavant directeur financier du groupe Emmi et possède une longue expérience aux niveaux tant national qu'international.

Le 31 décembre 2012, la Direction générale se composait des personnes suivantes:

Joos Sutter

Né en 1964, de nationalité suisse
Lic. ès sc. écon. de l'Université de Saint-Gall, expert-comptable dipl. féd.
Président de la Direction générale
Chef de la Direction Retail
Mandats d'administrateur:
– Coop ITS-Travel AG, Freienbach (président)
– Coopernic SCRL, B-Bruxelles
– Transgourmet Holding AG, Bâle
– Palink UAB, Lituanie/Palink SIA, Lettonie

Jean-Marc Chapuis

Né en 1954, de nationalité suisse

Lic. ès sciences économiques et sociales

Chef de la Direction Immobilier

Mandats d'administrateur:

- BG Rosengarten Solothurn AG, Soleure (président)
- Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (président)

Reto Conrad

Né en 1966, de nationalité suisse

Lic. ès sc. écon. de l'Université de Saint-Gall, expert-comptable dipl.

Chef de la Direction Finances/Services

Mandats d'administrateur:

- Coop Vitality SA, Berne
- Société coopérative Centre de formation du Léman, Jongny
- Centre de formation Coop, MuttENZ

Leo Ebnetter

Né en 1954, de nationalité suisse

Employé de commerce

Chef de la Direction Logistique

Mandats d'administrateur:

- Railcare AG, Härkingen (président)
- Kühlhaus Neuhaus AG, Gossau
- Bell SA, Bâle

Daniel Stucker

Né en 1964, de nationalité suisse

Ing. dipl. en informatique de gestion, Executive MBA

Chef de la Direction Trading

Mandats d'administrateur:

- Coop Vitality SA, Berne (président)
- Ing. Dipl. Fust SA, Oberbüren (président)
- The Body Shop Switzerland AG, Uster (président)
- Service 7000 AG, Netstal

Philipp Wyss

Né en 1966, de nationalité suisse

Employé de commerce

Vice-président de la Direction générale

Chef de la Direction Marketing/Achats

Mandats d'administrateur:

- Betty Bossi AG, Zurich
- Coopernic SCRL, B-Bruxelles
- Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (président)
- Eurobuy GmbH, D-Cologne
- GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing, Zurich
- Hilcona AG, FL-Schaan
- Palink UAB, Lituanie/Palink SIA, Lettonie
- Fondation bioRe, Rotkreuz
- Transgourmet Holding AG, Bâle
- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (président)
- Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (président)

Contrats de management

Les membres de la Direction générale n'assument aucune fonction de management opérationnel dans des sociétés extérieures au périmètre de consolidation.

Indemnités

Les indemnités versées pour les activités exercées par le Conseil d'administration de Coop ont totalisé 1,4 million de francs en 2012 (année précédente: 1,3 million de francs). Les salaires bruts versés à la Direction générale ont totalisé 3,3 millions de francs en 2012 pour 5,8 unités de personnel (année précédente: 4,3 millions de francs pour sept membres). Les membres de la Direction générale reçoivent par ailleurs une prime liée aux résultats limitée à 20 % du salaire brut au maximum. Les honoraires fixes versés pour les activités exercées par les membres de la Direction générale dans les filiales et sociétés tierces reviennent à Coop. Il n'existe pas de dispositions spéciales en matière de caisse de pension pour le président ou la vice-présidente du Conseil d'administration, ni pour les membres de la Direction générale.

Droits de participation

Les droits de participation sont définis dans les statuts de Coop.

Organe de révision**Durée du mandat de révision et durée de la fonction du réviseur responsable**

Depuis 1994, le mandat de révision est exercé pour Coop par PricewaterhouseCoopers (PwC). Le réviseur responsable, M. Daniel Suter, a pris ses fonctions en 2010.

Honoraires des réviseurs

Les honoraires de révision suivants ont été facturés pour les prestations fournies en 2012:

Prestations de révision: 3,2 millions de francs;
autres prestations: 0,4 million de francs.

Les prestations de révision comprennent les travaux de vérification des comptes consolidés que la société de révision effectue chaque année pour pouvoir se prononcer sur leur conformité, ainsi que les rapports relatifs aux comptes annuels exigés sur le plan local par les statuts. L'organe de révision fournit également d'autres prestations, notamment la vérification de transactions ponctuelles.

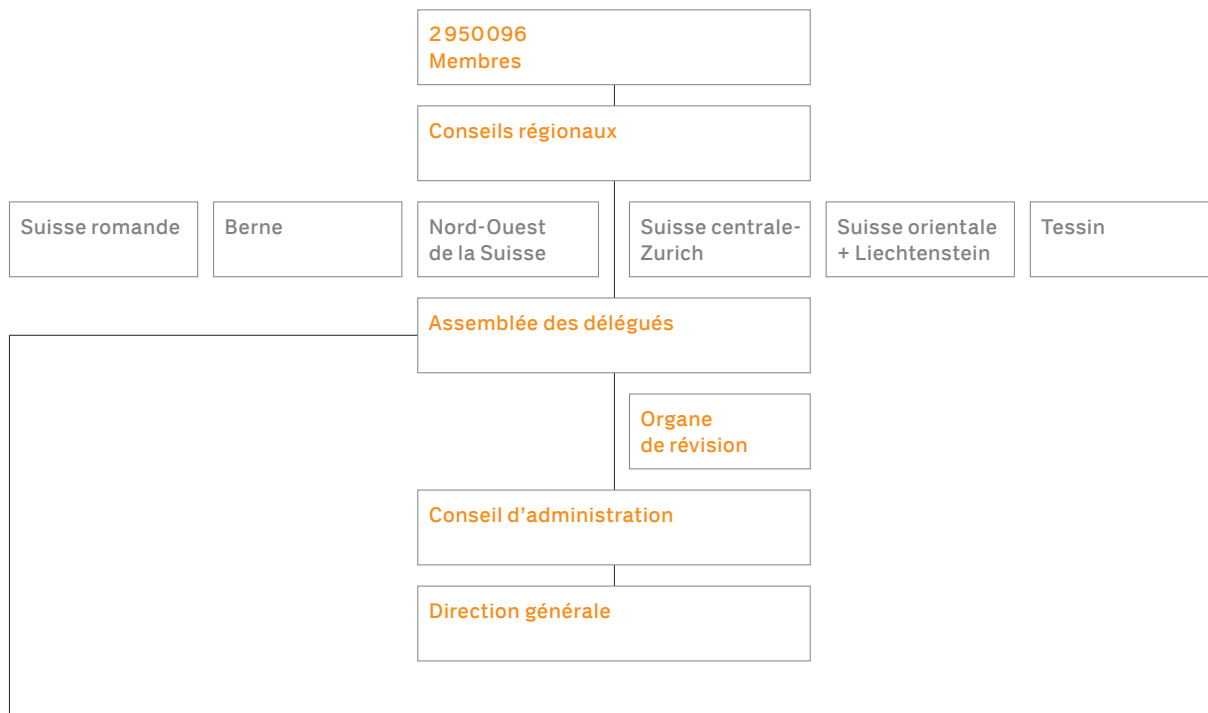
Politique d'information

Coop Société Coopérative communique avec ses membres par l'intermédiaire de la presse Coop, qui paraît chaque semaine en trois langues, et de son site Internet. Le rapport de gestion du groupe est publié sur Internet, où il peut être téléchargé. Une version papier est disponible sur simple demande. L'Assemblée des délégués a lieu chaque année au printemps et à l'automne. Elle est l'occasion de faire le point sur la marche des affaires et d'approfondir des sujets d'actualité. Les délégués reçoivent le rapport de gestion en même temps que l'invitation à l'Assemblée des délégués de printemps. Ils sont également tenus au courant de la marche des affaires par un rapport quadrimestriel écrit. Le chiffre d'affaires de l'année précédente est communiqué au public à chaque début d'année, et la conférence de presse sur le bilan a lieu au mois de février. Les événements importants font l'objet par ailleurs de communiqués de presse tout au long de l'année.

 www.coop.ch/rapport

Organes et assemblée des délégués

Au 31 décembre 2012



Les membres des Comités des Conseils régionaux forment l'Assemblée des délégués de Coop

Région Suisse romande

Monika Dash
Nicole Hosseini
Christine Pasche
Jacques Robert
Eric Santschy
Pierre Tissot
Georges-Edouard Vacher
Christian Volken

Région Nord-Ouest de la Suisse

Evelyn Borer
Therese Ischi
Peter Jossi
Pascal Konrad
Luciana Maggetti
Sibylle Miescher
Verena Reber
Heidi Straumann
Charles Suter
Peter Villiger
Jörg Vitelli

Région Suisse orientale + Liechtenstein

Stefan Baumberger
Maria Bieri
Suzanne Blaser
Christa Flückiger
Michael Fuhrer
Roberto Godenzi
Josef Hemmi
Leonardo Longaretti
Tarzis Meyerhans
Gerhard Riediker
Gabi Senn

Région Berne

Hans-Rudolf Blatter
Chantal Gagnebin
Sandra Ghisoni Schenk
Manfred Jakob
Jürg Kradolfer
Felix Truffer
Bruno Wasserfallen
Annette Wisler Albrecht
Pierrette Zumwald

Région Suisse centrale-Zurich

Hans Aepli
Silvia Banfi Frost
Beatrice Bertschinger
Renato Blum
Markus Eugster
Kurt Feubli
Ronald Hauser
Willy Rüegg
Otto Rütter
Alex Rutz
Liliane Waldner

Région Tessin

Mauro Bazzi
Carlo Crivelli
Lucia Gianoli
Marco Lucchini
Gabriella Rossetti

Conseil d'administration et structures de direction

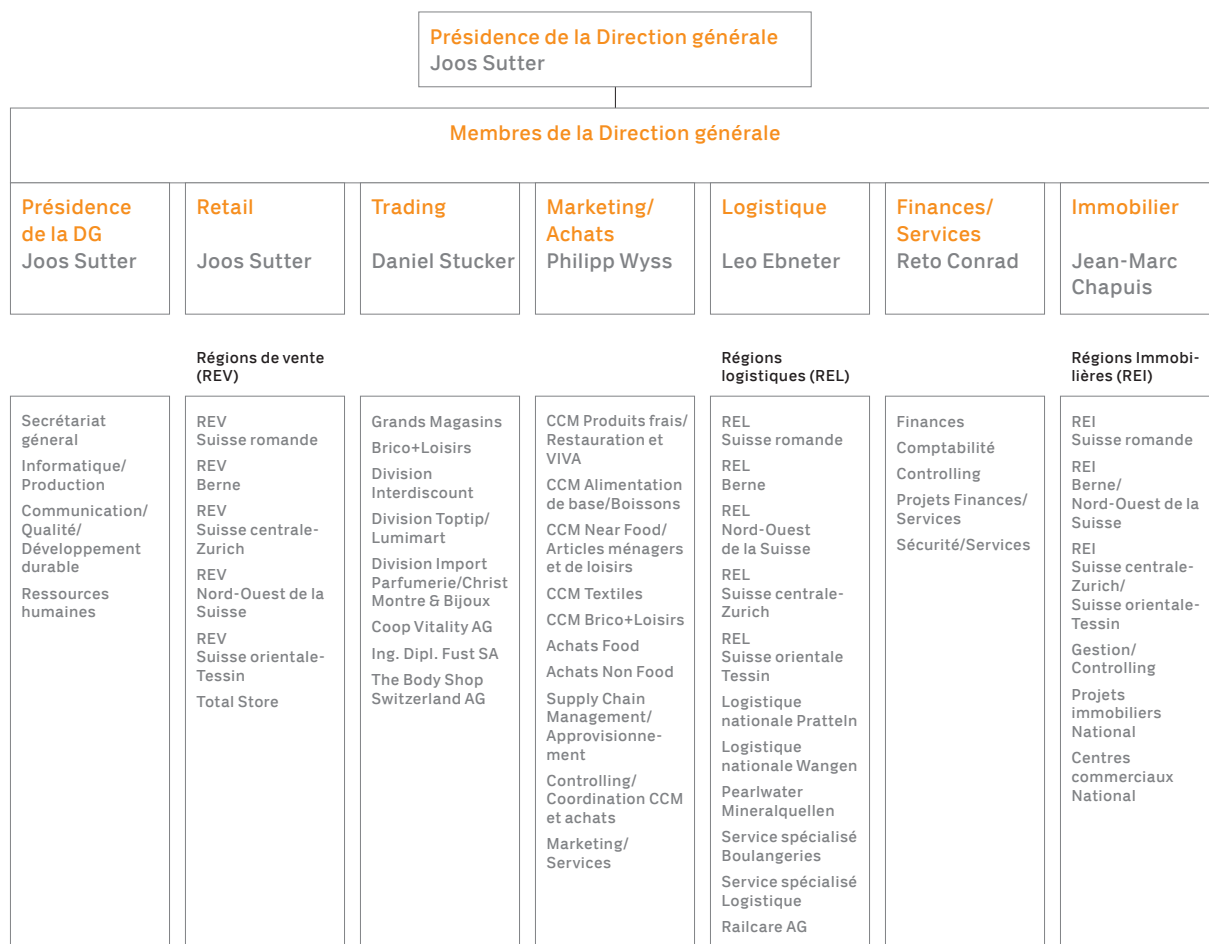
Au 31 décembre 2012

Conseil d'administration Peter Eisenhut
Irene Kaufmann (vice-présidente)
Hansulei Loosli (président)
Giusep Valaulita

Michela Ferrari-Testa
Beth Krasna
Lillia Rebsamen-Sala

Hans-Jürg Käser
Roman Kuhn
Bernard Rüeeger

Révision interne Heinrich Stamm, responsable de la Révision interne



Management

Au 1^{er} mars 2013

Direction générale (DG)

Joos Sutter, président de la DG
Jean-Marc Chapuis, chef de la Direction Immobilier
Reto Conrad, chef de la Direction Finances/Services
Leo Ebner, chef de la Direction Logistique
Daniel Stucker, chef de la Direction Trading
Philipp Wyss, chef de la Direction Marketing/Achats

Présidence de la Direction générale

Joos Sutter, président de la DG
Nadine Gembler, responsable nationale des Ressources humaines
August Harder, responsable de l'Informatique/Production
Alfred Hubler, responsable du Secrétariat général
Jörg Ledermann, responsable de la Communication/Qualité/
Développement durable

Marc Haubensak, responsable de BâleHotels
Romeo Sciaranetti, responsable des Divisions Swissmill/
Pasta Gala
Anton von Weissenfluh, responsable de la Division Chocolats Halba

Direction Retail

Joos Sutter, chef de la Direction Retail
Livio Bontognali, directeur de la Région de vente OT
Ivo Dietsche, directeur de la Région de vente NW
Sissigno Murgia, directeur de la Région de vente SR
Peter Schmid, directeur de la Région de vente BE
Roger Vogt, directeur de la Région de vente ZZ
Herbert Zaugg, responsable de Total Store

Région de vente Suisse romande (SR)

Sissigno Murgia, directeur de la Région de vente SR
Patrick Angéloz, chef de vente 2
Stéphane Bossel, responsable de la Gestion/Controlling
Jean-Claude Chapuisat, responsable des Ressources humaines
Bertrand Pasteur, chef de vente 4
Matthieu Scellier, chef de vente 1
Franck Truchot, chef de vente 5
Laurent Voelin, chef de vente 3

Région de vente Berne (BE)

Peter Schmid, directeur de la Région de vente BE
Stefano Alberucci, chef de vente 2
Rico Bossi, chef de vente 1
Bernhard Friedli, responsable de la Gestion/Controlling
Marcel Maurer, chef de vente 3
Peter Neuenschwander, chef de vente 4
Bruno Piller, responsable des Ressources humaines

Région de vente Nord-Ouest de la Suisse (NW)

Ivo Dietsche, directeur de la région de vente NW
Angelo Durante, responsable de la Gestion/Controlling
Rolf Gurtner, chef de vente 4
Yvonne Müller, chef de vente 5
Georg Schneeberger, chef de vente 1
Stefan Tschumi, responsable des Ressources humaines
Yves Vogt, chef de vente 3

Région de vente Suisse centrale-Zurich (ZZ)

Roger Vogt, directeur de la Région de vente ZZ
André Aerne, chef de vente 3
Markus Ingold, chef de vente 4
Herbert Müller, chef de vente 1
Luc Pillard, responsable des Ressources humaines
Jean-Claude Prosdromo, chef de vente 5
Stefan Regez, responsable de la Gestion/Controlling

Région de vente Suisse orientale-Tessin (OT)

Livio Bontognali, directeur de la Région de vente OT
Mario Colatrella, chef de vente 1
René Dörig, chef de vente 3
Shenasi Haziri, chef de vente 4
Christine Noichl, responsable des Ressources humaines
Flurin Schocher, chef de vente 5
Dominique Vela, responsable de la Gestion/Controlling

Direction Trading

Daniel Stucker, chef de la Direction Trading
Jürg Berger, responsable du Total Store/Développement des PdV
Andreas Frischknecht, responsable de la Division
Import Parfumerie/Christ Montres & Bijoux
Urs Jordi, responsable des Coop City
Erich Mäder, responsable des Brico+Loisirs
Markus Schärer, responsable de la Gestion/Controlling
Oliver Roth, responsable de la Division Toptip/Lumimart
Martin von Bertrab, responsable des Ressources humaines
Pierre Wenger, responsable de la Division Interdiscount

Coop City

Urs Jordi, responsable des Coop City
Jürg Birkenmeier, responsable de la Vente Région Centre
Michel Produit, responsable de la Vente Région Ouest
Bruno Veit, responsable de la Vente Région Est

Interdiscount

Pierre Wenger, responsable de la Division Interdiscount
Vito Armetta, responsable de la Vente
Constantin Hilt, responsable de la Logistique/Informatique/
Services/Online
Peter Späni, responsable du Category Management/
Achats Interdiscount

Direction Marketing/Achats

Philipp Wyss, chef de la Direction Marketing/Achats
Thomas Schwetje, responsable du Marketing/Services
Daniel Vonach, responsable du Controlling/Coordination CCM et achats

Benedikt Pachlatko, responsable des Coopérations/
Service des consommateurs

Helmut Träris-Stark, responsable de la Promotion des ventes/
Coordination Presse Coop/Projets

CCM Produits frais/Restauration et VIVA

Roland Frefel, responsable de la CCM Produits frais/
Restauration et VIVA

Silvio Baselgia, CCM Produits convenance frais et surgelés
Marie-Claire Chepca Cordier, CCM Produits laitiers/Œufs/Glaces
Marc Muntwyler, CCM Viande
Mirko Schwarz, Restauration
Pascal Seiler, CCM Poisson
Lukas Simmen Casanova, CCM Pain/Produits de boulangerie
Christoph Widmer, CCM Fruits et légumes

CCM Alimentation de base/Boissons

Philipp Schenker, resp. de la CCM Alimentation de base/Boissons
Sylvia Berger, CCM Vins/Vins mousseux
Marco Bertoli, CCM Petit-déjeuner/Féculeux/Aides à la pâtisserie/
Animalerie
Pia Bracher, CCM Biscuits et confiseries/Snacks salés
Markus Heiniger, CCM Boissons rafraîchissantes/Spiritueux/
Articles pour fumeurs

Pius Buchmann, responsable de la Vente directe de vin

CCM Near Food/Articles ménagers et de loisirs

Regina Diethalm, resp. de la CCM Near Food/Articles ménagers et de loisirs
Olivier Compagnon, CCM Lessives et produits d'entretien/Hygiène
Kerstin Czermak, CCM Parfumerie/Soins du corps/Vita Shop
Simone Gössling, CCM Papeterie/Presse/Articles de voyage
Daniel Walker, CCM Cuisine/Electroménager/
Electronique grand public/E-communication

CCM Textiles

Gerhard Beutler, responsable de la CCM Textiles
Manuel Gonzalez, CCM Accessoires/Montres/Bijoux/Chaussures/
Maroquinerie/Collants et chaussettes
Beatrix Kessler, CCM Arts de la table/Habitat/Articles festifs
Oliver Krüsi, CCM Confection enfant/Articles pour bébés/Jouets
Michael Lim, CCM Confection et sous-vêtements homme/
Loisirs/Sport
Fabienne Schwarber, CCM Confection et sous-vêtements femme

CCM Brico+Loisirs

Christoph Theler, responsable de la CCM Brico+Loisirs
Bruno Habberthür, CCM Construction/Sanitaire
Rainer Pietrek, CCM Plantes
Walter Studer, CCM Jardinerie
Joe Wyss, CCM Habitat/Loisirs

Achats Food

Christian Guggisberg, responsable des Achats Food
Philipp Allemann, Pool d'achat (PA) Viande/Volaille/Poisson/
Produits convenance
Michael Sieber, PA Alimentation de base/Boissons
Christian Sohm, PA Fruits/Légumes/Fleurs/Plantes
Peter Zürcher, PA Pain/Produits laitiers/Fromage/
Produits surgelés

Tammo Hintz, responsable d'Eurogroup S.A.

Achats Non Food

Peter Hauser, responsable des Achats Non Food
Emanuel Büchlin, PA Habillement/Accessoires
Stefan Mundwiler, PA Brico+Loisirs
Olivier Schwegler, PA Near Food
Michael Susta, PA Articles ménagers et de loisirs

Supply Chain Management/Approvisionnement

Mauro Manacchini, responsable du Supply Chain Management/
Approvisionnement
Markus Schmid, Pool d'approvisionnement Food/Non Food

Direction Logistique

Leo Ebnetter, chef de la Direction Logistique
Daniel Hintermann, responsable de la Région NW
Sébastien Jacquet, responsable de la Région SR
Domenico Repetto, responsable de la Région BE
Daniel Woodtli, responsable de la Logistique nationale Pratteln
Beat Zaugg, responsable de la Logistique nationale Wangen
Josef Zettel, responsable de la Région ZZ

Lorenzo Pelucchi, responsable de la Division Sunray

Direction Finances/Services

Reto Conrad, chef de la Direction Finances/Services
Hansjörg Klossner, responsable de la Comptabilité
Beat Leuthardt, responsable des Finances
Stephan Rupprecht, responsable des Projets Finances/Services
Adrian Werren, responsable du Controlling

Direction Immobilier

Jean-Marc Chapuis, chef de la Direction Immobilier
Heinrich Beer, responsable des Projets immobiliers nationaux
Stefano Donzelli, responsable de la Gestion/Controlling
Nicolas Kirsch, responsable de la Région immobilière SR
Victor Manuel Martinez, responsable de Région immobilière BE/NW
Philippe Sublet, responsable national des centres commerciaux
Fritz Ulmann, responsable de la Région immobilière ZZ/OT

Filiales

Marcel Baillods, directeur de Tropenhaus Frutigen
Angelika Lanen, présidente de la Direction générale
de The Body Shop Switzerland AG

Walter Lüthi, directeur de Betty Bossi AG

Pius Marti, directeur de Tropenhaus Wolhusen AG

Doris Schwizer, présidente de la Direction générale
de Coop Vitality AG

Philipp Wegmüller, président de la Direction générale
de Railcare AG

Ing. Dipl. Fust SA

Thomas Giger, président de la Direction générale,
responsable des ventes Commerce de détail

Silvio Cioffi, responsable du secteur Novacasa

Giovanni De Mieri, responsable du secteur Multimédia

Markus Gauch, responsable du secteur Technique

Marc Haselbach, responsable du secteur Électroménager

Manfred Spiller, responsable du secteur Cuisine/Salle de bains

Rolf Wilhelm, responsable du secteur Finances & Services

Coop Mineraloel AG

Roger Oser, président de la Direction générale,
responsable de la Technique & Services

Andreas Parpart, responsable du Marketing & Achats

Oliver Reichert, responsable de la Distribution &
Approvisionnement

Marc Salathe, responsable des Finances & Informatique

Groupe Transgourmet

Prodega/Growa/Howeg

Daniel Böhny, directeur

Philipp Dautzenberg, directeur

Gregor Bärtschi, responsable de la Construction

Walter Fankhauser, responsable de la Distribution et des Ventes

Frank Furrer, responsable des Achats stratégiques, du Marketing
et du Category Management libre-service de gros

Erich Joss, responsable des Ressources humaines

Benjamin Jtten, responsable Marketing/Services

Ueli Niederer, responsable de la Logistique

Andrea Pellizzari, responsable des Finances/Controlling

Claude Schnider, responsable de l'Informatique

Martin Wullschleger, responsable du Category Management
et du Marketing livraisons en gros

Rewe-Foodservice

Frank Seipelt, porte-parole de la Direction/Distribution,
Category Management

Thomas Wallrabenstein, directeur/Administration, Logistique

Transgourmet France

Jean-Christophe Adouritz, président de la Direction générale

Edith Hertz, responsable des Finances/Controlling

Loïc Leguillet, responsable des Ressources humaines

Serge Rey, responsable de la Technique & Logistique

Groupe Fegro/Selgros

John Matthew, président de la Direction générale

Fegro/Selgros Allemagne

John Matthew, président de la Direction générale

Xavier Buro, directeur/Finances et Controlling

Holger Penndorf, directeur/Distribution, Achats,
Category management & Marketing

Holger Schmied, directeur/Informatique, Organisation,
Technique & Achats de matériaux

Selgros Pologne

Alexander Orłowski, président de la Direction générale

Piotr Kolodziejczak, directeur/Administration

Piotr Skłodowski, directeur/Achats, Category management &
Marketing

Selgros Roumanie

Edith Lenga-Balk, présidente de la Direction générale

Alexandru Vlad, directeur/Administration & Expansion

Selgros Russie

Uwe Rößler, président de la Direction générale

Patricia Rüster, directrice/Achats, Category management &
Marketing

Przemyslaw Switakowski, directeur/Administration

Groupe Bell

Bell AG

Lorenz Wyss, président de la Direction du groupe, CEO

Martin Gysin, vice-président de la Direction du groupe, CFO

Direction générale Bell Schweiz AG

Lorenz Wyss, président de la Direction générale

Markus Bänziger, responsable du secteur Charcuterie,
responsable du secteur Seafood/Logistique a. i.

Josef Dähler, responsable du secteur Viande fraîche

Martin Gysin, responsable des Finances/Services

Christine Schlatter, responsable du secteur Volaille

Direction Bell Allemagne GmbH & Co. KG

Christian Schröder, président de la Direction générale,
responsable de la Distribution/Marketing

Jürgen Emtmann, responsable des Finances/Services

Markus von der Pütten, responsable de la Production/Technique

Bell Europe de l'Est/Benelux

Eugeniusz Philip, président de la Direction générale
de Bell Polska Sp. z o.o.

Jens Günter Hillebrand, président de la Direction générale
de ZIMBO Perbál Húsipari Termelő Kft.

Petr Poskočil, directeur de ZIMBO Czechia s.r.o.

Steven Van Parijs, président de la Direction générale
de Bell Benelux Holding N.V.

Bell France

Philippe Polette, président de la Direction générale
de Salaison Polette & Cie SAS

58 Rapport de situation du groupe Coop

62 Le groupe Coop en chiffres

- 62 Chiffre d'affaires total
- 64 Compte de résultat par secteur
(non consolidé)
- 65 Points de vente commerce de détail /
Marchés CC libre-service en gros
- 66 Filiales/Divisions/Crédits bancaires
- 67 Investissements
- 68 Compte de la valeur ajoutée
- 69 Personnel
- 73 Evolution du groupe Coop

**74 Comptes annuels consolidés
du groupe Coop**

- 74 Compte de résultat consolidé
- 75 Bilan consolidé
- 76 Tableau de flux de trésorerie consolidé
- 77 Situation des fonds propres
- 78 Annexe aux comptes annuels consolidés
- 97 Rapport de l'organe de révision

98 Glossaire partie financière

Tous les chiffres sont arrondis individuellement

Vous trouverez d'autres chiffres-clés dans
le **Rapport sur le développement durable**
du groupe Coop.

Rapport de situation du groupe Coop

Vue d'ensemble du groupe Coop

Le groupe Coop opère dans les domaines d'activité du commerce de détail, du commerce de gros et de la production. Le commerce de détail regroupe les points de vente Coop et d'autres formats, auxquels s'ajoutent les filiales. Le commerce de gros relève du groupe Transgourmet et la production rassemble les entreprises de production du groupe Bell et celles de Coop.

Malgré la forte baisse des prix, qui atteint 8,2% dans certains formats, et la vive concurrence qui règne en Suisse et à l'étranger, le groupe Coop a réalisé un chiffre d'affaires global qui peut être qualifié de réjouissant: 27,8 milliards de CHF (+0,3%). Il a ainsi terminé l'année 2012 sur une progression de 1,5% en termes réels et confirmé sa position de première entreprise du commerce de détail de Suisse.

Commerce de détail

Le chiffre d'affaires de détail du groupe Coop s'est accru de 0,5% en termes nominaux et de 1,7% en termes réels, pour atteindre 18,5 milliards de CHF. Compte tenu de la baisse de 1,2% des prix sur l'ensemble de l'assortiment alimentaire et non alimentaire, ce résultat peut être considéré comme positif. Hors stations-service, carburants et mazout, la baisse du niveau des prix s'inscrit à 1,8%.

Retail

Le chiffre d'affaires encaissé par les points de vente Retail de Coop (supermarchés et hypermarchés) est de 11,0 milliards de CHF, en hausse de 0,7% en termes réels. Les prix ayant baissé globalement de 1,2%, le chiffre d'affaires des points de vente Retail a baissé de 0,5% en termes nominaux par rapport à l'année précédente. Le Retail totalise 823 points de vente (+7) et une surface de vente de 0,95 million de m² (+0,4%). Il emploie en tout 19 617 unités de personnel.

Trading

Les formats Trading (Coop City, Coop Brico+Loisirs, Import Parfumerie, Toptip/Lumimart, Interdiscount et Christ Montres & Bijoux) ont réalisé un chiffre d'affaires de 3,1 milliards de CHF, ce qui correspond à un recul de 2,8% en termes nominaux et à une progression de 0,7% en termes réels par rapport à l'année précédente. Tous formats confondus, les prix ont baissé de 3,5% (et même de 8,2% chez Interdiscount). Les 566 points de vente Trading (-1) représentent une surface de vente de 0,68 million de m² (+0,7%) et comptent en tout 7266 unités de personnel.

Magasins en ligne

Avec coop@home, microspot.ch et les magasins en ligne d'Interdiscount, Toptip/Lumimart, Import Parfumerie, Ing. Dipl. Fust SA, The Body Shop Switzerland AG et Christ Montres & Bijoux, le groupe Coop propose une offre en ligne complète. En 2012, les magasins en ligne ont connu une évolution favorable et réalisé un chiffre d'affaires total de 0,2 milliard de CHF.

Filiales

Outre Coop Mineraloel AG, les filiales sont Ing. Dipl. Fust SA, Coop Vitality AG, les points de vente du groupe Bell, The Body Shop Switzerland AG ainsi que Tropenhaus Frutigen AG et Tropenhaus Wolhusen AG. Les 620 points de vente et stations-service (+20) de ces filiales intégralement consolidées ont réalisé en 2012 un chiffre d'affaires de 3,8 milliards de CHF, en progression de 4,9% en termes nominaux, sur fond d'inflation à 0,8%. Coop Mineraloel AG (73 unités de personnel) et ses exploitants franchisés ont réalisé un chiffre d'affaires de 2,7 milliards de CHF, soit une augmentation de 7,9% en termes nominaux. Les stations-service ont vu le volume de leurs ventes augmenter de 4,0%. Le chiffre d'affaires d'Ing. Dipl. Fust SA (plus de 1900 unités de personnel) a atteint 0,9 milliard de CHF, en baisse de 3,1% en termes nominaux mais en hausse de 1,9% en termes réels, les prix ayant baissé de 5,0% sur l'ensemble de l'assortiment. Coop Vitality AG et The Body Shop Switzerland AG ont connu une évolution positive et vu leur chiffre d'affaires continuer d'augmenter en 2012.

Commerce de gros

Le groupe Transgourmet a deux champs d'activité: les livraisons en gros, avec REWE-Foodservice en Allemagne, Transgourmet France en France et Howeg en Suisse, et le libre-service de gros, avec Prodega/Growa CC en Suisse et FEGRO/SELGROS en Allemagne, Pologne, Roumanie et Russie. En 2012, Transgourmet France a racheté Eurocash SA, entreprise alsacienne de libre-service de gros. En Suisse, Prodega/Growa Cash+Carry et Howeg vont unir leurs forces dans leurs domaines respectifs et adopteront une stratégie commune à partir de 2013. Aussi bien en Suisse qu'à l'étranger, le groupe Transgourmet est devenu un important acteur du commerce de gros d'entreprise à entreprise (B2B). En 2012, il a conservé sa place de numéro deux européen, en termes de chiffre d'affaires, du secteur du libre-service et de la livraison en gros. Avec 111 magasins de gros et 21 446 unités de personnel, il a réalisé un produit net de 8,3 milliards de CHF, chiffre stable en termes nominaux et en augmentation de 3,0% après correction des fluctuations de change et de l'inflation.

Production

La production regroupe les entreprises de production Coop, intégrées dans Coop Société Coopérative en tant que Divisions, ainsi que le groupe Bell (sans les points de vente). Numéro un de la transformation de la viande en Suisse, ce dernier propose à ses clients un éventail de marques propres et commerciales telles que Bell, ZIMBO, Abraham ou encore M^ossieur Polette. Le groupe Bell, qui compte 6248 unités de personnel, a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires issu des ventes de marchandises de 2,53 milliards de CHF (à taux de change constant et après ajustement structurel), chiffre stable par rapport à l'année précédente (+0,6%). La viande suisse et les produits de la mer ont de nouveau été les moteurs de la croissance du groupe. Le

chiffre d'affaires de Bell Suisse a augmenté de 0,6 % pour s'établir à 1,76 milliard de CHF. A l'étranger, le groupe Bell est présent en Allemagne, en Espagne, en France, en Pologne, en Hongrie, en Belgique, aux Pays-Bas, en République tchèque, en Slovaquie et en Roumanie. Bell Allemagne a vu son chiffre d'affaires augmenter de 1,5 %, à 0,48 milliard de CHF. Bell Europe de l'Est/Benelux a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 0,19 milliard de CHF, en baisse de 6,1 % à taux de change constant. Enfin, Bell France peut se féliciter de l'évolution de ses ventes: à taux de change constant, son chiffre d'affaires a augmenté de 6,9 %, pour atteindre environ 0,1 milliard de CHF.

Evolution économique mondiale et dans la branche

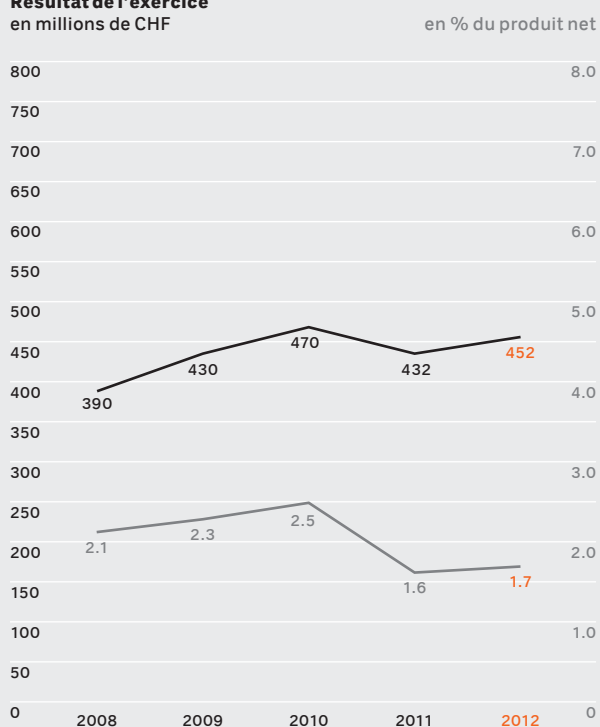
Malgré des auspices défavorables, l'économie suisse s'en est bien sortie en 2012 et a su faire face à la crise de l'euro comme à la vigueur du franc suisse. Dans sa publication CH-PLUS de janvier 2013, l'institut BAK Basel table pour 2012 sur une croissance du PIB suisse de 0,9 % en termes réels, tandis que, d'après l'Office fédéral de la statistique, les prix ont baissé en moyenne de 0,7 % en 2012. Cette croissance positive s'explique avant tout par les dépenses de consommation des ménages privés et des administrations publiques. Le moral des consommateurs s'est certes stabilisé pendant le second semestre de 2012, mais il est resté légèrement inférieur à la moyenne.

Dans l'ensemble de la zone euro, BAK Basel a prévu pour 2012 un recul minime du PIB en termes réels (-0,3 %) et une inflation pouvant atteindre 2,6 %. Ce recul s'explique notamment par la récession qui sévit dans la zone euro, par la faiblesse de la conjoncture mondiale et par l'effondrement actuel des investissements. Pour l'Allemagne, BAK Basel prévoit une croissance du PIB en termes réels de 0,9 % en 2012. Cette même année, la croissance des marchés d'Europe de l'Est a ralenti mais est également restée positive.

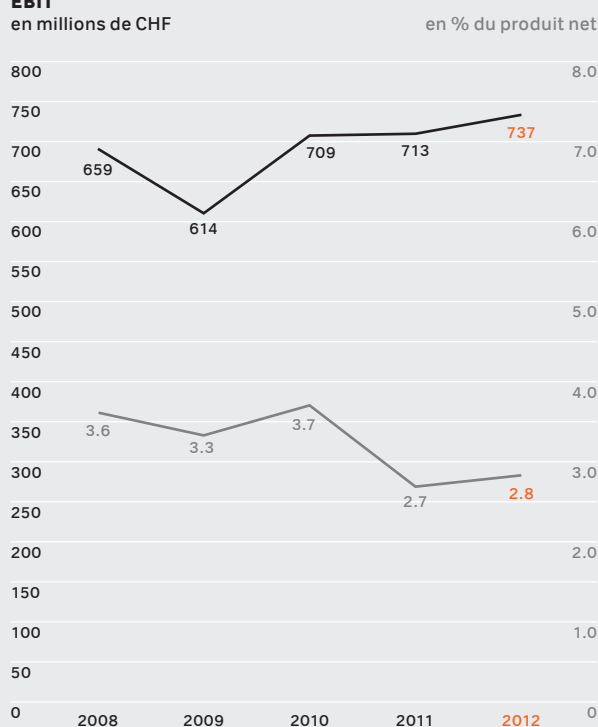
Conditions-cadres

En 2012, Coop Société Coopérative a mené avec les fabricants de grandes marques internationales des négociations rudes mais justes, qui ont abouti à plusieurs baisses de prix dont ont pu profiter les consommateurs. Afin d'améliorer son rapport qualité/prix, elle a baissé les prix de plus de 1500 articles. Le commerce de détail suisse est soumis, dans différents domaines, à des règles bien plus strictes que celles imposées à ses concurrents étrangers. De plus, la concurrence est intensifiée par les deux facteurs que sont la vigueur du franc suisse et le tourisme d'achat dans les pays voisins.

Résultat de l'exercice en millions de CHF



EBIT



Situation financière du groupe Coop

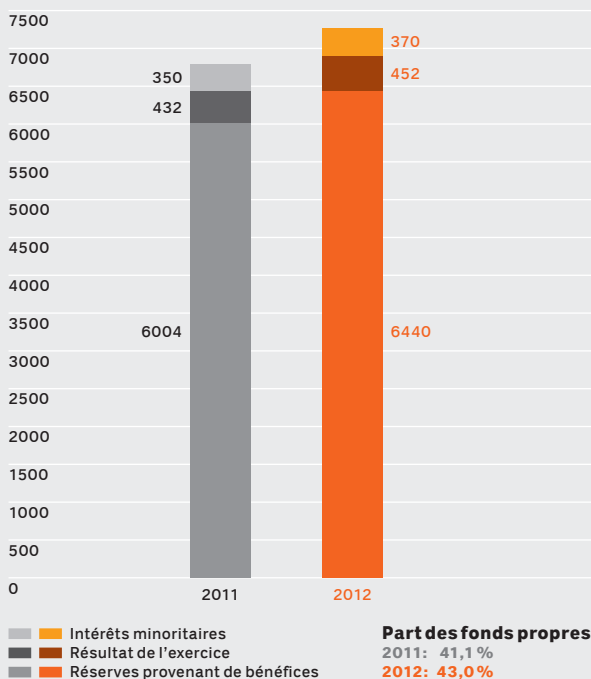
Rendement

En 2012, le chiffre d'affaires global du groupe Coop a augmenté de 0,3 % pour atteindre 27,8 milliards de CHF, ce qui donne un produit net consolidé résultant de livraisons et de prestations de 26,7 milliards de CHF (+0,3 %). Cette augmentation du produit net est principalement imputable à Coop Mineraloel AG, qui affiche une hausse de 0,2 milliard de CHF. Le résultat brut a augmenté de 0,7 % par rapport à l'année précédente et s'établit à 7,8 milliards de CHF, avec une marge de 29,0 %. En légère hausse, les frais de personnel ont augmenté de 11 millions de CHF (+0,3 %), à environ 4 milliards de CHF. Les autres charges d'exploitation affichent une augmentation de 48 millions de CHF (+1,8 %), à 2,8 milliards de CHF. Les amortissements sur immobilisations incorporelles, qui s'élèvent à 288 millions de CHF, se composent principalement des amortissements de goodwill (228 millions de CHF) et des autres immobilisations incorporelles (60 millions de CHF). Les amortissements sur immobilisations corporelles s'élèvent quant à eux à 905 millions de CHF, dont 536 millions de CHF sur les immeubles et 369 millions de CHF sur les autres immobilisations corporelles. Le produit d'exploitation atteint 737 millions de CHF pour une marge EBIT de 2,8 %, en légère hausse par rapport à l'année précédente (2,7 %). Le résultat des entités associées s'élève à 22 millions de CHF et se compose pour l'essentiel des produits d'Hilcona AG, Betty Bossi SA et HiCoPain AG. En 2012, le groupe Coop a enregistré un résultat des comptabilisations en monnaies étrangères positif de 11 millions de CHF. Le résultat financier, de -89 millions de CHF, a augmenté de 87 millions de CHF par rapport à l'année précédente en raison d'une baisse des charges financières de 83 millions de CHF et d'une hausse du produit financier de 4 millions de CHF. Après déduction des impôts (148 millions de CHF) et des intérêts minoritaires (79 millions de CHF), le résultat de l'exercice atteint 452 millions de CHF (année précédente: 432 millions de CHF).

Situation financière et patrimoniale

La somme du bilan du groupe Coop a augmenté de près de 0,4 milliard de CHF par rapport à l'année précédente. Dans les actifs immobilisés, l'immobilier a diminué à hauteur des amortissements planifiés. Aucun investissement d'envergure ni achat majeur n'ayant par ailleurs été réalisé, les actifs immobilisés ont diminué de 176 millions de CHF. Les actifs circulants ont quant à eux augmenté de 0,6 milliard de CHF par rapport à l'année précédente. Cette hausse est due à l'augmentation des liquidités de 0,5 milliard de CHF. Au passif, les dettes à court terme ont diminué de 0,3 milliard de CHF à la suite du remboursement d'un prêt de plus de 250 millions de CHF, du reclassement simultané d'un prêt de plus de 150 millions de CHF qui expire en 2013 ainsi que du remboursement de prêts à des tiers. Les dettes à long terme, elles, ont augmenté de 0,2 milliard de CHF en raison du reclassement de la part à court terme du prêt et de l'émission

Fonds propres avec intérêts minoritaires en millions de CHF



d'un nouvel emprunt de plus de 250 millions de CHF. La part des fonds propres était nettement supérieure à 40 % (43,0 % le 31 décembre 2012) et affichait 1,9 point de plus que l'année précédente.

Chances et risques

Le groupe Coop dispose d'un système standardisé de gestion des risques. La Direction générale et le Conseil d'administration identifient et analysent tous les trois ans (la dernière fois en 2012) les principaux risques et les scénarios qui en découlent, et définissent les mesures à prendre. Les évaluations annuelles institutionnalisées de la qualité du Système de contrôle interne au niveau des processus de gestion comprennent une évaluation des risques opérationnels et de ceux liés à l'élaboration des rapports financiers et aux exigences de conformité.

Ont notamment été considérés comme des risques au cours de l'année sous revue: la stabilisation à long terme du franc suisse, la situation sur les marchés financiers européens et la guerre des prix induite par l'intensification de la concurrence. L'analyse de la situation n'a cependant révélé aucun risque majeur susceptible de mettre en danger la pérennité de l'entreprise, ni à l'heure actuelle ni dans les années à venir.

L'exploitation des potentiels économiques des marchés d'Europe de l'Est dans le domaine du commerce de gros et l'optimisation de la présence du groupe en Suisse et à l'étranger sont

autant de chances pour Coop. Les échanges d'expériences réguliers entre les différents pays et formats de vente permettent de créer de la valeur ajoutée et des synergies au sein du groupe Coop. En prenant le contrôle total de Betty Bossi SA, Coop s'est adjoint une célèbre marque suisse qu'il va continuer de développer dans le même esprit que jusqu'à présent.

Perspectives 2013

L'année 2013 ne s'annonce pas sous les meilleurs auspices pour le groupe Coop, qui table sur une faiblesse persistante de la conjoncture en Suisse et en Europe. Il est vrai que la pression exercée sur la Suisse par la crise de l'euro se relâche un peu, mais l'évasion du pouvoir d'achat vers les pays voisins devrait se poursuivre en raison de la vigueur du franc suisse. Dans le même temps, la consommation en Suisse est soutenue par une immigration continue. En Europe, la crise de la dette ne devrait pas connaître de nouvelle aggravation. Toutefois, les programmes de désendettement privés et publics pèsent sur la conjoncture.

La pression qui s'exerce sur les prix du commerce de détail suisse reste forte, même si la fin de la tendance à la déflation semble s'annoncer dans le secteur alimentaire. Le groupe Coop va poursuivre les stratégies qu'il a amorcées, agrandir certains de ses magasins et en ouvrir de nouveaux. En 2013, Coop lancera de nombreux produits et projets liés au développement durable et fêtera notamment le 20^e anniversaire de sa marque Naturaplan, qui sera mise en avant pour l'occasion. Il poursuivra de façon systématique sa stratégie visant à associer le commerce traditionnel au commerce en ligne.

Dans le commerce de gros, les entreprises Coop profitent de la stabilisation de l'économie et de la reprise que connaissent les secteurs de la restauration et de l'industrie en Suisse et en Europe. En Suisse, la stratégie multicanal de Coop lui permet d'assurer une offre compétitive pour ses clients et d'améliorer sa position sur le marché. La livraison de produits alimentaires aux professionnels de la restauration a le vent en poupe en France et en Allemagne, de même que le libre-service en gros en Allemagne, en Pologne, en Roumanie et surtout en Russie.

Dans le domaine de la production, le groupe Coop espère un freinage de la déflation, une stabilisation des prix et un redressement de la demande de la part de ses clients. Le réseau structuré en son sein par ses activités dans le commerce de détail et le commerce de gros en Suisse et en Europe donne naissance à un nouveau potentiel de croissance.

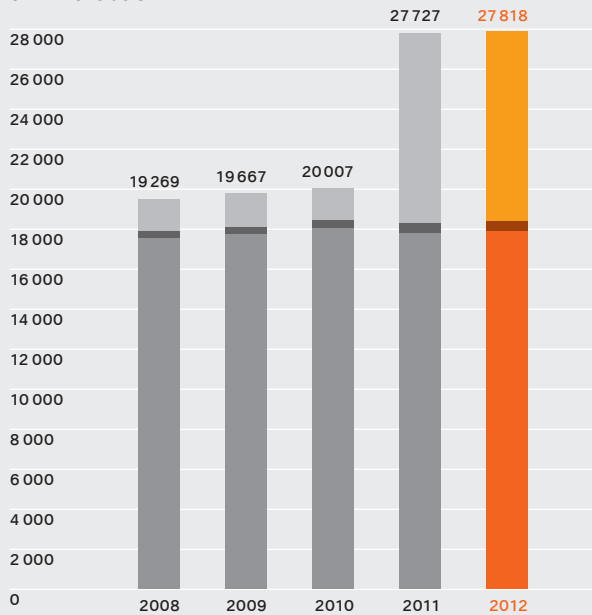
Le groupe Coop en chiffres

Chiffre d'affaires total

en millions de CHF		2012	2011	Variation	Indice %
Supermarchés A	< 980 m ²	3 402	3 426	-24	99.3
Supermarchés B	980-1 890 m ²	3 152	3 171	-19	99.4
Supermarchés C	1 890-3 500 m ²	2 784	2 792	-8	99.7
Supermarchés		9 338	9 389	-51	99.5
Hypermarchés	> 3 500 m ²	1 616	1 616	-0	100.0
Supermarchés/Hypermarchés		10 953	11 005	-51	99.5
Autres		2	2	-0	99.9
Coop Retail		10 955	11 006	-51	99.5
Grands Magasins		991	1 011	-20	98.0
Interdiscount		887	917	-30	96.7
Brico+Loisirs		718	736	-18	97.6
Toptip/Lumimart		231	241	-10	96.0
Import Parfumerie		170	177	-7	96.0
Christ Montres & Bijoux		109	114	-5	95.5
Autres		3	3	-0	97.4
Coop Trading		3 109	3 199	-90	97.2
Restaurants Da Giovanni		3	3	-0	99.6
Hôtels		24	28	-3	87.7
Coop		14 092	14 237	-145	99.0
Stations-service		1 719	1 582	+137	108.6
Coop Pronto avec station-service		671	624	+47	107.6
Coop Pronto stand alone		286	274	+12	104.4
Coop Mineraloel AG		2 676	2 480	+196	107.9
Dipl. Ing. Fust AG		909	938	-29	96.9
Coop Vitality AG		141	132	+9	106.9
Groupe Bell (points de vente)		78	75	+3	104.2
The Body Shop Switzerland AG		38	38	+0	100.5
Tropenhaus Frutigen AG		2	1	+1	185.6
Tropenhaus Wolhusen AG		0	
Filiales		3 844	3 663	+180	104.9
Chiffre d'affaires encaissé Points de vente		17 937	17 902	+35	100.2
Magasins sur Internet		245	199	+46	122.8
Ventes de détail aux tiers		347	343	+4	101.2
Chiffre d'affaires de détail		18 529	18 444	+85	100.5
Marchés CC libre-service en gros		5 100	5 136	-36	99.3
Livraisons en gros		3 094	3 028	+66	102.2
Autres chiffres d'affaires réalisés avec des collectivités		1 095	1 118	-23	97.9
Chiffre d'affaires de gros		9 289	9 283	+6	100.1
Chiffre d'affaires total		27 818	27 727	+91	100.3
dont chiffre d'affaires total à l'étranger		7 509	7 460	+49	100.7

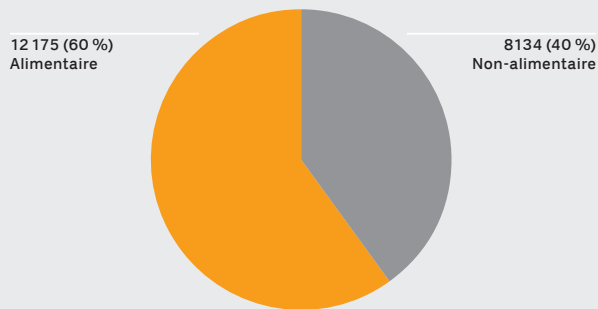
Chiffres de l'année précédente adaptés

Chiffre d'affaires total
en millions de CHF

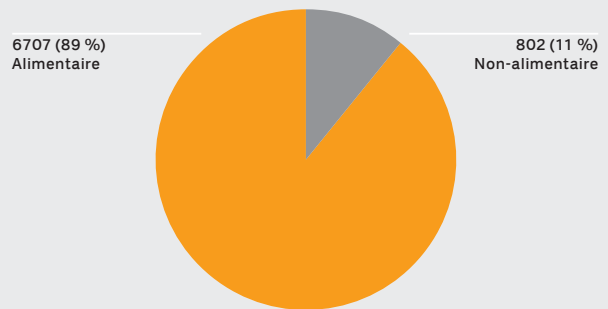


■ Chiffres d'affaires avec des collectivités
■ Ventes de détail aux tiers
■ Chiffre d'affaires encaissé Points de vente

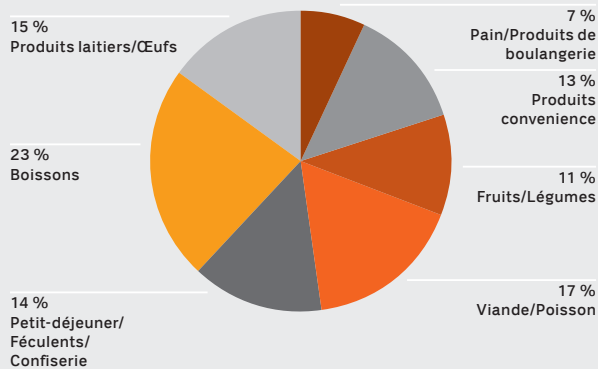
Chiffre d'affaires total en Suisse par catégorie principale
en millions de CHF



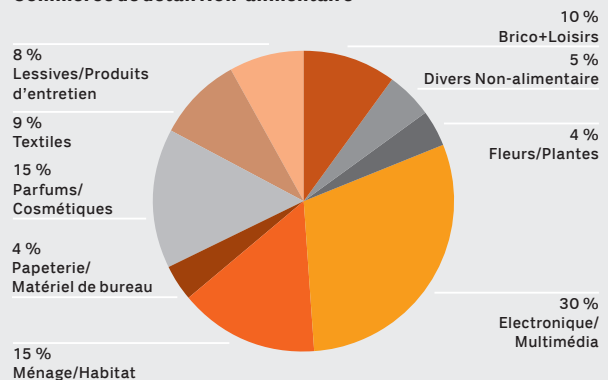
Chiffre d'affaires total à l'étranger par catégorie principale
en millions de CHF



Commerce de détail Alimentaire



Commerce de détail Non-alimentaire



Compte de résultat par secteur (non consolidé)

en millions de CHF	Commerce de détail				Commerce de gros et production			
	2012	Part en %	2011	Part en %	2012	Part en %	2011	Part en %
Productivité					11 569		11 496	
Produit net résultant de livraisons et de prestations	17 784	100.0	17 686	100.0	11 020	100.0	10 951	100.0
Charges de matières	12 614		12 494		8 423		8 414	
Résultat brut	5 170	29.1	5 192	29.4	2 597	23.6	2 537	23.2
Autres produits d'exploitation	785		765		253		253	
Frais de personnel	2 617		2 630		1 393		1 369	
Autres charges d'exploitation	1 935		1 936		930		895	
EBITDA	1 404	7.9	1 391	7.9	526	4.8	527	4.8
Amortissements sur actifs immobilisés	915		911		278		294	
EBIT – résultat d'exploitation	488	2.7	480	2.7	249	2.3	233	2.1

Le secteur «Commerce de gros et production» est constitué du groupe Transgourmet, du groupe Bell et des entreprises de production de la Maison Coop.
Chiffres de l'année précédente adaptés

Points de vente commerce de détail/Marchés CC libre-service en gros

	Chiffre d'affaires encaissé Points de vente				Points de vente		Surface de vente	
	en millions de CHF		Indice %	Part en %	Nombre au 31.12		m ² au 31.12	
	2012	2011			2012	2011	2012	2011
Supermarchés A < 980 m ²	3 402	3 426	99.3	19.0	515	509	287 295	283 673
Supermarchés B 980-1 890 m ²	3 152	3 171	99.4	17.6	186	184	265 717	260 246
Supermarchés C 1 890-3 500 m ²	2 784	2 792	99.7	15.5	90	91	244 460	247 854
Supermarchés	9 338	9 389	99.5	52.1	791	784	797 472	791 773
Hypermarchés > 3 500 m ²	1 616	1 616	100.0	9.0	31	31	157 200	159 079
Supermarchés/Hypermarchés	10 953	11 005	99.5	61.1	822	815	954 672	950 852
Autres	2	2	99.9	0.0	1	1	290	290
Coop Retail	10 955	11 006	99.5	61.1	823	816	954 962	951 142
Grands Magasins	991	1 011	98.0	5.5	33	33	140 912	140 817
Interdiscount	887	917	96.7	4.9	199	201	69 635	71 394
Brico+Loisirs	718	736	97.6	4.0	74	72	301 919	292 428
Toptip/Lumimart	231	241	96.0	1.3	55	56	147 562	150 576
Import Parfumerie	170	177	96.0	0.9	123	122	9 900	9 863
Christ Montres & Bijoux	109	114	95.5	0.6	81	82	6 076	6 240
Autres	3	3	97.4	0.0	1	1	150	150
Coop Trading	3 109	3 199	97.2	17.3	566	567	676 154	671 468
Restaurants Da Giovanni	3	3	99.6	0.0	5	5	1 775	1 775
Hôtels	24	28	87.7	0.1	3	3		
Coop	14 092	14 237	99.0	78.6	1 397	1 391	1 632 891	1 624 385
Stations-service	1 719	1 582	108.6	9.6	207	200		
Coop Pronto avec station-service	671	624	107.6	3.7	(196)	(186)	20 308	19 037
Coop Pronto stand alone	286	274	104.4	1.6	56	53	9 677	9 117
Coop Mineraloel AG	2 676	2 480	107.9	14.9	263	253	29 985	28 154
Dipl. Ing. Fust AG	909	938	96.9	5.1	160	161	89 206	88 757
Coop Vitality AG	141	132	106.9	0.8	51	47	12 270	11 430
Groupe Bell (points de vente)	78	75	104.2	0.4	100	94	6 318	5 886
The Body Shop Switzerland AG	38	38	100.5	0.2	44	44	2 561	2 561
Tropenhaus Frutigen AG	2	1	185.6	0.0	1	1		
Tropenhaus Wolhusen AG	0		..	0.0	1			
Filiales	3 844	3 663	104.9	21.4	620	600	140 340	136 788
Points de vente commerce de détail	17 937	17 902	100.2	100.0	2 017	1 991	1 773 231	1 761 173
	Produit net Marchés CC				Marchés CC		Surface de vente	
	en millions de CHF		Indice %	Part en %	Nombre au 31.12		m ² au 31.12	
	2012	2011			2012	2011	2012	2011
Allemagne	1 802	1 835	98.2	35.3	44	44	416 622	419 236
Suisse	1 190	1 206	98.7	23.3	27	27	112 516	112 531
Roumanie	927	991	93.5	18.2	19	19	179 221	178 821
Pologne	869	901	96.4	17.0	15	14	148 015	139 215
Russie	312	203	153.8	6.1	6	5	53 042	44 524
Marchés CC libre-service en gros	5 100	5 136	99.3	100.0	111	109	909 416	894 327

Chiffres de l'année précédente adaptés

Filiales/Divisions/Crédits bancaires

Filiales en millions de CHF	Produit net		Unités	Fonds propres au 31.12	
	2012	2011	de personnel	Part du cap. dét. par le groupe	
			Nombre	Mio. de CHF	%
			2012	2012	2012
Groupe Transgourmet	8 270	8 233	21 446	2 218.6	100.0
Groupe Bell	2 508	2 483	6 248	675.5	66.3
Coop Mineraloel AG	2 496	2 311	73	215.7	51.0
Dipl. Ing. Fust AG	880	905	1 938	250.3	100.0
Coop Vitality AG	134	126	439	23.5	51.0
The Body Shop Switzerland AG	36	36	153	9.4	100.0
Railcare AG	22	18	90	0.7	100.0
Centres de formation Coop MuttENZ et Jongny	13	14	70	8.2	100.0
Tropenhaus Frutigen AG	6	6	51	-8.3	69.1
Tropenhaus Wolhusen AG	3		26	2.5	94.3

Divisions en millions de CHF	2012	2011	Variation	Indice %
Chiffre d'affaires encaissé	887	917	-30	96.7
Ventes de détail aux tiers	97	78	+19	124.4
Division Interdiscount	984	995	-11	98.9

Chiffres de l'année précédente adaptés

Chiffre d'affaires encaissé Toptip	203	213	-11	95.1
Chiffre d'affaires encaissé Lumimart	28	28	+1	102.9
Ventes de détail aux tiers	1	1	+0	129.5
Division Toptip/Lumimart	233	242	-9	96.1

Chiffre d'affaires encaissé	170	177	-7	96.0
Ventes de détail aux tiers	2	2	+0	108.0
Division Import Parfumerie	172	179	-7	96.1

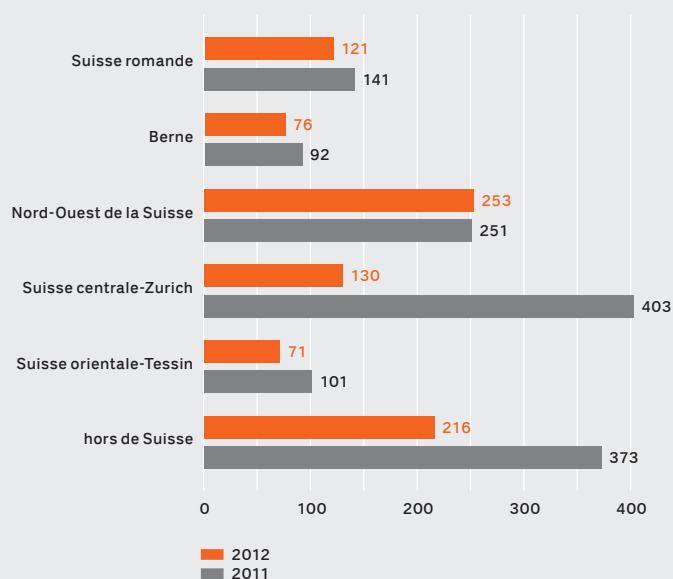
Chiffre d'affaires encaissé	109	114	-5	95.5
Ventes de détail aux tiers	0	0	+0	..
Division Christ Montres & Bijoux	109	114	-5	95.5

Crédits bancaires en millions de CHF	Limite		Utilisation		Limite libre	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Grandes banques	249	249	1	51	248	198
Banques cantonales	511	432	27	89	484	342
Banques régionales	27	29		1	27	28
Banque Coop	182	153		18	182	135
Banques étrangères en Suisse	150	150		0	150	150
Banques étrangères	681	770	292	283	389	488
Banques	1 800	1 783	320	442	1 480	1 341
Crédit consorcial Bell	195	225	185	175	10	50
Crédits bancaires	1 995	2 008	505	617	1 490	1 391

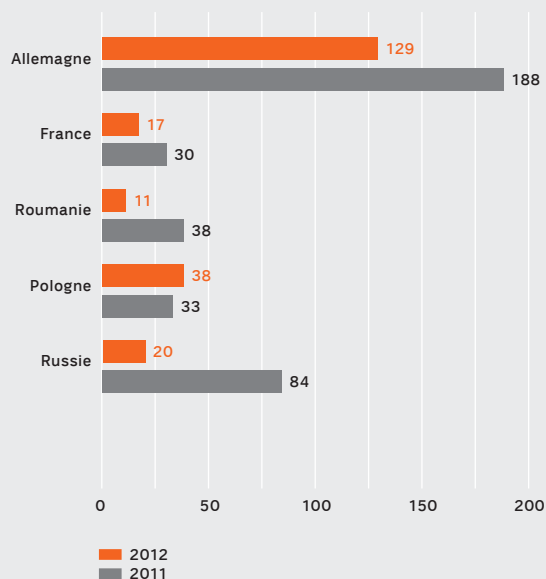
Prêts bancaires à court terme		115	192		
Prêts bancaires à long terme		236	229		
Hypothèques		154	196		
Crédits bancaires		505	617		

Investissements

Investissements bruts par Région
en millions de CHF



Investissements bruts hors de Suisse
en millions de CHF



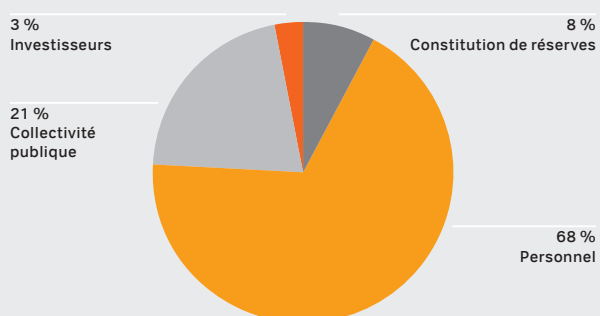
en millions de CHF	2008	2009	2010	2011	2012
Région Suisse romande	134	121	43	141	121
Région Berne	110	136	34	92	76
Région Nord-Ouest de la Suisse	211	265	236	251	253
Région Suisse centrale-Zurich	120	127	238	403	130
Région Suisse orientale-Tessin	107	85	113	101	71
Suisse	681	733	664	986	651
Allemagne				188	129
France				30	17
Roumanie				38	11
Pologne				33	38
Russie				84	20
Etranger				373	216
Investissements bruts immobilisations corporelles	681	733	664	1 360	867
Désinvestissements immobilisations corporelles	178	191	103	152	37
Investissements nets immobilisations corporelles	503	542	561	1 208	829
Autres investissements nets	973	1 513	92	1 908	121
Investissements nets	1 476	2 055	653	3 116	950

Compte de la valeur ajoutée

en millions de CHF	2012	2011	Indice %
Chiffre d'affaires total	27 818	27 727	100.3
Charges de matières	18 134	18 114	100.1
Autres	2 468	2 245	110.0
Prestations en amont	20 602	20 359	101.2
Valeur ajoutée brute	7 216	7 369	97.9
Amortissements/Provisions	1 291	1 207	106.9
Valeur ajoutée nette	5 925	6 162	96.2
Salaires/Honoraires	3 087	3 056	101.0
Charges sociales	727	756	96.1
Autres frais de personnel	195	185	105.6
Rabais au personnel, superpoints au personnel compris	45	49	91.3
Personnel	4 054	4 047	100.2
Impôts sur les bénéfices	148	122	121.3
Impôts sur l'exploitation	36	30	120.7
Droits de douane, taxes et droits	846	827	102.2
Taxe sur la valeur ajoutée	233	197	117.9
Collectivité publique	1 263	1 177	107.3
Investisseurs	156	506	30.9
Constitution de réserves	452	432	104.6
Répartition de la valeur ajoutée	5 925	6 162	96.2

Chiffres de l'année précédente adaptés

Répartition de la valeur ajoutée



Personnel

	2012	2011	Variation	Indice %
REV Suisse romande	4 706	4 800	-94	98.0
REV Berne	2 991	3 043	-52	98.3
REV Nord-Ouest de la Suisse	3 538	3 624	-85	97.6
REV Suisse centrale-Zurich	4 559	4 596	-37	99.2
REV Suisse orientale-Tessin	3 801	3 911	-110	97.2
Services communs Retail	21	23	-2	93.4
Coop Retail	19 617	19 996	-379	98.1
Grands Magasins	2 475	2 569	-94	96.3
Interdiscount	1 621	1 666	-45	97.3
Brico+Loisirs	1 550	1 508	+42	102.8
Toptip/Lumimart	604	605	-1	99.8
Import Parfumerie	486	471	+15	103.2
Christ Montres & Bijoux	363	372	-10	97.4
Services communs Trading	167	172	-5	97.0
Coop Trading	7 266	7 363	-98	98.7
Logistique	4 268	4 300	-32	99.3
Production	663	695	-32	95.4
Autres Services communs/Direction Immobilier	2 071	2 108	-38	98.2
Maison Coop	33 883	34 462	-579	98.3
Coop Mineraloel AG	73	73	+0	100.4
Dipl. Ing. Fust AG	1 938	1 854	+84	104.5
Coop Vitality AG	439	411	+29	107.0
Bell Suisse	3 302	3 093	+210	106.8
Bell Etranger	2 946	2 966	-20	99.3
Groupe Bell	6 248	6 059	+189	103.1
The Body Shop Switzerland AG	153	172	-20	88.7
Allemagne	6 994	6 996	-2	100.0
France	3 598	3 546	+52	101.5
Suisse	1 503	1 506	-3	99.8
Roumanie	4 330	4 237	+93	102.2
Pologne	3 737	3 740	-4	99.9
Russie	1 283	1 161	+122	110.5
Groupe Transgourmet	21 446	21 187	+259	101.2
Autres sociétés	237	185	+52	127.8
Unités de personnel (apprentis inclus)	64 416	64 402	+14	100.0

Chiffres de l'année précédente adaptés. En outre, depuis 2012 (ainsi que pour 2011 avec effet rétroactif), les unités de personnel enregistrées comme absences de longue durée sont incluses dans les effectifs de chaque secteur d'organisation.

Personnel

	2012	2011	Variation	Indice %
REV Suisse romande	6 320	6 230	+90	101.4
REV Berne	4 279	4 225	+54	101.3
REV Nord-Ouest de la Suisse	4 472	4 492	-20	99.6
REV Suisse centrale-Zurich	6 105	5 911	+194	103.3
REV Suisse orientale-Tessin	5 142	5 267	-125	97.6
Services communs Retail	21	23	-2	91.3
Coop Retail	26 339	26 148	+191	100.7
Grands Magasins	3 084	3 133	-49	98.4
Interdiscount	1 744	1 768	-24	98.6
Brico+Loisirs	1 962	1 864	+98	105.3
Toptip/Lumimart	695	700	-5	99.3
Import Parfumerie	695	681	+14	102.1
Christ Montres & Bijoux	487	509	-22	95.7
Services communs Trading	183	185	-2	98.9
Coop Trading	8 850	8 840	+10	100.1
Logistique	4 602	4 646	-44	99.1
Production	781	836	-55	93.4
Autres Services communs/Direction Immobilier	2 327	2 363	-36	98.5
Maison Coop	42 899	42 833	+66	100.2
Coop Mineraloel AG	78	75	+3	104.0
Dipl. Ing. Fust AG	2 060	2 117	-57	97.3
Coop Vitality AG	605	574	+31	105.4
Bell Suisse	3 414	3 324	+90	102.7
Bell Etranger	3 055	3 146	-91	97.1
Groupe Bell	6 469	6 470	-1	100.0
The Body Shop Switzerland AG	209	225	-16	92.9
Allemagne	7 904	7 946	-42	99.5
France	3 694	3 550	+144	104.1
Suisse	1 714	1 680	+34	102.0
Roumanie	4 165	4 547	-382	91.6
Pologne	3 885	3 930	-45	98.9
Russie	1 290	1 165	+125	110.7
Groupe Transgourmet	22 652	22 818	-166	99.3
Autres sociétés	337	249	+88	135.3
Effectifs (apprentis inclus) au 31.12	75 309	75 361	-52	99.9

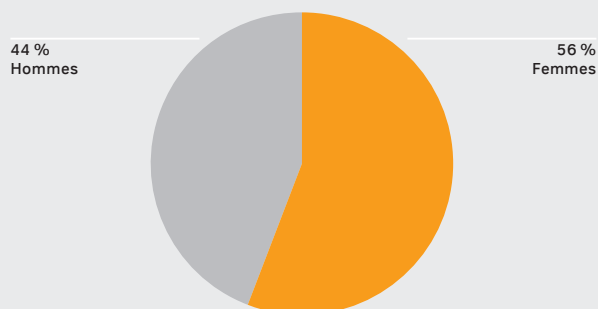
Chiffres de l'année précédente adaptés

	2012	2011	Variation	Indice %
REV Suisse romande	320	414	-94	77.3
REV Berne	224	260	-36	86.2
REV Nord-Ouest de la Suisse	298	312	-14	95.5
REV Suisse centrale-Zurich	389	411	-22	94.6
REV Suisse orientale-Tessin	284	300	-16	94.7
Coop Retail	1 515	1 697	-182	89.3
Grands Magasins	177	182	-5	97.3
Interdiscount	359	377	-18	95.2
Brico+Loisirs	126	134	-8	94.0
Toptip/Lumimart	37	32	+5	115.6
Import Parfumerie	54	54	+0	100.0
Christ Montres & Bijoux	40	39	+1	102.6
Services communs Trading	7	8	-1	87.5
Coop Trading	800	826	-26	96.9
Logistique	120	113	+7	106.2
Production	28	34	-6	82.4
Autres Services communs/Direction Immobilier	72	68	+4	105.9
Maison Coop	2 535	2 738	-203	92.6
Coop Mineraloel AG	3	2	+1	150.0
Dipl. Ing. Fust AG	69	68	+1	101.5
Coop Vitality AG	88	90	-2	97.8
Bell Suisse	57	49	+8	116.3
Bell Etranger	36	34	+2	105.9
Groupe Bell	93	83	+10	112.0
The Body Shop Switzerland AG	13	12	+1	108.3
Allemagne	294	308	-14	95.5
France	52	19	+33	..
Suisse	71	69	+2	102.9
Groupe Transgourmet	417	396	+21	105.3
Autres sociétés	3	2	+1	150.0
Nombre d'apprentis au 31.12	3 221	3 391	-170	95.0
Stages pratiques pour jeunes ayant achevé leur scolarité	111	118	-7	94.1

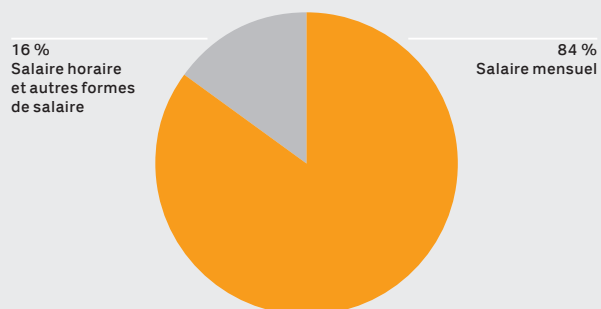
Chiffres de l'année précédente adaptés

Personnel

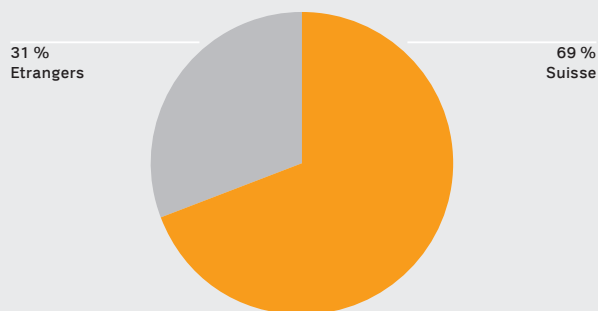
Sexe



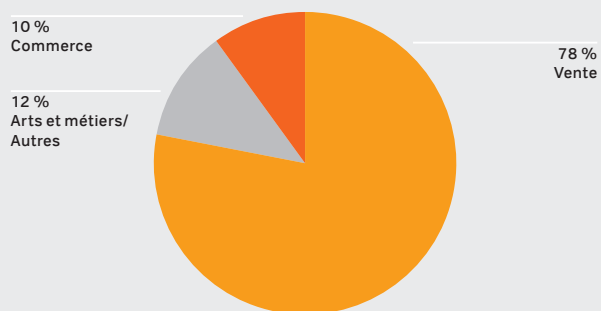
Conditions d'engagement



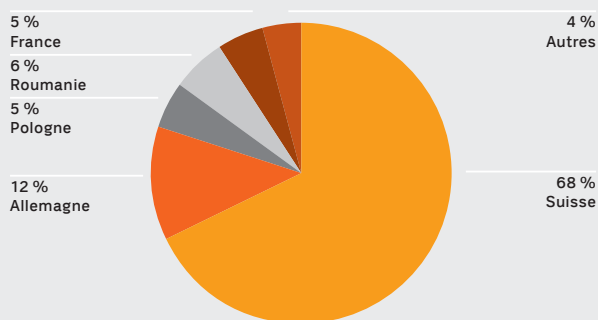
Nationalité¹



Apprentis



Pays de travail



¹ Seulement les collaborateurs travaillant en Suisse.

Evolution du groupe Coop

	2008	2009	2010	2011	2012
Ratios financiers en millions de CHF					
Chiffre d'affaires encaissé Points de vente	17 782	17 758	18 106	17 902	17 937
Ventes de détail aux tiers	504	486	502	542	592
Chiffre d'affaires de détail	18 287	18 244	18 608	18 444	18 529
Chiffre d'affaires de gros Suisse			614	1 823	1 780
Chiffre d'affaires de gros à l'étranger			785	7 460	7 509
Chiffre d'affaires total	19 269	19 667	20 007	27 727	27 818
Produit net résultant de livraisons et de prestations	18 271	18 660	18 965	26 640	26 731
EBITDA	1 563	1 760	1 955	1 917	1 930
EBIT – résultat d'exploitation	659	614	709	713	737
Résultat de l'exercice	390	430	470	432	452
Dettes financières	3 971	4 422	4 686	5 080	4 872
Dette financière nette	3 395	3 925	2 925	4 638	3 943
Fonds propres avec intérêts minoritaires	5 675	6 098	6 412	6 786	7 262
Total du bilan	12 981	13 933	14 624	16 492	16 880
Flux de fonds avant variation des actifs circulants nets	1 445	1 555	1 744	1 748	1 770
Flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation	1 515	1 626	1 709	1 761	1 711
Flux de fonds découlant de l'activité d'investissement	-1 476	-2 055	-653	-3 116	-950
Flux de fonds découlant de l'activité de financement	250	350	211	40	-275
Chiffres-clés relatifs en %					
Degré de liquidité 2 (quick ratio)	28.4	34.9	73.3	32.6	46.1
Taux de couverture des immobilisations 2	91.3	98.9	114.6	96.5	103.7
Part de fonds étrangers	56.3	56.2	56.2	58.9	57.0
Marge EBITDA	8.6	9.4	10.3	7.2	7.2
Marge EBIT	3.6	3.3	3.7	2.7	2.8
Marge bénéficiaire	2.1	2.3	2.5	1.6	1.7
Marge de flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation	8.3	8.7	9.0	6.6	6.4
Facteur d'endettement	Objectif: < 3.0	2.1	2.2	1.4	2.4
Facteur de couverture des intérêts	Objectif: > 8.0	11.6	22.0	27.7	10.9
Part des fonds propres avec intérêts minoritaires	Objectif: > 40.0	43.7	43.8	43.8	41.1
Personnel					
Effectifs au 31.12	53 880	52 974	53 559	75 361	75 309
Unités de personnel	41 550	44 154	43 925	64 402	64 416
Points de vente commerce de détail					
Nombre de points de vente commerce de détail au 31.12	1 885	1 864	1 920	1 991	2 017
Surface de vente commerce de détail en m ² au 31.12	1 707 189	1 725 604	1 741 914	1 761 173	1 773 231
Surface de vente commerce de détail en m ² (moyenne annuelle)	1 686 926	1 719 187	1 732 128	1 752 284	1 767 202
Marchés CC libre-service en gros					
Nombre de marchés CC libre-service en gros au 31.12				109	111
Surface de vente des marchés CC libre-service en gros en m ² au 31.12				894 327	909 416
Membres					
Nombre de membres au 31.12	2 536 544	2 518 056	2 666 242	2 895 062	2 950 096

Chiffres de l'année précédente adaptés

Comptes annuels consolidés du groupe Coop

Compte de résultat consolidé

en millions de CHF	Explications	2012	Part en %	2011	Part en %
Produit net résultant de livraisons et de prestations	1	26 731	100.0	26 640	100.0
Charges de matières		18 980		18 941	
Résultat brut		7 751	29.0	7 699	28.9
Autres produits d'exploitation	2	996		975	
Frais de personnel	3	4 009		3 998	
Autres charges d'exploitation	4	2 807		2 759	
EBITDA		1 930	7.2	1 917	7.2
Amortissements sur immobilisations incorporelles	5	288		324	
Amortissements sur immobilisations corporelles	5	905		881	
EBIT – résultat d'exploitation		737	2.8	713	2.7
Résultat des entités associées		22		13	
Résultat des comptabilisations en monnaies étrangères	6	11		16	
Résultat financier	7	-89		-175	
Résultat ordinaire		681	2.5	566	2.1
Résultat hors exploitation	8	-2		59	
EBT – résultat avant impôts		679	2.5	625	2.3
Impôts sur les bénéfices	9	148		122	
Résultat après impôts		531	2.0	503	1.9
Intérêts minoritaires		79		71	
Résultat de l'exercice		452	1.7	432	1.6

Bilan consolidé

en millions de CHF	Explications	31.12.2012	Part en %	31.12.2011	Part en %
Liquidités	10, 11	929		442	
Titres		89		130	
Créances résultant de livraisons et de prestations	12	938		951	
Autres créances à court terme	13	367		283	
Comptes de régularisation actifs	14	334		329	
Stocks	15	2 622		2 581	
Actifs circulants		5 279	31.3	4 715	28.6
Immobilisations incorporelles	16	1 463		1 634	
Immobilisations financières	17	311		261	
Mobilier, véhicules, machines	18	1 494		1 553	
Immeubles	19	8 333		8 330	
Actifs immobilisés		11 601	68.7	11 777	71.4
Actifs		16 880	100.0	16 492	100.0
Dettes résultant de livraisons et de prestations	20	2 242		2 224	
Dettes financières à court terme	21	1 187		1 529	
Autres dettes à court terme	22	478		478	
Provisions à court terme	23	313		304	
Comptes de régularisation passifs	24	628		598	
Fonds étrangers à court terme		4 848	28.7	5 133	31.1
Dettes financières à long terme	25	3 685		3 551	
Provisions à long terme	26	1 084		1 022	
Fonds étrangers à long terme		4 769	28.3	4 574	27.7
Fonds étrangers		9 617	57.0	9 706	58.9
Réserves provenant de bénéfices		6 440		6 004	
Résultat de l'exercice		452		432	
Fonds propres hors intérêts minoritaires		6 892	40.8	6 436	39.0
Intérêts minoritaires		370	2.2	350	2.1
Fonds propres avec intérêts minoritaires		7 262	43.0	6 786	41.1
Passifs		16 880	100.0	16 492	100.0

Tableau de flux de trésorerie consolidé

Fonds «liquidités»

en millions de CHF	2012		2011	
Résultat après impôts		531		503
Amortissements		1 216		1 233
Gains (-)/pertes sur cession d'actifs immobilisés		-9		-43
Résultat sans incidence sur les liquidités ¹		-29		56
Résultat des entités associées		-15		1
Augmentation/diminution (-) des provisions à long terme		76		-2
Flux de fonds avant variation des actifs circulants nets		1 770		1 748
Augmentation (-)/diminution des créances résultant de livraisons et de prestations ¹	18		10	
Augmentation (-)/diminution des autres créances à court terme et des comptes de régularisation actifs	-83		104	
Augmentation (-)/diminution des stocks ¹	-17		-40	
Augmentation/diminution (-) des dettes résultant de livraisons et de prestations	9		95	
Augmentation/diminution (-) des autres dettes à court terme et des comptes de régularisation passifs	27		-118	
Augmentation/diminution (-) des provisions à court terme	-14	-59	-38	13
Flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation		1 711		1 761
Investissements immobilisations incorporelles	-42		-39	
Désinvestissements immobilisations incorporelles	2	-40	4	-35
Investissements mobilier, véhicules, machines	-314		-391	
Désinvestissements mobilier, véhicules, machines	6	-309	14	-377
Investissements immeubles	-540		-954	
Prestations propres sur immeubles inscrites à l'actif	-12		-15	
Désinvestissements immeubles	32	-521	137	-831
Versements pour l'acquisition d'entités consolidées	-81		-1 842	
Recettes provenant de la vente d'entités consolidées	0	-81	0	-1 842
Investissements immobilisations financières	-60		-1	
Désinvestissements immobilisations financières	14	-47	37	37
Investissements titres	-16		-109	
Désinvestissements titres	61	46	41	-68
Flux de fonds découlant de l'activité d'investissement		-950		-3 116
Emission d'emprunts		250		
Remboursement d'emprunts		-250		-250
Dividendes aux participations minoritaires		-58		-42
Augmentation/diminution des dettes financières à court terme		-163		526
Augmentation/diminution des dettes financières à long terme		-54		-198
Augmentation/diminution (-) Actions propres Bell		0		4
Flux de fonds découlant de l'activité de financement		-275		40
Impact de la conversion des monnaies		2		-5
Variation nette des liquidités		487		-1 320
Liquidités au début de la période sous revue		442		1 762
Liquidités à la fin de la période sous revue		929		442

¹ Chiffres de l'année précédente adaptés à hauteur de la variation de la correction de valeur sur les créances et sur les stocks.

Situation des fonds propres

en millions de CHF	Bénéfice accumulé	Actions propres Bell	Différences de change cumulées	Total réserves provenant de bénéfices	Résultat de l'exercice	Total hors intérêts minoritaires	Intérêts minoritaires	Total avec intérêts minoritaires
Fonds propres au 1.1.2012	6 265	-2	-258	6 004	432	6 436	350	6 786
Utilisation du résultat de l'exercice 2011	432			432	-432			
Résultat de l'exercice 2012					452	452	79	531
Dividendes							-58	-58
Achat (-)/vente d'Actions propres Bell		0		0		0	0	0
Différences résultant de la conversion des monnaies			4	4		4	-1	3
Fonds propres au 31.12.2012	6 697	-2	-254	6 440	452	6 892	370	7 262
Fonds propres au 1.1.2011	5 795	-5	-179	5 610	470	6 080	331	6 412
Variations (achats/ventes)							-9	-9
Utilisation du résultat de l'exercice 2010	470			470	-470			
Résultat de l'exercice 2011					432	432	71	503
Dividendes							-42	-42
Achat (-)/vente d'Actions propres Bell		4		4		4	2	6
Différences résultant de la conversion des monnaies			-79	-79		-79	-3	-82
Fonds propres au 31.12.2011	6 265	-2	-258	6 004	432	6 436	350	6 786

Annexe aux comptes annuels consolidés

Principes de consolidation

Principes de présentation des comptes

Les comptes annuels consolidés sont basés sur les comptes annuels au 31 décembre 2012 des sociétés consolidées, établis tous selon les mêmes principes, et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats du groupe. Les comptes des entreprises du périmètre de consolidation Coop ont été établis conformément à l'ensemble des directives des recommandations relatives à la présentation des comptes Swiss GAAP RPC et aux dispositions de la législation suisse. Les unes et les autres ont servi de base à l'élaboration de directives internes destinées à assurer l'application de principes unitaires de classification, d'évaluation et de transparence à l'échelle du groupe.

Méthode de consolidation

Le groupe Coop se compose de Coop Société Coopérative et des filiales de celle-ci, ainsi que de toutes les entreprises, établies en Suisse ou à l'étranger, contrôlées directement ou indirectement (sociétés dans lesquelles le groupe Coop détient plus de 50 % des droits de vote). L'intégration globale est fondée sur le principe de la prise en compte des actifs, passifs, charges et produits dans leur ensemble. Les éventuelles participations détenues par des tiers dans des sociétés intégralement consolidées sont comptabilisées séparément comme intérêts minoritaires. Les sociétés nouvellement acquises sont intégrées dans les comptes consolidés à partir de la prise de contrôle. Les sociétés vendues en sont exclues dès le jour de la vente. Les plus-values sur les actifs nets de sociétés acquises sont portées à l'actif du bilan au prorata de la part du groupe dans ces sociétés.

Les relations et transactions entre les sociétés du groupe ne sont pas portées en compte. La consolidation du capital s'effectue selon la méthode de l'acquisition: les fonds propres de la société au moment de son acquisition ou de sa fondation sont enregistrés à la valeur comptable de la participation dans le bilan de la société mère. Les bénéficiaires intermédiaires ne sont pas portés en compte dès lors qu'ils sont importants.

Les sociétés dans lesquelles le groupe Coop détient une participation de 20 % à 50 % en termes de droits de vote, et pour autant qu'elles aient une certaine importance économique, sont intégrées selon la méthode de mise en équivalence. Tout montant supplémentaire payé figure au bilan sous «Goodwill» et est systématiquement amorti. Dans le compte de résultat, le montant figure dans le résultat des entités associées ou dans les amortissements sur immobilisations incorporelles. La détermination de la part des fonds propres repose sur les comptes de clôture de ces sociétés, établis selon le principe de la conformité à la réalité.

Conversion des monnaies étrangères

La conversion en francs suisses s'effectue au cours à la date de clôture du bilan pour les actifs et passifs locaux et au cours moyen

pour les comptes de résultat et tableaux de financement locaux. Les différences résultant de l'application des cours de conversion susmentionnés sont imputées directement sur les fonds propres.

Cours des monnaies étrangères en CHF

		Cours moyens		Cours de fin d'année	
		2012	2011	2012	2011
1	EUR	1.208	1.233	1.207	1.220
1	GBP	1.483	1.415	1.479	1.460
1	HKD	0.120	0.113	0.118	0.120
100	HUF	0.416	0.443	0.415	0.390
100	JPY	1.171	1.109	1.110	1.216
1	PLN	0.288	0.300	0.296	0.273
1	RON	0.271	0.291	0.272	0.282
1	RUB	0.030	0.030	0.030	0.029
1	USD	0.932	0.880	0.915	0.940

Principes d'évaluation

Liquidités

Les liquidités sont portées au bilan à leur valeur nominale. Elles comprennent les avoirs en caisse, les avoirs sur les comptes postaux et bancaires, les placements à court terme, les chèques ainsi que les chèques Reka. Ces postes peuvent à tout moment être convertis en liquidités et ne sont soumis qu'à des variations de valeur insignifiantes (explications 10, 11).

Titres

Les titres sont des valeurs facilement réalisables sur le marché. Ils sont inscrits au bilan à leur valeur de marché.

Créances résultant de livraisons et de prestations et autres créances à court terme

Les créances sont évaluées à leur valeur nominale, en tenant compte de manière raisonnable des corrections de valeur économiquement nécessaires (explications 12, 13).

Stocks

Les stocks sont évalués aux prix de revient, qui sont constitués par les prix d'achat nets additionnés des coûts indirects d'acquisition. Les produits finis et semi finis sont évalués au maximum à leur coût de fabrication. Si la valeur de marché nette au jour de clôture est inférieure au coût d'acquisition ainsi calculé, on retient la valeur la plus basse. La correction de valeur des marchandises inutilisables est effectuée unité par unité (explication 15).

Immobilisations incorporelles

Lors de l'achat de participations, le goodwill est calculé sur la base de la différence entre le prix d'achat payé et les actifs nets acquis, évalués à leurs valeurs actuelles. Tout goodwill est porté à l'actif du bilan et amorti d'une manière linéaire sur une période de 8 ans.

Les autres immobilisations incorporelles ont été portées au bilan à leur valeur d'acquisition, amortissable linéairement sur des périodes variant de 3 à 8 ans. Les droits sur les marques et autres immobilisations incorporelles sont amortis sur une durée pouvant aller jusqu'à 20 ans. Si certains éléments présentent une dépréciation durable, les immobilisations incorporelles sont soumises à un test de dépréciation effectué sur la base du modèle d'évaluation des actifs financiers (CAPM), en tenant compte de données actualisées résultant d'une planification pluriannuelle relative à l'évolution économique. Aucuns frais de recherche et de développement ne sont inscrits à l'actif (explication 16).

Immobilisations financières

Les immobilisations financières sont portées au bilan à leur valeur d'acquisition en tenant compte des corrections de valeur économiquement nécessaires. Les prêts et les immobilisations financières à long terme dans lesquelles les droits de vote sont inférieurs à 20 % sont également portés en compte à leur valeur d'acquisition avec les amortissements nécessaires (explication 17).

Toutes les participations de moins de 20 % sont comptabilisées dans les immobilisations financières à leur coût d'acquisition après les corrections de valeur nécessaires ou sous forme de titres à leur valeur de marché.

Mobilier, véhicules, machines, immeubles

Les immobilisations corporelles sont évaluées aux coûts d'acquisition après déduction des amortissements nécessaires. Les amortissements s'effectuent sur une base linéaire sur une période correspondant à la durée de vie économique des biens. Les bases sont les suivantes:

	pas d'amortissement
Terrains non bâtis	
Immeubles	40–100 ans
Installations	15–30 ans
Bâtiments de courte durée de vie	3–20 ans
Equipements des points de vente	10 ans
Equipements des marchés CC	15 ans
Autre mobilier	3–15 ans
Machines et installations	3–30 ans
Véhicules	3–15 ans
Informatique	3–8 ans

Les immobilisations financées par crédit bail sont inscrites à l'actif au même titre que les autres immobilisations et amorties conformément au tableau d'amortissement. Les valeurs actuelles correspondantes sont portées au passif en tant qu'engagements de crédit bail, dans les dettes. La valeur vénale des immeubles est calculée à l'interne. Les valeurs vénales globales sont supérieures aux valeurs comptables (explications 18, 19).

Fonds étrangers

Sont considérés comme fonds étrangers à court terme toutes les dettes arrivant à échéance dans un délai d'un an au plus ainsi que les comptes de régularisation et les provisions à court terme. Les fonds étrangers à long terme sont constitués de dettes avec une échéance située au delà d'un an.

Dettes

Les dettes sont portées au bilan à leur valeur nominale (explications 20, 21, 22, 24, 25).

Provisions

Les provisions sont évaluées à la date du bilan sur la base des sorties de fonds vraisemblables. Les risques ont été suffisamment pris en compte. Les provisions constituent des obligations juridiques ou implicites (explications 23, 26). Les autres provisions comprennent essentiellement les provisions pour personnel, points de vente, affaires juridiques et taxe sur la valeur ajoutée.

Charges diverses

Le poste «Charges diverses» comprend des dommages non assurés, des pertes sur débiteurs, des frais de fermeture non planifiés ainsi que diverses autres charges d'exploitation.

Postes hors exploitation

Le résultat hors exploitation comprend les charges et produits résultant d'événements ou d'opérations commerciales qui se distinguent clairement de l'activité commerciale habituelle. Les immobilisations corporelles hors exploitation font également partie de ce groupe.

Postes exceptionnels

Les postes exceptionnels comprennent les charges et produits qui n'apparaissent que très rarement dans le cadre de l'activité ordinaire et qui ne sont pas prévisibles.

Impôts sur les bénéfices

Tous les impôts dus sur les bénéfices imposables de l'exercice sont inscrits au débit du compte de résultat, indépendamment de leur échéance. De plus, certains produits et certaines dépenses qui sont inscrits à différents moments dans les comptes du groupe ou dans les comptes individuels des sociétés génèrent des impôts sur le bénéfice supplémentaires: ce sont les impôts différés. Les impôts différés provenant de ces écarts entre valeurs fiscales et valeurs inscrites au bilan sont calculés au taux d'imposition moyen, établi sur la base des taux d'imposition locaux, d'une part, et des pertes reportées pouvant être fiscalement prises en compte, d'autre part (explication 9).

Impôts d'exploitation

L'impôt sur le capital, les droits de mutation, les droits de timbre d'émission et autres redevances fiscales sont présentés à la rubrique «Autres charges d'exploitation» du compte de résultat (explication 4).

Reclassifications

La ligne «Reclassifications», dans les présentations des immobilisations, regroupe principalement les transferts d'acomptes dans une autre catégorie d'immobilisations.

Tableau de flux de trésorerie

Le fonds est constitué par les liquidités. Le flux de fonds découlant de l'activité d'exploitation est calculé selon la méthode indirecte.

Parties liées

Sont considérées comme parties liées les sociétés consolidées selon la méthode de mise en équivalence, ainsi que les personnes physiques telles que les membres d'une Direction générale, d'un Conseil d'administration et des caisses de pension. Les transactions avec les parties liées ont été effectuées aux conditions du marché, qui s'appliquent également aux tiers.

Périmètre de consolidation

Le périmètre de consolidation Coop est décrit aux pages 94 à 96.

Durant l'année sous revue, il a subi les modifications suivantes (hors changements de raison sociale et fusions):

		Monnaie	Capital en millions	Part ¹ 31.12.2012	Part ¹ 31.12.2011
Coop Société Coopérative					
Tropenhaus Wolhusen AG, CH-Wolhusen	Augmentation le 1.1.2012	CHF	2.60	94.31 %	40.66 %
BG Rosengarten Solothurn AG, CH-Soleure	Augmentation le 1.1.2012	CHF	0.10	100.00 %	62.00 %
Parking des Remparts SA, CH-La Tour-de-Peilz	Fondation le 13.7.2012	CHF	3.60	33.33 %	
Betty Bossi AG, CH-Zurich	Rachat le 21.12.2012	CHF	0.17	100.00 %	50.00 %
Groupe Bell					
Bell Deutschland GmbH & Co. KG, DE-Seevetal	Fondation le 1.1.2012	EUR	1.00	66.29 %	
Bell Verwaltungs GmbH, DE-Seevetal	Fondation le 1.1.2012	EUR	0.03	66.29 %	
ZIMBO Czechia s.r.o., CZ-Praha	Augmentation le 1.1.2012	CZK	30.00	59.66 %	46.40 %
Groupe Transgourmet					
Eurocash SA, FR-Schiltigheim	Rachat le 1.6.2012	EUR	3.01	100.00 %	
Entités associées au groupe Coop					
Delizio GmbH, DE-Stuttgart	Rachat le 1.1.2012	EUR	0.03	32.48 %	
Gastro Star AG, CH-Dällikon	Rachat le 1.1.2012	CHF	0.12	32.48 %	
Schwarz Viva AG, CH-Villigen	Rachat le 1.1.2012	CHF	2.40	32.48 %	
Eurobuy GmbH, DE-Köln	Augmentation le 11.6.2012	EUR	0.21	33.33 %	25.00 %
Hilcona Holding AG, CH-Zoug	Fondation le 21.6.2012	CHF	10.00	32.48 %	
Hilcona Agrar AG, FL-Schaan	Fondation le 14.12.2012	CHF	1.00	32.48 %	

En 2011, le périmètre de consolidation avait subi les modifications suivantes (hors changements de raison sociale et fusions):

		Monnaie	Capital en millions	Part ¹ 31.12.2011	Part ¹ 31.12.2010
Coop Société Coopérative					
CapCo AG, FL-Vaduz	Fondation le 19.01.2011	CHF	5.00	100.00 %	
Pearlwater Mineralquellen AG, CH-Termen	Rachat le 1.1.2011	CHF	22.40	100.00 %	
Groupe Transgourmet, CH-Bâle	Augmentation le 10.1.2011	CHF	520.10	100.00 %	50.00 %
Tropenhaus Frutigen AG, CH-Frutigen	Augmentation le 1.1.2011	CHF	1.40	69.16 %	40.00 %
Groupe Bell					
Abraham Schinken GmbH, DE-Seevetal	Augmentation le 31.12.2011	EUR	0.10	66.29 %	49.73 %
Hoppe GmbH, DE-Bad Wünnenberg	Rachat le 1.5.2011	EUR	0.20	66.29 %	
SBA Schlachtbetrieb Basel AG, CH-Basel	Augmentation le 1.7.2011	CHF	0.25	66.29 %	31.82 %
Groupe Transgourmet					
Vreriksen Verwaltungsgesellschaft mbH, DE-Dortmund	Rachat le 1.7.2011	EUR	0.1	100.00 %	
Entités associées au groupe Coop					
Hilcona Gruppe, FL-Schaan	Rachat le 20.1.2011	CHF	10.00	32.48 %	

¹ détenue par le groupe Coop

Les principaux postes d'inventaire sur entités associées sont présentés aux postes correspondants à l'annexe. Il existe en outre des contrats de livraison et de prise en charge réciproques, étant entendu que les conditions du marché sont prises en compte en fonction des volumes de transaction.

Informations en annexe

Les opérations hors bilan sont indiquées à leur valeur nominale.

Explications concernant les comptes annuels consolidés

Dépréciation de valeur

Dans le cadre du contrôle annuel de l'actualité de la valeur des goodwill, il a fallu procéder à des amortissements non planifiés d'un montant de 9 millions de CHF au sein de Coop Société Coopérative et de 3 millions de CHF au sein du groupe Transgourmet. Lors du contrôle du parc immobilier, des amortissements non planifiés ont été comptabilisés, à hauteur de 76 millions de CHF sur certains objets et de 6 millions de CHF sur le mobilier, les véhicules et les machines.

Engagements de prévoyance

Le groupe Coop prend à sa charge les coûts proportionnels de la prévoyance professionnelle de tous ses collaborateurs et de leurs survivants sur la base des règlements, qui prévoient des prestations sensiblement supérieures au minimum LPP. Les montants figurent dans les frais de personnel, au poste «Charges sociales». Les avoires de vieillesse des assurés actifs à la CPV/CAP sont rémunérés à 1,5 %, ce qui correspond au taux LPP minimal fixé par le Conseil fédéral. Au 31 décembre 2012, la CPV/CAP affiche un taux de couverture de 104,6 % (année précédente: 98,8 %) avant constitution des réserves de fluctuation de valeur.

Instruments financiers dérivés non échus

Tous les instruments financiers dérivés non échus à la date du bilan, évalués à leur valeur de marché, sont compris dans les résultats présentés. Ils n'apparaissent dans les comptes annuels que lorsqu'ils arrivent à échéance (explication 32).

Ing. Dipl. Fust SA possède une option d'achat sur 49,94 % de Service 7000 AG qui pourra être exercée de 2012 à 2023 à un prix qui sera fixé en fonction de l'évolution de la rentabilité de la société au cours des trois années précédentes.

Bell possède des options de rachat de parts supplémentaires de sociétés associées (2 % d'Hilcona), dont le prix dépendra de l'évolution de la rentabilité de ces dernières.

Pertes reportées

Les pertes reportées, d'un montant de 1141 millions de CHF (année précédente: 1131 millions de CHF), n'ont pas donné lieu à l'activation d'impôts différés actifs.

Goodwill des entités associées

Le goodwill des entités associées s'élève à 13 millions de CHF (année précédente: 17 millions de CHF).

Honoraires du réviseur des comptes

L'honoraire total de PwC, qui s'élève à 3,6 millions de CHF (année précédente: 3,6 millions de CHF), se compose comme suit: 3,2 millions de CHF pour des prestations de révision (année précédente: 3,3 millions de CHF) et 0,4 million de CHF pour d'autres prestations (année précédente: 0,3 million de CHF).

Rémunérations

Les indemnités versées pour les activités exercées par le Conseil d'administration de Coop ont totalisé 1,4 million de CHF en 2012 (année précédente: 1,3 million de CHF). Les salaires bruts versés à la Direction générale ont totalisé 3,3 millions de CHF en 2012 pour 5,8 unités de personnel (année précédente: 4,3 millions de CHF pour sept membres). Les membres de la Direction générale reçoivent par ailleurs une prime liée aux résultats limitée à 20 % du salaire brut au maximum. Les honoraires fixes versés pour les activités exercées par les membres de la Direction générale dans les filiales et sociétés tierces reviennent à Coop. Il n'existe pas de dispositions spéciales en matière de caisse de pension pour le président ou la vice présidente du Conseil d'administration, ni pour les membres de la Direction générale.

Informations sur l'évaluation des risques

Le groupe Coop dispose d'un système standardisé de gestion des risques dans le cadre duquel son exposition aux risques est réévaluée tous les trois ans. Lors de la réévaluation complète qui a eu lieu en 2012, les principaux risques et les principaux scénarios qui en découlent ont été identifiés, analysés et estimés par la Direction générale de Coop en présence du président du Conseil d'administration, et des mesures ont été définies en conséquence. Les résultats de cette réévaluation des risques et les mesures définies ont été approuvés par le Conseil d'administration lors de sa séance du 28 juin 2012.

Ces mesures sont soumises à un processus de controlling. La Direction générale fait chaque année le point sur la mise en œuvre des mesures décidées parallèlement à une évaluation de l'exposition aux risques. Le Conseil d'administration est ensuite informé des délibérations.

Les évaluations annuelles institutionnalisées de la qualité du Système de contrôle interne au niveau des processus de gestion incluent une évaluation des risques opérationnels et des risques liés à l'élaboration des rapports financiers et aux exigences de conformité. Quelques filiales et entités associées à Coop disposent de leur propre système de contrôle interne.

Événements postérieurs à la date du bilan

Le Conseil d'administration a approuvé les comptes consolidés le 13 février 2013. Ceux-ci seront soumis à l'approbation de l'Assemblée des délégués le 11 avril 2013. Il n'existe aucun autre événement majeur postérieur à la date du bilan qui pourrait avoir un impact déterminant sur le bouclage annuel consolidé de 2012 du groupe Coop.

en millions de CHF	2012	2011
1 Produit net résultant de livraisons et de prestations par secteur		
Produit net Alimentaire	18 335	18 242
Produit net Non-alimentaire	8 396	8 398
Total	26 731	26 640
Région Suisse romande	4 207	4 205
Région Berne	2 718	2 756
Région Nord-Ouest de la Suisse	3 516	3 499
Région Suisse centrale-Zurich	4 423	4 441
Région Suisse orientale-Tessin	3 422	3 347
Siège/Production en Suisse	955	941
Produit net Suisse	19 241	19 188
Allemagne	3 549	3 556
France	1 629	1 584
Roumanie	927	991
Pologne	908	938
Russie	312	203
République tchèque	64	66
Belgique	27	40
Pays-Bas	26	27
Hongrie	19	22
Autres pays	29	26
Produit net Etranger	7 490	7 451
Total	26 731	26 640
2 Autres produits d'exploitation		
Loyers perçus sur immeubles d'exploitation	137	122
Gains réalisés sur cessions d'immobilisations d'exploitation	8	
Prestations propres activées	12	15
Autres produits	839	839
Total	996	975
3 Frais de personnel		
Salaires/Honoraires	3 087	3 056
Charges sociales	727	756
Taux des charges sociales en %	23.5	24.8
Autres frais de personnel	195	185
Total	4 009	3 998
Unités de personnel du groupe Coop	64 416	64 402
Chiffre de l'année précédente adapté		
4 Autres charges d'exploitation		
Frais de publicité	453	463
Loyers	669	674
Frais de bureau et d'administration	237	231
Taxes et assurances choses	100	109
Impôts sur l'exploitation	36	30
Entretien et acquisitions de remplacement	326	321
Energie et matériel d'exploitation	418	417
Frais de transport	289	285
Charges diverses	279	230
Total	2 807	2 759

en millions de CHF	2012	2011
5 Amortissements		
Goodwill, amortissements planifiés	216	223
Goodwill, amortissements non planifiés	12	36
Autres immobilisations incorporelles, amortissement planifiés	60	58
Autres immobilisations incorporelles, amortissement non planifiés	0	7
Amortissements sur immobilisations incorporelles	288	324
Mobilier, véhicules et machines, amortissements planifiés	363	362
Mobilier, véhicules et machines, amortissements non planifiés	6	8
Immeubles, amortissements planifiés	460	416
Immeubles, amortissements non planifiés	76	95
Amortissements sur immobilisations corporelles	905	881
Total	1 193	1 205
6 Résultat des comptabilisations en monnaies étrangères		
Gains de change	43	315
Pertes de change	32	299
Total	11	16
7 Résultat financier		
Dividendes et gains de cours sur titres	22	15
Autres intérêts perçus	14	17
Produit financier	36	32
Pertes de cours sur titres	7	55
Charges d'intérêts et autres charges financières	116	140
Amortissements sur immobilisations financières	2	12
Charges financières	124	207
Total	-89	-175
8 Résultat hors exploitation		
Loyers perçus	2	1
Gains réalisés sur cessions d'immobilisations hors exploitation	4	43
Autres produits hors exploitation	1	42
Produits hors exploitation	7	87
Charges et amortissements sur immeubles hors exploitation	2	17
Autres charges hors exploitation	6	10
Charges hors exploitation	9	27
Total	-2	59
9 Impôts sur les bénéfices		
Impôts courants sur les bénéfices	153	136
Variation des impôts différés	-4	-14
Total	148	122

en millions de CHF	31.12.2012	31.12.2011
10 Liquidités		
Avoirs en caisse, avois sur comptes postaux et bancaires	909	421
Chèques Reka	19	20
Dépôts à terme	0	1
Total	929	442
11 Liquidités par devise		
Franc suisse	758	169
Euro	127	208
Autres devises	44	66
Total	929	442
12 Créances résultant de livraisons et de prestations		
Créances résultant de livraisons et de prestations	972	989
Correction de valeur	45	48
Créances sur entités associées	11	9
Total	938	951
13 Autres créances à court terme		
Autres créances	364	280
Acomptes aux fournisseurs	2	2
Autres créances sur entités associées	1	0
Total	367	283
14 Comptes de régularisation actifs		
Comptes de régularisation actifs	302	329
Comptes de régularisation actifs sur entités associées	32	
Total	334	329
15 Stocks		
Biens commerciaux	2 379	2 352
Produits finis (production)	138	128
Produits semi-finis, produits en cours de fabrication	70	69
Matières premières	111	111
Matériel auxiliaire et matériel d'emballage	34	35
Acomptes aux fournisseurs	30	33
Correction de valeur stocks	139	147
Total	2 622	2 581

16 Immobilisations incorporelles	Goodwill	Marques/ Brevets/ Licences	Logiciel	Autres immo- bilisations incorporelles	Total
en millions de CHF					
Immobilisations incorporelles 2012					
Valeur d'acquisition 1.1.2012	2 843	528	287	63	3 721
Modifications dans le périmètre de consolidation	2		7	0	9
Investissements	2	71	34	6	113
Désinvestissements	0	3	6	2	11
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-1	-0	-1	-0	-2
Reclassifications	-0	-0	7	-7	0
Etat au 31.12.2012	2 846	595	329	60	3 830
Amortissements cumulés au 1.1.2012	1 652	182	216	36	2 087
Modifications dans le périmètre de consolidation			3	0	4
Amortissements planifiés	216	24	32	4	276
Amortissements non planifiés	12			0	12
Amortissements cumulés sur désinvestissements		3	6	1	10
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-1	-0	-0	-0	-1
Reclassifications		-0	-2	2	-0
Etat au 31.12.2012	1 879	203	244	41	2 367
Valeur comptable nette au 31.12.2012	966	393	85	19	1 463
Immobilisations incorporelles 2011					
Valeur d'acquisition 1.1.2011	2 069	496	178	51	2 794
Modifications dans le périmètre de consolidation		34	79	9	122
Investissements	799	1	37	1	839
Désinvestissements	3	1	5	1	9
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-22	-1	-2	-0	-25
Reclassifications	-1	-0	-1	3	1
Etat au 31.12.2011	2 843	528	287	63	3 721
Amortissements cumulés au 1.1.2011	1 395	140	130	28	1 693
Modifications dans le périmètre de consolidation		13	61	4	78
Amortissements planifiés	223	25	29	5	281
Amortissements non planifiés	36	6	1		43
Amortissements cumulés sur désinvestissements		1	4	1	5
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-1	-0	-1	-0	-3
Reclassifications	0	-0	0	0	-0
Etat au 31.12.2011	1 652	182	216	36	2 087
Valeur comptable nette au 31.12.2011	1 191	346	71	26	1 634

17 Immobilisations financières	Réserve de	Autres immo-	Entités	Total
en millions de CHF	cotisations	bilisations	associées	
	de l'employeur	financières		
Immobilisations financières 2012				
Valeur comptable nette au 1.1.2012	18	107	137	261
Modifications dans le périmètre de consolidation		0	-4	-4
Augmentation	0	49	11	60
Diminution	4	13	0	17
Corrections de valeur (+) / réévaluations (-)		-0	-15	-15
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))		-0	-0	-0
Reclassifications		-3	-1	-4
Etat au 31.12.2012	14	140	158	311
Autres immobilisations financières				
Prêts à des entités associées				32
Prêts à des tiers				43
Diverses immobilisations financières				65
Etat au 31.12.2012				140
Immobilisations financières 2011				
Valeur comptable nette au 1.1.2011	18	442	710	1 170
Modifications dans le périmètre de consolidation		0	3	3
Augmentation	0	4	60	64
Diminution	1	36	0	37
Corrections de valeur (+) / réévaluations (-)		12	-3	9
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))		-0	-1	-1
Reclassifications		-291	-639	-930
Etat au 31.12.2011	18	107	137	261
Autres immobilisations financières				
Prêts à des entités associées				11
Prêts à des tiers				31
Diverses immobilisations financières				65
Etat au 31.12.2011				107

18 Mobilier, véhicules, machines	Mobilier	Véhicules	Informa- tique	Machines/ Equipements	Leasing financier	Immobili- sations en cons- truction	Total
en millions de CHF							
Mobilier, véhicules, machines 2012							
Valeurs d'acquisition 1.1.2012	2 226	341	502	1 070	9	42	4 190
Modifications dans le périmètre de consolidation	3	0	1	1			5
Investissements	167	49	40	38	0	21	315
Désinvestissements	43	25	20	14	1	0	103
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-2	-1	0	-1	-0	-0	-4
Reclassifications	-41	1	14	43	-1	-38	-23
Etat au 31.12.2012	2 311	365	536	1 138	7	24	4 381
Amortissements cumulés au 1.1.2012	1 313	178	370	770	7		2 637
Modifications dans le périmètre de consolidation	2	0	1	1			4
Amortissements planifiés	196	42	56	67	1		363
Amortissements non planifiés	4	0	0	2			6
Amortissements cumulés sur désinvestissements	42	23	20	14	1		100
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-2	-1	0	-1	-0		-3
Reclassifications	-35	-0	3	13	-1	-0	-20
Etat au 31.12.2012	1 436	197	411	838	6	-0	2 887
Valeur comptable nette au 31.12.2012	875	169	125	299	2	24	1 494
Mobilier, véhicules, machines 2011							
Valeurs d'acquisition 1.1.2011	1 905	186	378	984	9	22	3 482
Modifications dans le périmètre de consolidation	335	133	111	117	5	5	706
Investissements	174	57	57	57	0	46	391
Désinvestissements	211	35	54	56	4	1	361
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-11	-4	-4	-9	-0	-1	-29
Reclassifications	34	4	14	-23	0	-29	1
Etat au 31.12.2011	2 226	341	502	1 070	9	42	4 190
Amortissements cumulés au 1.1.2011	1 101	104	279	708	6		2 197
Modifications dans le périmètre de consolidation	207	68	89	67	4		435
Amortissements planifiés	201	38	58	64	1		362
Amortissements non planifiés	6	0	2	1			8
Amortissements cumulés sur désinvestissements	209	32	54	50	4		348
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-7	-2	-4	-5	-0		-18
Reclassifications	14	1	0	-15	0		1
Etat au 31.12.2011	1 313	178	370	770	7		2 637
Valeur comptable nette au 31.12.2011	913	164	131	301	2	42	1 553

19 Immeubles	Terrains non bâtis	Installations	Terrains et bâtiments	Terrains et bâtiments hors expl.	Leasing financier	Immobilisations en construction	Total
en millions de CHF							
Immeubles 2012							
Valeurs d'acquisition 1.1.2012	81	2 239	10 718	79	99	128	13 344
Modifications dans le périmètre de consolidation	17	4	12	0			33
Investissements	5	129	293	5		119	552
Désinvestissements		13	58	55		1	126
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	0	3	13	0	-0	1	17
Reclassifications	-2	378	-248	59	-75	-90	23
Etat au 31.12.2012	102	2 740	10 730	89	24	157	13 843
Amortissements cumulés au 1.1.2012	4	1 111	3 806	52	40	1	5 015
Modifications dans le périmètre de consolidation	13	2	14				29
Amortissements planifiés	0	152	307	0	1		460
Amortissements non planifiés		2	74	0		1	76
Amortissements cumulés sur désinvestissements		12	50	33		-0	95
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))		0	5		-0	0	6
Reclassifications	-1	133	-126	36	-23	-0	20
Etat au 31.12.2012	16	1 389	4 030	56	18	1	5 510
Valeur comptable nette au 31.12.2012	86	1 351	6 700	33	7	156	8 333
Immeubles 2011							
Valeurs d'acquisition 1.1.2011	67	2 004	8 127	163	11	50	10 422
Modifications dans le périmètre de consolidation	11	229	2 103	13	89	41	2 485
Investissements	4	96	747	0		122	969
Désinvestissements	0	119	187	101		5	412
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-0	-6	-107		-1	-3	-118
Reclassifications	0	34	-115	4		75	-2
Etat au 31.12.2011	81	2 239	10 718	79	99	128	13 344
Amortissements cumulés au 1.1.2011	4	990	3 149	84	4	1	4 232
Modifications dans le périmètre de consolidation	0	97	462	3	34	1	596
Amortissements planifiés		139	274	1	3	0	417
Amortissements non planifiés		3	92	15			110
Amortissements cumulés sur désinvestissements	0	116	140	60		-0	316
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))		-3	-20		-0	-0	-23
Reclassifications		2	-12	9		-1	-1
Etat au 31.12.2011	4	1 111	3 806	52	40	1	5 015
Valeur comptable nette au 31.12.2011	77	1 127	6 912	27	59	127	8 330

en millions de CHF	31.12.2012	31.12.2011
20 Dettes résultant de livraisons et de prestations		
Dettes résultant de livraisons et de prestations	2 177	2 202
Dettes envers des entités associées	65	22
Total	2 242	2 224
21 Dettes financières à court terme		
Comptes courants	5	65
Prêts bancaires	115	192
Autres dettes financières à court terme	20	43
Dettes envers des institutions de prévoyance du personnel	200	200
Autres dettes à court terme envers des entités associées	5	4
Part à court terme des dettes financières à long terme	842	1 025
Total	1 187	1 529
22 Autres dettes à court terme		
Bons d'achat en circulation	19	12
Acomptes de clients	161	203
Autres impôts	226	195
Autres dettes à court terme	73	67
Total	478	478

23 Provisions à court terme	Prév. du	Restruc-	Supercard ¹	Autres	Total
en millions de CHF	personnel	turations		provisions	
Etat au 1.1.2012	24	5	190	85	304
Modifications dans le périmètre de consolidation		0		5	5
Constitution de provisions	22	8	194	36	260
Utilisation de provisions	22	3	178	49	253
Dissolution de provisions devenues sans objet	0			5	5
Reclassifications	-1		-26	28	1
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-0	-0		-0	-0
Etat au 31.12.2012	22	10	180	101	313

Etat au 1.1.2011	21	1	73	45	140
Modifications dans le périmètre de consolidation	0	24		39	63
Constitution de provisions	27	3	190	38	258
Utilisation de provisions	23	23	192	54	292
Dissolution de provisions devenues sans objet	1			5	6
Reclassifications	0	-1	119	24	143
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-0	-0		-1	-1
Etat au 31.12.2011	24	5	190	85	304

¹ La constitution et l'utilisation de provisions Supercard sont désormais présentées dans les provisions à court terme (chiffres de l'année précédente adaptés).

	31.12.2012	31.12.2011
24 Comptes de régularisation passifs		
Comptes de régularisation passifs	628	598
Comptes de régularisation passifs sur entités associées	0	
Total	628	598

25 Dettes financières à long terme				
Comptes de dépôts			1 548	1 415
Obligations de caisse			361	379
Coop	2008-2013	3½ %	150	
Coop	2009-2014	3½ %	500	
Coop	2009-2015	3¼ %	500	
Coop	2010-2016	2 %	500	
Coop	2010-2017	2 %	250	
Coop	2012-2019	1¼ %	250	
Emprunts			2 150	2 150
Prêts bancaires			236	229
Hypothèques			154	196
Leasing financier			5	57
Autres prêts			72	151
Part à court terme des dettes financières à long terme			-842	-1 025
Total			3 685	3 551

26 Provisions à long terme	Prév. du	Impôts	Supercard ¹	Autres	Total
en millions de CHF	personnel	différés		provisions	
Etat au 1.1.2012	108	781	21	111	1 022
Modifications dans le périmètre de consolidation		1		0	1
Constitution de provisions	13	11		79	103
Utilisation de provisions				4	4
Dissolution de provisions devenues sans objet	12	17	4	5	39
Reclassifications	-40		26	13	-1
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-0	2		-0	1
Etat au 31.12.2012	68	778	43	194	1 084
Etat au 1.1.2011	92	792	144	50	1 078
Modifications dans le périmètre de consolidation	6	30		55	90
Constitution de provisions	12	104		40	157
Utilisation de provisions	0	27		6	33
Dissolution de provisions devenues sans objet	1	117	3	3	124
Reclassifications	-0		-119	-24	-143
Impact des variations monétaires (gain (+)/perte (-))	-0	-0		-2	-3
Etat au 31.12.2011	108	781	21	111	1 022

¹ Chiffres de l'année précédente adaptés, commentaire sous 23 Provisions à court terme

27 Institutions de prévoyance du personnel	Valeur nomi- nale RCE	Bilan	Bilan	Variations RCE dans frais de personnel	
	31.12.2012	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011
Réserve de cotisations de l'employeur (RCE)					
Fonds patronaux/Institutions de prévoyance patronales	4	4	9	4	0
Institutions de prévoyance	10	10	10		-0
Total	14	14	18	4	-0

Chiffres de l'année précédente adaptés

	Couverture/ découvert	Part économique du groupe Coop	Charges de prévoyance dans frais de personnel		
	31.12.2012	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011
Avantage économique/engagement économique et charges de prévoyance					
Fonds patronaux/Institutions de prévoyance patronales					
Institutions de prévoyance sans excédent de couverture/découvert				247	
Institutions de prévoyance en découvert					262
Institutions de prévoyance avec excédent de couverture					7
Total				247	269
Charges de prévoyance dans frais de personnel					
Cotisations réglementaires de l'employeur				247	269
Dettes envers des institutions de prévoyance du personnel garanties par une banque				200	200

28 Opérations hors bilan		
Cautionnements, obligations de garantie		41 55
Valeur comptable des actifs mis en gage pour garantir des dettes		284 327
Dettes garanties		159 205
Autres engagements ne devant pas être portés au bilan		26

Chiffres de l'année précédente adaptés

en millions de CHF		31.12.2012		31.12.2011			
29 Valeurs d'assurance incendie							
Immobilisations corporelles		17 629		16 788			
30 Engagements résultant du leasing d'exploitation non inscrit au bilan							
2012				29			
2013		20		19			
2014		15		15			
2015		14		11			
2016–2018		29		33			
après 2018		25		35			
31 Engagements résultant des contrats de bail et des contrats de superficie à long terme							
2012				664			
2013		725		654			
2014		690		626			
2015		650		537			
2016–2018		1 725		1 612			
après 2018		3 405		2 752			
32 Instruments financiers dérivés non échus							
		Valeurs contractuelles		Valeurs actives		Valeurs passives	
		31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011
Instrument financier	But						
Devises	Couverture	612	377	1	2	0	1
Taux d'intérêt	Couverture/Négoce	289	150	5	11	4	
Instruments de fonds propres	Autres buts	4	9	0			
Autres valeurs de base	Couverture	21	721	1	0		0
33 Transactions avec des parties liées							
Transactions avec les entités associées		2012		2011			
Produits nets		40		38			
Loyers perçus sur immeubles d'exploitation				1			
Autres produits d'exploitation		73		53			
Intérêts perçus		0		3			
Charges de matières		354		285			
Frais de bureau et d'administration		2		5			
Frais de publicité		1		1			
Charges diverses		15		20			
Chiffres de l'année précédente adaptés							
34 Principaux éléments lors de l'acquisition d'entités							
Coop Société Coopérative							
Betty Bossi AG							
Créances		4					
Stocks		11					
Immobilisations incorporelles		3					
Dettes		15					

en millions de CHF	2012	2011
Tropenhaus Wolhusen AG		
Immeubles	4	
Dettes financières	5	
Pearlwater Mineralquellen AG		
Immobilisations corporelles		8
Immeubles		16
Dettes financières		19
Tropenhaus Frutigen AG		
Liquidités		3
Immeubles		25
Dettes financières		30
Autres dettes		3
Transgourmet Holding AG		
Liquidités		137
Créances		604
Stocks		633
Immobilisations corporelles		258
Immeubles		1 826
Dettes financières		1 139
Autres dettes		1 198
Transgourmet Holding AG		
Eurocash SAS		
Créances	6	
Stocks	6	
Immobilisations incorporelles	2	
Immeubles	6	
Dettes	8	
Dettes financières	7	
Bell AG		
Hoppe GmbH		
Créances		4
Immobilisations corporelles		14
Dettes		3
Dettes financières		6
Hilcona AG (entité associée)		
Liquidités		21
Créances		40
Stocks		51
Immobilisations corporelles		191
Dettes		30
Dettes financières		114

Périmètre de consolidation Coop

au 31.12.2012			Part du capital détenue par le groupe en %		Capital 31.12.2012 Mio. de CHF	Consoli- dation ¹
Coop Genossenschaft	CH-Basel	Commerce de détail				
Bell AG	CH-Basel	Holding	66.29	CHF	2.0	I
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Bochum	Sous-holding	100.00	EUR		I
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	Société en participation	100.00	EUR		I
Abraham Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	Production de jambon	51.00	EUR		I
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	Société en participation	100.00	EUR		I
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	Commerce de produits carnés	100.00	EUR		I
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont- Chevigny	Jambon cru	100.00	EUR		I
Abraham France SARL	FR-Bussy-Saint- Georges	Commerce de gros	100.00	EUR		I
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	Commerce de produits carnés	100.00	PLN		I
Marco Polo N.V.	BE-Zellik	Sous-holding	100.00	EUR		I
Coldlog N.V.	BE-Zellik	Stockage	100.00	EUR		I
The Fresh Connection N.V.	BE-Zellik	Commerce de produits carnés	100.00	EUR		I
The Fresh Connection Nederland B.V.	NL-Dr Houten	Commerce de produits carnés	76.00	EUR		I
Novak Mäso-údeniny s.r.o.	SK-Nitra	Commerce de produits carnés	90.00	EUR		I
Sanchez Alcaraz S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Jambon cru	100.00	EUR		I
S.C. ZIMBO Romania s.r.l.	RO-Bucureşti	Commerce de produits carnés	100.00	RON		I
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha	Commerce de détail	90.00	CZK		I
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	Viande et charcuterie	99.70	HUF		I
Bell France SAS	FR-Teilhède	Sous-holding	100.00	EUR		I
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	Saucisse crue	100.00	EUR		I
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Saucisse crue	100.00	EUR		I
Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	Jambon cru	100.00	EUR		I
Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	Jambon cru	100.00	EUR		I
St-André SAS	FR-St-André-sur- Vieux-Jonc	Saucisse crue	100.00	EUR		I
Val de Lyon SAS	FR-Saint-Symphorien- sur-Coise	Saucisse crue	100.00	EUR		I
Bell Schweiz AG	CH-Basel	Viande fraîche, charcuterie, volaille, produits de la mer	100.00	CHF		I
Centravo Holding AG	CH-Zürich	Transformation de sous-produits	29.80 ²	CHF		E
Frigo St. Johann AG	CH-Basel	Logistique, entrepôts frigorifiques	100.00	CHF		I
Hilcona AG	FL-Schaan	Produits convenance frais	49.00	CHF		E
Delizio GmbH	DE-Stuttgart	Produits convenance	100.00	EUR		I
FPH Trust Ltd.	FL-Schaan	Gestion de fortune	100.00	CHF		I
Gusto GmbH	DE-Stuttgart	Société en participation	100.00	EUR		I
Hilcona Agrar AG	FL-Schaan	Produits convenance	100.00	CHF		I
Hilcona Convenance AG	CH-Schafisheim	Produits convenance	100.00	CHF		I
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden- Echterdingen	Produits convenance	100.00	EUR		I
Hilcona Fresh Express	CH-Lupfig	Produits convenance	100.00	CHF		I
Hilcona France SARL	FR-Montélimar	Produits convenance	100.00	EUR		I
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	Produits convenance	100.00	CHF		I
Hilcona Holding AG	CH-Zug	Société en participation	100.00	CHF		I

¹ I = Société intégralement consolidée

E = Société consolidée selon la méthode de mise en équivalence

² Part des actions en circulation dans le capital

au 31.12.2012			Part du capital		Capital	Consoli-
			détenue par le		31.12.2012	dation ¹
			groupe en %		Mio. de CHF	
Gastro Star AG	CH-Dällikon	Produits convenience	100.00	CHF		I
Schwarz Viva AG	CH-Villigen	Commerce et stockage	100.00	CHF		I
Kamina Handels AG	FL-Schaan	Gestion de fortune	100.00	CHF		I
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Edition de magazines	100.00	CHF	0.2	I
BG Rosengarten Solothurn AG	CH-Solothurn	Immobilier	100.00	CHF	0.1	I
CapCo AG	CH-Vaduz	Compagnie d'assurance	100.00	CHF	5.0	I
Centre de formation «du Léman»	CH-Jongny	Formation	100.00	CHF	0.0	I
Coop Bildungszentrum	CH-Muttenz	Formation	100.00	CHF	0.4	I
Coop Immobilien AG	CH-Bern	Immobilier	100.00	CHF	200.0	I
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	Agence de voyage	50.00	CHF		E
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	Stations-service avec boutique	51.00	CHF	10.0	I
Tanklager Rothenburg AG	CH-Rothenburg	Entretien de citernes	33.33	CHF		E
Coop Switzerland Far East Ltd.	HK-Hongkong	Groupement d'achat	100.00	HKD	0.0	I
Coop Vitality AG	CH-Niederbipp	Pharmacies	51.00	CHF	5.0	I
Coopernic SCRL	BE-Bruxelles	Groupement d'achat	20.00	EUR		E
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Electroménager, multimédia	100.00	CHF	10.0	I
Service 7000 AG	CH-Netstal	Service de réparation	50.06	CHF		I
Distributis AG	CH-Dietlikon	Immobilier	100.00	CHF	7.5	I
Eurobuy GmbH	DE-Köln	Groupement d'achat	33.33	EUR		E
Eurogroup Far East Ltd.	HK-Hongkong	Groupement d'achat	44.44	HKD		E
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	Groupement d'achat	50.00	EUR		E
Eurogroup Deutschland GmbH	DE-Langenfeld	Coopérative d'achat	100.00	EUR		I
Eurogroup España Frutas y Verduras S.A.	ES-Valencia	Coopérative d'achat	100.00	EUR		I
Eurogroup Italia S.R.L.	IT-Verona	Coopérative d'achat	100.00	EUR		I
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Produits de boulangerie surgelés	40.00	CHF		E
Palink UAB	LT-Vilnius	Commerce de détail	20.00	LTL		E
Panflor AG	CH-Zürich	Céréales et produits de mouture	100.00	CHF	0.1	I
Parking des Remparts SA	CH-La Tour-de-Peilz	Parking	33.33	CHF		E
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Sources d'eau minérale	100.00	CHF	22.4	I
railCare AG	CH-Härkingen	Entreprise ferroviaire	100.00	CHF	1.0	I
Swisscare GmbH	DE-Konstanz	Société de distribution	100.00	EUR	0.0	I
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Produits de beauté et cosmétiques	100.00	CHF	0.4	I
Transgourmet Holding AG	CH-Basel	Holding	100.00	CHF	520.1	I
transCoop GmbH	DE-Neu-Isenburg	Sous-holding	100.00	EUR		I
Transgourmet Immobilien GmbH & Co. KG	DE-Pullach	Immobilier	100.00	EUR		I
Transgourmet Foodservice Immobilien GmbH	DE-Mainz	Immobilier	100.00	EUR		I
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Sous-holding	100.00	EUR		I
OOO Garant-Vozrogdjenije	RU-Moskwa	Immobilier	100.00	RUB		I
OOO Mikotrans	RU-Moskwa	Immobilier	100.00	RUB		I
OOO Selgros	RU-Moskwa	Libre-service en gros	100.00	RUB		I
OOO Selgros Immobilien	RU-Moskwa	Immobilier	100.00	RUB		I
OOO Veritable	RU-Moskwa	Immobilier	100.00	RUB		I
Transgourmet Deutschland AG	CH-Basel	Sous-holding	100.00	CHF		I
OHG FEGRO/SELGROS Cash & Carry GmbH & Co.	DE-Neu-Isenburg	Libre-service en gros	100.00	EUR		I
OHG REWE-Foodservice GmbH & Co.	DE-Mainz	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Geo-Marketing GmbH	DE-Mainz	Marketing	25.00	EUR		E
Transgourmet Seafood GmbH	DE-Bremerhaven	Fruits de mer	100.00	EUR		I

¹ I = Société intégralement consolidée

E = Société consolidée selon la méthode de mise en équivalence

au 31.12.2012			Part du capital		Capital	Consoli-
			détenue par le		31.12.2012	dation ¹
			groupe en %		Mio. de CHF	
Transgourmet Deutschland GmbH	DE-Neu-Isenburg	Holding	100.00	EUR		I
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	Libre-service en gros	100.00	RON		I
SELGROS Sp. z o.o.	PL-Poznan	Libre-service en gros	100.00	PLN		I
Transgourmet France SAS	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
ALDIS SUD EST 2 SAS	FR-Saint-Martin-de-Crau	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Eurocash SA	FR-Schiltigheim	Livraison en gros	100.00	EUR		I
All Fresh Logistique SAS	FR-Rungis	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Delta logistic SAS	FR-Rungis	Livraison en gros	100.00	EUR		I
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	Holding	19.08	EUR		E
La Goele SAS	FR-Rungis	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Locafresh SAS	FR-Rungis	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Locagroup SAS	FR-Rungis	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-Jolie	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Sodiexval SAS	FR-Rungis	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Neva Food SAS	FR-Chilly-Mazarin	Livraison en gros	100.00	EUR		I
SPEIR SAS	FR-Rungis	Livraison en gros	100.00	EUR		I
COFIDA SAS	FR-Rungis	Livraison en gros	100.00	EUR		I
ALDIS ASP 5 SARL	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
ALDIS ASP 6 SARL	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
BSP SAS	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Hygedis SAS	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Anaxis SA	FR-Le Mans	Livraison en gros	100.00	EUR		I
GAP SAS	FR-Villepinte	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Monsieur clean SAS	FR-Nice	Livraison en gros	100.00	EUR		I
NES SAS	FR-Lezennes	Livraison en gros	100.00	EUR		I
PHS Aquitaine SAS	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
PHS Côte d'Azur SAS	FR-Nice	Livraison en gros	100.00	EUR		I
PHS Méditerranée SAS	FR-Vitrolles	Livraison en gros	100.00	EUR		I
PHS Rhône-Alpes SAS	FR-Pont-de-l'Isère	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Pro Hygiène Service EST SAS	FR-Fegersheim	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Pro Hygiène Service SARL	FR-Orly	Livraison en gros	82.16	EUR		I
Transgourmet Opérations SAS	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Transgourmet Immobilier France SAS	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Transgourmet Finance SNC	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Transgourmet Management Cie	FR-Orly	Livraison en gros	100.00	EUR		I
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Commerce de gros	100.00	CHF		I
Grossopanel AG	CH-Stans	Etudes de marché	39.80	CHF		E
Valentin Pontresina AG	CH-Pontresina	Commerce, import, export	50.00	CHF		E
WINE AG VALENTIN & VON SALIS	CH-Pontresina	Commerce de boissons	50.00	CHF		E
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Produits tropicaux / aquaculture	69.05	CHF	1.4	I
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Produits tropicaux / aquaculture	94.31	CHF	2.6	I

¹ I = Société intégralement consolidée



Rapport de l'organe de révision
à l'Assemblée des délégués de
Coop Société Coopérative
Bâle

Rapport de l'organe de révision sur les comptes annuels consolidés

En notre qualité d'organe de révision, nous avons effectué l'audit des comptes annuels consolidés de Coop Société Coopérative, comprenant le compte de résultat, le bilan, le tableau de flux de trésorerie, la situation des fonds propres et l'annexe (pages 74-96), pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2012.

Responsabilité du Conseil d'administration

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels consolidés, conformément aux Swiss GAAP RPC et aux dispositions légales, incombe au Conseil d'administration. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le maintien d'un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes annuels consolidés afin que ceux-ci ne contiennent pas d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. En outre, le Conseil d'administration est responsable du choix et de l'application de méthodes comptables appropriées ainsi que des estimations comptables adéquates.

Responsabilité de l'organe de révision

Notre responsabilité consiste, sur la base de notre audit, à exprimer une opinion sur les comptes annuels consolidés. Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes d'audit suisses. Ces normes requièrent de planifier et réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les comptes annuels consolidés ne contiennent pas d'anomalies significatives.

Un audit inclut la mise en œuvre de procédures d'audit en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les informations fournies dans les comptes annuels consolidés. Le choix des procédures d'audit relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation des risques que les comptes annuels consolidés puissent contenir des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes annuels consolidés pour définir les procédures d'audit adaptées aux circonstances, et non pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci.

Un audit comprend, en outre, une évaluation de l'adéquation des méthodes comptables appliquées, du caractère plausible des estimations comptables effectuées ainsi qu'une appréciation de la présentation des comptes annuels consolidés dans leur ensemble. Nous estimons que les éléments probants recueillis constituent une base suffisante et adéquate pour former notre opinion d'audit.

Opinion d'audit

Selon notre appréciation, les comptes annuels consolidés pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2012 donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats en conformité avec les Swiss GAAP RPC et sont conformes à la loi suisse.

Rapport sur d'autres dispositions légales

Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément conformément à la loi sur la surveillance de la révision (LSR) et d'indépendance (art. 906 CO en relation avec l'art. 728 CO et art. 11 LSR) et qu'il n'existe aucun fait incompatible avec notre indépendance.

Conformément à l'art. 906 CO en relation avec l'art. 728a al. 1 chiffre 3 CO et à la Norme d'audit suisse 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes annuels consolidés, défini selon les prescriptions du Conseil d'administration.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels consolidés qui vous sont soumis.

PricewaterhouseCoopers SA

Dr. Daniel Suter
Expert-réviseur
Réviseur responsable

Pascal Bucheli
Expert-réviseur

Bâle, 13 février 2013

Glossaire partie financière

C

Chiffre d'affaires de détail

Formule: chiffre d'affaires encaissé par les points de vente + chiffre d'affaires des ventes directes

Chiffre d'affaires encaissé

Produit net résultant de livraisons et de prestations plus TVA et superpoints.

D

Degré de couverture des immobilisations 2

Indique la part en pourcent du financement des actifs immobilisés par des fonds étrangers à long terme et des fonds propres.

$$\text{Formule: } \frac{\text{Fonds propres + fonds étrangers à long terme}}{\text{Actifs immobilisés}} \times 100$$

Dettes financières nettes

Formule: dettes financières – liquidités

F

Facteur de couverture des intérêts

Objectif stratégique du groupe Coop: > 8.0

$$\text{Formule: } \frac{\text{EBITDA}}{\text{Résultat financier}} \times 100$$

Facteur d'endettement

Objectif stratégique du groupe Coop: < 3.0

$$\text{Formule: } \frac{\text{Dettes financières} - (\text{liquidités} + \text{titres})}{\text{EBITDA}} \times 100$$

P

Part des fonds propres

Objectif stratégique du groupe Coop: > 40.0

Produit net résultant de livraisons et de prestations

Les produits nets résultant de livraisons et de prestations sont les produits hors TVA réalisés par le groupe Coop dans son cœur de métier.

Q

Quick ratio (degré de liquidité 2)

Mesure de la liquidité d'une entreprise servant à évaluer sa solvabilité.

$$\text{Formule: } \frac{\text{Liquidités + créances}}{\text{Fonds étrangers à court terme}} \times 100$$

Achevé d'imprimer

Les affirmations de ce rapport qui ne renvoient pas à des faits et chiffres réels sont des prévisions, qui ne sauraient être des garanties de performances futures. Toute prévision implique des risques et des incertitudes, notamment en ce qui concerne l'économie mondiale, les fluctuations des taux de change, les dispositions légales, la situation des marchés, les activités de la concurrence ainsi que d'autres facteurs sur lesquels l'entreprise n'a aucune influence.

Le présent rapport est disponible en allemand, en français, en italien et en anglais. C'est la version allemande qui fait foi.
Une version électronique est accessible sur Internet à l'adresse www.coop.ch/rapport

Tirage

5500 all. / 1200 fr. / 700 it. / 800 angl.

Editeur

Coop Société Coopérative
Thiersteinallee 12
Case postale 2550
CH-4002 Bâle
Tél. 061 336 66 66
Fax 061 336 60 40
www.coop.ch

Adresse de commande

Coop
Info Service
Case postale 2550
CH-4002 Bâle
Tél. 0848 888 444
www.coop.ch

Rédaction: Coop, Relations publiques
Conception: YJOO Communications AG, Zurich
Réalisation: Victor Hotz AG, Steinhausen/Zoug
Portraits Coop: Heiner H. Schmitt Jr., Bâle
Impression: W. Gassmann SA, Bienne
Reliure: Scherrer AG Buchbinderei, Urdorf



oo

