



Gruppo Coop
Rapporto di gestione
2013



Cifre indicative →

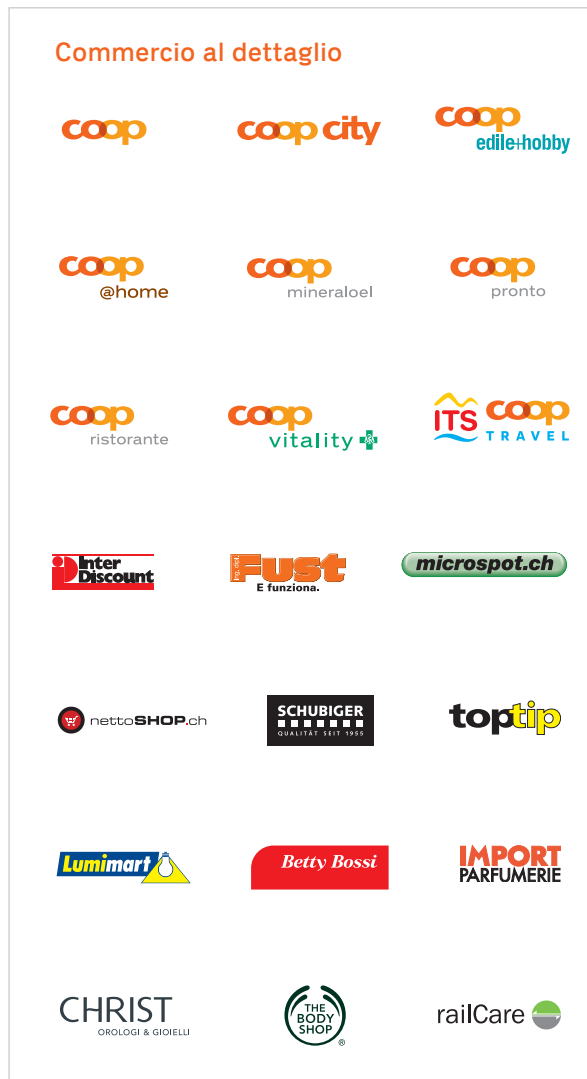
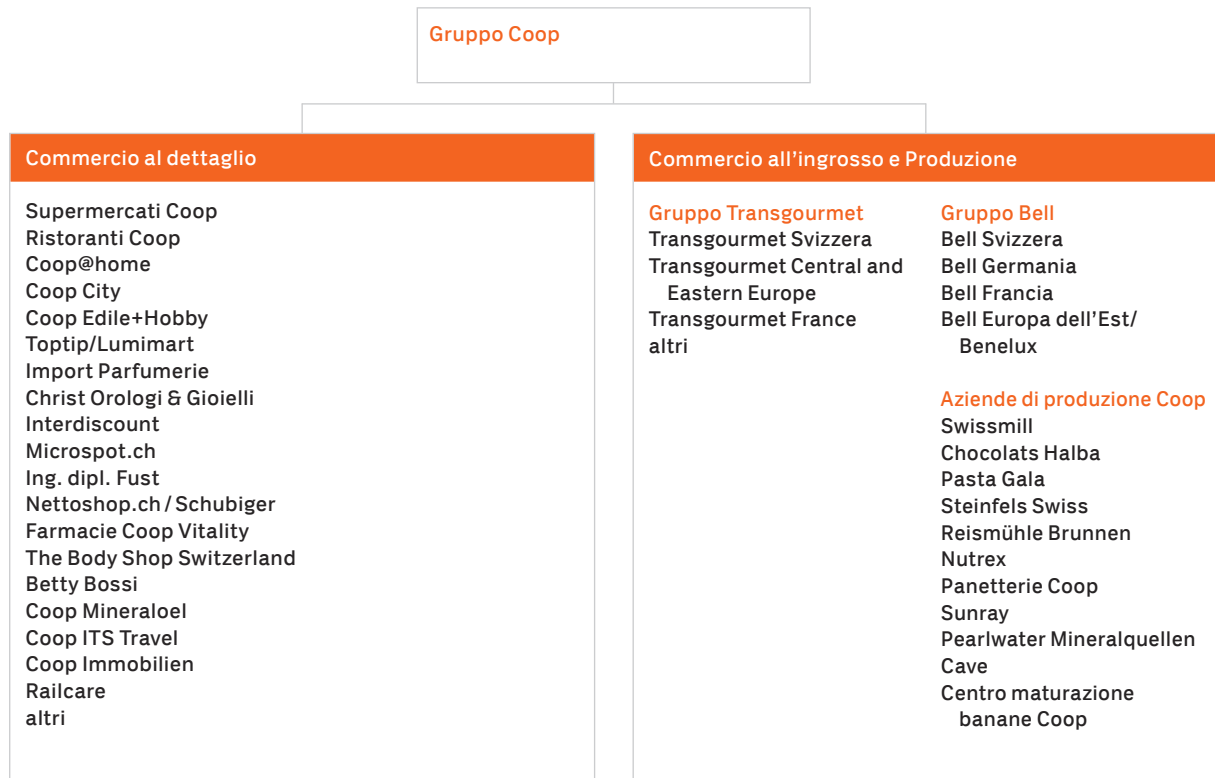
Cifre indicative

in milioni di CHF o come indicato	2013	2012	Variazione	Indice %	
Commercio al dettaglio	18 091	17 784	+307	101.7	
Commercio all'ingrosso/Produzione	11 084	11 020	+64	100.6	
Consolidamento	-2 207	-2 074	-133	..	
Ricavo netto da forniture e servizi	26 967	26 731	+237	100.9	
di cui ricavo netto Estero	7 478	7 490	-12	99.8	
in % del ricavo netto	27.7	28.0	-0	99.0	
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	1 937	1 930	+7	100.4	
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.2	7.2	-0	99.5	
Risultato operativo (EBIT)	760	737	+23	103.1	
in % del ricavo netto (margine EBIT)	2.8	2.8	+0	102.2	
Utile netto	462	452	+10	102.3	
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.7	1.7	+0	101.4	
Flusso finanziario dell'attività operativa	1 667	1 711	-44	97.4	
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	6.2	6.4	-0	96.6	
Flusso finanziario dell'attività di investimento	-965	-950	-14	..	
in % del ricavo netto	3.6	3.6	+0	100.6	
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento	-116	-275	+159	..	
Free cash flow	628	842	-214	74.6	
Somma di bilancio	17 317	16 880	+437	102.6	
Patrimonio netto incluse gli interessi di minoranza	7 738	7 262	+475	106.5	
Quota di patrimonio netto incluse gli interessi di minoranza in %	Obiettivo: > 40.0	44.7	43.0	+2	103.9
Debiti finanziari	4 840	4 872	-32	99.3	
Indebitamento finanziario netto	3 305	3 855	-550	85.7	
Fattore di indebitamento	Obiettivo: < 3.0	1.7	2.0	-0	85.4
Fattore di copertura degli interessi	Obiettivo: > 8.0	21.7	21.8	-0	99.7
Collaboratori al 31.12	74 955	75 309	-354	99.5	
Unità di personale	64 399	64 458	-59	99.9	
Persone in formazione al 31.12	3 265	3 221	+44	101.4	
Punti di vendita/Mercati					
Numero Commercio al dettaglio al 31.12	1 933	1 917	+16	100.8	
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m² al 31.12	1 777 800	1 766 913	+10 887	100.6	
Numero Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	229	211	+18	108.5	
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m² al 31.12	924 591	915 734	+8 857	101.0	
Numero di soci al 31.12	2 537 859	2 595 065	-57 206	97.8	

Valori dell'anno precedente adattati

Settori aziendali del Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2014



Gruppo Coop
Rapporto di gestione

2013

Introduzione	2-5
Relazione sulla situazione economica	6-47
Corporate Governance	48-62
Parte finanziaria	63-98

L'universo Coop è vasto, vario e internazionale. Lo testimoniano centinaia di foto scattate nell'ambito di un'iniziativa interna durante la quale i collaboratori si sono reciprocamente fotografati sul proprio posto di lavoro. Da questo affascinante mondo di immagini è nata l'idea di usare le fotografie per il presente rapporto di gestione e mostrare così ai lettori qualche scorcio del lavoro quotidiano da Coop.

Prefazione

Al passo coi tempi

Con i settori Commercio al dettaglio, Commercio all'ingrosso e Produzione, il Gruppo Coop realizza un ricavo netto di circa 27,0 miliardi di franchi, con una crescita dello 0,9% rispetto all'anno precedente. Nel solo commercio al dettaglio, la crescita è addirittura dell'1,7%. Grazie a numerose innovazioni, il Gruppo Coop detta nuove tendenze sul mercato sorprendendo ancora una volta i propri clienti.

«Il commercio è sinonimo di cambiamento. E noi affrontiamo tutte le sfide connesse con dinamismo e apertura.»

Hansueli Loosli

«Per me, commercio al dettaglio significa cura dei dettagli, passione per i prodotti e soprattutto tanti contatti positivi con collaboratori e clienti.»

Joos Sutter



Nonostante un contesto ancora difficile, il Gruppo Coop guarda con soddisfazione ai risultati conseguiti nell'anno d'esercizio 2013. Siamo riusciti a incrementare il ricavo netto dello 0,9% toccando quota 27,0 miliardi di franchi. Proprio nel commercio al dettaglio in Svizzera abbiamo dovuto far fronte a un forte tasso di rincaro negativo con punte fino al 6,6% in alcuni formati specializzati. Anche all'estero la situazione non è stata sempre rosea: a causa della moderata propensione ai consumi in Europa, il commercio all'ingrosso e la produzione hanno registrato uno scarso dinamismo. Ciononostante, con i settori Commercio al dettaglio, Commercio all'ingrosso e Produzione siamo riusciti a posizionarci bene sul mercato.

Nel commercio al dettaglio il ricavo netto del Gruppo Coop ha raggiunto i 18,1 miliardi di franchi, pari a un incremento dell'1,7% rispetto all'anno precedente. Motori di crescita sono stati in particolare i nostri assortimenti sostenibili e i servizi innovativi nel settore online.

Per il 20° anniversario di Naturaplan, la nostra marca propria bio, abbiamo festeggiato diversi successi contemporaneamente. Ad esempio, abbiamo realizzato in collaborazione con alcuni produttori di articoli di marca internazionali un progetto unico al mondo: abbiamo lanciato 23 articoli molto popolari in Svizzera in versione bio, che esibivano sia il logo della marca che quello di Naturaplan. Progetti innovativi come questo, abbinati a un impegno ventennale rigoroso nei confronti del biologico, hanno convinto ancora una volta i nostri clienti. Nell'anno in esame, i prodotti Naturaplan hanno raggiunto vette di popolarità mai toccate prima, registrando una crescita di fatturato del 14% circa rispetto all'anno precedente. È anche grazie a questo netto incremento del fatturato che siamo riusciti a raggiungere l'ambizioso obiettivo che ci eravamo prefissi per l'anniversario: per la prima volta Coop ha generato un fatturato di oltre 1 miliardo di franchi con i prodotti bio. Questo risultato sottolinea ancora una volta il nostro ruolo pionieristico e la leadership pluriennale nel segmento di mercato bio.

Siamo al passo coi tempi anche nel settore online – e con grande successo. Dalla fondazione nel 2006, il nostro supermercato online Coop@home ha registrato ogni anno una crescita a due cifre. E Microspot.ch, il formato online per l'elettronica di consumo e gli elettrodomestici, nel 2013 ha battuto tutti i record con una crescita di circa il 25%. Siamo riusciti a convincere i clienti con offerte sempre nuove e soluzioni innovative, in particolare con la combinazione tra vendita nei negozi e commercio online. Un'altra pietra miliare è rappresentata dall'acquisto di Nettoshop AG

alla fine del 2013, che ci ha permesso di ampliare le nostre competenze nel commercio online degli elettrodomestici.

Anche nel comparto della ristorazione rafforziamo la nostra posizione sul mercato. Per il 2014 rileviamo la Marché Ristoranti Svizzera SA, il primo operatore nei servizi di ristorazione viaggiante in Svizzera. Il Gruppo Coop ha così iniziato il nuovo anno con lo stesso dinamismo con cui ha concluso l'anno in esame.

Per quanto riguarda il commercio all'ingrosso, nel 2013 ci siamo concentrati in tutti i paesi sugli esercizi gastronomici, che rappresentano i nostri clienti principali, con l'intento di rispondere nel miglior modo possibile alle loro esigenze. Un numero sempre crescente di clienti auspica una maggiore flessibilità nell'approvvigionamento della merce. Ecco perché nell'anno in esame Transgourmet ha raggruppato le sue offerte nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso in Svizzera. Allo stesso modo, dal 1° gennaio 2014 anche le due unità Transgourmet in Germania sono affidate a una gestione unificata. Il grande vantaggio per i nostri clienti: possono scegliere se ritirare la propria merce nel mercato Cash&Carry o farsela consegnare. Il vantaggio per noi: possiamo sfruttare le sinergie.

Per noi è particolarmente importante che i singoli settori in seno al Gruppo Coop potenzino la collaborazione tra loro e si avvantaggino reciprocamente. Ad esempio, nel 2013 Transgourmet ha acquistato sempre più spesso le merci dalle aziende di produzione Coop – sia in Svizzera che all'estero. Anche in futuro sfrutteremo appieno queste sinergie interne al Gruppo.

Con i settori Commercio al dettaglio, Commercio all'ingrosso e Produzione, cresce sempre più la collaborazione tra le aziende del Gruppo Coop. Un'azienda così grande e versatile può trasformarsi in un insieme forte ed efficiente solo se tutti i collaboratori operano in sintonia. Il nostro particolare ringraziamento va pertanto ai nostri 74.955 collaboratori che nel 2013 hanno ancora una volta profuso un eccezionale impegno. In definitiva, sono loro che quotidianamente assicurano che i nostri clienti ci restino fedeli.



Hansueli Loosli

Presidente del
Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter

Presidente della Direzione generale

Tappe principali nel 2013



Gennaio

Fusione di Prodega/Growa e Howeg

Le unità operative di Prodega/Growa e Howeg vengono raggruppate e gestite da una direzione unificata. I clienti beneficiano dell'offerta congiunta dei servizi di Cash&Carry e di rifornimento all'ingrosso.



Febbraio

Avvio della campagna «20 anni di Naturaplan»

Coop festeggia il 20° anniversario del proprio label sostenibile di successo Naturaplan e lancia una grande campagna anniversario con numerose attività promozionali. Punto culminante della campagna è il lancio da parte di Naturaplan di articoli di marca classici svizzeri in qualità bio. Coop inserisce inoltre più di 170 novità nell'assortimento Naturaplan. Il bus Naturaplan parte per un tour attraverso tutta la Svizzera.



Marzo

Primo cioccolato bio del commercio equo e solidale

Insieme a Chocolats Halba, Coop lancia il primo cioccolato bio al mondo del commercio equo e solidale proveniente dall'Honduras.

Cooperazione con la Rete dei parchi svizzeri

Coop avvia la partnership con la Rete dei parchi svizzeri. L'obiettivo è quello di inserire tutti i prodotti realizzati all'interno dei parchi nell'assortimento della Regione corrispondente.



Luglio

Ûnique: frutta e verdura fuori norma

Frutta e verdura che differiscono esternamente dalla norma trovano ora posto sugli scaffali del supermercato sotto il nome Ûnique. Il lancio è stato oggetto di clamore ben al di là dei confini nazionali ed entusiasma i clienti.

CityCargo Genève:

eccezionale progetto di trasporto merci D'ora in poi Coop effettua le consegne su rotaia nel centro della città di Ginevra. Da lì parte poi la distribuzione capillare con i camion. Coop risparmia così ogni anno 1128 tonnellate di CO₂ e 1,4 milioni di chilometri percorsi su strada sull'asse Losanna-Ginevra.



Agosto

Oltre 1000 giovani iniziano la formazione professionale di base da Coop

1086 giovani iniziano la propria formazione da Coop. Le professioni nella vendita sono le più gettonate e costituiscono l'85% dei posti di tirocinio presso Coop.

Karma: nuova linea per sapori vegetariani

Coop ha lanciato una linea di prodotti unica in tutta Europa per venire incontro alla domanda di un'alimentazione gustosa e senza carne da parte dei vegetariani part-time, chiamati anche «flexitariani». La nuova marca propria Coop Karma comprende una cinquantina di prodotti, tra cui piatti pronti, insalate, sandwich, tofu, snack e prodotti da spalmare.



Settembre

Benessere degli animali: Coop promossa a pieni voti

L'ultimo rapporto della Protezione svizzera degli animali PSA dedicato al tema «Protezione degli animali nel commercio alimentare» attribuisce a Coop la migliore prestazione nella tutela degli animali. E anche nel «Business Benchmark on Farm Animal Welfare» (BBFAW) di dicembre 2013 Coop si piazza al primo posto nel settore alimentare svizzero. Il pluriennale impegno di Coop per il benessere degli animali viene pertanto confermato per ben due volte da autorità indipendenti.



Aprile

Partner del Museo dei Trasporti di Lucerna

Coop avvia una partnership con il Museo dei Trasporti di Lucerna. I soci di Hello Family usufruiscono di offerte convenienti.



Maggio

Swissmill innalza il silo dei cereali

Dopo l'approvazione da parte dei cittadini votanti della città di Zurigo, Swissmill – azienda di produzione Coop – avvia l'espansione del silo di cereali. A lavori conclusi, il «granaio» – attualmente alto 40 metri – raggiungerà i 118 metri di altezza.

Lancio del couponing digitale

Coop scommette sul futuro e lancia i buoni digitali. I clienti possono attivare questi buoni su Internet o sull'app corrispondente e salvarli sulla Supercard.



Giugno

Posa della prima pietra a Schafisheim

È stata posta la prima pietra per l'ampliamento della centrale di distribuzione Coop a Schafisheim nel Canton Argovia. Qui – nel più grande cantiere privato del paese – sorgeranno un grande edificio di logistica e la più grande panetteria della Svizzera.

Proroga del contratto collettivo di lavoro

Coop e le rispettive parti sociali concordano un nuovo contratto collettivo di lavoro (CCL). Questa partnership di successo pluriennale è stata così prolungata fino al 2017. Coop è l'unica azienda del commercio al dettaglio in Svizzera che da anni negozia il CCL con cinque parti sociali ottenendo il loro consenso.



Ottobre

Nuovi programmi di layout per i negozi

Nel 2013, Coop realizza nuovi programmi di layout moderno in diversi formati di vendita. A ottobre apre le porte il Coop City di Zugo completamente ristrutturato.

Bell costruisce un nuovo stabilimento di produzione

Presso la sede di Cheseaux inizia la costruzione del nuovo stabilimento di produzione per specialità di salumeria. L'azienda per la lavorazione della carne Bell concentra qui la produzione di Cheseaux e Losanna.

Grande successo per le figurine Disney

In collaborazione con Disney, Coop distribuisce alla propria clientela le figurine dei personaggi più amati del mondo di Disney.



Novembre

Rilevamento del centro commerciale Fribourg-Sud a Villars-sur-Glâne

Coop firma il contratto di compravendita azionaria per l'acquisto della Centre Commercial Moncor SA. L'azienda sarà rilevata all'inizio del 2014. Alla società appartiene il centro commerciale Fribourg-Sud di Villars-sur-Glâne in cui Coop è già presente con vari formati di vendita.

Marche per professionisti nei centri Coop Edile+Hobby

Coop gestisce ora nei propri centri Edile+Hobby i prodotti di AEG Powertools e offre in esclusiva per tutto il territorio svizzero gli elettrodomestici del marchio Ryobi One+. Edile+Hobby è pertanto il primo mercato edile in Svizzera a mettere piede nel segmento di mercato degli elettrodomestici per professionisti.

«Gran premio della formazione professionale» 2013

La fondazione Hans Huber assegna a Coop il «Gran premio della formazione professionale». In questo modo riconosce il pluriennale impegno di Coop a favore di una formazione professionale sostenibile.



Dicembre

Ora Nettoshop AG fa parte di Coop

Con questa acquisizione, Coop amplia le proprie competenze nel commercio online degli elettrodomestici. In questo settore, Nettoshop.ch è lo shop online leader in Svizzera.

Acquisizione di Marché Ristoranti Svizzera SA

Per il 2014, Coop acquista la Marché Ristoranti Svizzera SA. Con l'acquisizione del primo operatore svizzero nei servizi di ristorazione viaggiante, Coop amplia le proprie competenze nel ramo della ristorazione.

Aumento salariale dell'1% per i collaboratori di Coop

La Direzione generale di Coop ringrazia i propri collaboratori per la grande performance offerta in uno scenario economico ancora difficile e mette a disposizione per le trattative salariali del 2014 complessivamente l'1% del monte salari.

Nuova immagine per Transgourmet

A partire da gennaio 2014, Rewe Foodservice e Fegro/Selgros Cash+Carry si presentano sul mercato come un'azienda comune sotto il marchio ombrello Transgourmet Central and Eastern Europe. Il vecchio marchio di vendita Rewe Foodservice opera ora sotto il brand Transgourmet. Anche Howeg dal 2014 si presenta sul mercato con il nome Transgourmet. Il nome Howeg non sarà più utilizzato.

Relazione sulla situazione economica

9 Scenario e strategia

- 9 Scenario
- 10 Prospettive
- 11 Profilo aziendale
- 11 Strategie e posizionamenti di successo
- 13 Processo di definizione degli obiettivi

Commercio al dettaglio

15 Formati di vendita

- 15 Supermercati
- 15 Formati specializzati
- 18 Formati online
- 19 Gastronomia e settore alberghiero

21 Offerta

- 21 Varietà dell'assortimento
- 21 Marche proprie e marchi di qualità sostenibili
- 23 Marche proprie per gruppi target specifici
- 25 Marche proprie standard
- 25 Articoli di marca
- 25 Prezzo

27 Prestazioni supplementari

- 27 Servizi
- 28 Gestione della qualità
- 29 Pubblicità/Comunicazione

31 Logistica, Informatica e Immobili

- 31 Logistica
- 32 Informatica
- 33 Immobili

Commercio all'ingrosso e Produzione

35 Gruppo Transgourmet

- 35 Sviluppo del gruppo
- 35 Dinamismo in tutti i paesi

39 Produzione

- 39 Gruppo Bell
- 40 Aziende di produzione Coop

45 Collaboratori

- 45 Strategia del personale di Coop
- 45 Partnership sociale di Coop
- 46 Previdenza professionale di Coop
- 47 Commercio all'ingrosso e Produzione

**«Gustare verdure fresche e croccanti è un piacere
che i miei clienti devono poter provare tutti i giorni.»**

Jeannine Bauder, capo reparto Frutta e Verdura al supermercato Coop di Biberist



Scenario e strategia

Il commercio al dettaglio cresce al di sotto della media rispetto all'economia generale svizzera. Continuano gli acquisti all'estero e aumenta la pressione normativa. Il Gruppo Coop, con i rami di attività Commercio al dettaglio, Commercio all'ingrosso e Produzione, gode di un ottimo posizionamento strategico sul mercato.

Scenario

Debole crescita nel mondo e in Europa

Anche nel 2013 l'economia mondiale non è riuscita a riprendere slancio. Molti paesi emergenti continuano a registrare andamenti economici sotto la media. Nell'Eurozona i processi di sdebitamento nel settore pubblico e privato si ripercuotono sulla domanda interna. Un grosso problema rimane l'elevata disoccupazione, che frena i consumi privati e costituisce un fattore di rischio per la stabilizzazione dell'area euro. Perdura la recessione, in particolare negli Stati periferici. Nel 2013, la Germania è stata invece un motore di crescita nell'Eurozona e ha registrato un andamento positivo dei consumi privati, oltre a un leggero calo della disoccupazione. Anche la Francia ha registrato un andamento positivo.

Acquistano importanza gli accordi commerciali

Con il cambiamento ai vertici di tre importanti istituzioni di politica commerciale – l'OMC (Organizzazione mondiale del commercio), l'UNCTAD (Conferenza delle Nazioni Unite sul commercio e lo sviluppo) e l'ITC (Centro internazionale per il commercio) – sussiste l'opportunità di dare nuovi impulsi alla promozione multilaterale del commercio. Negli ultimi anni hanno acquisito importanza gli accordi commerciali bilaterali e regionali. Per la Svizzera la stipulazione di un accordo di libero scambio con la Cina e l'esito positivo nelle trattative con l'OMC rappresentano grandi successi. Anche nelle trattative con l'UE si è visto un avvicinamento sulle questioni istituzionali non ancora risolte.

Solida crescita dell'economia svizzera

Dopo la crescita leggermente indebolita dell'anno precedente, l'economia svizzera nel 2013 ha ripreso

un andamento di crescita stabile. Il fattore più importante si è rivelato ancora una volta il consumo privato. Il numero della popolazione attiva ha registrato sì una crescita positiva, ma è anche aumentata la disoccupazione. La fiducia dei consumatori è nettamente migliorata rispetto al 2012.

Andamento sottotono del commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio svizzero, l'andamento nel 2013, dopo un dinamico 2012, si è rivelato sottotono rispetto all'economia in generale. Il commercio al dettaglio svizzero ha tratto vantaggio dall'immigrazione, dall'andamento dei redditi e dai bassi livelli di disoccupazione, ma è stato caratterizzato anche nel 2013 da una forte pressione sui prezzi.

Acquisti mirati nei paesi limitrofi

Rispetto all'euro, il franco svizzero rimane molto forte, anche se nell'esercizio in esame non si sono quasi più resi necessari acquisti di sostegno da parte della Banca Nazionale Svizzera. Uno studio cofinanziato da Coop ha esaminato per la prima volta in modo approfondito gli acquisti all'estero, giungendo alla conclusione che ogni anno vengono spesi all'estero circa 8,8 miliardi di franchi. Di questi, circa 5,0 miliardi di franchi riguardano acquisti mirati nei paesi limitrofi, mentre 3,8 miliardi di franchi vengono spesi in occasione di vacanze e viaggi di lavoro. Gli svizzeri acquistano inoltre su Internet presso offerenti esteri per un importo stimato a circa 1 miliardo di franchi l'anno. Calcolando le spese effettuate all'estero a prezzi svizzeri, il commercio al dettaglio svizzero perde ogni anno circa 10 miliardi di franchi di potere d'acquisto. Di conseguenza si crea una pressione continua su prezzi, fatturati e margini netti.

Aumento dei costi e della pressione normativa

Il commercio al dettaglio in Svizzera deve fare i conti con aumenti dei costi e con una crescente pressione normativa su un fronte sempre più vasto. Quest'ultima spazia dalle prescrizioni più estese di dichiarazione e rintracciabilità dei prodotti ai nuovi obblighi in materia di rifiuti e imballaggi, fino a vari disegni di legge inerenti ai costi del lavoro e all'assetto dei salari.

Crescita della popolazione: problemi infrastrutturali

Il commercio al dettaglio dipende da un'infrastruttura funzionale, indispensabile per la logistica e la vendita. La continua crescita della popolazione in Svizzera offre prospettive al commercio al dettaglio, ma presenta al tempo stesso delle sfide nell'ambito della pianificazione del territorio e delle infrastrutture di trasporto. Coop si impegna a favore di una politica dei trasporti sovraordinata che crei, in particolare per il crescente trasporto merci interno su rotaia e su strada, le premesse indispensabili per un efficiente approvvigionamento di beni di prima necessità.

Dinamicità contenuta nel commercio all'ingrosso e nella produzione

Nel 2013 il commercio all'ingrosso, a seguito del calo dei consumi in Europa, ha registrato una dinamicità piuttosto contenuta. La pressione sui prezzi, principalmente causata dalla situazione valutaria, ha rappresentato una grande sfida per la produzione di generi alimentari del Gruppo Coop. Nel 2013 il settore svizzero della ristorazione ha subito un calo attribuibile al turismo degli acquisti e alla fiducia contenuta dei consumatori. A livello europeo il commercio all'ingrosso nel campo della ristorazione ha registrato un andamento stagnante o al ribasso, in particolare a causa della difficile situazione economica. Impulsi positivi alla crescita per il Gruppo Transgourmet provengono invece da Russia e Polonia. Si può sostanzialmente osservare uno spostamento del fatturato dal commercio all'ingrosso Cash&Carry al rifornimento all'ingrosso.

Prospettive

Crescita economica accelerata in tutto il mondo

Per il 2014 si prevede in tutto il mondo un'accelerazione della crescita economica. Anche l'Eurozona potrebbe tornare sulla rotta della crescita, ma i processi di sdebitamento impediscono uno slancio nell'accelerazione. La Germania continuerà a rimanere il motore trainante per lo sviluppo economico europeo. La ripresa dell'economia mondiale volgerà a favore dell'UE grazie alla crescita delle esportazioni.

La Svizzera registra un rallentamento nella crescita dei consumi

In Svizzera, per il 2014 si prevedono un leggero rallentamento della crescita dei consumi privati e un mantenimento dei consumi all'estero a livelli elevati. L'alto tasso di immigrazione, unito al basso livello degli interessi e del tasso d'inflazione, continuerà tuttavia a mantenere i consumi a un livello solido. A seguito della ripresa dell'economia mondiale e dell'Eurozona, aumenteranno di nuovo le esportazioni svizzere, il che incoraggerà a sua volta gli investimenti in attrezzature e impianti, dando un notevole contributo alla crescita economica della Svizzera. Con la svolta energetica, auspicata a livello politico, si prevedono aumenti dei costi energetici a medio termine.

Dinamicità nel commercio al dettaglio svizzero

Nel commercio al dettaglio svizzero – a differenza dell'economia in generale – dopo un 2013 piuttosto difficile si prevede una crescita maggiore nel 2014. Nel segmento Food si delinea la fine dell'andamento deflazionario, mentre il settore Non Food subirà ancora un'evoluzione dei prezzi fortemente negativa. Mentre la crescita dei consumi privati nel suo complesso subirà presumibilmente un rallentamento, il commercio al dettaglio – con una quota inferiore al 30% dei consumi privati – registrerà un aumento. Anche se la pressione sui prezzi rimarrà elevata e proseguirà il turismo degli acquisti, vi sono comunque dei segnali che indicano la fine dell'andamento deflazionario. Proseguiranno invariati la crescita dei discount e il calo dei dettaglianti autonomi di generi alimentari a favore dell'aumento del numero di shop in stazioni di servizio e convenience store. Anche gli shop online stanno attualmente assistendo a una sfrenata tendenza al rialzo.

Sven Schoefer, Transgourmet Seafood, Bremerhaven (DE)



Marco Licciano, Supermercato, Herisau



Delphine Cordier Röösl, Immobili, Servizi, Neuchâtel



Inversione di tendenza nel commercio all'ingrosso

Il 2014 segnerà un'inversione di tendenza nel commercio all'ingrosso e nella produzione. Il commercio all'ingrosso europeo, dopo una fase di calo, tornerà a registrare una crescita positiva. Secondo le previsioni, nel 2014 terminerà l'andamento negativo dei prezzi nel commercio all'ingrosso del settore Food, dovrebbero riprendersi i prezzi dei generi alimentari e aumentare i consumi privati. La tendenza generale all'aumento dei consumi fuori casa offre buone opportunità di crescita nel commercio all'ingrosso Cash&Carry e nel rifornimento per la ristorazione.

Profilo aziendale

Attivi nel commercio al dettaglio, nel commercio all'ingrosso e nella produzione

I rami di attività del Gruppo Coop sono il commercio al dettaglio, il commercio all'ingrosso e la produzione. Nel commercio al dettaglio il Gruppo gestisce in Svizzera, oltre ai supermercati Coop, vari formati specializzati. Tra questi rientrano grandi magazzini e mercati edili, punti di vendita per elettronica di consumo ed elettrodomestici, mobili e illuminazione, cosmetici e profumeria, orologi e gioielli, nonché stazioni di servizio e farmacie. Con molti di questi formati il Gruppo Coop si conferma leader di mercato. Il commercio al dettaglio rappresenta circa due terzi del fatturato totale del Gruppo Coop. Nel commercio all'ingrosso, gestito dalla Transgourmet Holding AG, il Gruppo Coop opera in Svizzera, Germania, Francia, Polonia, Romania e Russia. Il gruppo Transgourmet è la seconda azienda in Europa in ordine di grandezza nel settore Cash&Carry e Foodservice. Il gruppo offre sia grandi mercati Cash&Carry che il rifornimento all'ingrosso ai clienti dell'industria alberghiera, della gastronomia, dei servizi mensa aziendali e delle istituzioni sociali. Nel ramo della produzione, il gruppo Bell – leader nella lavorazione della carne in Europa – è la maggiore azienda del Gruppo Coop. Il gruppo Bell opera prevalentemente in Svizzera, Germania e Francia, ma è presente anche in Europa dell'est e nei paesi del Benelux. Parallelamente il Gruppo Coop gestisce anche altre aziende di produzione in Svizzera in settori quali lavorazione dei cereali, cioccolato, specialità a base di riso, prodotti a base di aceto, acque minerali, cosmetici e detersivi.

Il Gruppo Coop è una società cooperativa

Il Gruppo Coop ha alle proprie spalle 150 anni di storia ed è organizzato sotto forma di società cooperativa. Dal punto di vista organizzativo si articola in sei Regioni e conta 2,5 milioni di soci cooperativi. La forma giuridica di società cooperativa è risultata vincente fino ai giorni nostri. Per il Gruppo Coop i clienti – ovvero i soci cooperativi – hanno la massima priorità. Ogni azione dell'azienda è orientata a favore del cliente. In qualità di società cooperativa, il Gruppo Coop non mira alla massimizzazione dei profitti e può pertanto perseguire progetti a lungo termine.

La sostenibilità come caratteristica di posizionamento

Il fatto che la gestione aziendale sia finalizzata a un successo a lungo termine è dimostrato dall'impegno profuso dal Gruppo Coop a favore della sostenibilità. La sostenibilità è parte integrante dell'attività commerciale ed è pertanto fortemente radicata negli Statuti e nelle linee guida. Sulla base del progetto di sostenibilità, la dimensione della sostenibilità entra a far parte di tutte le substrategie. Il progetto di sostenibilità si fonda su tre principi fondamentali: «assortimenti sostenibili», «efficienza delle risorse e tutela del clima» così come «collaboratori e società». Con questo approccio di sostenibilità globale, il Gruppo Coop si posiziona e si distingue sui mercati. Nel 2011, Coop è stata nominata dall'agenzia di rating Oekom Research AG l'azienda del commercio al dettaglio più sostenibile del mondo.

Strategie e posizionamenti di successo

Orientamento alle linee guida

Per i circa 75.000 dipendenti del Gruppo Coop valgono gli stessi valori. La visione del Gruppo è: insieme verso la vetta. Le linee guida indicano i valori su cui si fonda la concezione del lavoro del Gruppo Coop: vicinanza, varietà, immagine, innovazione e collaborazione. Le singole substrategie del Gruppo Coop vengono quindi elaborate sulla base di tali valori.

Silvio Hobi, Fust, Mels



Markus Härer, Panetteria, Assicurazione qualità, Coira



Mirjam Arnold, PR/Sponsoring, Dietikon



Essere vicini alla gente

Il Gruppo Coop gestisce la rete di punti di vendita più capillare della Svizzera. Con supermercati a quasi 2000 metri di quota, megastore con superfici di vendita di oltre 3500 m², grandi magazzini in posizioni comode da raggiungere, centri Edile+Hobby e numerosi altri formati di vendita, il Gruppo Coop è vicino alla gente. Gli shop online in vari settori offrono servizi alla clientela 24 ore su 24. Nel commercio all'ingrosso, Transgourmet attribuisce importanza alla vicinanza ai propri clienti B2B (business-to-business) – gastronomia, catene di ristorazione e istituzioni sociali. Nei prossimi anni, il gruppo Transgourmet proseguirà la propria espansione e potenzierà il rifornimento all'ingrosso.

Offrire la varietà

Nel commercio al dettaglio, Coop Società Cooperativa offre la più ampia scelta di articoli di marche nazionali e internazionali. Inoltre gestisce numerose marche proprie Coop per le più svariate esigenze della clientela, in tutte le fasce di prezzo e al miglior rapporto qualità/prezzo. Una particolare importanza strategica è rivestita dalle marche proprie e dai marchi di qualità sostenibili. Anche nel commercio all'ingrosso i clienti devono poter usufruire di interessanti assortimenti di marche proprie per tutte le fasce di prezzo. Per questo il gruppo Transgourmet ha introdotto nel 2013 una strategia delle marche proprie a livello europeo.

Distinguerci sul mercato

Il più importante tratto distintivo e fattore di differenziazione per il Gruppo Coop è la sostenibilità. A tal fine il Gruppo persegue una strategia pianificata a lunghissimo termine e fonda le proprie numerose attività sul concetto di sostenibilità. Inoltre, il Gruppo Coop si distingue per la qualità. La strategia di qualità di Coop fissa elevati standard e radica ancora più profondamente la qualità nella struttura

aziendale e nei processi come elemento centrale della prestazione di Coop. Tutte le dimensioni della qualità rilevanti dal punto di vista del cliente nell'assortimento dei prodotti vengono sistematicamente definite e ulteriormente sviluppate in base alle esigenze del cliente. Le aziende di produzione del Gruppo Coop perseguono una strategia di differenziazione sul mercato internazionale. Producono non solo prodotti di marca propria Coop, ma anche articoli per clienti terzi a livello nazionale e internazionale.

Creare innovazioni per il futuro

Con la Strategia Logistica e Panetterie di Coop verranno ulteriormente ottimizzati i costi, migliorata la qualità dei prodotti di panificazione e perseguiti ambiziosi obiettivi di sostenibilità. Sulla base di questa strategia, nel 2010 il Gruppo Coop ha acquisito l'azienda Railcare AG. L'azienda di trasporti sfrutta l'innovativo sistema del traffico combinato non accompagnato e promuove in tal modo l'obiettivo strategico di trasferire ulteriori trasporti dalla strada alla rotaia. Fulcro della strategia di logistica è anche l'ampliamento dell'attuale centrale di distribuzione a Schafisheim – il più grande progetto edile nella storia del Gruppo Coop. Grazie a progetti come questo, il Gruppo Coop si posiziona come operatore logistico più sostenibile e innovativo in Europa.

Nel commercio all'ingrosso, il Gruppo Transgourmet si attrezza per il futuro. Con la strategia multicanale verranno raggruppati il commercio Cash&Carry e il rifornimento all'ingrosso. Questo progetto innovativo creerà sinergie e garantirà un migliore approvvigionamento della clientela.

Rientra in questo obiettivo strategico anche lo sviluppo di soluzioni tecniche innovative in grado di facilitare gli acquisti alla clientela, sia utilizzando lo smartphone all'interno del negozio, sia effettuando acquisti su interessanti shop online.

Yann Le Cuff, Transgourmet France



Vroni Bähler, Supermercato, Uzwil



Instaurare rapporti alla pari per una fiducia reciproca

La strategia di approvvigionamento di Coop si basa sulla collaborazione paritaria con fornitori e aziende di produzione, sempre finalizzata ad assicurare la fornitura regolare di prodotti di alta qualità e a migliorare ulteriormente le prestazioni di mercato a favore della clientela. Nell'approvvigionamento sussistono cooperazioni a livello europeo con grandi retailer, e anche a livello internazionale vengono accorpati gli acquisti Food e Non Food.

Nel commercio al dettaglio, Coop mira a creare partnership strategiche anche nell'ambito dello sviluppo dell'assortimento, in particolare con organizzazioni no-profit. Nel 2013, Coop ha festeggiato il 20° anniversario della marca propria sostenibile Coop Naturaplan, lanciata sul mercato in collaborazione con il partner strategico Bio Suisse, la federazione degli agricoltori bio svizzeri. Nella gestione del personale, il Gruppo Coop punta su un dialogo costruttivo e aperto con le parti sociali. Nel commercio al dettaglio svizzero è l'unico grande datore di lavoro ad aver stipulato un contratto collettivo di lavoro con cinque parti sociali.

Processo di definizione degli obiettivi

Dalle strategie nascono misure concrete

Affinché le strategie a lungo termine generino anno dopo anno misure efficaci, il Gruppo Coop ha adottato dal 2001 un processo unitario di definizione degli obiettivi di tipo top-down. Tale processo inizia con gli obiettivi sovraordinati della Direzione generale e si estende attraverso tutti i livelli dell'azienda. Alla fine ne risultano misure concrete a tutti i livelli operativi.

«Controllo ogni giorno la stagionatura della nostra carne secca dei Grigioni.»

Hanspeter Treichler, Bell,
Reparto Salumeria, Churwalden



Katharina Reeg, Interdiscount,
Deposito pezzi di ricambio, Jegenstorf



«Riparo elettrodomestici difettosi cercando sempre di scoprire l'origine del problema.»

Bruno Ruckstuhl, tecnico addetto alla riparazione di piccoli elettrodomestici del Servizio di riparazione Fust di Oberbüren



Formati di vendita

La freschezza ha la massima priorità nei formati di vendita Food. Nel ramo Non Food, i nuovi programmi di layout per i negozi garantiscono un'esperienza d'acquisto moderna. Con la combinazione tra vendita nei negozi e commercio online, Coop è al passo coi tempi e registra fatturati in crescita nei suoi shop online.

Supermercati

Vicini ai clienti con 828 supermercati

Dopo 16 inaugurazioni e dieci chiusure, a fine 2013 Coop gestiva 828 supermercati in tutta la Svizzera per una superficie totale di 969.224 m² e un ricavo netto di circa 10,6 miliardi di franchi. Fra le inaugurazioni figurano tre nuovi punti di vendita combinati a Grosshöchstetten, Stein am Rhein e Collombey, dove la clientela potrà usufruire di un'offerta variegata di generi alimentari e di un vasto assortimento Edile+Hobby presso un'unica sede. Tra le altre novità rientra anche il nuovo supermercato presso la stazione ferroviaria di Susten (VS), i cui generosi orari di apertura rispondono alle esigenze dei pendolari. Da febbraio offre un vasto assortimento, tra cui una quarantina di specialità vallesane e caffè da passeggio. Anche in prossimità della stazione ferroviaria di Penthalaz è stata festeggiata in marzo l'inaugurazione di un nuovo supermercato. Come tutti gli edifici nuovi e ristrutturati è stato realizzato in conformità allo standard Minergie, e una parte del punto di vendita è illuminata a LED. La tutela dell'ambiente ha la massima priorità anche presso il punto di vendita di Montreux, inaugurato anch'esso in marzo, e presso la nuova sede di Hitzkirch, aperta in ottobre. Qui il calore di recupero degli impianti di refrigerazione viene riutilizzato per il riscaldamento dei punti di vendita. Da settembre, il nuovo supermercato presso il campus della Scuola universitaria professionale di Brugg-Windisch offre una vasta gamma di prodotti per la ristorazione rapida.

Panetterie della casa:

pane fresco fino alla chiusura dei negozi

In sempre più supermercati, i clienti vengono accolti dal profumo di pane fresco, preparato o sfornato direttamente sul posto. Coop persegue un obiettivo ambizioso: poter offrire alla propria clientela pane appena sfornato fino all'ora di chiusura dei negozi. A tal fine, nel 2013 Coop ha avviato un'iniziativa all'insegna della freschezza nel settore del pane e dei prodotti da forno. La percentuale di pane fresco sfornato direttamente presso il punto di vendita è destinata ad aumentare. In futuro, inoltre, sempre più supermercati Coop saranno dotati di una panetteria della casa in cui verranno preparate diverse varietà di pane fragrante anche in uno spazio molto ristretto. La prima mini-panetteria della casa è stata inaugurata da Coop in agosto presso il punto di vendita di Schönbühl.

Formati specializzati

Coop City ammoderna altre filiali

Nell'anno in esame, i 32 grandi magazzini Coop City hanno realizzato un ricavo netto pari a 890 milioni di franchi. Varie filiali sono state rinnovate o ampliate, tra cui i grandi magazzini di Zugo, Winterthur e Losanna nonché il ristorante Thun Kyburg. Presso il Coop City di Zugo è stato implementato per la prima volta il nuovo programma di layout per i negozi. I grandi magazzini Ryfflihof di Berna, Pfauen di Basilea e St. Annahof di Zurigo servono la clientela con reparti di cartoleria ammodernati. La sede di Dietlikon è stata chiusa. Nel settore dell'abbigliamento maschile, Coop City ha ampliato e riposizio-

nato l'offerta dei brand Sergio e Basefield. Dall'autunno, inoltre, sono disponibili presso quattro punti di vendita Coop City i capi di abbigliamento del marchio fashion internazionale F&F.

Edile+Hobby conquista quote di mercato

Nel 2013, Edile+Hobby ha conquistato nuove quote di mercato e conseguito un ricavo netto di 648 milioni di franchi, nonostante le cattive condizioni meteorologiche in primavera che hanno avuto ripercussioni negative soprattutto sulla vendita di fiori e piante. Nell'anno in esame, Edile+Hobby ha inaugurato tre nuovi punti di vendita combinati (supermercato con Edile+Hobby integrato) e a fine 2013 contava in totale 73 sedi. In collaborazione con l'azienda tedesca Dehner, Edile+Hobby ha ristrutturato altre 14 filiali in base al nuovo programma per il giardinaggio disponendo quindi di 31 paradisi del giardinaggio. Edile+Hobby ha ampliato l'assortimento di biciclette e creato nei principali centri specializzati uno shop AEG dedicato al fai-da-te, in cui i clienti possono provare sul posto una selezione di prodotti. Ora Edile+Hobby offre in tutti i mercati i prodotti di AEG Powertools e, in esclusiva su tutto il territorio nazionale, gli elettrodomestici del marchio Ryobi One+. Edile+Hobby è pertanto il primo mercato edile in Svizzera a mettere piede nel segmento di mercato degli elettrodomestici per professionisti rafforzando così ulteriormente la propria leadership nel mercato del fai-da-te. In collaborazione con ASPU/BirdLife Svizzera, l'associazione delle organizzazioni per la protezione degli uccelli e della natura, Edile+Hobby identifica ora i prodotti particolarmente rispettosi degli uccelli mediante un apposito logo.

Interdiscount offre consegne Express

Interdiscount ha nuovamente registrato una forte crescita e conquistato quote di mercato negli ordini online. Qui l'assortimento è salito a oltre 20.000 articoli e il fatturato online è cresciuto dell'87%. In totale, il rivenditore di elettronica di consumo ha registrato nel 2013 un ricavo netto di circa 922 milioni di franchi. Interdiscount offre ora anche il servizio Express: gli articoli appositamente contrassegnati, ordinati entro le ore 18.00 nello shop online, sono pronti da ritirare già il giorno successivo in una delle 196 filiali oppure vengono consegnati a domicilio. Inoltre, la merce può essere pagata al momento del

ritiro presso la filiale. Con il collegamento tra commercio stazionario e online, Interdiscount si conferma come fornitore cross-channel con la più vasta rete di distribuzione della Svizzera.

Toptip e Lumimart ammodernano i punti di vendita

Con un ricavo netto di 210 milioni di franchi, Toptip e Lumimart sono riusciti nel 2013 a incrementare nuovamente la propria quota nel mercato dell'arredamento per la casa. A fine anno più della metà dei 54 punti di vendita totali sono stati ammodernati in base al nuovo programma di layout per i negozi. Toptip ha ampliato l'assortimento boutique con accessori per la casa nei settori Teleria per la casa, Casalinghi e Decorazioni e offre una gamma ancora più vasta di mobili, di cui gran parte può essere adattata alle esigenze della clientela. Lumimart ha nuovamente potenziato l'assortimento di lampade LED a efficienza energetica e l'offerta di brand di design. Toptip e Lumimart sono ora presenti anche a Dietlikon. La filiale Toptip di Pratteln è stata ampliata e completata da un Lumimart integrato.

Import Parfumerie è il numero uno

Import Parfumerie gestisce 124 punti di vendita in tutta la Svizzera. Dopo la ristrutturazione di altri quattro punti di vendita, a fine anno erano già 16 le profumerie conformi al nuovo programma di layout per i negozi. Il ricavo netto nel 2013 ha registrato un lieve aumento attestandosi a 159 milioni di franchi. Import Parfumerie è riuscita a conquistare nuove quote di mercato ed è chiaramente il numero uno nel settore della profumeria svizzera di prestigio.

Nuovo progetto di Christ Orologi & Gioielli

Nel 2013, con un nuovo progetto shop-in-shop per marchi d'alta gamma, Christ Orologi & Gioielli ha valorizzato la propria competenza in fatto di marche.

«La qualità si rispecchia nell'entusiasmo dei miei clienti.»

Judith Holstein, Farmacia Vitality, San Gallo

Simona Gutzwiller, Media, Basilea



Gli shop di marche come Tissot, Longines, Rado, Swarovski o Swatch sono stati armoniosamente integrati nell'attuale programma di layout per i negozi. In totale Christ gestisce 77 punti di vendita, tre dei quali sono stati ristrutturati nel corso dell'anno in esame. Parallelamente è stata intensificata l'offerta nello shop online. Il ricavo netto di Christ si è nuovamente attestato intorno ai 100 milioni di franchi.

Fatturato online di Ing. dipl. Fust quasi raddoppiato

Nell'esercizio in esame, Ing. dipl. Fust SA è riuscita di nuovo a incrementare leggermente le proprie quote di mercato in tutti i segmenti con i suoi 159 punti di vendita. Nell'ambito del programma di modernizzazione sono stati ristrutturati e in parte ampliati altri 15 punti di vendita. Nel 2013, Fust ha inoltre nuovamente potenziato i servizi relativi a cucine/bagni/ristrutturazioni, incrementando nettamente il fatturato. Particolarmente richiesti sono stati servizi innovativi, quali ad esempio gli impianti audio multi-room. L'innovativa app per carte risparmio per iPhone e Internet ha consentito una maggiore fidelizzazione del cliente. Nel 2013, Fust ha quasi raddoppiato il fatturato online e ha conseguito nel complesso un ricavo netto di 860 milioni di franchi.

Betty Bossi festeggia 40 anni di libri di cucina

Dal 21 dicembre 2012, Betty Bossi SA fa interamente parte del Gruppo Coop. Già undici anni prima, Coop aveva rilevato da Ringier il 50% del capitale azionario delle Edizioni Betty Bossi SA, dando vita a una joint venture. Oltre a prodotti pronti freschi, disponibili in esclusiva da Coop, Betty Bossi vende libri di cucina e pubblica la rivista Betty Bossi con circa 770.000 abbonati. A questi si aggiungono la vendita annua di circa 1,9 milioni di accessori per la cucina e per la casa, nonché servizi di consulenza nel settore culinario. Nel 2013, Betty Bossi ha realizzato un ricavo netto di 82 milioni di franchi. Per il 40° compleanno dei libri di cucina Betty Bossi sono stati pubblicati due nuovi ricettari. Per quanto riguarda gli accessori per la cucina e per la casa, Betty Bossi ha lanciato un'ottantina di prodotti di propria invenzione, come lo Spätzli-Blitz, e introdotto inoltre nuovi prodotti di pulizia ed elettrodomestici.

Coop Vitality: più successo grazie alla linea di prodotti di marca propria

La linea di marca propria delle farmacie Coop Vitality, lanciata nell'autunno 2012, riscuote grande successo presso la clientela e nel 2013 è stata integrata da altri sei prodotti, raggiungendo un totale di 15 articoli. Anche il fatturato dei farmaci alternativi ha registrato una forte crescita del 16%. In totale, il ricavo netto si è attestato a 142 milioni di franchi – quasi il 6% in più rispetto all'anno precedente. Nel 2013 il personale di tutte le 55 farmacie Vitality è stato formato in materia di composti spagirici, che sono parte integrante dei trattamenti di medicina naturale olistica. L'azienda ha inaugurato altre quattro farmacie e per la prima volta è rappresentata nei Cantoni di Ginevra e Basilea Campagna.

The Body Shop Switzerland festeggia l'anniversario dell'azienda

In agosto, The Body Shop Switzerland SA ha festeggiato il proprio 30° anniversario con varie promozioni e una grande festa per i collaboratori. Con l'inaugurazione di due negozi, nell'esercizio in esame The Body Shop gestiva 46 filiali in tutta la Svizzera, tre delle quali sono state rinnovate entro fine anno in base a un moderno programma di layout per i negozi applicato in tutto il mondo. Tra le novità del 2013 rientrano la linea di prodotti per la cura del corpo Honeymania e la collezione di make-up cruelty-free di Leona Lewis. The Body Shop Switzerland ha realizzato nel 2013 un ricavo netto di 35 milioni di franchi.

Coop Mineraloel AG consolida la propria leadership

Coop Mineraloel AG ha rafforzato anche nel 2013 la propria leadership sul mercato svizzero dei prodotti convenienza e dei carburanti, conquistando nuove quote di mercato. A fine anno gestiva in totale 220 stazioni di servizio Coop. Insieme agli shop Coop Pronto e alla vendita di olio combustibile, Coop Mineraloel AG ha realizzato un ricavo netto pari a 2,6 miliardi di franchi. In considerazione del calo dei prezzi alle pompe di rifornimento, l'aumento di oltre il 3% rispetto all'anno precedente è degno di nota.

Randolph Kouakou, Transgourmet Seafood France



Elmar Baumgartner, Edile+Hobby, Rickenbach



Valentin Engler, Betty Bossi, Sviluppo prodotti, Zurigo



Coop Pronto potenzia l'offerta di prodotti freschi

I 261 shop Coop Pronto hanno registrato nel 2013 un ricavo netto di 742 milioni di franchi – quasi il 5% in più rispetto all'anno precedente. Entro la fine dell'anno, 206 shop sono stati convertiti alla nuova corporate identity. Nell'esercizio in esame sono state inaugurate nove stazioni di servizio con shop e uno stand-alone. Ora il caffè da passeggio è presente in altri 60 shop, per un totale di 160. Gli shop Pronto hanno inoltre arricchito la loro competenza d'assortimento in fatto di frutta e verdura e ampliato in generale l'offerta di prodotti freschi. Il numero di shop che offrono sandwich freschissimi, preparati quotidianamente, è più che raddoppiato. In 14 shop Pronto sono inoltre già in vendita prodotti convenienze ultrafreschi, come il sushi con una durata di conservazione da uno a quattro giorni. Nelle regioni Grigioni, Ticino e Vallese i clienti vi possono trovare sempre più anche prodotti regionali.

Formati online

Nuovi clienti per Coop@home

Nel 2013, Coop@home ha nuovamente registrato un tasso di crescita a due cifre. Il ricavo netto è aumentato del 13% circa attestandosi a 103 milioni di franchi. Nell'anno in esame il supermercato online ha registrato una quota di nuovi clienti pari all'8% circa. Il valore di acquisto medio per un totale di 435.000 consegne è stato di 237 franchi. Grazie a numerose innovazioni, la quota del mobile shopping è salita al 25%. Ora i pendolari presso la stazione centrale di Zurigo e i dipendenti della sede centrale di Google a Zurigo possono usufruire, nell'ambito di un progetto pilota, della cosiddetta «mobile shopping wall», che consente di scansionare e ordinare i prodotti tramite l'app Coop@home. Dalla scorsa primavera i clienti di Coop@home possono inoltre ritirare i propri acquisti presso 32 punti PickPost. L'offerta di servizi è infine completata dalla prima stazione drive-in nella Svizzera Romanda.

Microspot.ch gestisce undici punti di ritiro

Nell'esercizio in esame, Microspot.ch ha nuovamente registrato un netto aumento incrementando il ricavo netto del 25% a 101 milioni di franchi. L'offerta online nel settore dell'elettronica di consumo e degli elettrodomestici comprende oltre 120.000 articoli. Tra le novità del 2013 rientrano l'ammodernamento dello shop online, che ora offre un reparto separato per i clienti commerciali, nonché numerosi nuovi articoli per il settore Casa e giardino e un opuscolo mensile con le offerte più interessanti. I clienti possono inoltre ritirare gli articoli ordinati online presso altri dieci punti di ritiro, nove dei quali si trovano presso i grandi magazzini Coop City nella Svizzera tedesca e in Romandia e uno presso il drive-in di Coop@home di Allaman. A fine 2013 Microspot.ch gestiva così in totale undici punti di ritiro e due show-room.

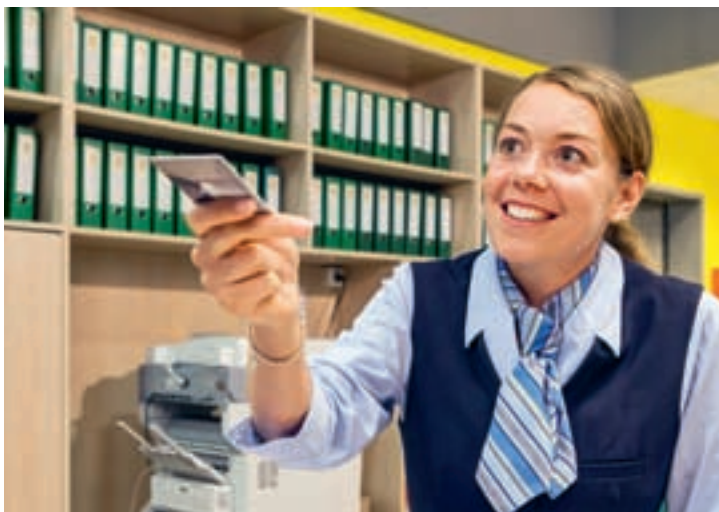
Olio da riscaldamento: più successo con l'offerta ecologica

Molti clienti di Coop Mineraloel AG si sono nuovamente avvalsi della possibilità di ordinare l'olio da riscaldamento sul sito web www.coop-heizoel.ch. Nel 2013 la loro quota si è attestata al 29% circa. A causa del lungo periodo di riscaldamento protrattosi fino a giugno, della situazione geopolitica in Medio Oriente e nel Nord Africa, nonché dell'aumento della tassa sul CO₂ a partire dal gennaio 2014, la domanda di olio da riscaldamento è rimasta elevata. Contemporaneamente ha continuato ad acuirsi la concorrenza tra i commercianti di olio da riscaldamento. L'azienda è comunque riuscita a mantenere la propria quota di mercato. La percentuale di clienti che ordinano olio combustibile ecologico e poco inquinante è aumentata ulteriormente, raggiungendo nel 2013 il 47% circa.

ITS Coop Travel registra una nuova ripresa

Dopo un massiccio ampliamento dell'offerta, ITS Coop Travel, l'agenzia di viaggi gestita in comune da Coop e dal gruppo Rewe, nel 2013 ha conquistato

Hannelore Scholick, Fegro/Selgros, Neu-Isenburg (DE)



Emilio Flückiger, Toptip, Centrale di distribuzione, Oberentfelden



nuove quote di mercato. Il ricavo netto è aumentato del 19% attestandosi a 69 milioni di franchi. L'esercizio 2013 ha perciò registrato il fatturato più elevato dal 2006, anno di fondazione di ITS Coop Travel. Oltre alle circa 200 offerte da catalogo, nella stagione estiva è stato per la prima volta possibile prenotare oltre 400 ulteriori hotel abbinati ai viaggi aerei. Molto apprezzati sono stati le crociere e i tour organizzati dell'offerta promozionale «Ferienhits». Il volume di ospiti, pari a circa 64.800 viaggiatori, è aumentato di oltre il 13% rispetto all'anno precedente. Nel 2013 è stato pubblicato online il sito Internet di ITS Coop Travel dal nuovo look con funzioni di ricerca e prenotazione più intuitive per gli utenti e numerose informazioni utili.

Gastronomia e settore alberghiero

Gastronomia Coop copre tutte le esigenze

La Gastronomia Coop comprende, oltre ai 153 ristoranti Coop, altri formati: gli shop Take-it in posizioni di forte affluenza, la gelateria originale italiana CremAmore e il bar-caffetteria Ca'Puccini. Nel 2013 la Gastronomia Coop, con i suoi 198 esercizi di ristorazione, ha conseguito un ricavo netto di circa 248 milioni di franchi. I Ristoranti Coop puntano su pasti equilibrati e a prezzo conveniente, utilizzando preferibilmente ingredienti prodotti in modo sostenibile. Il 2013 è anche l'anno in cui nei primi esercizi il caffè è stato sostituito con marchi regionali. Per il 2014, Coop rileva l'azienda Marché Ristoranti Svizzera SA, che gestisce su tutto il territorio nazionale 28 esercizi gastronomici.

«Tengo in seria considerazione, senza alcuna eccezione, ogni richiesta del cliente.»

Marianne Eisenhut, Supermercato, Rorschach



Consolidamento di BâleHotels nonostante il risanamento

Nell'ambito del risanamento totale del Mercure Hotel Europe, che verrà riaperto nel marzo 2014 con il nome Pullman Basel Europe, l'edificio principale è stato chiuso nel corso dell'anno in esame. Di conseguenza, nel 2013 il ricavo netto dei tre BâleHotels è temporaneamente sceso a circa 18 milioni di franchi. Grazie all'intense attività di marketing e a una politica dei prezzi flessibile, gli hotel Victoria e Baslerhof hanno incrementato nettamente le proprie quote di mercato. Con un'occupazione di camere media dell'82% circa, l'Hotel Victoria ha raggiunto il valore massimo dalla sua inaugurazione. Il fatturato dell'attività di catering ha registrato un andamento soddisfacente nonostante la nuova concorrenza e la temporanea cucina di produzione presso il Mercure Hotel Europe.

Le serre tropicali convincono i buongustai

Nel tardo autunno la serra tropicale di Frutigen ha messo in funzione il nuovo padiglione di allevamento di storioni. L'azienda ha inoltre investito sulla qualità nella produzione e sulla vendita di caviale in Svizzera e all'estero. Gli investimenti sulla qualità della ristorazione sono stati premiati con una menzione nella guida ristoranti Gault-Millau: il ristorante Oona ha ottenuto 13 punti. La serra tropicale di Frutigen ha registrato nel 2013 86.450 visitatori, realizzando un ricavo netto di quasi 6 milioni di franchi. La serra tropicale di Wolhusen ha prodotto nel 2013 circa nove tonnellate di papaya e oltre una tonnellata di banane. Presso questo impianto di produzione, nonché apprezzata meta escursionistica, crescono inoltre ortaggi, erbe aromatiche e cicliidi. Presso il ristorante Mahoi, che già nel 2012 era stato insignito di 13 punti Gault-Millau, sono stati serviti nell'anno in esame oltre 56.300 clienti. Il ricavo netto della serra tropicale di Wolhusen si è attestato nel 2013 a circa 3,4 milioni di franchi. Dal 2013, alcuni prodotti provenienti dalla serra tropicale di Wolhusen sono in vendita anche presso una selezione di punti di vendita Coop e su Coop@home.

Bettina Hofner, Sponsoring, Basilea



«Provo enorme soddisfazione nel veder brillare di felicità gli occhi dei miei clienti quando entrano nel mio bel reparto.»

Carla Pintò, addetta alle vendite nel reparto Prodotti freschi convenience dell'ipermercato Coop di Crissier



Offerta

Nell'anno dell'anniversario di Naturaplan, Coop supera la soglia del miliardo con i prodotti bio e rafforza ulteriormente la propria posizione di leadership sul mercato. Con l'introduzione di nuove marche proprie e label di qualità, Coop risponde alle attuali esigenze dei consumatori. Articoli di marca a prezzi interessanti integrano la straordinaria offerta in tutta la Svizzera.

Varietà dell'assortimento

L'assortimento adatto a ogni cliente

Che si tratti di articoli di marca, alternative a prezzo conveniente nell'assortimento di marche proprie o prodotti sostenibili, Coop, con oltre 40.000 articoli, mette a disposizione l'offerta adatta a qualsiasi esigenza del cliente e offre la più vasta gamma di assortimenti nel commercio alimentare svizzero. Nel 2013, Coop ha ampliato in particolare gli assortimenti dei prodotti sostenibili. Con la denominazione Ünique, Coop promuove ora la vendita di frutta e verdura di qualità e gusto ineccepibili ma aventi caratteristiche esterne fuori norma, riscuotendo una grande eco mediatica positiva anche oltre confine. Nell'autunno 2013, Coop ha lanciato la marca propria vegetariana Karma e ha introdotto con La Mocca la prima capsula di caffè compatibile con le macchine Nespresso® provvista del label di qualità Fairtrade di Max Havelaar. Coop ha inoltre introdotto nell'assortimento le capsule compatibili con Nespresso® di Jacobs, offrendo in tal modo in tutta la Svizzera il più vasto assortimento di capsule adatte a tutti i sistemi. Coop punta sulle innovazioni anche nel campo delle bibite: in un assortimento a rotazione i clienti trovano periodicamente nuove bevande di tendenza. Quelle che riscuotono maggior successo vengono introdotte in modo permanente nell'offerta di Coop – ad esempio nel 2013 le bibite rinfrescanti all'aloë vera Alo Allure ed Exposed.

Marche proprie e marchi di qualità sostenibili

Naturaplan: 177 novità per il 20° anniversario

Nell'anno in esame, Coop ha festeggiato il 20° anniversario della marca propria sostenibile di successo

Coop Naturaplan. Il cuore verde è stato l'emblema della campagna di comunicazione globale «Per amore della natura». Punto culminante della campagna è stato il lancio da parte di Naturaplan di classici articoli di marca svizzeri in qualità bio. Parallelamente, Coop ha introdotto 177 novità Naturaplan, tra cui il primo cioccolato bio Fairtrade dall'Honduras e dodici articoli a forma di cuore. L'assortimento Naturaplan comprende oltre 1700 prodotti, che recano tutti la Gemma di Bio Suisse. Il 40% della clientela di Coop ha almeno un prodotto bio nel proprio carrello della spesa. Nel 2013, Coop ha incrementato il fatturato di oltre il 15% portandolo a 940 milioni di franchi. Grazie a numerose attività, quali il bus Naturaplan che ha percorso la Svizzera in lungo e in largo, i clienti sono stati sensibilizzati riguardo ai consumi sostenibili.

Naturafarm: standard elevati nell'allevamento

Le aziende Naturafarm producono in conformità a standard che superano di gran lunga i requisiti minimi previsti dalla legge e che vengono periodicamente controllati senza preavviso dalla Protezione svizzera degli animali (PSA). Nel 2013 quest'ultima, nel proprio rapporto sul tema «Protezione degli animali nel commercio alimentare», ha promosso Coop a pieni voti per la migliore prestazione di tutela degli animali nel settore alimentare svizzero. Coop si è inoltre piazzata al primo posto anche nel «Business Benchmark on Farm Animal Welfare» (BBFAW) per il settore alimentare svizzero. Nel 2013, i prodotti di alta qualità di Naturafarm a base di carne e uova provenienti da allevamenti all'aperto e in libertà rispettosi degli animali hanno riscosso sempre più consensi da parte della clientela. Il fatturato dei prodotti Naturafarm si è attestato a 453 milioni di franchi registrando pertanto un aumento rispetto all'anno precedente. La quota di Naturafarm sul rispettivo fatturato totale

si è attestata al 24% circa, mentre per la carne bovina e suina Coop ha realizzato addirittura il 60% circa con Naturafarm. Nell'autunno 2013, Coop ha iniziato a convertire la marca propria Naturafarm in un vero e proprio label di qualità. Tale marchio viene applicato anche a brand esterni che soddisfano i rigorosi requisiti sul benessere degli animali.

Oecoplan: conversioni a FSC

I prodotti Non Food e Near Food di Coop Oecoplan inquinano l'ambiente in misura minima. Controlli interni ed esterni nonché partnership con organizzazioni come il WWF garantiscono i rigorosi requisiti dei prodotti. Anche nel 2013 Oecoplan, con un fatturato di 138 milioni di franchi, ha registrato una crescita dell'8% circa. Tra gli oltre 1800 prodotti si trovano innovazioni quali i primi cesti in rattan al mondo con certificazione FSC, realizzati nel Laos dalla popolazione locale a partire da materie prime atossiche nell'ambito di un progetto del WWF. Coop ha inoltre convertito la produzione di doghe per terrazze, che ora sono realizzate con legno certificato FSC, e ha lanciato in tutta la Svizzera sotto il label Oecoplan la prima borsa di carta interamente riciclabile.

Naturaline: produzione trasparente e sostenibile

I prodotti tessili e cosmetici sostenibili di Coop Naturaline promuovono condizioni di lavoro socialmente responsabili e compensi equi e sono privi di sostanze nocive. Dal 2012 Naturaline produce tessili e ovatta CO₂ neutrali. Nel settore dei tessili, l'assortimento standard comprende circa 500 modelli con collezioni stagionali. Nell'ambito del progetto Traceability, nel 2013 è stato applicato sui primi capi di abbigliamento un codice numerico, con il quale il cliente è in grado di rintracciare l'intera filiera. Nel 2013, Coop ha rinnovato il design della linea di cosmetici Naturaline Natural Cosmetics e ha integrato l'assortimento con shampoo e balsamo. Tutti i componenti sono stati inoltre adeguati agli standard di Ecocert. Nel 2013, Coop ha realizzato con Naturaline un fatturato di 62 milioni di franchi.

Pro Montagna: per le regioni montane svizzere

Coop propone con il label Pro Montagna prodotti genuini di qualità realizzati e lavorati nelle regioni

di montagna svizzere. Con ogni acquisto, i clienti sostengono il Padrinato Coop per le regioni di montagna. Nel 2013 è stato raccolto per la prima volta più di 1 milione di franchi. Il fatturato di Pro Montagna si è attestato a 38 milioni di franchi. Coop gestisce sotto il label Pro Montagna circa 220 prodotti di montagna e d'alpe. Nel 2013 l'assortimento è stato ampliato con la fonduta di formaggi di montagna di Gstaad e il Merlot del Ticino Tre Valli.

Pro Specie Rara: il gusto della biodiversità

Per preservare la biodiversità nell'agricoltura svizzera, Coop collabora dal 1999 con la Fondazione Pro Specie Rara. Coop offre le specie e razze tradizionali a rischio di estinzione esclusivamente in qualità bio e amplia costantemente l'assortimento. Nell'anno in esame, grazie a un buon raccolto il fatturato è aumentato del 17%.

Slow Food: conservare le tradizioni

L'organizzazione no-profit Slow Food si impegna a favore di un consumo consapevole nonché della salvaguardia della biodiversità e di antichi metodi di produzione. Coop sostiene Slow Food proponendo nel proprio assortimento una cinquantina di prodotti e contribuendo alla creazione dei Presidi, attualmente saliti a 24. I produttori si associano in tali Presidi per conservare l'arte della tradizione alimentare.

Fairtrade Max Havelaar: amato come non mai

I prodotti contrassegnati dal label di qualità Fairtrade di Max Havelaar hanno raccolto sempre più consensi anche nel 2013. Con una crescita del 17% rispetto all'anno precedente hanno registrato presso Coop un fatturato di 219 milioni di franchi. Il label di qualità del commercio equo e solidale è sinonimo di agricoltura socio-ecocompatibile nei paesi di origine e di condizioni commerciali eque. Tramite il premio Fairtrade vengono realizzati progetti comunitari volti a migliorare le condizioni di vita e di produzione ed effettuati investimenti nella produttività e nella qualità. Più della metà dei prodotti Fairtrade venduti in Svizzera proviene da un negozio Coop. Nell'esercizio in esame, Coop ha immesso sul mercato i primi meloni al mondo con certificazione Fairtrade.

Kurt Scherrer, Edile+Hobby, Rickenbach



Claudia Gunzinger, Supermercato, Herzogenbuchsee



Pia Bracher, Category Management, Basilea



Bio: Coop supera la soglia del miliardo

Nel 2013, Coop ha ampliato nettamente il proprio ruolo di leader per i prodotti bio: il fatturato è aumentato del 14% circa superando la soglia di un miliardo di franchi. Da 20 anni, Coop collabora strettamente con Bio Suisse. Insieme promuovono l'agricoltura biologica svizzera e rafforzano la creazione di valore aggiunto nelle regioni. La Gemma di Bio Suisse è uno dei label di qualità più controllati al mondo per i prodotti biologici. Oltre agli alimenti bio, proposti principalmente con la marca propria Naturaplan, Coop propone anche prodotti in cotone bio e prodotti biologici per il giardinaggio.

MSC: conversione del pesce in scatola

Il label di qualità del Marine Stewardship Council per prodotti ittici da pesca sostenibile garantisce la protezione del patrimonio ittico, la riduzione al minimo degli effetti sull'ecosistema e una gestione responsabile della pesca. Presso Coop, circa il 55% dell'assortimento di prodotti ittici di cattura è certificato MSC. Nel 2013, Coop è riuscita a convertire al marchio MSC tutto il pesce in scatola della marca propria Coop Qualité & Prix. Il fatturato registrato con pesce e frutti di mare MSC è aumentato nel 2013 dell'8% a 70 milioni di franchi circa.

FSC: prosegue la conversione degli assortimenti di legno

Da undici anni Coop collabora con il Forest Stewardship Council, che si impegna in tutto il mondo a favore di una silvicoltura responsabile sotto il profilo ecologico, sociale ed economico. Nel 2013, il fatturato dei prodotti certificati FSC è leggermente aumentato attestandosi a 135 milioni di franchi. Coop mira a convertire il più possibile gli assortimenti di legno al marchio FSC. La percentuale di FSC sull'intero assortimento di legno di Coop è pari al 68% circa. La nuova collezione di mobili da giardino, lanciata sul mercato la scorsa primavera con la marca propria Oecoplan, è interamente realizzata con legno tropicale certificato FSC.

Hochstamm Suisse: preservare la biodiversità

L'Associazione Hochstamm Suisse, con cui Coop collabora da sei anni, si adopera a favore del mantenimento e della promozione di frutteti ad alto fusto

in Svizzera, che costituiscono l'habitat per specie animali a rischio e offrono una vastissima varietà di tipi di frutta. Coop ha convertito al marchio Hochstamm l'intero assortimento di succhi di mela della marca propria Qualité & Prix. Dal 2013 sono in vendita oltre 20 prodotti in più, composti al 100% da frutta svizzera da alberi ad alto fusto, ad esempio la crostata di ciliegie Betty Bossi.

Parchi svizzeri: specialità naturali regionali

Dal giugno 2013, Coop è partner della Rete dei parchi svizzeri. Attualmente sono in fase operativa 16 parchi di rilevanza nazionale, tra cui un parco nazionale e un parco avventura naturale. L'Ufficio federale dell'ambiente controlla la qualità dei parchi e i loro programmi. I parchi custodiscono un patrimonio floro-faunistico ricco di specie. Coop integra gradualmente nelle rispettive regioni di vendita i prodotti realizzati all'interno dei parchi e recanti il marchio ufficiale «Parchi svizzeri», tra cui carni e latticini.

Topten: efficienza energetica eccellente

Coop premia i prodotti delle marche proprie che si contraddistinguono ad esempio per un consumo energetico particolarmente ridotto e per componenti non nocivi per la salute, dotandoli del label di qualità Topten dell'Agenzia svizzera per l'efficienza energetica. Già più di 900 prodotti venduti nei diversi formati Coop soddisfano i criteri Topten. Il fatturato realizzato nel 2013 dal Gruppo Coop con i prodotti Topten si attesta a 154 milioni di franchi.

Marche proprie per gruppi target specifici

Prix Garantie: qualità a prezzi bassissimi

Ottima qualità a prezzi superconvenienti – è questo a rendere Prix Garantie, la marca propria di Coop a prezzi bassi, particolarmente apprezzata dalle famiglie. Nel 2013, l'assortimento è stato integrato da una ventina di prodotti raggiungendo un totale di 420 articoli nei settori Food, Near Food e Non Food. Coop garantisce che tutti i prodotti Prix Garantie siano convenienti quanto i prodotti paragonabili della concorrenza. A causa di numerose riduzioni dei prezzi, il fatturato totalizzato da Prix Garantie nell'esercizio in esame è sceso a circa 308 milioni di franchi.

Sabrina Hossmann, Prodega, Coira



Sylvie Menouane, Supermercato, Crissier



Markus Engel, Gestione dei contratti e dei danni, Münchenstein



Fine Food: offerta completata da una selezione di vini
L'offerta di specialità gastronomiche è stata ampliata nel 2013 da un'interessante novità: una speciale selezione di vini Fine Food. Nell'anno in esame, Coop ha inserito nell'assortimento Fine Food tre vini rossi e un vino bianco oltre a introdurre una quarantina di novità. In totale, i clienti Coop possono contare su una selezione di circa 400 specialità. Nell'esercizio in esame il fatturato ha registrato un lieve aumento attestandosi a 85 milioni di franchi.

Betty Bossi: 150 novità e un premio

Il marchio di prodotti freschi convenience Betty Bossi si è contraddistinto anche nel 2013 per la propria dinamicità. Coop ha lanciato circa 150 novità, tra le quali sei prodotti della linea di piatti pronti ultrafreschi «Betty's Finest» che nel frattempo hanno riscosso ampi consensi. Con i prodotti Betty Bossi, Coop ha realizzato un fatturato di 460 milioni di franchi. Dal 2013, oltre che per le insalate pronte di Betty Bossi, Coop utilizza nuove vaschette di confezionamento anche per il birchermüesli, risparmiando annualmente 84 tonnellate di materiale da imballaggio. Per le innovative ciotole per insalata Coop è stata insignita nel 2013 del DuPont Award.

Primagusto: per un gusto esclusivo

La frutta e la verdura della marca propria Primagusto convincono per il loro gusto intenso. L'offerta stagionale è stata arricchita nel 2013 da otto novità, raggiungendo un totale di 28 prodotti. Primagusto è particolarmente amata dai clienti – rispetto all'anno precedente il fatturato è aumentato del 50% circa attestandosi a 56 milioni di franchi.

Weight Watchers: per un'alimentazione equilibrata

I prodotti Weight Watchers in vendita da Coop sono a basso contenuto di grassi, zuccheri e sale, sono ricchi di fibre e sono ideali per un'alimentazione gustosa ed equilibrata. Coop sviluppa e distribuisce i prodotti in esclusiva per la Svizzera. L'offerta comprende 129 articoli, tra cui bevande, prodotti da forno, dessert, salumi e carne, latticini e piatti pronti.

Jamadu: nuovi amici al suo fianco

Gli oltre 100 prodotti Jamadu nei settori Food, Near Food e Non Food sono destinati ai bambini e promuo-

vono uno stile di vita sano con un'alimentazione equilibrata, unita a gioco e divertimento. Nel 2013, Coop ha introdotto 19 novità Jamadu, che sono state precedentemente testate dalla Kids Experts Jury. Il fatturato nel 2013 è leggermente aumentato rispetto all'anno precedente, attestandosi a 19 milioni di franchi circa. L'offerta completa comprende anche una rivista per bambini e feste di compleanno nella giungla Jamadu. Dall'autunno 2013, Jamadu ha quattro amici, il cui nome ha potuto essere scelto dai lettori della rivista Cooperazione. La preselezione è stata effettuata dalla Kids Experts Jury.

Karma: un giro del mondo a tappe vegetariane per intenditori

Con la nuova linea di prodotti Karma, Coop è al passo coi tempi. Come ha dimostrato uno studio commissionato da Coop, il 40% circa dei consumatori rinunciano alla carne in quasi un pasto principale su tre. Per questi vegetariani part-time, dall'autunno 2013 Karma mette a disposizione una cinquantina di prodotti provenienti da tutto il mondo, tra cui 22 prodotti vegani e dieci prodotti biologici. L'offerta spazia da varianti di tofu a piatti pronti, snack e hummus. Tutti i prodotti sono certificati dall'Associazione svizzera per il vegetarianismo (ASV) e nei primi quattro mesi hanno raggiunto un fatturato di circa 8 milioni di franchi.

Délicorn: gustosa alternativa alla carne

Il numero di persone che rinuncia consapevolmente alla carne è in continua crescita. Con la sua linea vegetariana, Coop offre loro gustose alternative al consumo di carne, ampliando costantemente la propria offerta di prodotti a base di ingredienti naturali come verdura, soia, frumento e proteine del latte. Nell'estate 2013 erano tra l'altro in vendita da Coop grigliate miste Délicorn e merguez prive di carne.

Free From: nuovo contrassegno sugli scaffali

I prodotti di Free From e Schär sono concepiti per le esigenze specifiche delle persone che soffrono di un'intolleranza alimentare. Sono privi di allergeni come lattosio e glutine e offrono prodotti, dal latte al pane e agli snack, adatti a ogni esigenza. Dal 2013 l'offerta Free From comprende anche un vino senza solfiti. Nell'anno in esame il fatturato degli oltre 60 prodotti si è attestato a 21 milioni di franchi, cor-

Martina Sätteli, Supermercato, Lerchenfeld



Marco Rindlisbacher, Centrale di gestione dei vuoti, Dietikon



Hisen Saljii, Panetteria, Gossau



rispondenti a una crescita del 20% circa rispetto al 2012. Dal 2013 i prodotti di Free From e Schär sono contrassegnati negli scaffali Coop da apposite targhette che li rendono più facilmente riconoscibili.

Marche proprie standard

Qualité & Prix: conversione degli assortimenti al commercio equo e solidale

I prodotti della marca propria standard Qualité & Prix coprono il fabbisogno quotidiano e offrono un'ottima qualità a prezzi convenienti. Nel 2013 l'assortimento è stato integrato da tre linee Qualité & Prix: Wel! offre prodotti per la cura del corpo a prezzi vantaggiosi, Ray detersivi per lavastoviglie e Maxil detersivi per bucato. Nell'esercizio in esame, Coop ha realizzato con Qualité & Prix un fatturato di quasi 2 miliardi di franchi. Anche il marchio Qualité & Prix punta molto sulla sostenibilità. Nel 2013 tutte le varietà di riso e cioccolato, così come tutti i succhi di frutta provenienti dai paesi del sud, sono stati convertiti al commercio equo e solidale.

Articoli di marca

Migliore rapporto qualità/prezzo per gli articoli di marca più gettonati

Da Coop, i consumatori trovano l'offerta di gran lunga più vasta di articoli di marca nel commercio al dettaglio svizzero. Per aumentare ulteriormente l'attrattiva dei prodotti del segmento di prezzo medio-alto, Coop garantisce la parità di prezzo rispetto alla concorrenza principale e vende gli articoli più apprezzati a prezzi da discount. Tale selezione è stata integrata nel 2013 da 40 articoli di marca per un totale di circa 550 articoli. Nell'anno in esame, Coop ha peraltro inserito nell'assortimento la linea di cioccolato lifestyle «Hello» di Lindt & Sprüngli. Presso alcuni supermercati e filiali Coop City selezionati sono in vendita, dallo scorso autunno, capi di abbigliamento del marchio fashion internazionale F&F, che propone moda di alta qualità a prezzi contenuti per donna, uomo, bambino e bebè.

Prezzo

Evoluzione dei prezzi differenziata per i settori Food e Non Food

La persistente debolezza dell'euro e il parziale aumento dei prezzi delle materie prime hanno rappresentato grosse sfide per il commercio al dettaglio anche nel 2013. Coop ha comunque proseguito con successo il proprio impegno a favore di prezzi al consumo vantaggiosi e organizzato quattro grandi campagne di riduzione dei prezzi, così come ribassi settimanali su un totale di 1000 articoli dell'assortimento di marca propria e degli articoli di marca. Tutte queste misure sono state pubblicate su Cooperazione. In occasione del 20° anniversario della marca propria sostenibile Coop Naturaplan, Coop ha inoltre investito in modo mirato in prezzi interessanti per i prodotti bio. Oltre a una campagna speciale di riduzione dei prezzi, i prezzi sono stati continuamente ribassati. A causa dell'aumento dei prezzi alla produzione e dei prezzi delle materie prime – tra cui frutta, verdura e carne –, Coop ha dovuto aumentare i prezzi per questi gruppi merceologici, il che ha generato un rincaro dello 0,7% nel canale dei supermercati. Grazie al persistente rincaro negativo nel settore Non Food, Coop ha registrato nell'intero commercio al dettaglio un tasso di rincaro negativo dello 0,4%.

Osservatorio dei prezzi: i prezzi Coop rimangono concorrenziali

Coop verifica costantemente il proprio rapporto qualità/prezzo. Su incarico di Coop, un istituto di ricerche di mercato indipendente operante in tutto il mondo rileva mensilmente dal 2008 l'osservatorio dei prezzi Coop e assicura la corretta selezione e la comparabilità dei prodotti. L'istituto mette a confronto oltre 2100 articoli di uso quotidiano dell'assortimento di Coop e del suo concorrente principale in vendita in tutta la Svizzera. L'osservatorio dei prezzi Coop confronta prodotti di quattro categorie: articoli a prezzi bassi, articoli di marca propria, articoli di marca e articoli di marca a prezzo di discount. Nel 2013, i prezzi di Coop hanno offerto in media lo stesso livello di convenienza di quelli del suo concorrente principale in tutte le fasce di prezzo. Coop pubblica regolarmente i risultati dell'osservatorio dei prezzi Coop sulla stampa Coop.

René Müller, Howeg, Servizio esterno



Gabriela Cozzio, Coop City, Pubblicità, Schafisheim



Levyar Schorsch, Farmacia Vitality, Melligen



**«Controllo la qualità della nostra merce
con l'occhio severo del cliente.»**

Esther Bucher-Kishawi, addetta al controllo qualità nella centrale di distribuzione di Möhlin



Prestazioni supplementari

Con la nuova strategia di qualità, Coop fissa standard ancora più elevati. L'interesse della clientela per i programmi a premi e le prestazioni innovative come i buoni digitali è altissimo. La rivista Cooperazione conquista nuovi lettori e le numerose attività per l'anniversario di Naturaplan entusiasmano la Svizzera.

Servizi

Il Servizio consumatori è sempre pronto all'ascolto
Nell'anno in esame, il Servizio consumatori ha evaso quasi 170.000 richieste, oltre metà delle quali riguardavano domande su prodotti, punti di vendita, promozioni e attività o requisiti di qualità. I clienti hanno inoltre dimostrato interesse per temi inerenti al consumo trattati dai media, giochi a premi o attività di marketing digitali. Tutte le richieste confluiscono nel reporting e influiscono sulle decisioni future. Il 30% circa delle richieste viene evaso in modo conclusivo sulla piattaforma Internet.

Ufficio Stampa: grande interesse dei media per Coop
Nel 2013, i media si sono interessati principalmente all'impegno di Coop per la sostenibilità, alla sua politica dei prezzi e alla qualità dei prodotti, con una crescente attenzione ai temi di politica economica. Nell'anno in esame, l'Ufficio Stampa di Coop ha inviato 57 comunicati stampa, effettuato 13 spedizioni di prodotti, spedito inviti per sei eventi mediatici e risposto a 2141 richieste da parte dei media.

Il club Hello Family continua a crescere
A fine 2013, il club Hello Family di Coop contava più di 380.000 famiglie associate – oltre 50.000 in più rispetto al 2012, per un totale di circa 1,2 milioni di soci. In estate, Coop ha introdotto l'app Hello Family per iPhone e Android. Tramite tale applicazione è possibile tra l'altro informarsi sulle promozioni settimanali, attivare buoni digitali o consultare il saldo superpunti aggiornato. Il club Hello Family ha presentato nel 2013 numerose promozioni, tra cui l'estrazione a sorte di biglietti del cinema e di 1000 negozi giocattolo. In ottobre si è tenuto l'evento Hello Family presso il Museo Svizzero dei Trasporti di Lucerna con giochi, concerti e tante altre iniziative.

I clienti Supercard amano pagare con i punti

La Supercard Coop è il programma di fidelizzazione della clientela di maggior successo in Svizzera. Nel 2013, oltre tre milioni di famiglie hanno collezionato attivamente punti fedeltà. La maggior parte dei punti sono stati utilizzati per pagare. I clienti possono infatti pagare in qualsiasi momento gli articoli acquistati presso i reparti Non Food di Coop City usando i superpunti raccolti. Nell'ambito delle periodiche promozioni Supercash, questa possibilità vale anche per assortimenti selezionati del supermercato e di altri formati di vendita. Nel 2013 hanno partecipato al programma 19 canali partner di Supercard, tra cui la compagnia di assicurazioni malattia e infortuni Helsana.

Ancora più vantaggi per il cliente con i buoni digitali

Coop percorre nuove vie nel couponing. Nel 2013 ha introdotto i buoni digitali per i soci di Hello Family e per i titolari della Supercard. I clienti possono visualizzare comodamente le offerte da casa o fuori casa tramite computer o app e attivare i buoni sulla propria carta Hello Family o Supercard. Basta semplicemente esibire la carta corrispondente alla cassa e i buoni vengono automaticamente riscossi. Coop ha inoltre introdotto il checkout couponing, con il quale dopo il pagamento si ricevono buoni sconto per l'acquisto successivo.

Supercardplus: accesso online al conto della carta

Nel 2013, oltre 450.000 clienti erano titolari di una Supercardplus – circa 25.000 in più rispetto all'anno precedente. La carta di credito gratuita è disponibile come carta Mastercard o Visa e a ogni acquisto accumula automaticamente superpunti. Dall'estate i titolari della carta possono accedere online al conto associato alla propria carta di credito. In tal modo possono mantenere sempre sotto controllo le proprie transazioni.

CoopMobile offre un nuovo abbonamento dati per tablet

Il numero di clienti dell'offerta di telefonia mobile CoopMobile è aumentato anche nel 2013. Quasi 20.000 nuovi clienti hanno sottoscritto un abbonamento e oltre 90.000 hanno optato per un'offerta prepagata. Per i tablet, CoopMobile ha lanciato l'abbonamento Abo data. Per poter offrire alla clientela dei supermercati una panoramica ancora più dettagliata dell'offerta attuale, Coop ha sostituito tutte le vetrine espositive di telefonia mobile.

Carte regalo: Coop lancia la Carta giovani

Dalla primavera 2013, le carte regalo Coop possono essere ricaricate fino a un importo massimo di 1000 franchi. Inoltre, Coop ha lanciato una Carta giovani che può essere utilizzata esclusivamente nei supermercati e non può essere usata per l'acquisto di alcolici e tabacchi. In tal modo Coop risponde all'esigenza di molti genitori di fornire denaro per le spese alimentari dei propri figli sotto forma di carte regalo.

Cassa depositi Coop: espansione conclusa

Con l'inaugurazione delle due sedi di Baden e Zugo, la Cassa depositi Coop è riuscita a ultimare con successo la propria espansione nazionale. La rete di filiali comprende ora 27 uffici commerciali. I clienti apprezzano i servizi esenti da commissioni – nel giugno 2013 i depositi dei clienti gestiti hanno superato per la prima volta la soglia di due miliardi di franchi.

Gestione della qualità

La gestione della qualità copre l'intera filiera

Per Coop, l'assicurazione qualità consiste in un processo che comprende l'intera catena produttiva, dall'ottenimento delle materie prime fino al cliente. La gestione della qualità è orientata ai processi chiave di approvvigionamento, produzione, logistica e vendita e coordina tutte le attività. Gli esperti di Coop affrontano tempestivamente tutte le problematiche attuali inerenti alla qualità e alla sicurezza dei prodotti e, nelle analisi dei rischi, lavorano a stretto contatto con le autorità e il mondo scientifico. Coop conduce analisi nel proprio laboratorio ed effettua audit presso i fornitori. A ciò si aggiungono il monitoraggio della catena del freddo e regolari con-

trolli a sorpresa presso i punti di vendita. Nel 2013, Coop ha eseguito in totale oltre 543.000 test su più di 24.000 campioni.

Controlli dall'approvvigionamento alla vendita

Coop esige che i propri partner commerciali dispongano di un sistema di gestione della qualità e soddisfino non solo standard qualitativi ma anche requisiti sociali, etici ed ecologici. Enti di controllo neutrali verificano e garantiscono che i fornitori delle merci rispettino standard ufficiali quali ad esempio quelli previsti dalla Global Food Safety Initiative (GFSI). Nell'approvvigionamento di merce dall'Estremo Oriente, il controllo della qualità di Coop è assistito direttamente sul posto dalla società Eurogroup Far East Ltd. Anche lungo il percorso compiuto dalla merce fino agli scaffali di vendita si applicano rigorosissimi standard di qualità. Gli addetti alla vendita e il personale dei ristoranti vengono periodicamente formati in materia di igiene aziendale, personale e dei prodotti. L'applicazione corretta delle norme viene regolarmente verificata tramite controlli a sorpresa. Dal 2012, inoltre, tutti i negozi con vendita al banco sono certificati dall'ente di controllo indipendente q.inspecta in relazione al rispetto dei requisiti di qualità.

Orientamento dettato da una nuova strategia di qualità

Nella strategia di qualità elaborata nel 2013, Coop definisce i futuri requisiti centrali riguardo alla qualità del proprio assortimento e fissa standard elevati. In tal modo radica ancora più profondamente la qualità nella cultura aziendale e nei processi come elemento centrale della prestazione di Coop. Tutte le dimensioni della qualità rilevanti dal punto di vista del cliente nell'assortimento dei prodotti

«Faccio capire a ogni cliente che per noi è molto importante la sua fiducia.»

Natalia Couto, Supermercato, Zurigo

Pascal Guldimann, Total Store, Berna



vengono sistematicamente definite e ulteriormente sviluppate in base alle esigenze del cliente.

Pubblicità/Comunicazione

Pubblicità incentrate sull'anniversario di Naturaplan

Le attività pubblicitarie nel 2013 sono state all'insegna del 20° anniversario di Coop Naturaplan. Il fischio d'inizio è avvenuto nel giorno di San Valentino: Coop ha distribuito più di un milione di cuori di cioccolato bio verdi. I nuovi prodotti del marchio Naturaplan sono stati pubblicizzati tramite lo spot televisivo Naturaplan e la canzone «I love», il primo brano pubblicitario svizzero a raggiungere il primo posto nella hit parade dei singoli in Svizzera. Con il bus Naturaplan e la mostra itinerante «Natura» presso 18 centri commerciali, Coop ha sensibilizzato l'intera Svizzera sul tema dei prodotti biologici. Coop ha attuato varie iniziative di comunicazione anche per le altre marche proprie, tra cui la sessione di pop-up yoga per il lancio di Karma. Dall'autunno, inoltre, «Volpon de Risparmis» ha attirato l'attenzione della clientela in TV sulle offerte a prezzi particolarmente allettanti. In ottobre, Coop ha lanciato in collaborazione con Disney una grande promozione e distribuito oltre 50 milioni di bustine di figurine dei personaggi Disney più amati.

La stampa Coop raggiunge sempre più persone

Nel 2013, la rivista Cooperazione è riuscita ad ampliare ulteriormente la sua posizione di giornale più letto in Svizzera. Con una tiratura totale di 2.546.088 copie, i tre settimanali Coopzeitung, Coopération e Cooperazione vengono letti da circa 3,6 milioni di persone, come ha rivelato il sondaggio annuale condotto dall'istituto di ricerca dei media svizzero indipendente Wemf AG. Ancora una volta, la stampa Coop ha pertanto raggiunto più persone rispetto all'anno precedente. Oggi offre inoltre il proprio ePaper sotto forma di app. In collaborazione con Svizzera Turismo, la stampa Coop ha lanciato anche nel 2013 due allegati con offerte esclusive per il tempo libero. Per ciascuna delle sei promozioni evento di Coop, dedicate tra l'altro ai temi Svizzera e famiglia, Cooperazione ha realizzato un numero speciale. Nel 2013 è stata inoltre completamente rielaborata la rivista per i collaboratori Coop Forte.

In autunno, l'Associazione svizzera della comunicazione interna ha conferito alla rivista Coop Forte la «Penna d'argento» nella categoria Riviste per i collaboratori. Per i collaboratori del commercio all'ingrosso è stata realizzata la nuova rivista Transgourmet.

L'Internet Coop segue la tendenza allo sfruttamento del canale mobile

Nel 2013, l'Internet Coop è stato uno dei siti web più visitati della Svizzera. Oltre alle pagine relative alle campagne Grill e Disney, all'inizio dell'anno è stato pubblicato online il sito web per il 20° anniversario di Coop Naturaplan che offre informazioni di base e numerose altre iniziative come i giochi a premi. Per seguire la tendenza verso il crescente sfruttamento del canale mobile, Coop ha potenziato l'offerta di app e, nella creazione di nuovi siti web, presta particolare attenzione all'utilizzo di dispositivi mobili quali smartphone e tablet.

Suscitare emozioni grazie alla sponsorizzazione

Coop desidera entusiasmare la propria clientela con eventi all'insegna dell'emozione attraverso il proprio impegno nella sponsorizzazione. Nel settore degli sport di massa, l'evento clou è stato indubbiamente la Festa federale di ginnastica 2013 di Bienne: per due fine settimana, più di 60.000 ginnasti e oltre 4000 volontari hanno fatto assistere a gare indimenticabili 200.000 visitatori. In occasione della Sfida fra comuni Coop di Svizzera in movimento, uno dei maggiori eventi sportivi di massa della Svizzera, si sono riuniti circa 185.000 partecipanti in 185 comuni per oltre 350.000 ore di fitness. Anche i musical sponsorizzati da Coop «Ich war noch niemals in New York» di Udo Jürgens e il musical dedicato ai Queen «We Will Rock You» hanno riscosso successo richiamando in totale 250.000 spettatori. Nel settore Bambini/Famiglia, Coop ha sponsorizzato i musical per bambini «Michel von Lönneberga» e «Heidi». In occasione di numerosi eventi sponsorizzati, grazie al bus Naturaplan i visitatori hanno avuto l'opportunità di conoscere da vicino la marca propria biologica di Coop in modo giocoso e divertente.

Urs Zumstein, Interdiscount,
Pubblicità/Piano dei media, Jegenstorf



Justinien Carabin, All Fresh Logistique



Ruth Tanner, Nutrex, Buswil bei Büren



«Mi rassicuro in loco che nel più grande progetto edilizio privato della Svizzera fili tutto liscio come l'olio.»

Daniel Hintermann, capo progetto LoBOS nel grande cantiere di Schafisheim



Logistica, Informatica e Immobili

La posa della prima pietra a Schafisheim segna una tappa fondamentale nella storia di Coop. Grazie al potenziamento della centrale di distribuzione, Coop garantirà maggiori sinergie, più efficienza energetica e minori trasporti su strada. Un nuovo sistema informatico semplifica la comunicazione tra amministrazione e punti di vendita.

Logistica

La Strategia Logistica e Panetterie procede nei tempi previsti

Nell'anno in esame, Coop è riuscita a migliorare la quota dei costi della logistica portandola dal 3,38% al 3,28% del ricavo lordo. A partire dal 2016 saranno possibili notevoli risparmi grazie all'implementazione della Strategia Logistica e Panetterie 2015+. Questo grande progetto avviato nel 2010 assicurerà incrementi dell'efficienza e pertanto risparmi annuali ricorrenti sui costi per circa 60 milioni di franchi. Con questa strategia, Coop persegue inoltre gli obiettivi di incrementare la qualità dei prodotti di panetteria, forno e pasticceria e di dare un decisivo contributo al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità. Entro il 2016, nella zona di Salina Raurica a Pratteln, sorgerà su una superficie di 78.000 m² una nuova sede che riunirà sotto un unico tetto gli stabilimenti di produzione Chocolats Halba, Sunray e Cave, oltre che la logistica. Nel 2013, in stretta collaborazione con le autorità preposte, è stata portata avanti la progettazione dettagliata e si è concluso l'esame d'impatto ambientale.

Posa della prima pietra per il grande progetto di Schafisheim

Il cuore della Strategia Logistica e Panetterie 2015+ è l'ampliamento dell'attuale centrale di distribuzione di Schafisheim nel Canton Argovia. L'autorizzazione per il più grande progetto edile nella storia di Coop è stata rilasciata nel gennaio 2013, e il 27 giu-

gno 2013 è stata festeggiata la posa della prima pietra. Nei prossimi due anni sorgerà un nuovo complesso di edifici che ospiterà la logistica regionale, un magazzino surgelati nazionale e il più grande panificio con pasticceria della Svizzera. Mentre presso il più grande cantiere edile privato della Svizzera viene realizzata la struttura grezza, dietro le quinte stanno lavorando 165 collaboratori di progetto di Coop che si occupano della progettazione dettagliata della superficie logistica di circa 118.000 m², del panificio e della pasticceria di 40.000 m² nonché della superficie per uffici di 8500 m². A partire dalla fine del 2015, tutti i punti di vendita della neoistituita Regione di vendita Coop Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich saranno riforniti dalla sede di Schafisheim. Nella primavera 2016 entreranno in funzione la panetteria industriale e la pasticceria. In totale lavoreranno a Schafisheim circa 1900 persone.

Con Schafisheim si risparmiano oltre 10.000 tonnellate di CO₂

La concentrazione della logistica in un'unica sede non solo consente di incrementare l'efficienza e la qualità, ma apporta anche notevoli vantaggi sul piano ecologico. I trasporti di merci da e verso Schafisheim passano il più possibile al trasporto su rotaia. I trasporti su strada e su rotaia vengono abbinati in base al sistema del trasporto combinato non accompagnato (TCNA). Il trasporto merci viene effettuato in casse mobili che vengono trasbordate dal treno agli autocarri e viceversa. Grazie alla concen-

trazione della panetteria e del magazzino surgelati presso un'unica sede si riducono anche i consumi di energia e di risorse. Inoltre, tutti gli stabilimenti Coop di Schafisheim sono alimentati con calore rispettoso del clima proveniente dalla centrale a biomasse interna. In totale Coop, grazie a questo grande progetto, riduce le emissioni di CO₂ di oltre 10.000 tonnellate l'anno e compie un grande passo in avanti verso l'obiettivo di neutralità CO₂ in tutti i settori direttamente influenzabili.

Railcare: pioniere grazie a CityCargo Genève

Con CityCargo Genève è iniziato nel 2013 un progetto di trasporto merci che non ha uguali in Europa. Dal luglio 2013, Coop consegna le merci per i 42 punti di vendita Coop della città di Ginevra su rotaia dalla centrale di distribuzione di Aclens fino al centro della città. Solo per gli ultimi chilometri dalla stazione di destinazione di Ginevra-La Praille fino ai singoli punti di vendita le casse mobili vengono trasferite su camion. L'affiliata Railcare AG è responsabile per il trasporto su rotaia. Con tre convogli al giorno, Railcare AG trasporta ogni anno, già solo lungo la tratta CityCargo Genève da Aclens, circa 30.000 casse mobili, risparmiando così 1,4 milioni di chilometri percorsi da autocarri e 1128 tonnellate di CO₂. Grazie alla crescente importanza assunta dal trasporto combinato non accompagnato (TCNA), nel 2013 Railcare AG è riuscita a incrementare il proprio ricavo netto del 49% circa e a percorrere 128 milioni di tonnellate-chilometri netti. Grazie al rilevamento di tre terminal della Posta trasformati in propri hub, Railcare AG nell'anno in esame è riuscita ad ampliare la propria catena di creazione del valore. In tutti i settori del TCNA è divenuta pertanto più indipendente e quindi più flessibile nell'erogazione di servizi riuscendo ad abbreviare ulteriormente i tragitti di trasporto su strada. Grazie all'acquisizione di nuovi ordini e all'integrazione delle prestazioni dei terminal, il numero dei dipendenti di Railcare AG è aumentato da 100 a 228 unità di personale. Presso il terminal di Elgg nel Canton Zurigo, Railcare AG ha inoltre messo in funzione la prima motrice elettrica da manovra telecomandata di tutta la Svizzera.

Informatica

Il Self-Checkout ha riscosso un grande successo

Presso i punti di vendita Zurigo Sihlcity e Berna Wankdorf è iniziata nel gennaio 2013 la fase sperimentale delle casse Self-Checkout: i clienti scansionano e pagano gli articoli comodamente e senza tempi di attesa presso il terminale di check-out. L'accettazione da parte dei clienti è stata molto elevata fin dall'inizio. In ottobre e novembre 2013 il progetto pilota è stato esteso ad altri nove punti di vendita.

Migliore comunicazione con i punti di vendita

La comunicazione tra l'amministrazione e i punti di vendita è un fondamentale fattore di successo per Coop. Per migliorarla e renderla ancora più efficiente, dal 2013 i sistemi informatici supportano il processo di gestione degli ordini tramite il sistema Winfo. Tale sistema riunisce gli ordini per ogni singolo punto di vendita e visualizza le operazioni in sospeso, il relativo grado di adempimento e le responsabilità correlate. Nel 2014 verranno collegati al sistema anche i centri Edile+Hobby.

Integrazione della contabilità di Rewe-Foodservice

Fin dal 2011, Transgourmet ha iniziato a distaccare e integrare nell'Informatica Coop i sistemi informatici del gruppo Transgourmet gestiti da Rewe Informations-Systeme GmbH (RIS). Nell'ottobre 2013, Coop è riuscita a ultimare l'integrazione dei moduli contabili di Rewe-Foodservice, portando in tal modo a compimento un ulteriore importante subprogetto. In totale lavorano ora sul nuovo sistema SAP 19 unità in cinque paesi.

Priska Bernet, Category Management, Gossau



Noémie Oesterlé, Bell, Reparto Seafood, Basilea



Immobili

Espansione con numerosi edifici nuovi e ristrutturati

La Direzione Immobili amministra con professionalità l'intero patrimonio immobiliare del core business di Coop ed è responsabile della gestione del portfolio, della gestione edilizia, dell'asset management e del facility management. Un altro elemento importante è costituito dalla gestione dei centri commerciali. A fine 2013 gestiva a livello nazionale 43 centri commerciali che ospitano, oltre ai formati Coop, anche partner terzi.

Nell'anno in esame, la Direzione Immobili ha portato avanti la pianificazione di numerosi grandi progetti, costruito diversi nuovi edifici e realizzato vari interventi di ristrutturazione. Il 30 maggio 2013, lo stabilimento di produzione Pearlwater di Termen ha messo in funzione il proprio magazzino ampliato. A Wettingen, il 29 agosto ha riaperto le porte il centro commerciale Tägipark ampliato e ristrutturato. Anche i punti di vendita di Davos e Bad Ragaz sono stati ammodernati e, dal 24 ottobre e dal 15 novembre rispettivamente, accolgono la clientela in una veste rinnovata. A fine novembre, infine, sono stati inaugurati il centro commerciale ampliato e ristrutturato Prilly Centre di Prilly e il punto di vendita ammodernato Toptip di Carouge. A fine 2013 erano ancora in corso i lavori per il risanamento dell'Hotel Europe di Basilea e la ristrutturazione dei centri commerciali di Schönbühl, Heerbrugg e Dietlikon. Si trovano inoltre in fase iniziale un nuovo centro commerciale ad Aarberg, un edificio residenziale sul sedime del Letzipark di Zurigo e l'ampliamento/la nuova costruzione della centrale di distribuzione di Schafisheim. Inoltre, il silo di Swissmill a Zurigo sarà ampliato in altezza e la centrale di distribuzione di Wangen usufruirà di un nuovo sistema di

generazione del calore. Nell'anno in esame la Direzione Immobili ha continuato ad adoperarsi attivamente per l'espansione: dieci grandi progetti si trovano in fase di progettazione o stanno per entrare in fase di realizzazione. A novembre, Coop ha firmato il contratto di compravendita azionaria per l'acquisizione del Centre Commercial Moncor SA all'inizio del 2014. A quest'ultimo appartiene il centro commerciale Fribourg-Sud di Villars-sur-Glâne, con una superficie locabile di 21.768 m², in cui Coop è già presente con vari formati di vendita.

«Controllo sempre tutto minuziosamente e assicuro un lavoro precisissimo.»

Yao Eklu, Howeg, Preparazione delle consegne, Winterthur



Natalia Dunova, Supermercato, Zurigo



**«Il mio obiettivo è far sì che la merce giusta arrivi
al momento giusto nel posto giusto.»**

Roberto Gatto, responsabile consegna merci del mercato Prodega di Basilea



Gruppo Transgourmet

Le aziende del gruppo Transgourmet si uniscono sempre più, condividono il proprio know-how e assumono un corporate design unitario. Grazie alla linea di marche proprie del gruppo con prodotti di tutte le fasce di prezzo, i clienti possono oggi scegliere da un interessante assortimento.

Sviluppo del gruppo

Immagine del logo unitaria per Transgourmet

Transgourmet Holding AG è la seconda azienda in Europa in ordine di grandezza nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso e serve Svizzera, Francia, Germania, Polonia, Romania e Russia. Ne fanno parte Prodega/Growa/Howeg, Fegro/Selgros, Rewe-Foodservice e Transgourmet France. Nel 2013, il gruppo Transgourmet impiegava a livello europeo 22.265 dipendenti e ha registrato un ricavo netto di circa 8,2 miliardi di franchi. Alla luce del contesto decisamente difficile in alcuni paesi, si tratta di un buon risultato. Nel 2013, Transgourmet ha messo a punto un corporate design unitario per tutte le aziende. Queste saranno identificate in futuro da un logo rosso con coltello e forchetta. Transgourmet ha inoltre varato una nuova strategia per le marche proprie che mira a consentire ai clienti di tutte le aziende Transgourmet a livello europeo di usufruire di un interessante assortimento di marche proprie. Le tre etichette Transgourmet Premium, Transgourmet Quality e Transgourmet Economy coprono tutte le fasce di prezzo.

Nuovo marchio ombrello

Transgourmet Central and Eastern Europe

Dal 1° gennaio 2014, Rewe-Foodservice e Fegro/Selgros Cash+Carry si presentano come un'unica azienda sotto il marchio ombrello Transgourmet Central and Eastern Europe. Grazie a questa fusione, l'importante posizionamento del marchio dell'azienda sarà ulteriormente rafforzato e potenziato a livello nazionale e internazionale. Sotto il marchio ombrello sono riuniti i brand di distribuzione Transgourmet (Foodservice) e Selgros (Cash&Carry), mentre il brand di distribuzione Rewe-Foodservice

non verrà più gestito. Entrambe le unità saranno gestite congiuntamente. In questo modo Selgros, oltre all'attività Cash&Carry, offrirà anche il rifornimento da mercati Cash&Carry selezionati. Grazie alla penetrazione comune del mercato, Transgourmet Central and Eastern Europe si posiziona come fornitore leader multicanale nel commercio all'ingrosso per la ristorazione.

Howeg entra a far parte del marchio Transgourmet

Dal 1° gennaio 2013, Prodega/Growa Cash+Carry e Howeg, leader nel mercato svizzero del rifornimento all'ingrosso, si sono uniti per diventare il primo fornitore in grado di soddisfare tutte le esigenze del settore della gastronomia da un'unica fonte. A ottobre 2013 è stato reso noto che dal 1° aprile 2014 Howeg firmerà con il marchio Transgourmet, mentre la denominazione Howeg cesserà di esistere. Le denominazioni Prodega e Growa rimarranno in vigore ma si presenteranno ora con il logo rosso unitario di Transgourmet.

Dinamismo in tutti i paesi

Prodega/Growa/Howeg più vicina al cliente

Azienda leader nel settore svizzero del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso, Prodega/Growa/Howeg impiegava nell'anno in esame 1745 dipendenti. Tra gli oltre 97.000 clienti si annoverano ristoranti, hotel, case di cura, ospedali, scuole, dettaglianti, catene commerciali ed esercenti. L'assortimento complessivo comprende oltre 30.000 articoli, i quali possono essere acquistati nei 28 mercati Prodega/Growa su una superficie di vendita complessiva netta di 116.086 m² – circa 20.000 articoli dell'assortimento vengono inoltre offerti tramite la piattaforma

di rifornimento Howeg. L'assortimento comprende numerose marche proprie di fasce di qualità e di prezzo differenti e offre, oltre a specialità regionali e a un assortimento completo di prodotti freschi, anche una vasta scelta di bevande e distillati, prodotti Non Food e surgelati, nonché vini. Dal 2013, i clienti riforniti possono anche ordinare frutta e verdura. Nell'esercizio finanziario in esame, Prodega/Growa/Howeg ha convertito i primi prodotti di marca propria alle tre nuove marche proprie Transgourmet. A maggio è stato inaugurato a Satigny-Genève un nuovo mercato Prodega. Nell'anno in esame, inoltre, Prodega/Growa/Howeg ha messo in funzione i primi due magazzini regionali a Quartino e Coira. Qui i clienti di Howeg possono ora usufruire dell'assortimento supplementare del rispettivo mercato Prodega. Dal 1° aprile 2014, tutte le unità di Prodega/Growa/Howeg saranno identificate dal nuovo logo, e Howeg inoltre con il nuovo nome Transgourmet.

Fegro/Selgros proseguono l'ammmodernamento

A fine 2013, Fegro/Selgros dava lavoro a circa 13.526 dipendenti e gestiva 85 mercati Cash&Carry all'ingrosso in Germania, Polonia, Romania e Russia. Dalla primavera 2014 verrà gradualmente introdotto il nuovo logo rosso.

Tra gli 1,5 milioni di clienti di Fegro/Selgros Deutschland si annoverano ristoratori, chioschi, dettaglianti e altri esercenti. Fegro/Selgros è pertanto uno dei principali fornitori Cash&Carry in Germania. L'azienda dispone di 44 mercati per il Cash&Carry con una superficie complessiva di 412.739 m² e offre alla clientela più di 25.000 articoli Food e 28.000 articoli Non Food a prezzi all'ingrosso. Nel 2013, Fegro/Selgros ha trasferito il mercato di Dresda in una nuova sede e ha ristrutturato il mercato di Gersthofen in base al nuovo concetto di store. Già otto mercati dispongono pertanto di reparti vendita di nuova concezione e di tecnologia ultramoderna.

In Polonia, Selgros Cash+Carry gestisce in totale 15 mercati all'ingrosso nelle dodici principali città con una superficie complessiva di 148.015 m². Nel 2013, altri due mercati a Lodz e Stettino sono stati ristrutturati in base al nuovo programma. Selgros offre ai propri 900.000 clienti in Polonia un assorti-

mento di oltre 45.000 articoli. Tramite, tra l'altro, il potenziamento del rifornimento della clientela presso alcune sedi, Selgros desidera rafforzare ulteriormente il proprio posizionamento nel settore della gastronomia.

In Romania, Selgros Cash+Carry gestisce 19 mercati all'ingrosso con una superficie complessiva di 178.931 m², figurando quindi tra le principali catene commerciali del paese. Gli oltre 850.000 grandi clienti trovano qui un'offerta di oltre 40.000 articoli Food e Non Food provenienti prevalentemente da fornitori e produttori locali. Anche in Romania l'azienda sta ammodernando i propri mercati. Nel 2013, il mercato di Iasi è stato interamente rinnovato e integrato tra l'altro da un reparto pesce fresco di 200 m². Inoltre, Selgros ha ulteriormente potenziato la piattaforma logistica di cross-docking, grazie alla quale i prodotti vengono fatti pervenire ai clienti senza stoccaggio intermedio.

In Russia, Selgros Cash+Carry ha inaugurato nell'anno in esame un nuovo mercato a Rostov e ha iniziato la costruzione di un altro mercato a Wolgograd. Il mercato di Mosca-Altufjevo è stato rinnovato con un nuovo allestimento. L'azienda, che opera in Russia dal 2008, gestisce così attualmente sette mercati su una superficie complessiva di 61.560 m² e offre 45.000 articoli Food e Non Food a circa un milione di clienti.

Rewe-Foodservice gestisce marche proprie Transgourmet

Rewe-Foodservice è leader nel rifornimento all'ingrosso in Germania e offre lavoro a 3336 collaboratori. Dai suoi 15 stabilimenti aziendali, Rewe-Foodservice rifornisce circa 35.000 grandi clienti nei settori alberghiero, della gastronomia, dei servizi mensa aziendali e delle istituzioni sociali. Gestisce inoltre quattro mercati Cash&Carry a Magonza, Coblenza, Brema e Saarlouis, due centri del fresco per la propria produzione di carne e salumi e due Transgourmet Contact Center a Wildeshausen e Berlino. Su una superficie di magazzino di 200.388 m², Rewe-Foodservice mette a disposizione un assortimento di circa 36.500 articoli. Tra questi rientrano, oltre a generi alimentari e beni d'uso e consumo, anche attrezzature per cucine industriali. Fanno parte di Rewe-Foodservice le due affiliate Rewe-

Marta Constanzio, The Body Shop, Zurigo



Sibylle Isenschmid, ITS Coop Travel, Volketswil



Franck Michon, Centro maturazione banane, Kaiseraugst



Foodservice Immobilien GmbH e Transgourmet Seafood GmbH di Bremerhaven. Quest'ultima è stata potenziata divenendo una delle piattaforme logistiche leader per pesce fresco, prodotti ittici e altri prodotti Food marittimi. Nel 2013, Rewe-Foodservice ha effettuato un rilancio del proprio brand in linea con la nuova strategia delle marche proprie del gruppo Transgourmet. Le precedenti marche proprie Fine Line, Honneurs e be smart! cedono ora progressivamente il passo alle etichette Transgourmet, che coprono tutte le fasce di prezzo. Dal 1° gennaio 2014, Rewe-Foodservice entrerà sul mercato con il nuovo logo rosso e la denominazione Transgourmet.

Transgourmet France acquisisce clienti importanti

Transgourmet France nasce dalla fusione di quattro aziende: Transgourmet Opérations, Pro Hygiène Service, Eurocash e All Fresh Logistique. A quest'ultima appartiene dal gennaio 2013 il fiore all'occhiello Transgourmet Seafood, un'azienda ultramoderna, specializzata nella lavorazione dei prodotti ittici con sede a Rungis nei pressi di Parigi. Transgourmet è il principale fornitore francese di generi alimentari e articoli per l'igiene per oltre 57.000 esercizi gastronomici, istituzioni sociali, panifici e pasticcerie. L'intero assortimento comprende circa 49.000 articoli. Insieme alle proprie affiliate, Transgourmet France nel 2013 impiegava in totale 3658 dipendenti presso 40 sedi su una superficie di magazzino complessiva di 331.420 m². In ottobre sono iniziati i lavori edili presso la nuova sede aziendale di Valenton a sud di Parigi e quelli presso la nuova centrale di distribuzione per l'area parigina e la regione dell'Île de France. Entrambi gli edifici entreranno in funzione nell'ottobre 2014 e sostituiranno la sede di Orly.

Nell'anno in esame, Transgourmet Opérations ha immesso sul mercato i primi prodotti con le tre nuove marche proprie Transgourmet. Transgourmet Opérations è inoltre riuscita ad acquisire due importanti grandi clienti, ha integrato il commercio elettronico con nuove prestazioni di servizio e ha ottenuto la certificazione ISO 22000 per altre due aziende.

All Fresh Logistique occupa una posizione di leader nel rifornimento di frutta e verdura, pesce e frutti di mare per il settore della ristorazione nell'area parigina. Nel 2013, All Fresh Logistique ha ampliato l'assortimento di prodotti biologici e locali e in maggio ha organizzato il terzo incontro sul tema del consumo sostenibile coinvolgendo 450 esperti. Con Pro Hygiène Service, Transgourmet France propone un'offerta completa di prodotti per la cura e l'igiene per vari settori. Nel 2013, Pro Hygiène Service ha chiuso le sedi di Pont-de-l'Isère e Rouen e ha inaugurato due nuovi stabilimenti a Roche de Glun e Maromme.

Eurocash ha sede a Schiltigheim in Alsazia e offre alla clientela, oltre al rifornimento all'ingrosso, anche l'attività Cash&Carry. Eurocash ha ora introdotto nell'assortimento la nuova marca propria Legave per panifici e pasticcerie.

«Controllo la qualità delle stampe dei nostri supporti pubblicitari.»

Wolfgang Hartmann, Produzione stampa pubblicitaria, Basilea



Antonio Alfredo Pereira dos Santos, Railcare, Härkingen



«La qualità non è legata al caso, ma è il risultato di tanti fattori: materie prime eccellenti, impianti moderni e collaboratori motivati.»

Erwin Waldvogel, responsabile della macinazione dell'avena alla Swissmill, Zurigo



Produzione

Le aziende di produzione Coop ampliano l'offerta di prodotti sostenibili. Il progetto modello è il primo cioccolato bio al mondo del commercio equo e solidale prodotto da Chocolats Halba con cacao dall'Honduras. Con le mini-panetterie della casa direttamente presso i punti di vendita, Coop assicura pane fresco fino alla chiusura dei negozi. Per poter affrontare al meglio il futuro, Bell adegua le proprie strutture organizzative.

Gruppo Bell

Profilo positivo per il gruppo Bell

Nel 2013, il gruppo Bell non ha risentito del contesto difficile. Il volume di vendita della principale azienda svizzera di lavorazione della carne è sceso a circa 217.950 tonnellate, mentre il ricavo netto, pari a circa 2,6 miliardi di franchi, è aumentato del 3,6% rispetto all'esercizio precedente, per effetto dei prezzi decisamente superiori delle materie prime. L'utile aziendale, attestatosi a 76,6 milioni di franchi, è rimasto sostanzialmente invariato rispetto all'anno precedente. Bell rifornisce il commercio al dettaglio e all'ingrosso, la ristorazione e l'industria alimentare con carne, pollame, salumi, prodotti ittici e prodotti convenience. Il gruppo risponde alle molteplici esigenze dei propri clienti con i marchi Bell, Abraham, Zimbo, Mõssieur Polette e Hoppe. A fine 2013, Bell impiegava in totale 6606 dipendenti, 3093 dei quali operanti fuori dalla Svizzera. Nel 2013, Bell ha apportato diversi cambiamenti organizzativi presso le Divisioni.

Nuove strutture presso Bell Svizzera

Nell'anno in esame, il fatturato di Bell Svizzera è aumentato nuovamente del 5% salendo a oltre 1,8 miliardi di franchi. Il volume di vendita pari a circa 122.150 tonnellate si è mantenuto ai livelli dell'anno precedente. Nel 2013, anche in Svizzera i prezzi delle materie prime hanno registrato aumenti fino al 30%, comprimendo i margini. La scarsa stagione dei barbecue a causa delle cattive condizioni meteorologiche della prima metà dell'anno

ha causato un calo delle vendite soprattutto per gli insaccati. Per il pollame si è invece registrato una netta crescita. Il 1° aprile 2013, Bell Svizzera si è dotata di nuove strutture. Le quattro unità aziendali Carne fresca, Pollame, Salumeria e Seafood si concentrano sulla rispettiva produzione e sull'acquisto di materie prime. L'approvvigionamento e il Supply Chain Management nonché la vendita e il marketing sono stati scorporati dalle divisioni commerciali precedenti e riorganizzati centralmente. In tal modo, Bell Svizzera è ora in grado di sfruttare le sinergie e di configurare i processi aziendali in modo più efficiente.

Bell Deutschland ottimizza le sinergie di distribuzione

Nell'esercizio in esame, il fatturato di Bell Deutschland (inclusi gli stabilimenti di produzione in Spagna e Belgio) è calato dell'1,6% a 483 milioni di franchi. Il volume di vendita pari a 62.650 tonnellate è stato del 6,1% inferiore rispetto all'esercizio precedente. La vendita di prosciutto crudo è tuttavia aumentata, nonostante la scarsa stagione degli asparagi dovuta alle cattive condizioni meteorologiche. Nei rimanenti settori merceologici Salsicce scottate, Salsicce crude e Convenience, Bell Deutschland ha invece registrato un calo delle vendite dovuto alle condizioni meteorologiche e a rinnovamenti interni dell'assortimento. Con il raggruppamento delle attività amministrative a Sevetal, Bell Deutschland ha riorganizzato i servizi centrali e chiuso nel marzo 2013 la sede amministrativa di Bochum. Con la specializzazione delle aziende

nei settori Salsicce crude, Salsicce scottate e Prodotti salmistrati cotti, Bell Deutschland ha operato una chiara delimitazione all'interno della struttura aziendale. Le ristrutturazioni sono state accompagnate da interventi riorganizzativi, volti al miglioramento dei processi e della sicurezza dei prodotti.

Sviluppi positivi per Bell Europa dell'Est/Benelux

Bell Europa dell'Est/Benelux ha alle spalle un esercizio 2013 di successo. Le vendite totali di merci sono state pari a 20.350 tonnellate, mentre il fatturato si è attestato a 187 milioni di franchi, aumentando del 2,8% rispetto all'anno precedente. Nel 2013 sono stati riposizionati vari assortimenti. Inoltre, Bell Benelux ha avviato l'implementazione di una nuova strategia di vendita focalizzata sui prodotti delle aziende del gruppo e su partnership strategiche. In Polonia, Bell continua a riscuotere successo e le capacità produttive dello stabilimento di Niepolomice sono ben sfruttate. In Ungheria, invece, la congiuntura rimane sempre debole. Tuttavia, lo stabilimento Bell di Perbal registra un andamento positivo. Con l'unità aziendale Novak, Bell gestisce nella Repubblica Ceca e in Slovacchia 116 filiali che confermano ottimi risultati.

Rafforzamento di Bell Francia con una nuova strategia del marchio

In Francia, Bell è riuscita a incrementare le vendite degli assortimenti di salsicce crude e prosciutto crudo dell'1,8% a 12.800 tonnellate. Anche il fatturato è aumentato dell'8,9%, attestandosi a fine anno a 106 milioni di franchi. Gli assortimenti per il self-service e i prodotti per la vendita al banco hanno continuato a registrare un buon andamento. A causa dei prezzi elevati delle materie prime, l'attuazione dei necessari aumenti dei prezzi ha continuato a rappresentare una sfida importante. Per creare un'identità completa e omogenea del brand, Bell ha messo a punto una strategia del marchio per la Francia. Gli articoli di produzione francese vengono ora tutti venduti con il marchio M^ossieur Polette. Il mercato ha accolto positivamente la nuova strategia. Bell Francia è riuscita ad ampliare la gamma con nuovi prodotti a catalogo e a rafforzare il proprio posizionamento sul mercato.

Aziende di produzione Coop

Swissmill

Prodotti: farina, miscele di farina, semola di grano duro, polenta, fiocchi d'avena, prodotti da estrusione
Il più grande mulino per cereali della Svizzera ha registrato nel 2013 un volume di vendita di 207.000 tonnellate. Soprattutto nel segmento delle miscele di farina, Swissmill, grazie a prodotti innovativi, è riuscita a conquistare nuovi clienti e a registrare una crescita del 2,8% nella vendita a terzi. Il fatturato complessivo è aumentato dell'1,6%. A causa dell'aumento dei prezzi delle materie prime, i margini sono finiti sempre più sotto pressione. La già elevata quota bio sul margine totale di macinazione è salita a oltre il 15%. Swissmill ha proseguito la collaborazione con Hilcona e con l'azienda di panificazione Hiestand. Il 6 maggio 2013 è stato aperto il cantiere per la costruzione del nuovo silo a Zurigo. Con l'innalzamento dell'attuale deposito di cereali a un'altezza di 118 metri, i cereali in futuro potranno essere immagazzinati direttamente presso il luogo di lavorazione. Al tempo stesso, Swissmill ha riconfigurato il sistema di condutture del mulino e la lavorazione dei prodotti derivati.

Chocolats Halba

Prodotti: tavolette di cioccolato, articoli di confetteria, assortimenti per le feste, cioccolata industriale
Nel 2013, Chocolats Halba ha festeggiato il suo 80° compleanno. L'anno dell'anniversario si è concluso con successo per l'azienda: la vendita a clienti terzi è aumentata – nell'esportazione Chocolats Halba, nonostante la tensione della situazione valutaria, ha registrato un aumento del fatturato di quasi il 31%. Oltre al potenziamento dei mercati esistenti, nel 2013 è riuscita a penetrare i mercati di Singapore, Malesia e Filippine. La quota di prodotti sostenibili sul fatturato complessivo ha continuato ad aumentare attestandosi a oltre il 31%. Con il lancio del primo cioccolato bio del commercio equo e solidale proveniente dall'Honduras, nel maggio 2013 Chocolats Halba ha posto una pietra miliare nella storia dell'azienda. Tramite l'affiliata locale Chocolats Halba Honduras S.A., Coop controlla la catena di creazione del valore del cioccolato

Lars Gruber, Fegro/Selgros, Neu-Isenburg (DE)



Anne Cabut, Service Center, Renens



Loubna Devaud, Import Parfumerie, Neuchâtel



nell'Honduras a tutti i livelli della fabbricazione – un modello unico al mondo nel suo genere. Nel 2013 è proseguita la progettazione del nuovo stabilimento di Chocolats Halba a Pratteln.

Pasta Gala

Prodotti: pasta, semilavorati per menu precotti e minestre

Per il 20° anniversario di Coop Naturaplan, Pasta Gala ha lanciato due nuovi prodotti bio. Il fatturato registrato con gli articoli con la Gemma Bio è aumentato di oltre il 16%. Non essendo stati raggiunti gli ambiziosi obiettivi di fatturato prefissati da Coop per la pasta convenzionale, nel corso dell'anno in esame lo stabilimento di produzione è stato poco sfruttato. Nell'ambito della concentrazione su stabilimenti di produzione orientati al futuro, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop è giunto alla conclusione di chiudere lo stabilimento di produzione Pasta Gala alla fine del 2014. L'approvvigionamento di pasta per la marca propria Coop verrà messo al bando. A tutti i dipendenti di Pasta Gala verrà offerto un posto di lavoro all'interno del Gruppo Coop.

Steinfels Swiss

Prodotti: cosmetici, prodotti per la cura del corpo, detersivi e detergenti per la casa; detersivi/detergenti e servizi per l'industria

Il 1° settembre 2013, CWK-SCS, l'azienda di produzione di prodotti per la pulizia, l'igiene e la cosmesi, ha cambiato la propria denominazione in Steinfels Swiss. L'azienda ha al tempo stesso assunto un nuovo logo e lanciato un nuovo sito Internet. I clienti

commerciali possono ora ordinare i loro prodotti tramite l'e-shop. Steinfels Swiss ha compensato le perdite di fatturato nell'esportazione con una buona performance sul territorio nazionale chiudendo l'esercizio in esame con un buon risultato. Nel 2013, l'azienda ha creato 29 prodotti cosmetici certificati Ecocert per la marca propria Coop Naturaline, ha rielaborato i prodotti per la cura del corpo My Baby e i detersivi di marca Maxil e ha lanciato altri detersivi Super-Clean. Per i clienti commerciali, Steinfels Swiss ha intensificato l'offerta di impianti di dosaggio di detersivi per lavatrice e lanciato il rivoluzionario sistema di pulizia per immobili Dry Tec, che consuma fino all'80% di detergente in meno.

Reismühle Brunnen

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

La quota di prodotti bio e del commercio equo e solidale sulla produzione totale di Reismühle Brunnen è aumentata nell'anno in esame al 34%. In Italia, l'azienda ha acquisito come nuovo cliente un importante rivenditore del commercio equo e solidale e in Germania ha rifornito un dettagliante con due nuove varietà Fairtrade. In ottobre, Reismühle Brunnen ha immesso sul mercato il primo riso basmati bio del commercio equo e solidale, frutto del progetto di sostenibilità in India. Nell'ambito di tale progetto per l'approvvigionamento globale, avviato nel 2011, sono coinvolti 1600 agricoltori in India e Thailandia. Reismühle Brunnen ha riscosso grande successo aggiudicandosi un appalto internazionale di svariate migliaia di tonnellate di riso per il mercato tedesco e francese. Per il 2014 si prevede pertanto un aumento della produzione di riso del 60%.

Nutrex

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

Nel 2013, Nutrex ha potenziato la propria offerta di prodotti a base di aceto bio e ha presentato le novità in febbraio in occasione della fiera Biofach. Nutrex ha inoltre integrato l'assortimento di Coop Naturaplan con quattro prodotti bio e ha introdotto l'aceto di vino rosso bio invecchiato in botti di legno. La quota di prodotti bio sul fatturato complessivo è salita a oltre il 14%. Dal 2013, Nutrex produ-

«Per i miei clienti scelgo sempre prodotti freschissimi e gustosi.»

Isabelle Robert,
Ristorante, Münchenbuchsee



Andreas Pinsker, Marketing digitale, Basilea



Georg Marty,
Reismühle Brunnen



ce autonomamente il succo di pera da frutta svizzera al 100% e lo trasforma in aceto di frutta. In tal modo è riuscita ad aumentare ulteriormente lo sfruttamento degli impianti. Inoltre, Nutrex ha incrementato l'esportazione di prodotti Premium verso la Germania e ha acquisito parecchi nuovi clienti in Svizzera.

Sunray

Prodotti: spezie, erbe aromatiche, noci, frutta secca/ ortaggi secchi, ingredienti da forno e miscele per torte, oli alimentari, zucchero

Sunray ha adeguato nel 2013 la propria forma organizzativa. Con i nuovi reparti Approvvigionamento e Marketing-Vendita, l'azienda si arma per il futuro orientandosi in modo sistematico agli obiettivi primari definiti nella propria strategia. Il volume di produzione rispetto all'anno precedente è aumentato del 7% attestandosi a 26.000 tonnellate, pari a 62 milioni di confezioni prodotte. La quota di prodotti provenienti da agricoltura biologica e commercio equo e solidale è nuovamente aumentata, raggiungendo nel 2013 il 21%. Nell'esercizio in esame, Sunray è riuscita a incrementare ulteriormente il fatturato in supermercati al di fuori del Gruppo Coop. Si sono registrati i primi successi nel settore delle esportazioni nell'UE. Sunray è riuscita a trovare partner commerciali in Italia e in Germania.

Pearlwater Mineralquellen

Prodotti: acqua minerale e bibite gassate

Dopo l'inaugurazione dei nuovi stabilimenti e impianti produttivi, avvenuta lo scorso anno, la produzione è stata portata a pieno regime entro l'estate 2013. Entrambi gli impianti raggiungono fino a 33.000 imbottigliamenti all'ora. Nell'esercizio in esame, Pearlwater ha imbottigliato oltre 100 milioni di litri. L'ampliamento della capacità di stoccaggio di ben 1600 posti per palette ha consentito di ottimizzare i processi logistici. Oltre il 90% dei trasporti

di merci sono stati effettuati su rotaia. Pearlwater ha pertanto intensificato la collaborazione con FFS Cargo e con l'affiliata di Coop Railcare. Nel 2013 sono state progettate trivellazioni di sondaggio per un'altra sorgente di acqua minerale. Insieme alle comunità locali, Pearlwater ha adattato il programma di protezione contro le piene alle esigenze dell'azienda e adottato vari provvedimenti per la messa in sicurezza delle aree sorgive protette.

Cave

Prestazioni: vinificazione di mosti e vini novelli svizzeri; preparazione, affinamento e imbottigliamento di vini provenienti da tutto il mondo; imbottigliamento di bevande aromatizzate contenenti vino
Nell'esercizio in esame, l'azienda vinicola Cave ha registrato un incremento delle vendite dei vini bio molto soddisfacente pari al 36%. Nell'intera produzione in proprio, Cave ha conseguito un volume di vendita di 40 milioni di bottiglie, di cui un milione con vini AOC provenienti da vari cantoni svizzeri e vinificati nella propria cantina. L'offerta di circa 400 articoli comprendeva nel 2013 anche 30 novità. L'approvvigionamento di Transgourmet è stato inoltre ulteriormente potenziato con l'aggiunta di nuovi articoli.

Centro di maturazione delle banane

Prestazioni: approvvigionamento, maturazione e confezionamento di banane/frutta esotica; stoccaggio e preparazione di frutta secca per la consegna
Nell'anno in esame, il Centro maturazione delle banane di Coop ha consegnato 22.333 tonnellate di banane, 1682 tonnellate di frutta secca e 3296 ton-

«Consegno puntualmente l'olio Coop sfoggiando sempre un bel sorriso.»

Denise Koch, Coop Mineraloel

Jean-Luc Baudois, Promozioni, Renens



nellate di ananas. Dopo la Regione di vendita Nordwestschweiz, nel 2013 ha rifornito di avocado e mango anche la Regione di vendita Bern. Nel 2013, il Centro di maturazione delle banane è riuscito a incrementare a quasi il 90% la quota Fairtrade Max Havelaar sull'assortimento di banane, mentre la quota bio è salita a oltre il 33%. In totale, l'impianto per la maturazione delle banane ha stoccato e preparato sei diverse varietà di banane e tre diverse varietà di ananas, mango, avocado e 35 tipi di frutta secca e noci.

Panetterie Coop

Prodotti: pane fresco (pane, panini, trecce), pane surgelato, dolci e biscotti, torte e pasticcini nonché pasta destinata alla vendita

Coop gestisce sette panetterie industriali che, nell'anno in esame, hanno prodotto circa 50.400 tonnellate di prodotti da forno e prodotti da forno crudi. A fine 2013 erano tutte insignite della certificazione a norma IFS 6 al Livello Superiore. Le panetterie industriali di Berna e Gossau sono attualmente in corso di ristrutturazione. Nelle panetterie e pasticcerie della casa presso 38 punti di vendita Coop su tutto il territorio nazionale, i fornai hanno prodotto direttamente sul posto 6570 tonnellate di pane e dolci appena sfornati. I bastoncini alla nocciola bio hanno ottenuto la Gemma Gourmet di Bio Suisse. Nel 2013, Coop ha introdotto nuove confezioni per pane, torte e prodotti di pasticceria di produzione propria, risparmiando così annualmente oltre 150 tonnellate di materiale da imballaggio. È stata inoltre introdotta nei primi supermercati Coop la panetteria della casa Light, in cui, su una superficie di piccolissime dimensioni, viene sfornato pane fresco fino alla chiusura dei negozi. Grazie alla panetteria della casa presso 25 punti di vendita, la clientela ha ora

la possibilità di scegliere da un assortimento ancora più variegato di pasticceria Midi. Ha riscosso nuovamente successo la vendita di pupazzi di pasta prodotti a favore della campagna di beneficenza «Jeder Rappen zählt – Ogni centesimo conta», organizzata dalla Radiotelevisione svizzera e dalla Catena della Solidarietà. In totale, le donazioni sono ammontate a circa 100.000 franchi. Il contributo di solidarietà del Padrinato Coop per le regioni di montagna raccolto con la vendita dei panini del 1° Agosto è stato di 391.121 franchi.

Peter Gloor, Decorazione, Langenthal



Mergita Kastrati, Supermercato, Zurigo



«Durante la mia formazione cerco di migliorarmi di giorno in giorno e fare in modo che il cliente resti soddisfatto.»

Lea Eggli, apprendista impiegata del commercio al dettaglio nel punto di vendita Coop City di Winterthur



Collaboratori

Coop si impegna a favore dei suoi collaboratori: rinnova il CCL (contratto collettivo di lavoro) con tutte e cinque le parti sociali e, nonostante il difficile contesto, aumenta i salari. Un importante obiettivo dell'aggiornata strategia del personale è la costante e continua promozione dei talenti. Anche Commercio all'ingrosso e Produzione investono in corsi di formazione e specializzazione.

Strategia del personale di Coop

Strategia del personale 2015+: promuovere talenti in maniera continua e costante

Anche nella gestione del personale, Coop sta al passo coi tempi e ha rielaborato i suoi principi. In marzo, la Direzione generale e il Consiglio d'amministrazione hanno varato la nuova Strategia del personale 2015+. La strategia continua a fondarsi su punti cruciali collaudati, attribuendo come sempre un elevato valore alla gestione sostenibile del personale e dei talenti. Al tempo stesso, avvia nuovi sviluppi e definisce i relativi orientamenti strategici. Coop sostiene, ad esempio, una formazione di base qualitativamente elevata, promuove la maturità professionale e gli impieghi all'estero o in regioni di lingua diversa e amplia l'offerta di programmi per trainee per i diplomati universitari. Con l'introduzione di soluzioni informatiche innovative, Coop può aumentare ulteriormente l'efficienza dei processi di gestione del personale. Gli obiettivi tengono pertanto conto delle variazioni demografiche, dell'accademizzazione del sistema formativo e dei cambiamenti tecnologici oltre che della crescente pressione della concorrenza sul mercato del lavoro, adattandosi all'orientamento internazionale del Gruppo Coop e alle regolamentazioni di legge sempre più numerose.

Il lavoro di gruppo al centro dei quadri di Coop

Il ciclo di gestione «Leadership» costituisce da anni una componente stabile dell'offerta di corsi di specializzazione per i quadri medio-alti di Coop. Nel quinto ciclo di seminari, l'attenzione è focalizzata sulla collaborazione in seno al team e sul comportamento

personale dei superiori. Nel 2013 si sono svolti i primi degli 80 workshop di due giorni a cui, nei prossimi due anni, prenderanno parte oltre 500 quadri. Il workshop si basa sul cosiddetto profilo comportamentale persolog, dal quale si estrapolano e vengono rese trasparenti specifiche caratteristiche comportamentali. Lo scopo è conoscere meglio il modo di agire e di comportarsi proprio e altrui, così da poter gestire in maniera costruttiva i differenti punti di forza e le diverse esigenze di ciascuno. Grazie al costante e perseverante approccio top-down, anche il livello di gestione successivo viene coinvolto nelle tematiche.

I capi vendita elaborano soluzioni comuni

Nei mesi di marzo e giugno, i quadri supremi della Direzione Retail si sono incontrati in occasione di un corso di specializzazione di tre giorni. Si è trattato della prima analisi sistematica comune dalla riorganizzazione delle strutture di vendita dello scorso anno. Al centro dell'attenzione vi è stato lo scambio di esperienze e formule di successo tra i 25 capi vendita di tutta la Svizzera, i responsabili delle cinque Regioni di vendita Coop e la Direzione generale. Su questa base sono state elaborate alcune soluzioni. L'intenzione è quella di ottimizzare i canali d'informazione e i processi decisionali, rafforzando in maniera mirata la gestione più diretta del personale.

Partnership sociale di Coop

Il nuovo CCL porta miglioramenti per le famiglie

In estate, Coop, con le parti sociali SIC Svizzera, Syna, OCST, Unia e l'Associazione degli impiegati

Coop (AIC), ha concordato una proroga di quattro anni dell'attuale contratto collettivo di lavoro (CCL) Coop. Coop è l'unica azienda di commercio al dettaglio in Svizzera a negoziare il CCL con cinque parti sociali. Il nuovo CCL, a cui sottostanno 37.000 collaboratori in tutta la Svizzera, entra in vigore all'inizio del 2014 e offre le migliori condizioni d'assunzione e impiego nel commercio al dettaglio svizzero. In caso di maternità, Coop riconosce ora alle proprie collaboratrici 16 settimane di congedo già a partire dal quarto anno di assunzione con lo stipendio interamente versato. In aggiunta al consolidato congedo di paternità di una settimana, alla nascita di un figlio i padri avranno diritto a due settimane di ferie non retribuite. Sono ugualmente riconosciuti dei giorni di congedo non retribuito nel caso in cui i collaboratori debbano fornire assistenza a un proprio congiunto. Nel nuovo CCL sono inoltre fissati i salari minimi negoziati lo scorso autunno.

Aumenti salariali in un contesto difficile

Nonostante le sfide presentate da un contesto economico ancora difficile e il rincaro negativo nel commercio al dettaglio, anche per il 2014 la trattativa salariale di Coop è stata positiva. Coop destina complessivamente l'1% del monte salari agli aumenti salariali a favore dei collaboratori soggetti al contratto collettivo di lavoro (CCL) con retribuzione mensile e oraria e dei collaboratori con contratto individuale di lavoro. La trattativa salariale è il risultato di negoziati condotti in modo franco e costruttivo tra Coop e le parti sociali SIC Svizzera, Syna, OCST e l'Associazione degli impiegati Coop (AIC). Inoltre, tutti i dipendenti Coop possono contare su un ulteriore aumento degli interessi sul loro avere di vecchiaia nella misura dell'1% e su una diminuzione dei premi per l'assicurazione d'indennità giornaliera di malattia e l'assicurazione contro gli infortuni non professionali.

Previdenza professionale di Coop

Le linee guida focalizzano l'attenzione sulla fiducia dei clienti

Il 1° maggio, il neoeletto Consiglio di fondazione della CPV/CAP Cassa pensione Coop ha avviato la sua attività per il mandato dal 2013 al 2017. Il Consiglio si compone di otto Consiglieri di fondazione rieletti e di due nuovi. In tal modo è garantita la continuità della CPV/CAP. Le nuove linee guida definiscono i valori e i punti principali dell'attività della CPV/CAP. Al centro vi è la missione «La vostra fiducia è il nostro successo», che vuol dire agire nell'interesse degli assicurati e gestire con scrupolosità le somme di denaro prese in affidamento. Nell'anno in esame, la CPV/CAP ha completamente rielaborato il regolamento d'assicurazione, rendendolo più comprensibile. Per quanto riguarda il contenuto, non sono state apportate consistenti modifiche, il livello delle prestazioni resta invariato. Il regolamento entra in vigore il 1° gennaio 2014.

Ancora un anno positivo per la CPV/CAP

Per la CPV/CAP è stato un altro anno positivo. Il rendimento è stato del 6,7% circa, il grado di copertura è migliorato dal 104,6% al 108,8% e la riserva di fluttuazione è salita a 631 milioni di franchi. Motivo di preoccupazione per la Cassa pensione sono gli interessi che, nonostante un percettibile aumento, continuano a mantenersi bassi. Il Consiglio di fondazione ha fissato gli interessi dei capitali di previdenza per l'anno 2014 al 2,0%, quindi a un livello superiore al tasso d'interesse minimo dell'1,75% indicato dal Consiglio federale. Inoltre, il 1° gennaio 2014 agli assicurati attivi verrà concesso un accre-

«Controllo che la qualità dei cereali che ci vengono consegnati sia impeccabile.»

Hans Schmid, Swissmill,
Silo per le materie prime, Zurigo

Fatima Marisa Rodrigues Fernandes, Supermercato, Zurigo



dito supplementare dell'1%. Nella primavera 2014, i pensionati riceveranno un pagamento extra una tantum di 800 franchi. Alla fine del 2013, gli assicurati attivi erano 35.759 – 187 persone in meno rispetto all'anno precedente. Il numero dei pensionati è salito da 18.466 a 18.801 persone alla fine del 2013.

Commercio all'ingrosso e Produzione

Promozione delle nuove leve presso Rewe-Foodservice

La promozione delle nuove leve riveste un ruolo centrale presso Rewe-Foodservice. La società tedesca di commercio all'ingrosso offre programmi per trainee nel settore della logistica e della vendita preparando i diplomati universitari per 18 mesi a un'attività qualificata in seno all'azienda. Dall'inizio del 2013, Rewe-Foodservice collabora inoltre strettamente con Profob, un programma di formazione dell'Università di Bonn. Presso Rewe-Foodservice, i neolaureati in Scienze della Nutrizione possono maturare un'esperienza professionale pratica di cinque mesi che dovrebbe facilitare loro l'accesso alla vita professionale. Inoltre, Rewe-Foodservice offre il corso di studi duale di economia aziendale nei due indirizzi tecnici di approfondimento Logistica e Food Management. In questo modo, gli studenti possono fare le prime esperienze pratiche durante il corso di laurea.

Transgourmet France forma tutori e potenzia le competenze dei collaboratori

Transgourmet France ha fornito a 26 autisti una formazione di tutori, sei dei quali hanno ottenuto il diploma nell'estate 2013. I tutori accompagnano i nuovi arrivati e i tirocinanti, trasmettono loro le proprie conoscenze e li sensibilizzano a una guida

sicura ed economica. Inoltre, Transgourmet France ha proseguito la campagna di formazione VIA avviata nel 2012, potenziando così le competenze dei propri collaboratori con un livello di formazione meno elevato.

Bell inaugura un nuovo atelier di formazione

Presso la sede di Basilea, Bell Svizzera SA ha inaugurato lo scorso autunno un nuovo atelier di formazione. Qui Bell introduce diversi giovani alla lavorazione delle carni, trasmettendo alla generazione futura i tradizionali procedimenti di produzione e le ricette. Gli impianti e i processi sono perlopiù identici a quelli della produzione industriale. Le dimensioni sono tuttavia decisamente più piccole, in modo da consentire agli apprendisti di poter preparare il maggior numero possibile di prodotti diversi, acquisendo una competenza più estesa. L'atelier di formazione vuole contribuire a rendere più attrattivi per i giovani tutti i mestieri che ruotano attorno alla lavorazione della carne.

Thavarajah Sinnathamby,
Ristorante per il personale Coop, Basilea



Peter Burger, Steinfels Swiss, Tecnica Professional, Winterthur



Corporate Governance

50	Struttura del gruppo
51	Struttura del capitale
51	Consiglio d'amministrazione
56	Direzione generale
58	Remunerazioni
59	Diritti di partecipazione
59	Cambio di controllo e misure di difesa
59	Ufficio di revisione
59	Politica dell'informazione
60	Management Gruppo Coop

Corporate Governance

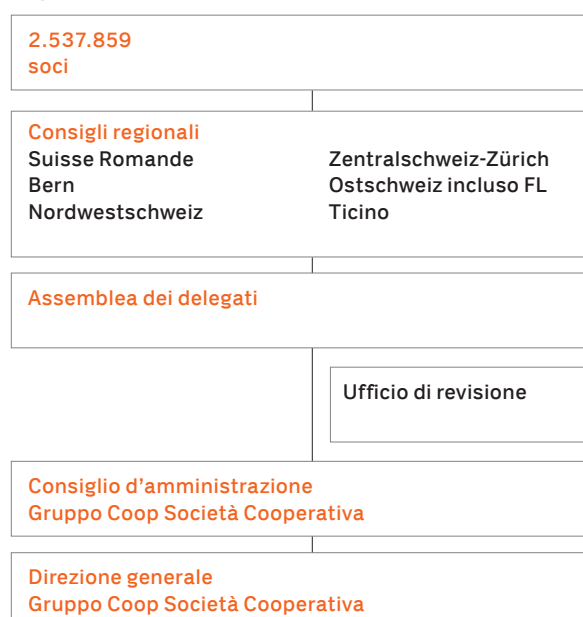
La Corporate Governance si basa sul principio di una gestione aziendale all'insegna della trasparenza e della franchezza nei confronti di collaboratori e opinione pubblica. Nelle pagine seguenti, Coop fornisce uno spaccato della struttura aziendale.

Il Gruppo Coop Società Cooperativa professa franchezza e trasparenza nella gestione aziendale e si adopera per una buona Corporate Governance nell'interesse dei propri membri, clienti, collaboratori e altri stakeholder. Per la strutturazione si basa in larga misura sulle direttive della Borsa Svizzera SIX Swiss Exchange in materia di Corporate Governance. Queste direttive sono in vigore per le società anonime e le società con buoni di partecipazione o di godimento, di cui Coop, essendo una società cooperativa, non fa parte. Bell SA è l'unica azienda del Gruppo Coop i cui diritti di partecipazione sono quotati presso la borsa SIX. I dati specifici sulla Corporate Governance di Bell sono pubblicati sul suo rapporto di gestione e sul sito www.bell.ch.

1. Struttura del gruppo

Il Gruppo Coop Società Cooperativa è una società cooperativa con sede a Basilea. Alla fine del 2013 contava circa 2,5 milioni di soci cooperativi. Possono diventare soci tutte le persone residenti in Svizzera o nel Principato del Liechtenstein. Il Gruppo Coop Società Cooperativa partecipa a diverse aziende in Svizzera e all'estero. La struttura del gruppo è illustrata da pagina 95 a pagina 97 del rapporto di gestione (Perimetro di consolidamento). Non vi sono partecipazioni incrociate all'interno del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop Società Cooperativa è responsabile della massima direzione del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop comprende Coop Società Cooperativa con le sue società affiliate e le altre aziende controllate dal Gruppo Coop Società Cooperativa. Gli organi del Gruppo Coop Società Cooperativa sono i Consigli regionali, l'Assemblea dei delegati, il Consiglio d'amministrazione, la Direzione generale e l'Ufficio di revisione.

Organizzazione



Consigli regionali

Il Gruppo Coop Società Cooperativa è composto da sei Regioni (Suisse Romande, Bern, Nordwestschweiz, Zentralschweiz-Zürich, Ostschweiz incluso il Principato del Liechtenstein, Ticino). Queste Regioni non dispongono di una personalità giuridica, ma fanno parte della struttura organizzativa di tipo cooperativo del Gruppo Coop. In ogni Regione, i soci cooperativi eleggono un Consiglio regionale, la cui composizione varia da 60 a 120 membri (Ticino: non più di 30 membri). I Consigli regionali mantengono i contatti con i soci e il pubblico. Ogni Consiglio regionale elegge, al suo interno, un Comitato di 12 membri (Ticino 6). Il Comitato si costituisce autonomamente e propone al Consiglio d'amministrazione, in occasione dell'Assemblea dei delegati, uno dei propri membri per l'elezione

al Consiglio d'amministrazione; tale membro del Comitato, una volta eletto, assume anche la presidenza del Consiglio regionale e del relativo Comitato. Gli altri membri del Comitato del Consiglio regionale costituiscono i delegati che rappresentano i membri della propria Regione nell'Assemblea dei delegati del Gruppo Coop Società Cooperativa. L'attuale composizione dell'Assemblea dei delegati è riportata nella sezione di testo seguente.

Il mandato dei Consigli regionali e dei Comitati dei Consigli regionali dura quattro anni. Il mandato attuale dura dal 2013 al 2017. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (fine dell'anno in cui si raggiunge il 65° anno di età).

Assemblea dei delegati

All'Assemblea dei delegati spettano i poteri assegnati per legge all'Assemblea generale nonché gli incarichi assegnati dagli Statuti. In particolare è responsabile per la definizione degli Statuti, la nomina e la revoca del Consiglio d'amministrazione e dell'Ufficio di revisione, l'accettazione del rapporto di gestione, l'approvazione dell'operato del Consiglio d'amministrazione, nonché lo scioglimento della società.

Il Consiglio d'amministrazione può inoltre presentarle altre questioni da decidere.

Ulteriori informazioni sul Consiglio regionale e l'Assemblea dei delegati si trovano negli Statuti e nel Regolamento elettorale del Gruppo Coop Società Cooperativa. Entrambi i documenti sono accessibili su Internet.

www.coop.ch/organizzazione

Al 31 dicembre 2013, l'Assemblea dei delegati era composta dai seguenti delegati:

Regione Suisse Romande	Regione Bern
Vincent Albasini	Rita Affolter
Patrick Csikos	Sabine Boschung
Monika Dash	Patrick Bruni
Doris Grobéty	Chantal Gagnebin
Nicole Hosseini	Sandra Ghisoni Schenk
Christine Pasche	Fränzi Grunder
Jacques Robert	Mario Kaiser
Eric Santschy	Jürg Kradolfer
Pierre Tissot	Corinne Lehmann
Georges-Edouard Vacher	Felix Truffer
Marc Vauthey	Annette Wisler Albrecht

Regione Nordwestschweiz	Regione Zentralschweiz-Zürich
Sibylle Bader Biland	Silvia Banfi Frost
Evelyn Borer	Beatrice Bertschinger
Therese Ischi	Renato Blum
Susanne Jäger	Markus Eugster
Peter Jossi	Kurt Feubli
Pascal Konrad	Anna Maria Forlano
Luciana Maggetti	Ronald Hauser
Sibylle Miescher	Willy Rüegg
Heidi Straumann	Alex Rutz
Charles Suter	Beda Schlumpf
Jörg Vitelli	Liliane Waldner

Regione Ostschweiz (Principato del Liechtenstein incluso)	Regione Ticino
Stefan Baumberger	Mauro Bazzi
Maria Bieri	Lucia Gianoli
Suzanne Blaser	Marco Lucchini
Christa Flückiger	Fiorenzo Robbiani
Michael Fuhrer	Gabriella Rossetti
Roberto Godenzi	
Josef Hemmi	
Richard Kübler	
Leonardo Longaretti	
Tarzis Meyerhans	
Gabi Senn	

2. Struttura del capitale

La struttura del capitale del Gruppo Coop può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 78 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine 81-97). Il patrimonio netto del Gruppo Coop Società Cooperativa consiste solo in fondi autogenerati. I soci cooperativi non partecipano al patrimonio netto.

3. Consiglio d'amministrazione

3.1 Membri del Consiglio d'amministrazione

Ai sensi degli Statuti, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa è composto dai sei rappresentanti nominati dalle Regioni e da un numero massimo di altri cinque membri, tra cui un rappresentante della Suisse Romande e un rappresentante del personale. I membri del Consiglio d'amministrazione vengono eletti dall'Assemblea dei delegati su richiesta del Consiglio d'amministrazione. Attualmente nel Consiglio d'amministrazione siedono altri quattro membri oltre ai rappresentanti delle Regioni, per cui in complesso il Consiglio d'amministrazione

strazione è composto da dieci persone. Ad eccezione del rappresentante del personale, i membri del Consiglio d'amministrazione non possono essere impiegati contemporaneamente presso Coop o una delle aziende da essa controllate (netta separazione dei poteri).

Al 31 dicembre 2013, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa è composto dai seguenti membri:

Nome	Anno di nascita	Funzione attuale	Primo anno di mandato	Eletto/a fino al
Hansueli Loosli ²⁾	1955	Presidente	2011	2017
Peter Eisenhut	1955	Membro, rappresentante della Regione Ostschweiz/FL	2009	2017
Michela Ferrari-Testa	1963	Membro, rappresentante della Regione Ticino	2006	2017
Hans-Jürg Käser	1956	Membro, rappresentante del personale	2009	2017
Irene Kaufmann-Brändli ¹⁾	1955	Vicepresidente	2001	2017
Beth Krasna ²⁾	1953	Membro	2005	2017
Roman Kuhn	1955	Membro, rappresentante della Regione Nordwestschweiz	2010	2017
Lillia Rebsamen-Sala	1953	Membro, rappresentante della Regione Zentralschweiz-Zürich	2009	2017
Bernard Rüeger	1958	Membro, rappresentante della Regione Suisse Romande	2009	2017
Giusep Valaulta	1951	Membro, rappresentante della Regione Bern	2001	2016

¹⁾ Presidente del Comitato di revisione ²⁾ Membro del Comitato di revisione

3.2 Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

Il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa è al tempo stesso il Consiglio d'amministrazione di Coop Società Cooperativa e di Coop Immobilien AG.

Hansueli Loosli

Svizzero

Formazione: apprendistato commerciale; dipl. fed. Esperto finanze e controlling

Carriera professionale: 1982–1985 controller, vicedirettore della società Mövenpick Produktions AG, Adliswil; 1985–1992 Managing Director presso la Waro AG, Volketswil (ultima carica ricoperta); 1992–1996 direttore del servizio Approvvigionamento Non Food di Coop Svizzera, Wangen; 1992–1996 direttore del servizio Approvvigionamento Non Food di Coop Svizzera, Wangen; 1992–1996 direttore del servizio Approvvigionamento Non Food di Coop Svizzera, Wangen; 1997–2000 presidente della Direzione generale e della Direzione del gruppo di Coop Svizzera, Basilea; gennaio 2001–agosto 2011 presidente della Direzione generale di Coop Società Cooperativa, Basilea; da settembre 2011 presidente del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Bell SA, Basilea (presidente); Swisscom SA, Ittigen (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea (presidente); Coop Mineral-ool AG, Allschwil (presidente)

Altre funzioni e cariche: membro del comitato direttivo di Economiesuisse; membro del comitato consultivo di Deichmann SE

Hansueli Loosli



Peter Eisenhut



Peter Eisenhut

Svizzero

Formazione: Lic. oec. HSG

Carriera professionale: 1981–1991 insegnante principale di scienze economiche presso la scuola cantonale di Heerbrugg; 1987–1998 docente di economia politica all'Università di San Gallo; 1990–1993 membro della Direzione generale del Centro di ricerca sul futuro, San Gallo; 1993–1996 consulente indipendente di economia politica; 1997–2007 capo economista della Camera di commercio e industria di San Gallo-Appenzello; dal 2008 Managing Partner di Ecpol AG, San Gallo

Altri mandati in consigli d'amministrazione: Sântis-Schwebebahn AG, Schwägalp; Rofima Holding AG, Horn

Altre funzioni e cariche: docente presso l'Executive School dell'Università di San Gallo; presidente della società di promozione e membro del comitato direttivo dell'Istituto svizzero per le piccole e medie imprese dell'Università di San Gallo; membro del comitato direttivo del Soccorso d'inverno Appenzello Esterno

Michela Ferrari-Testa

Svizzera

Formazione: avvocato e notaio

Carriera professionale: dal 1990 proprio studio legale e notarile a Capriasca

Altri mandati in consigli d'amministrazione: Helsana SA, Dübendorf; Helsana Infortuni SA, Dübendorf; Helsana Assicurazioni SA, Dübendorf; Helsana Assicurazioni integrative SA, Dübendorf; Progrès Assicurazioni SA, Dübendorf; avanex Assicurazioni SA, Dübendorf; sansan Assicurazioni SA, Dübendorf

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione della Fondation Sana; membro del consiglio di fondazione della fondazione di previdenza per il personale della Helsana Assicurazioni SA

Hans-Jürg Käser

Svizzero

Formazione: apprendistato di montatore elettricista

Carriera professionale: 1980–1991 responsabile Uscita merci Coop Svizzera; dal 1999 responsabile del Pool dei mezzi ausiliari di trasporto presso Coop a Basilea

Altre funzioni e cariche: Gruppo professionale Coop di Unia; Associazione degli impiegati Coop (presidente)

Irene Kaufmann-Brändli

Svizzera

Formazione: Dr. oec. publ.

Carriera professionale: 1980–2002 mandati di revisione e incarichi di consulenza per aziende del settore privato su incarico della Dr. Nabholz Treuhand AG, Zurigo; 1985–2008 Nabholz Beratung, Zurigo: Project Management nella consulenza di amministrazioni pubbliche e imprese focalizzata su finanze e organizzazione; 2000–2009 vicepresidente del Consiglio d'amministrazione di Coop Società Cooperativa; 2009–2011 presidente del Consiglio d'amministrazione di Coop Società Cooperativa, dal 2011 vicepresidente del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in altri consigli d'amministrazione: Banca Coop SA, Basilea; Bell SA, Basilea; Coop Mineraloel AG, Allschwil; Società cooperativa Padrinato Coop per le regioni di montagna, Basilea; Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; HWZ Scuola superiore di economia, Zurigo; Transgourmet Holding AG, Basilea; Mobiliare Svizzera Società Cooperativa, Berna

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione della CPV/CAP Cassa pensione Coop (presidente); membro del consiglio di fondazione della ETH Zürich Foundation; membro del Consiglio di fondazione delle Scuole Juventus Zurigo (presidente)

Michela Ferrari-Testa



Hans-Jürg Käser



Irene Kaufmann-Brändli



Beth Krasna

Svizzera e statunitense

Formazione: Ing. chim. dipl. PF Zurigo, MBA Sloan School at MIT, Cambridge, USA

Carriera professionale: 1977–2003 varie funzioni manageriali nel settore industriale e terziario in Svizzera e Thailandia, tra cui CEO del Groupe Valtronic di Les Charbonnières e CEO della società ginevrina di apparecchiature per la trazione elettrica Sécheron SA; dal 2004 imprenditrice indipendente

Altri mandati in consigli d'amministrazione: Banque Cantonale Vaudoise, Losanna; BG Bonnard & Gardel Holding SA, Losanna; Raymond Weil SA, Grand-Lancy

Altre funzioni e cariche: membro del Consiglio dei PF; membro del consiglio di fondazione della Fondation en faveur de l'Art Choréographique, Losanna (presidente); membro del consiglio di fondazione della Fondation des Amis du Prix de Lausanne, Losanna; Conseil Stratégique pour le Développement Economique du Canton de Genève; Accademia svizzera delle scienze tecniche; KTI Certification Board; membro del consiglio di fondazione della Fondation pour l'étude des relations internationales et du développement

Roman Kuhn

Svizzero

Formazione: Executive MBA presso l'Università di Zurigo

Carriera professionale: 1980–1986 direttore commerciale di Neumühle Alb. Kuhn & Cie a Wohlen; 1988–1995 UBS a Zurigo e Brugg; 1995–2000 responsabile Private Banking a Brugg presso la Banca cantonale di Argovia; dal 2000 responsabile Institutional Banking e membro della direzione della Banca cantonale di Argovia, Aarau

Altri mandati in consigli d'amministrazione: Circus Monti AG, Wohlen

Altre funzioni e cariche: membro del comitato direttivo della fondazione Offene Hand «SwissHand»; membro del Comitato direttivo dell'associazione Schloss Hallwyl

Lillia Rebsamen-Sala

Svizzera

Formazione: diploma di scuola commerciale

Carriera professionale: 1972–1980 funzionaria amministrativa presso le Ferrovie federali svizzere; 1980–1990 casalinga; 1990–1993 impiegata di commercio presso l'azienda Zollinger, Lucerna; dal 1991 responsabile Amministrazione presso Rebsamen Elektroplan AG e Rebsamen Technocasa AG

Altri mandati in consigli d'amministrazione: Rebsamen Technocasa AG, Lucerna

Bernard Rüeger

Svizzero

Formazione: MBA, Losanna

Carriera professionale: dal 1986 in varie funzioni e dal 1992 al 2012 direttore commerciale presso la società Rüeger SA, Crissier; dal 2013 presidente della Rüeger Holding S.A., Paudex

Altri mandati in consigli d'amministrazione: Alpsens Technologies S.A., Crissier (presidente); Plumettaz Holding S.A., Bex; Socorex Isba S.A., Ecublens; Lyncée Tec S.A., Ecublens; Lienhard Office Group AG, Degersheim; Initiative Capital Romandie S.A., Losanna; CSS Holding AG, Lucerna

Altre funzioni e cariche: Camera di commercio del Canton Vaud (presidente); membro del comitato direttivo di Economie-suisse; membro del consiglio di fondazione della Fondation de Beaulieu, Losanna; membro del Consiglio di fondazione Ufficio di promozione delle industrie e delle tecnologie, Ginevra

Giusep Valaulta

Svizzero

Formazione: Lic. iur.

Carriera professionale: 1981–1991 responsabile del Servizio giuridico della Direzione federale delle misurazioni catastali presso l'Ufficio federale di giustizia; 1991–2010 vicedirettore del campo di prestazioni «Condizioni di lavoro» presso la Segreteria di Stato dell'economia (SECO); 2011–2013 consulente scientifico SECO; dall'agosto 2013 consulente legale indipendente

3.3 Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione

3.3.1 Principi della procedura elettorale

Il Consiglio d'amministrazione viene eletto dall'Assemblea dei delegati. Il mandato, uguale per tutti i membri, dura quattro anni. Un consigliere può essere rieletto. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (si può esercitare il mandato solo fino all'Assemblea dei delegati dell'anno civile in cui si compie il 65° anno di età).

3.3.2 Prima elezione e restante durata del mandato

L'inizio del mandato risultante dalla prima elezione dei membri del Consiglio d'amministrazione è fissato al punto 3.1. Il mandato attuale è iniziato nella primavera del 2013 e terminerà nella primavera del 2017. Il mandato di tutti gli ex membri del Consiglio d'amministrazione è stato riconfermato, per cui tutti i consiglieri sono stati rieletti fino alla primavera del 2017, ossia fino alla fine del loro mandato.

Beth Krasna



Roman Kuhn



Lillia Rebsamen-Sala



3.4 Organizzazione interna

3.4.1 *Suddivisione dei compiti in seno al Consiglio d'amministrazione*

Il Consiglio d'amministrazione si costituisce autonomamente eleggendo tra i propri membri il presidente e il vicepresidente. I membri assumono gli incarichi con pari responsabilità.

3.4.2 *Comitato di revisione*

Il Consiglio d'amministrazione ha costituito al suo interno un Comitato di revisione che consiglia il Consiglio d'amministrazione nella presentazione dei conti e nella rendicontazione, nelle attività di revisione interna ed esterna, nel sistema di controllo interno e nella gestione dei rischi. Anche la compliance è oggetto del sistema di controllo interno e della gestione dei rischi. Fanno parte del Comitato di revisione Irene Kaufmann-Brändli (presidenza), Hansueli Loosli e Beth Krasna. Il Comitato di revisione si riunisce almeno tre volte all'anno. Una riunione dura solitamente una mezza giornata. Alle riunioni prendono parte di regola il presidente della Direzione generale, il responsabile della Direzione Finanze/Servizi e il responsabile della Revisione interna con voto consultivo. A seconda dell'ordine del giorno vengono convocati i revisori esterni. I verbali delle riunioni vengono inoltrati a tutti i membri del Consiglio d'amministrazione. La Revisione interna sottostà alla presidente del Comitato di revisione.

3.4.3 *Modalità di lavoro del Consiglio d'amministrazione*

Il Consiglio d'amministrazione si riunisce almeno quattro volte all'anno e con la frequenza necessaria per svolgere le attività incombenti. Nel 2013 il Consiglio d'amministrazione ha tenuto sette riunioni con durate da una a due giornate. Alle riunioni del Consiglio d'amministrazione prendono solitamente parte il presidente e il vicepresidente della Direzione generale (per tutti i punti all'ordine del giorno) ed eventualmente gli altri membri della Direzione generale con voto consultivo. Il Consiglio d'amministrazione è in grado di deliberare in presenza della maggioranza dei membri. Per essere valida, una decisione dev'essere presa con la maggioranza dei voti espressi. In caso di parità di voti, il voto decisivo spetta al presidente del Consiglio d'amministrazione.

3.5 Regolamento delle competenze

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

3.6 Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale

Management Information System

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

Processo di pianificazione e definizione degli obiettivi / Balanced Scorecard

Coop dispone di un solido e continuo processo di pianificazione e definizione degli obiettivi, che comprende anche il reporting periodico al Consiglio d'amministrazione, tra l'altro attraverso il sistema della Balanced Scorecard.

Gestione dei rischi

Il Gruppo Coop dispone di un sistema di gestione dei rischi standardizzato. La Direzione generale e il Consiglio d'amministrazione identificano e analizzano ogni tre anni, l'ultima volta nell'anno 2012, i rischi principali e i rispettivi scenari e definiscono misure adeguate. Ogni anno un processo di revisione verifica

Bernard Rüeger



Giusep Valaulta



lo stato di realizzazione delle singole misure. Sono definiti grandi rischi quelli che possono influenzare negativamente il margine di contribuzione 2 del Gruppo Coop per un importo superiore a 15 milioni di franchi entro tre anni.

Sistema di controllo interno

Nel quadro delle valutazioni annuali istituzionalizzate della qualità del sistema di controllo interno a livello dei processi operativi, da un lato viene effettuata una valutazione dei rischi operativi nonché dei rischi legati ai rendiconti finanziari e alla compliance. Dall'altro viene valutata l'efficacia dei controlli implementati per coprire tali rischi.

Sono oggetto di queste valutazioni anche i controlli informatici generali. La qualità dei controlli per tutta l'azienda viene verificata ogni due anni dai membri della Direzione generale. In conformità alla cadenza ciclica, nel 2013 è stata eseguita una valutazione dei controlli per tutta l'azienda.

I risultati delle valutazioni del sistema di controllo interno vengono riassunti ogni anno in una relazione esaustiva.

Revisione interna

In qualità di organo indipendente e obiettivo, la Revisione interna verifica per conto del Consiglio d'amministrazione e del Comitato di revisione, tra le altre cose, il rispetto delle direttive e dei regolamenti, nonché l'adeguatezza e l'efficacia del sistema di controllo interno. Accompagna a titolo di controllo o di consulenza la creazione di nuovi processi operativi o la modifica di quelli esistenti, e affianca la Direzione

generale nel raggiungimento dei suoi obiettivi, indicando delle proposte per migliorare i processi operativi. In tale contesto, la Revisione interna applica un approccio di controllo orientato ai rischi. I risultati ottenuti da questi controlli vengono comunicati per iscritto alla presidente del Comitato di revisione, al presidente del Consiglio d'amministrazione e al presidente della Direzione generale. L'attuazione delle misure viene monitorata costantemente. La Revisione interna coordina le sue attività di controllo e mantiene uno stretto scambio di informazioni con l'Ufficio di revisione statutario. È membro dell'Associazione svizzera di audit interno (ASAI).

4. Direzione generale

4.1 Membri della Direzione generale

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

Al 31 dicembre 2013, la Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa è composta dai seguenti membri:

Nome	Anno di nascita	Funzione attuale	Membro dal
Joos Sutter	1964	Presidente della Direzione generale	2010
Jean-Marc Chapuis	1954	Membro	2001
Reto Conrad	1966	Membro	2012
Leo Ebnetter	1954	Membro	2007
Daniel Stucker	1964	Membro	2011
Philipp Wyss	1966	Vicepresidente della Direzione generale	2009

Joos Sutter



Jean-Marc Chapuis



4.2 Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

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

Joos Sutter

Svizzero

Formazione: Lic. oec. HSG, dipl. fed. Esperto contabile

Carriera professionale: 1991–1996 esperto contabile presso PricewaterhouseCoopers, Zurigo; 1996–1999 responsabile Finanze/Risorse umane presso Import Parfümerien AG, Zurigo; 1999–2005 varie funzioni quali responsabile Finanze/Services o capovendita presso Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2009 Direttore generale Interdiscount; 2010–2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e responsabile della Direzione Trading di Coop Società Cooperativa, Basilea; da settembre 2011 presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e responsabile della Direzione Retail di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Coop ITS-Travel AG, Freienbach (presidente); Société coopérative de collaboration internationale (CORE) S.C.R.L., BE-Bruxelles; Transgourmet Holding AG, Basilea; Palink UAB, Lituania/Palink SIA, Lettonia; Betty Bossi SA, Zurigo (presidente)

Jean-Marc Chapuis

Svizzero

Formazione: Lic. ès sciences économiques et sociales

Carriera professionale: 1981–1983 Sales Manager per alcuni mercati internazionali e responsabile della succursale francese della Zenith Movado AG; 1983–1985 vicedirettore di Coop La Chaux-de-Fonds; 1986–1993 direttore di Coop La Chaux-de-Fonds; 1994–2000 direttore di Coop Neuchâtel-Jura; dal 2001 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e responsabile della Direzione Immobili di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (presidente)

Reto Conrad

Svizzero

Formazione: Lic. oec. HSG, dipl. fed. Esperto contabile

Carriera professionale: 1990–1992 controlling presso l'UBS a Basilea; 1992–2001 varie funzioni nel settore della revisione dei conti presso PricewaterhouseCoopers a Basilea e San Francisco; 2001–2005 CFO del gruppo Bachem a Bubendorf; 2006–2012 CFO e membro della direzione del gruppo Emmi; dal 2012 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e responsabile della Direzione Finanze/Servizi di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Coop Vitality AG, Berna; Coop Mineraloel AG, Allschwil; Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; Panflor AG, Zurigo; Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen; Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen; Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp; Centre Commercial Moncor S.A, Villars-sur-Glâne (presidente)

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione del Centro di formazione Coop, MuttENZ; membro del consiglio di fondazione della CPV/CAP Cassa pensione Coop, Basilea

Leo Ebnetter

Svizzero

Formazione: formazione di meccanico di macchine; diploma di commercio, corso di laurea in economia aziendale HSG

Carriera professionale: da Coop dal 1978; 1978–1986 responsabile Logistica; 1987–2000 responsabile Approvvigionamento, Logistica, Produzione e Informatica nonché vicedirettore di Coop Ostschweiz; 2001–2007 responsabile della Regione logistica Coop Ostschweiz-Ticino; dal 2007 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e responsabile della Direzione Logistica di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Railcare AG, Härkingen (presidente); Bell SA, Basilea; Kühlhaus Neuhof AG, Gossau

Altre funzioni e cariche: membro del Comitato direttivo dell'associazione di promovimento Cargo sous terrain

Reto Conrad



Leo Ebnetter



Daniel Stucker

Svizzero

Formazione: Ing. dipl. Informatica economica, Executive MBA

Carriera professionale: 1985–1986 Software Engineer PTT, Berna; 1989–1992 Management Consultant e responsabile della sede di Berna AF Consulting, Berna; 1992–1994 responsabile del Service-Center RESO, Soletta; 1994–1999 responsabile informatica e organizzazione presso la UEFA, Union of European Football Association, Nyon; 1999–2007 responsabile Informatica/Logistica, poi responsabile Finanze/Servizi, in seguito responsabile Approvvigionamento presso Interdiscount, Jegenstorf; 2007–2011 responsabile della Divisione Import Parfumerie / Christ Orologi & Gioielli, Winterthur; dal 2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e responsabile della Direzione Trading di Coop Società Cooperativa, Basilea
Mandati in consigli d'amministrazione: Coop Vitality AG, Berna (presidente); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren (presidente); The Body Shop Switzerland SA, Uster (presidente); Service 7000 AG, Netstal; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp

Philipp Wyss

Svizzero

Formazione: apprendistato commerciale e tirocinio per macellaio

Carriera professionale: 1990–1992 responsabile vendite presso Sempione Gehrig AG, Klus; 1993–1997 Senior Product Manager presso la Federazione delle cooperative Migros, Zurigo; 1997–2003 Category Manager Carne, Pesce, Prodotti freschi convenience presso Coop, Basilea; 2004–2008 responsabile Category Management Prodotti freschi presso Coop, Basilea; 2008–2009 capo vendita della Regione Zentralschweiz-Zürich di Coop; dal 2009 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea; 2009–2011 capo della Direzione Retail e responsabile Regione di vendita Zentralschweiz-Zürich di Coop Società Cooperativa, Basilea; dal 2012 capo della Direzione Marketing/Acquisti di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione: Betty Bossi AG, Zurigo; Société coopérative de collaboration internationale (CORE) S.C.R.L., BE-Bruxelles; Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (presidente); Hilcona AG, FL-Schaan; Palink UAB, Lituania / Palink SIA, Lettonia; Transgourmet Holding AG, Basilea; Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (presidente); Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (presidente); Retail Marketing Switzerland AG, Basilea (presidente)

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione della fondazione Biore, Risch

Daniel Stucker



4.3 Contratti di management

I membri della Direzione generale non svolgono compiti operativi di management presso ditte esterne al perimetro di consolidamento del Gruppo Coop.

5. Remunerazioni

5.1 Contenuto e procedura di fissazione delle remunerazioni e dei programmi di partecipazione

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

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

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

Nel 2013, per le attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa nonché di Coop Società Cooperativa e Coop Immobilien AG sono state versate remunerazioni per un importo pari a 1,4 milioni di franchi (2012: 1,4 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2013 salari lordi per un importo pari a 3,5 milioni di franchi per 6,0 unità di personale (2012: 3,3 milioni di franchi per 5,8 unità di personale).

Gli onorari per le attività del presidente e della vicepresidente del Consiglio d'amministrazione, nonché

Philipp Wyss



dei membri della Direzione generale, in seno ai consigli d'amministrazione delle società affiliate e di ditte terze spettano al Gruppo Coop Società Cooperativa e a Coop Società Cooperativa.

Per il presidente e la vicepresidente del Consiglio d'amministrazione nonché per i membri della Direzione generale non vi sono regolamenti speciali per la cassa pensione.

6. Diritti di partecipazione

6.1 Diritto di voto

I soci cooperativi del Gruppo Coop Società Cooperativa vengono rappresentati dai delegati delle rispettive Regioni. Il diritto di voto dei delegati si basa sul numero di soci Coop nella rispettiva Regione.

6.2 Quorum statuari

Le decisioni prese e le votazioni effettuate all'Assemblea dei delegati vengono approvate con la maggioranza assoluta dei voti validi espressi.

6.3 Convocazione dell'Assemblea dei delegati

Il Consiglio d'amministrazione convoca l'Assemblea dei delegati almeno 20 giorni prima del giorno dell'assemblea indicando i punti all'ordine del giorno e le proposte del Consiglio d'amministrazione. Un'assemblea straordinaria dei delegati ha luogo se viene richiesta da almeno un terzo dei delegati.

6.4 Inserimento di punti da trattare all'ordine del giorno

I delegati possono richiedere di far inserire un punto da trattare all'ordine del giorno. La richiesta dev'essere indirizzata al Consiglio d'amministrazione almeno 45 giorni prima dell'Assemblea ordinaria dei delegati.

7. Cambio di controllo e misure di difesa

Il Gruppo Coop Società Cooperativa non ha emesso quote di partecipazione. Non vi sono restrizioni e regolamentazioni statutarie.

8. Ufficio di revisione

8.1 Durata del mandato e durata in carica del revisore responsabile

Dal momento che la durata del mandato dell'Ufficio di revisione è limitata a un anno, l'Assemblea dei delegati elegge l'ufficio ogni anno. Il mandato di revisione per il Gruppo Coop Società Cooperativa e per la revisione contabile del conto annuale consolidato del Gruppo Coop è esercitato dal 1994 da PricewaterhouseCoopers (PwC). Il revisore capo responsabile, Dott. Daniel Suter, ha assunto il mandato nel 2010.

8.2 Onorari degli audit

Per adempiere al suo mandato legale per l'anno di esercizio 2013, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3,1 milioni di franchi (2012: 3,2 milioni di franchi).

8.3 Altri onorari

Per i servizi aggiuntivi che vanno oltre il mandato legale, PricewaterhouseCoopers ha fatturato durante l'anno di esercizio 2013 un totale di 1,0 milioni di franchi (2012: 0,4 milioni di franchi).

8.4 Strumenti informativi dell'Ufficio di revisione esterno

Il Comitato di revisione controlla per conto del Consiglio d'amministrazione le qualifiche, l'indipendenza e le prestazioni dell'Ufficio di revisione esterno e comunica al Consiglio d'amministrazione i risultati della sua valutazione. Esprime inoltre al Consiglio d'amministrazione e all'Assemblea dei delegati una raccomandazione relativa all'elezione o alla rielezione dell'Ufficio di revisione esterno.

Nel 2013 il revisore responsabile ha preso parte a due riunioni del Comitato di revisione. In tali occasioni sono stati discussi la pianificazione della revisione, i risultati dell'Ufficio di revisione esterno e la conseguente procedura da adottare. Inoltre, il revisore responsabile riferisce una volta all'anno a tutti i membri del Consiglio d'amministrazione. L'Ufficio di revisione esterno e la Revisione interna discutono anche la metodologia e lo sviluppo continuo del sistema di controllo interno.

9. Politica dell'informazione

Il Gruppo Coop Società Cooperativa informa i suoi soci attraverso il settimanale Cooperazione e il sito Internet di Coop. I soci possono inoltre ordinare il rapporto di gestione del Gruppo Coop in formato cartaceo oppure consultarlo e scaricarlo dal sito web. I delegati si riuniscono nelle Assemblee dei delegati in primavera e autunno, durante le quali si forniscono informazioni in merito all'attuale andamento degli affari e si approfondiscono temi attuali. Insieme alla convocazione per l'Assemblea dei delegati in primavera, i delegati ricevono anche il rapporto di gestione del Gruppo Coop. Un rapporto trimestrale scritto informa inoltre i delegati sull'andamento delle attività commerciali correnti.

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

www.coop.ch/rapporto

Management Gruppo Coop

Il 1° marzo 2014

Coop Società

Direzione generale (DG)

Joos Sutter, presidente della DG
Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili
Reto Conrad, capo Direzione Finanze/Servizi
Leo Ebner, capo Direzione Logistica
Daniel Stucker, capo Direzione Trading
Philipp Wyss, capo Direzione Marketing/Acquisti

Presidenza della Direzione generale

Joos Sutter, presidente della DG
Nadine Gemblé, responsabile Personale/Formazione nazionale
August Harder, responsabile Informatica/Produzione
Alfred Hubler, responsabile Segretariato generale
Jörg Ledermann, responsabile Comunicazione/Qualità/
Sostenibilità
Heinrich Stamm, responsabile Revisione interna

Marc Haubensak, responsabile BâleHotels
Romeo Sciaranetti, responsabile Divisioni Swissmill/Pasta Gala
Anton von Weissenfluh, responsabile Divisione Chocolats Halba

Betty Bossi AG

Joos Sutter, presidente del Consiglio d'amministrazione
Walter Lüthi, CEO

Direzione Retail

Joos Sutter, capo Direzione Retail
Livio Bontognali, responsabile Regione di vendita OT
(fino al 30.04.2014)
Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT (dall'1.05.2014)
Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Roger Vogt, responsabile Regione di vendita NWZZ
Herbert Zaugg, responsabile Total Store

Regione di vendita Suisse Romande (SR)

Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Patrick Angéloz, capo vendita 2
Stéphane Bossel, responsabile EA/Controlling
Jean-Claude Chapuisat, responsabile Personale/Formazione
Bertrand Pasteur, capo vendita 4
Matthieu Scellier, capo vendita 1
Franck Truchot, capo vendita 5
Laurent Voelin, capo vendita 3

Regione di vendita Bern (BE)

Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Stefano Alberucci, capo vendita 2
Rico Bossi, capo vendita 1
Bernhard Friedli, responsabile EA/Controlling
Marcel Maurer, capo vendita 3
Yvonne Müller, capo vendita 5
Peter Neuenschwander, capo vendita 4
Bruno Piller, responsabile Personale/Formazione

Regione di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

Roger Vogt, responsabile Regione di vendita NWZZ
André Aerne, capo vendita 7
Cem Asci, capo vendita 4
Angelo Durante, responsabile EA/Controlling
Andreas Graf, capo vendita 6
Markus Ingold, capo vendita 8

Sandro Janko, capo vendita 2
Herbert Müller, capo vendita 5
Luc Pillard, responsabile Personale/Formazione
Jean-Claude Prodocimo, capo vendita 9
Georg Schneeberger, capo vendita 1 (fino al 30.04.2014)
Yves Vogt, capo vendita 3
Monika Zander, capo vendita 1 (dall'1.05.2014)

Regione di vendita Ostschweiz-Ticino (OT)

Livio Bontognali, responsabile Regione di vendita OT
(fino al 30.04.2014)
Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT (dall'1.05.2014)
Mario Colatrella, capo vendita 1
René Dörig, capo vendita 3
Rolf Gurtner, capo vendita 2
Shenasi Haziri, capo vendita 4
Christine Noichl, responsabile Personale/Formazione
Flurin Schocher, capo vendita 5
Dominique Vela, responsabile EA/Controlling

Direzione Trading

Daniel Stucker, capo Direzione Trading
Nathalie Ravasio-Felice, responsabile Total Store/Espansione
Markus Schärer, responsabile EA/Controlling
Martin von Bertrab, responsabile Personale/Formazione

Coop City

Urs Jordi, responsabile Coop City
Michel Produit, responsabile Vendita Regione Ovest
Bruno Veit, responsabile Vendita Regione Est

Coop Edile+Hobby

Christoph Theler, responsabile Edile+Hobby
Bruno Haberthür, CCM Edilizia/Sanitari
Stefan Mundwiler, Pool acquisti (PA) Edile+Hobby
Rainer Pietrek, CCM Piante
Walter Studer, CCM Giardinaggio
Joe Wyss, responsabile CCM/Acquisti (a partire dall'1.04.2014)

Toptip/Lumimart

Oliver Roth, responsabile Divisione Toptip/Lumimart

Import Parfumerie/Christ Orologi & Gioielli

Andreas Frischknecht, responsabile Divisione Import Parfumerie/
Christ Orologi & Gioielli

Interdiscount

Pierre Wenger, responsabile Divisione Interdiscount
Vito Armetta, responsabile Vendita
Constantin Hilt, responsabile Logistica/Informatica/Servizi/Online
Peter Späni, responsabile Category Management/
Approvvigionamento Interdiscount

Ing. dipl. Fust SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Thomas Giger, presidente della Direzione generale,
responsabile Vendita Commercio al dettaglio
Silvio Cioffi, responsabile comparto GU Novacasa
Giovanni De Mieri, responsabile comparto Multimedia
Markus Gauch, responsabile comparto Tecnica
Marc Haselbach, responsabile comparto Impianti elettrici
Manfred Spiller, responsabile comparto Cucina/Bagno
Rolf Wilhelm, responsabile comparto Finanze & Servizi

Coop Vitality AG

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Doris Schwizer, presidente della Direzione generale

The Body Shop Switzerland SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Angelika Lanen, presidente della Direzione generale

RS Vertriebs AG

Joos Sutter, presidente del Consiglio d'amministrazione
Yves Haid, presidente della Direzione generale

Direzione Marketing/Acquisti

Philipp Wyss, capo Direzione Marketing/Acquisti
Thomas Schwetje, responsabile Marketing/Servizi
Daniel Vonach, responsabile Controlling/Coordinamento CCM e Acquisti

Benedikt Pachlatko, responsabile Cooperazioni/
Servizio consumatori

Helmut Träris-Stark, responsabile Promozione delle vendite/
Coordinamento Stampa Coop/Progetti

CCM Prodotti freschi/Gastronomia e VIVA

Roland Frefel, responsabile CCM Prodotti freschi/Gastronomia e VIVA

Silvio Baselgia, CCM Prodotti convenienze freschi

Axel Dippold, CCM Frutta/Verdura

Oliver Krüsi, CCM Pane/Prodotti di panetteria

Marc Muntwyler, CCM Latticini/Uova

Mirko Schwarz, Gastronomia

Pascal Seiler, CCM Pesce

Christoph Widmer, CCM Carne

CCM Alimenti di base/Bevande

Philipp Schenker, responsabile CCM Alimenti di base/Bevande

Sylvia Berger, CCM Vini/Spumanti/Vendita diretta di vino

Marco Bertoli, CCM Colazione/Contorni/Prodotti per pasticceria/
Articoli per animali

Pia Bracher, CCM Prodotti dolciari/Snack salati

Markus Heiniger, CCM Bevande rinfrescanti/Superalcolici/
Articoli per fumatori

Philipp Nyffenegger, CCM Prodotti convenienze
a lunga conservazione

Pius Buchmann, Vendita diretta vino

CCM Near Food/Casalinghi e tempo libero

Regina Diethalm, responsabile CCM Near Food/
Casalinghi e tempo libero

Olivier Compagnon, CCM Detersivi/Detergenti/Igiene

Kerstin Czermak, CCM Profumeria/Cura del corpo/Vita Shop

Simone Gössling, CCM Cartoleria/Stampa/Articoli da viaggio

Daniel Walker, CCM Cucina/Elettrodomestici/
Elettronica di consumo/E-Communication

CCM Tessili

Jürg Birkenmeier, CCM Abbigliamento donna e uomo

Manuel Gonzalez, CCM Accessori/Orologi/Gioielli/Calzature/
Pelletteria/Calzetteria

Beatrix Kessler, CCM Articoli per la tavola e per la casa

Acquisti Food

Christian Guggisberg, responsabile Acquisti Food

Daniel Giger, Pool acquisti (PA) Pane/Latticini/Formaggi

Michael Sieber, PA Alimenti di base/Bevande

Christian Sohm, PA Frutta/Verdura/Fiori/Piante

Peter Zürcher, PA Carne/Pesce/Prodotti convenienze/Surgelati

Tammo Hintz, responsabile Eurogroup S.A.

Acquisti Non Food

Peter Hauser, responsabile Acquisti Non Food (fino al 30.06.2014)

Emanuel Büchlin, PA Abbigliamento/Accessori

Olivier Schwegler, PA Near Food

Michael Susta, PA Casalinghi e tempo libero

Supply Chain Management

Mauro Manacchini, responsabile Supply Chain Management

Dmitry Proskurin, Strategia Supply Chain Management

Markus Schmid, Approvvigionamento/SBO nazionale

Tropenhaus Frutigen AG

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione

Marcel Baillods, CEO

Tropenhaus Wolhusen AG

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione

Pius Marti, CEO

Eurogroup Far East Ltd.

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione

Peter Hauser, CEO (dall'1.07.2014)

Direzione Logistica

Leo Ebnetter, capo Direzione Logistica

Daniel Hintermann, responsabile Regione logistica NW

Sébastien Jacquet, responsabile Regione logistica SR

Domenico Repetto, responsabile Regione logistica BE

Daniel Woodtli, responsabile Logistica nazionale Pratteln

Beat Zaugg, responsabile Logistica nazionale Wangen

Josef Zettel, responsabile Regione logistica ZZ

Lorenzo Pelucchi, responsabile Divisione Sunray

Railcare AG

Leo Ebnetter, presidente del Consiglio d'amministrazione

Philipp Wegmüller, presidente della Direzione generale

Direzione Finanze/Servizi

Reto Conrad, capo Direzione Finanze/Servizi

Hansjörg Klossner, responsabile Contabilità

Beat Leuthardt, responsabile Finanze

Stephan Rupprecht, responsabile Progetti Finanze/Servizi

Adrian Werren, responsabile Controlling

Direzione Immobili

Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili

Heinrich Beer, responsabile Progetti immobiliari nazionali

Stefano Donzelli, responsabile EA/Controlling

Nicolas Kirsch, responsabile Regione immobiliare SR

Victor Manuel Martinez, responsabile Regione immobiliare BE

Philippe Sublet, responsabile Centri commerciali nazionale

Fritz Ulmann, responsabile Regione immobiliare NWZZ

Altre società affiliate

Coop Mineraloel AG

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Roger Oser, presidente della Direzione generale
Andreas Parpart, responsabile Marketing & Acquisti
Oliver Reichert, responsabile Vendita & Approvvigionamento
Marc Salathe, responsabile Finanze & Informatica

Transgourmet Holding AG

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione

Transgourmet Svizzera

Daniel Böhny, presidente della Direzione generale
Philipp Dautzenberg, presidente della Direzione generale
Gregor Bärtschi, responsabile Costruzioni e Immobili
Walter Fankhauser, responsabile Distribuzione & Vendita
Frank Furrer, responsabile Acquisti strategici, Marketing
e Category Management Cash&Carry
Erich Joss, responsabile HR
Ueli Niederer, responsabile Logistica
Andrea Pellizzari, responsabile Finanze/Controlling
Claude Schneider, responsabile IT
Martin Wullschleger, responsabile Marketing
e Category Management rifornimento all'ingrosso

Transgourmet Central and Eastern Europe

John Matthew, presidenza della Direzione generale,
direttore Europa dell'Est
Frank Seipelt, presidenza della Direzione generale,
direttore Foodservice Germania
Xavier Buro, direttore Finanze/CT/Controlling
Manfred Hofer, direttore Acquisti
Holger Penndorf, direttore Cash&Carry Germania
Thomas Wallrabenstein, direttore Services

Ralf Forner, direttore Transgourmet Seafood

Selgros Polonia

Alexander Orłowski, Direzione/Presidenza
Piotr Kolodziejczak, direttore Amministrazione
Piotr Skłodowski, direttore Acquisti,
Category Management & Marketing

Selgros Romania

Edith Lenga-Balk, Direzione/Presidenza
Dorin Iordachescu, direttore Acquisti,
Category Management & Marketing
Alexandru Vlad, direttore Amministrazione & Espansione

Selgros Russia

Michael Zipfel, Direzione/Presidenza
Patricia Ruster, direttore Acquisti,
Category Management & Marketing
Przemyslaw Switakowski, direttore Amministrazione & Espansione

Transgourmet France

Jean-Christophe Adouritz, presidenza della Direzione generale
Yves Cebron, responsabile Vendita, Marketing & Comunicazione
Eric Decroix, direttore Transgourmet Opérations
Edith Hertz, responsabile Finanze
Loïc Leguillette, responsabile HR
Serge Rey, responsabile Supply Chain

Bell SA

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Lorenz Wyss, presidente della Direzione del gruppo, CEO
Martin Gysin, vicepresidente della Direzione del gruppo, CFO
Christian Schröder, membro della Direzione del gruppo

Bell Svizzera SA

Lorenz Wyss, presidente della Direzione generale
Philipp Allemann, membro della Direzione generale,
responsabile unità aziendale Acquisti/SCM
Markus Bänziger, membro della Direzione generale,
responsabile unità aziendale Salumeria
Josef Dähler, membro della Direzione generale,
responsabile unità aziendale Carne fresca
Martin Gysin, membro della Direzione generale,
responsabile Finanze/Servizi
Christoph Schatzmann, membro della Direzione generale,
responsabile unità aziendale Pollame
Christine Schlatter, membro della Direzione generale,
responsabile unità aziendale Vendita/Marketing

Bell Deutschland GmbH & Co. KG

Christian Schröder, presidente della Direzione generale,
responsabile Distribuzione/Marketing
Jürgen Emtmann, membro della Direzione generale,
responsabile Finanze/Servizi
Markus von der Pütten, membro della Direzione generale,
responsabile Produzione/Tecnica

Bell Europa dell'Est/Benelux

Jens Günter Hillebrand, presidente della Direzione generale
Zimbo Perbál Húsipari Termelő Kft.
Eugeniusz Philip, presidente della Direzione generale
Bell Polska Sp. z o.o.
Petr Poskočil, direttore Zimbo Czechia s.r.o.
Steven Van Parijs, presidente della Direzione generale
Bell Benelux Holding N.V.

Bell France SAS

Daniel Pagniez, presidente della Direzione generale
Didier Le Guen, membro della Direzione generale,
responsabile Vendita marca propria
Gilles Patient, membro della Direzione generale,
responsabile Vendita marchi commerciali
Pascal Vivancos, membro della Direzione generale,
responsabile Aziende di produzione

Parte finanziaria

64 Relazione sulla situazione finanziaria del Gruppo Coop

66 Il Gruppo Coop in cifre

- 66 Ricavo netto
- 68 Conto economico per settori (non consolidato)
- 69 Punti di vendita/Mercati
- 70 Investimenti
- 71 Conto economico a valore aggiunto
- 72 Unità di personale
- 73 Numero di persone
- 74 Numero di persone in formazione
- 75 Diversità collaboratori
- 76 Sviluppo del Gruppo Coop

77 Conto annuale consolidato del Gruppo Coop

- 77 Conto economico consolidato
- 78 Bilancio consolidato
- 79 Conto consolidato dei flussi finanziari
- 80 Prospetto di variazione del patrimonio netto
- 81 Allegato al conto annuale consolidato
- 98 Relazione dell'Ufficio di revisione

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

Le cifre indicative complementari si trovano nel **Rapporto di sostenibilità** del Gruppo Coop.

Relazione sulla situazione finanziaria del Gruppo Coop

Una panoramica del Gruppo Coop

Il Gruppo Coop, con la società madre Gruppo Coop Società Cooperativa, opera nei settori del commercio al dettaglio nonché del commercio all'ingrosso e della produzione. Il commercio al dettaglio comprende Coop Società Cooperativa con i relativi supermercati e formati di vendita specializzati nonché le affiliate operanti nel settore del commercio al dettaglio. L'attività del commercio all'ingrosso è gestita dal gruppo Transgourmet, mentre la produzione comprende il Gruppo Bell e le aziende di produzione Coop.

Conto economico

Risultato operativo (EBIT)

Nel 2013, il ricavo netto del Gruppo Coop è aumentato dello 0,9% portandosi a 26.967 milioni di CHF. A tale aumento hanno contribuito in particolare il settore del commercio al dettaglio in leggera ripresa di Coop Società Cooperativa nonché la crescita del gruppo Bell e di Coop Mineraloel AG. Tra i ricavi netti, 7478 milioni di CHF sono stati conseguiti all'estero, di cui la quota maggiore, pari al 47,4%, è stata realizzata in Germania. Il risultato lordo, pari a 7770 milioni di CHF, è rimasto stabile allo stesso livello dell'anno precedente, con un margine pari al 28,8%. Le spese del personale si aggirano attorno a 4028 milioni di CHF e le rimanenti spese di esercizio, pari a 2787 milioni di CHF, sono rimaste all'incirca al livello dell'anno precedente. Gli ammortamenti, pari a 1177 milioni di CHF, si compongono di ammortamenti su immobili per 538 milioni di CHF, su altri immobilizzi materiali per 376 milioni di CHF, su immobilizzazioni immateriali per 72 milioni di CHF nonché su avviamento per 213 milioni di CHF. L'avviamento viene ammortizzato nell'arco di un periodo massimo di otto anni. A tali ammortamenti si contrappongono riprese di valore per 22 milioni di CHF nel settore degli immobili. Il risultato operativo, pari a 760 milioni di CHF, è leggermente superiore rispetto all'esercizio precedente (737 milioni di CHF), con un margine EBIT stabile del 2,8% (anno precedente: 2,8%).

Utile netto

Il risultato delle organizzazioni associate così come il risultato da valute estere si situano complessivamente al di sotto dell'anno precedente, mentre il risultato finanziario, pari a -89 milioni di CHF, si situa ai livelli dell'anno precedente. Una volta dedotti 160 milioni di CHF di imposte sull'utile e le partecipazioni minoritarie di 86 milioni di CHF, si ottiene un utile netto di 462 milioni di CHF, ovvero 10 milioni di CHF in più rispetto all'esercizio precedente.

Situazione finanziaria e patrimoniale

Bilancio

La somma di bilancio del Gruppo Coop è aumentata di circa 437 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Tra le voci in attivo si è visto un aumento dell'attivo circolante grazie all'incremento delle liquidità. L'attivo fisso, pari a circa 11.490 milioni di CHF, è leggermente inferiore rispetto al livello dell'esercizio precedente. Agli ammortamenti si contrappongono investimenti lievemente inferiori. Il capitale di terzi, attestatosi a 9579 milioni di CHF, è rimasto pressoché invariato rispetto all'esercizio precedente. Il capitale di terzi a breve termine è aumentato leggermente a 5139 milioni di CHF, mentre il capitale di terzi a lungo termine è diminuito all'incirca nella stessa misura scendendo a 4440 milioni di CHF. Nel capitale di terzi a lungo termine il Gruppo Coop si è finanziato tramite le voci prestiti e depositi. Al tempo stesso sono stati ridotti i debiti finanziari a lungo termine tramite rimborsi dei prestiti. Il patrimonio netto, incluse le quote di minoranza, è salito a 7738 milioni di CHF. Al 31 dicembre 2013, la quota del patrimonio netto, attestatasi al 44,7%, si situa quindi ben al di sopra dell'obiettivo strategico del 40%, salendo di 1,7 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Rendiconto finanziario

Nel 2013 il flusso finanziario dell'attività operativa era pari a 1667 milioni di CHF, il che rappresenta una riduzione di 44 milioni di CHF rispetto al valore dell'anno precedente. Il risultato annuale al netto delle imposte sull'utile e gli ammortamenti variano solo lievemente rispetto al 2012. Nel flusso finanziario dell'attività operativa si registrano utili da cessione dell'attivo fisso, prevalentemente immobili, pari a 44 milioni di CHF. Il flusso finanziario dell'attività di investimento, pari a -965 milioni di CHF, è leggermente aumentato rispetto all'esercizio precedente (-950 milioni di CHF). Nell'ambito degli immobilizzi finanziari e dei titoli sono stati disinvestiti al netto 75 milioni di CHF, mentre nell'ambito degli immobilizzi materiali e immateriali sono stati investiti al netto 1038 milioni di CHF. In totale ne è risultato un free cash flow di 628 milioni di CHF. Il flusso finanziario dell'attività di finanziamento ammonta a -116 milioni di CHF. Tale importo è dovuto all'assunzione di prestiti per 350 milioni di CHF da parte di Bell AG e al rimborso di un prestito da parte del Gruppo Coop Società Cooperativa per 150 milioni di CHF. A questo aumento netto di 200 milioni di CHF dei prestiti si contrappongono rimborsi del capitale di terzi a breve e a lungo termine per 249 milioni di CHF e dividendi versati agli azionisti minoritari per 67 milioni di CHF. L'aumento delle liquidità da 584 milioni di CHF nel 2013 (anno precedente: 487 milioni di CHF) a 1513 milioni di CHF consentirà al Gruppo Coop di reagire opportunamente anche in futuro, sul piano finanziario, alle impegnative sfide economiche in atto.

Settori (non consolidati)

Commercio al dettaglio

Il ricavo netto del Gruppo Coop nel commercio al dettaglio è aumentato a 18.091 milioni di CHF (anno precedente: 17.784 milioni di CHF) pari a una crescita dell'1,7%. Considerato il rincaro negativo dello 0,4% sull'intero assortimento, si tratta di un risultato soddisfacente. Il numero dei punti di vendita è salito a 1933 (+16). Nel commercio al dettaglio, il Gruppo Coop dà lavoro a 45.293 dipendenti in totale. Coop Società Cooperativa, con un totale di 828 supermercati Coop, ha realizzato un ricavo netto di 10.560 milioni di CHF (anno precedente: 10.398 milioni di CHF), registrando una crescita dell'1,6%. Nelle società affiliate, il ricavo netto di Dipl. Ing. Fust AG, pari a 860 milioni di CHF (anno precedente: 880 milioni di CHF), è diminuito rispetto all'esercizio precedente. È stata invece registrata una crescita del fatturato di Coop Mineraloel AG con un ricavo netto di 2580 milioni di CHF (anno precedente: 2496 milioni di CHF) e di Coop Vitality AG con 142 milioni di CHF (anno precedente: 134 milioni di CHF). The Body Shop Switzerland AG con 35 milioni di CHF è rimasto stabile rispetto all'esercizio precedente (anno precedente: 36 milioni di CHF) e Betty Bossi AG ha registrato un ricavo netto di 82 milioni di CHF (nel 2013 per la prima volta interamente consolidato). In totale, i formati specializzati hanno ottenuto un ricavo netto di 7530 milioni di CHF (anno precedente: 7386 milioni di CHF).

Commercio all'ingrosso/Produzione

Nel 2013 il settore Commercio all'ingrosso/Produzione, nonostante la forte concorrenza sul mercato nazionale e internazionale, ha conseguito un ricavo netto di 11.084 milioni di CHF, pari a una crescita dello 0,6%.

Nel 2013 il gruppo Transgourmet ha realizzato un ricavo netto di 8249 milioni di CHF, rimanendo pertanto stabile in CHF rispetto all'esercizio precedente (anno precedente: 8270 milioni di CHF). Tale gruppo opera nel rifornimento all'ingrosso e del Cash&Carry sia in Svizzera che in Germania, Francia, Polonia, Romania e Russia. Il gruppo Transgourmet gestisce in totale 113 mercati Cash&Carry dando lavoro a 22.265 collaboratori.

Il gruppo Bell figura tra i leader nella lavorazione della carne in Europa. Con i marchi Bell, Abraham, ZIMBO, M^ossieur Polette e Hoppe opera nel commercio al dettaglio e all'ingrosso, nella gastronomia e nell'industria alimentare. Nel 2013 il gruppo Bell contava 6606 collaboratori e ha incrementato il proprio ricavo netto del 3,6% a 2598 milioni di CHF (anno precedente: 2508 milioni di CHF). Anche in Svizzera Bell Schweiz AG ha aumentato il proprio fatturato, con il settore del pollame che si è rivelato un forte motore di crescita. A livello internazionale, il gruppo Bell è presente in Germania, Spagna, Francia, Danimarca, Repubblica Ceca, Polonia, Belgio, Paesi Bassi, Ungheria, Romania e Slovacchia. In tali paesi ha registrato un andamento delle vendite soddisfacente – solo le vendite di Bell Deutschland sono state leggermente inferiori rispetto all'esercizio precedente.

Ricavo netto degli shop online

Con gli shop online, il Gruppo Coop ha realizzato in totale nei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione un ricavo netto di 905 milioni di CHF (anno precedente: 785 milioni di CHF) pari a una crescita del 15,3%.

Prospettive

Nel 2014, il Gruppo Coop continuerà a perseguire in modo sistematico le strategie avviate. Con un totale di 828 supermercati, Coop gestisce la rete di punti di vendita più fitta della Svizzera. Nel 2014, i supermercati punteranno sulla regionalità. Il Gruppo Coop si prefigge inoltre l'obiettivo di collegare ancora più strettamente il commercio stazionario e il commercio online. Grazie ai formati online Coop@home e Microspot.ch nonché a numerosi altri shop online, il Gruppo Coop mira a conseguire anche nel 2014 una crescita superiore alla media. Nel commercio all'ingrosso si propone di garantire una migliore copertura delle singole fasce di clientela. In qualità di fornitore multichannel, ossia raggruppando i settori Cash&Carry e rifornimento all'ingrosso, il Gruppo Transgourmet gestisce un'offerta altamente efficiente per la propria clientela. Con il potenziamento dell'assortimento delle marche proprie, Coop intende inoltre migliorare ulteriormente il posizionamento sul mercato. In linea generale, con il network europeo delle attività nei settori Commercio all'ingrosso/Produzione, il Gruppo Coop mira a registrare una crescita ancora più consistente.

Il Gruppo Coop, nonostante il contesto economico tuttora difficile e altamente competitivo, desidera incrementare la redditività e registrare una crescita sana anche nel 2014. Tale obiettivo va raggiunto migliorando ulteriormente la qualità e la soddisfazione della clientela nonché potenziando la regionalità.

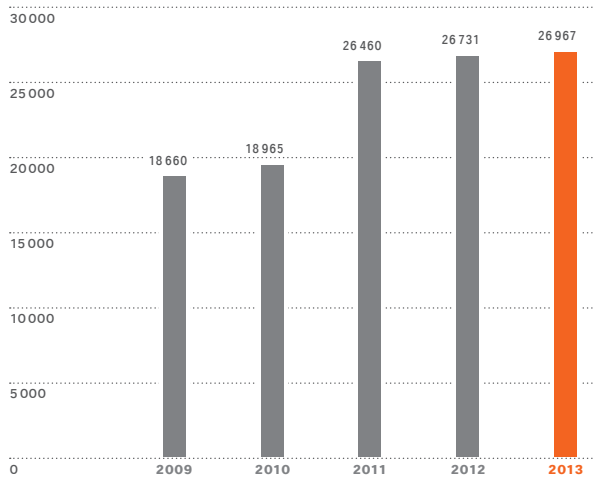
Il Gruppo Coop in cifre

Ricavo netto

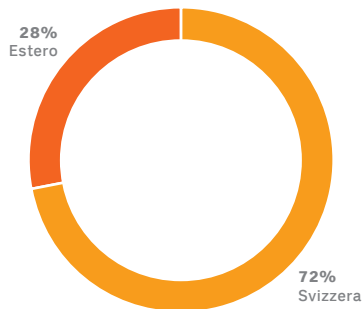
in milioni di CHF		2013	2012
Supermercati A	< 980 m ²	3 349	3 243
Supermercati B	980 – 1 890 m ²	3 038	2 994
Supermercati C	1 890 – 3 500 m ²	2 653	2 637
Ipermercati	> 3 500 m ²	1 520	1 524
Supermercati Coop		10 560	10 398
Coop City		890	927
Interdiscount		922	905
Coop Edile+Hobby		648	664
Tooptip/Lumimart		210	214
Import Parfumerie		159	158
Coop@home		103	91
Christ Orologi & Gioielli		100	100
Coop Mineraloel AG		2 580	2 496
Dipl. Ing. Fust AG		860	880
Coop Vitality AG		142	134
Betty Bossi AG		82	
The Body Shop Switzerland AG		35	36
Altre società		800	781
Formati specializzati		7 530	7 386
Commercio al dettaglio		18 091	17 784
Svizzera		1 484	1 485
Francia		1 534	1 519
Germania		3 166	3 158
Polonia		861	869
Romania		860	927
Russia		343	312
Gruppo Transgourmet		8 249	8 270
Gruppo Bell		2 598	2 508
Coop Società Cooperativa Produzione		237	242
Commercio all'ingrosso/Produzione		11 084	11 020
Consolidamento		-2 207	-2 074
Ricavo netto		26 967	26 731
di cui shop online		905	785
– Coop@home		103	91
– Microspot.ch		101	80
– altri shop online Commercio al dettaglio		90	59
Shop online Commercio al dettaglio		294	230
Shop online Commercio all'ingrosso/Produzione		611	555
di cui in Svizzera		19 489	19 241
di cui all'estero		7 478	7 490

Valori dell'anno precedente adattati

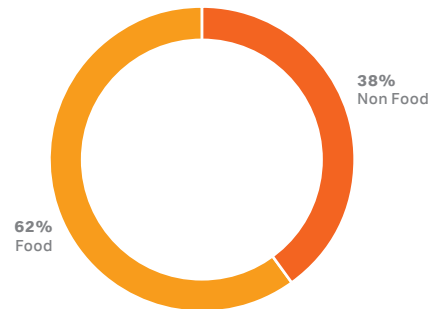
Ricavo netto da forniture e servizi
in milioni di CHF



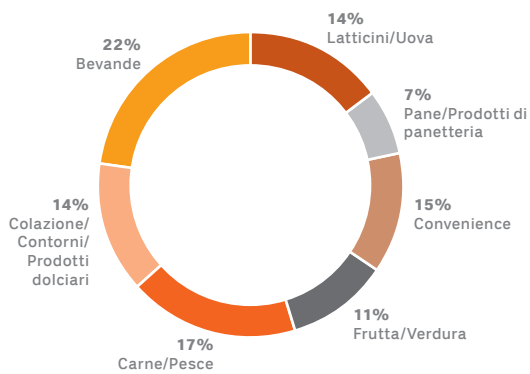
Ripartizione ricavo netto Svizzera ed Estero
in %



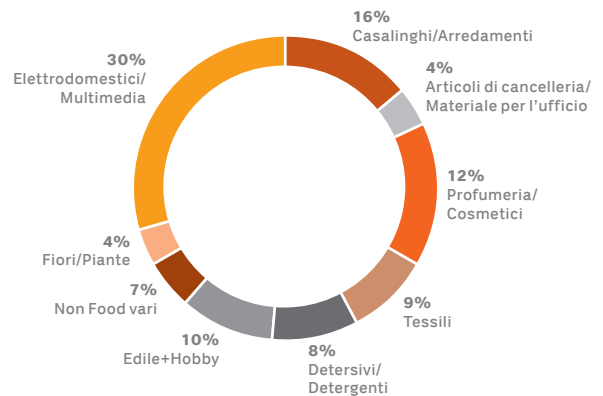
Ricavo netto Svizzera per categorie principali
in %



Quote Commercio al dettaglio Food
in %



Quote Commercio al dettaglio Non Food
in %



Conto economico per settori (non consolidato)

in milioni di CHF	Commercio al dettaglio				Commercio all'ingrosso/Produzione			
	2013	Quota %	2012	Quota %	2013	Quota %	2012	Quota %
Prestazione produttiva					11 639		11 569	
Ricavo netto da forniture e servizi	18 091	100.0	17 784	100.0	11 084	100.0	11 020	100.0
Costo delle merci	12 869		12 614		8 475		8 423	
Risultato lordo	5 222	28.9	5 170	29.1	2 609	23.5	2 597	23.6
Altri ricavi operativi	800		785		240		253	
Costo del personale	2 644		2 617		1 385		1 393	
Altri costi operativi	1 978		1 935		926		930	
EBITDA	1 399	7.7	1 404	7.9	538	4.9	526	4.8
Ammortamenti sull'attivo fisso	892		915		285		278	
Risultato operativo (EBIT)	507	2.8	488	2.7	253	2.3	249	2.3

Il settore «Commercio all'ingrosso/Produzione» è costituito dal gruppo Transgourmet, dal gruppo Bell nonché dalle aziende di produzione di Coop Società Cooperativa.

Punti di vendita/Mercati

		2013	Quantità al 31.12 2012	Superficie di vendita m ² al 31.12 2013	Superficie di vendita m ² al 31.12 2012
Supermercati A	< 980 m ²	518	515	295 407	287 295
Supermercati B	980 – 1 890 m ²	191	186	273 972	265 717
Supermercati C	1 890 – 3 500 m ²	89	90	247 420	244 460
Ipermercati	> 3 500 m ²	30	31	152 425	157 200
Supermercati Coop		828	822	969 224	954 672
Coop City		32	33	137 405	140 912
Interdiscount		196	199	69 692	69 635
Coop Edile+Hobby		73	74	298 174	301 919
Toptip/Lumimart		54	55	149 034	147 562
Import Parfumerie		124	123	10 116	9 900
Christ Orologi & Gioielli		77	81	5 902	6 076
Ristoranti Da Giovanni		5	5	1 775	1 775
Hotel		3	3		
Resto di Coop Società Cooperativa		2	2	440	440
Coop Mineraloel AG		277	263	31 277	29 985
Dipl. Ing. Fust AG		159	160	89 157	89 206
Coop Vitality AG		55	51	12 932	12 270
The Body Shop Switzerland AG		46	44	2 672	2 561
Tropenhaus Frutigen AG		1	1		
Tropenhaus Wolhusen AG		1	1		
Formati specializzati		1 105	1 095	808 576	812 241
Commercio al dettaglio		1 933	1 917	1 777 800	1 766 913

Valori dell'anno precedente adattati

		2013	Quantità al 31.12 2012	Superficie di vendita m ² al 31.12 2013	Superficie di vendita m ² al 31.12 2012
Germania		44	44	412 739	416 622
Svizzera		28	27	116 086	112 516
Romania		19	19	178 931	179 221
Polonia		15	15	148 015	148 015
Russia		7	6	61 560	53 042
Gruppo Transgourmet		113	111	917 331	909 416
Repubblica Ceca		85	67	5 334	4 278
Slovacchia		31	29	1 926	1 836
Romania			4		204
Gruppo Bell		116	100	7 260	6 318
Commercio all'ingrosso/Produzione		229	211	924 591	915 734

Valori dell'anno precedente adattati

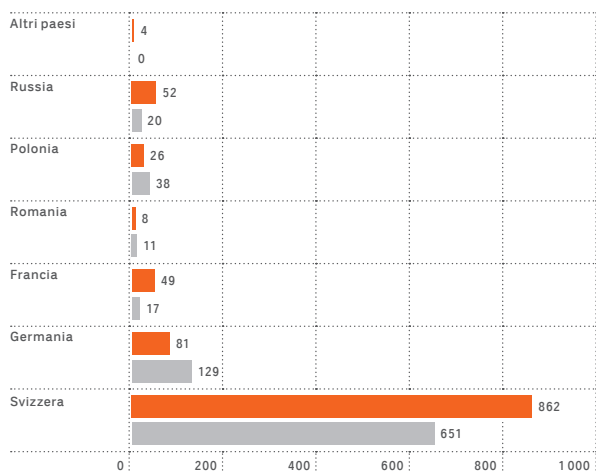
Investimenti

in milioni di CHF	2013	2012	2011	2010	2009
Svizzera	862	651	986	664	733
Germania	81	129	188		
Francia	49	17	30		
Romania	8	11	38		
Polonia	26	38	33		
Russia	52	20	84		
Altri paesi	4	0	0		
Estero	219	216	373		
Investimenti in immobilizzi materiali	1 081	867	1 360	664	733
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	92	37	152	103	191
Investimenti netti in immobilizzi materiali	989	829	1 208	561	542
Altri investimenti netti	-24	121	1 908	92	1 513
Investimenti netti	965	950	3 116	653	2 055

Investimenti in immobilizzi materiali per paese in milioni di CHF

.....

■ 2013 ■ 2012



Conto economico a valore aggiunto

in milioni di CHF	2013	2012	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	26 967	26 731	100.9
Costo delle merci e altre prestazioni preliminari	19 798	19 515	101.5
Valore aggiunto lordo	7 169	7 216	99.4
Ammortamenti/Accantonamenti	1 212	1 291	93.9
Valore aggiunto netto	5 957	5 925	100.5
Collaboratori	4 072	4 054	100.4
Mano pubblica	1 240	1 263	98.3
Mutuanti	182	156	116.7
Utili trattenuti (autofinanziamento)	462	452	102.3
Ripartizione del valore aggiunto	5 957	5 925	100.5
Valore aggiunto lordo per unità di personale (in CHF)	111 325	111 950	99.4
Valore aggiunto netto per unità di personale (in CHF)	92 507	91 922	100.6

Valori dell'anno precedente adattati

Il conto economico a valore aggiunto del Gruppo Coop mostra il valore aggiunto creato dal gruppo in un anno e le voci per le quali viene impiegato. L'obiettivo del Gruppo Coop è di creare un valore aggiunto sostenibile garantendo così il mantenimento delle aziende del gruppo e dei posti di lavoro.

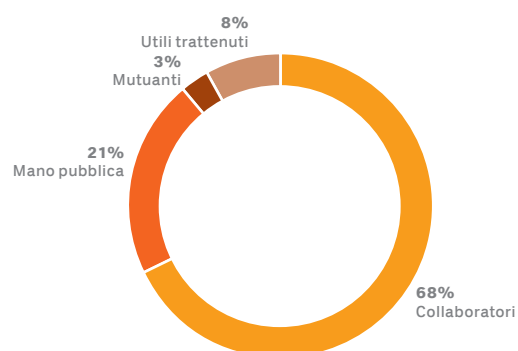
Con una quota del 68%, nel 2013 la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. La quota è invariata rispetto all'anno precedente. Nel 2013, il Gruppo Coop contava 64.399 unità di personale (anno precedente: 64.458).

Il 21% è destinato al mano pubblica sotto forma di imposte, dazi doganali e tasse; tale quota corrisponde a quella dell'anno precedente.

Il 3% rappresenta gli interessi pagati ai mutuanti. A causa del minor livello dei tassi, gli interessi continuano a essere piuttosto bassi e rimangono invariati rispetto all'anno precedente.

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

Ripartizione del valore aggiunto in %



Unità di personale

	2013	2012	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	19 614	19 617	-3	100.0
Coop City	2 402	2 475	-73	97.1
Interdiscount	1 633	1 621	+12	100.7
Coop Edile+Hobby	1 556	1 550	+6	100.4
Toptip/Lumimart	589	604	-15	97.5
Import Parfumerie	475	486	-11	97.7
Christ Orologi & Gioielli	334	363	-29	92.0
Coop Mineraloel AG	81	73	+8	110.7
Dipl. Ing. Fust AG	1 830	1 938	-109	94.4
Coop Vitality AG	487	439	+48	110.9
Betty Bossi AG	83		+83	..
The Body Shop Switzerland AG	171	153	+18	111.9
Altre società	358	237	+121	151.2
Settori centrali	6 465	6 505	-40	99.4
Commercio al dettaglio	36 077	36 060	+17	100.0
Coop Società Cooperativa Produzione	627	663	-35	94.7
Germania	7 010	7 036	-26	99.6
Francia	3 698	3 598	+100	102.8
Svizzera	1 559	1 503	+56	103.7
Romania	4 020	4 330	-311	92.8
Polonia	3 595	3 737	-142	96.2
Russia	1 424	1 283	+142	111.1
Gruppo Transgourmet	21 307	21 488	-181	99.2
Bell Svizzera	3 391	3 302	+89	102.7
Bell estero	2 993	2 946	+47	101.6
Gruppo Bell	6 385	6 248	+137	102.2
Altre società	4		+4	..
Commercio all'ingrosso/Produzione	28 322	28 398	-76	99.7
Unità di personale (persone in formazione incluse)	64 399	64 458	-59	99.9

Valori dell'anno precedente adattati

Numero di persone

	31.12.2013	31.12.2012	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	26 283	26 339	-56	99.8
Coop City	3 012	3 084	-72	97.7
Interdiscount	1 779	1 744	+35	102.0
Coop Edile+Hobby	1 956	1 962	-6	99.7
Tooptip/Lumimart	677	695	-18	97.4
Import Parfumerie	673	695	-22	96.8
Christ Orologi & Gioielli	455	487	-32	93.4
Coop Mineraloel AG	87	78	+9	111.5
Dipl. Ing. Fust AG	1 936	2 060	-124	94.0
Coop Vitality AG	656	605	+51	108.4
Betty Bossi AG	116		+116	..
The Body Shop Switzerland AG	210	209	+1	100.5
Altre società	419	337	+82	124.3
Settori centrali	7 034	7 112	-78	98.9
Commercio al dettaglio	45 293	45 407	-114	99.7
Coop Società Cooperativa Produzione	787	781	+6	100.8
Germania	7 798	7 904	-106	98.7
Francia	3 658	3 694	-36	99.0
Svizzera	1 745	1 714	+31	101.8
Romania	3 976	4 165	-189	95.5
Polonia	3 658	3 885	-227	94.2
Russia	1 430	1 290	+140	110.9
Gruppo Transgourmet	22 265	22 652	-387	98.3
Bell Svizzera	3 513	3 414	+99	102.9
Bell estero	3 093	3 055	+38	101.2
Gruppo Bell	6 606	6 469	+137	102.1
Altre società	4		+4	..
Commercio all'ingrosso/Produzione	29 662	29 902	-240	99.2
Persone (persone in formazione incluse) al 31.12	74 955	75 309	-354	99.5

Valori dell'anno precedente adattati

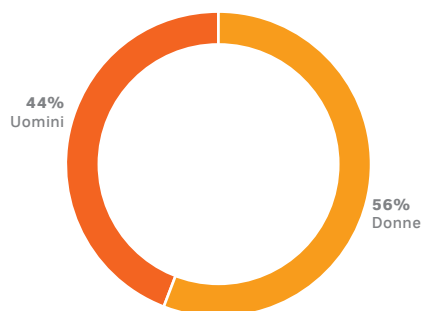
Numero di persone in formazione

	31.12.2013	31.12.2012	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	1 528	1 515	+13	100.9
Coop City	174	177	-3	98.3
Interdiscount	372	359	+13	103.6
Coop Edile+Hobby	139	126	+13	110.3
Tooptip/Lumimart	36	37	-1	97.3
Import Parfumerie	49	54	-5	90.7
Christ Orologi & Gioielli	38	40	-2	95.0
Coop Mineraloel AG	3	3	+0	100.0
Dipl. Ing. Fust AG	76	69	+7	110.1
Coop Vitality AG	96	88	+8	109.1
The Body Shop Switzerland AG	8	13	-5	61.5
Altre società	5	3	+2	166.7
Settori centrali	187	199	-12	94.0
Commercio al dettaglio	2 711	2 683	+28	101.0
Coop Società Cooperativa Produzione	34	28	+6	121.4
Germania	289	294	-5	98.3
Francia	61	52	+9	117.3
Svizzera	87	71	+16	122.5
Russia	3		+3	..
Gruppo Transgourmet	440	417	+23	105.5
Bell Svizzera	54	57	-3	94.7
Bell estero	26	36	-10	72.2
Gruppo Bell	80	93	-13	86.0
Commercio all'ingrosso/Produzione	554	538	+16	103.0
Persone in formazione al 31.12	3 265	3 221	+44	101.4
Stage per neodiplomati	115	111	+4	103.6

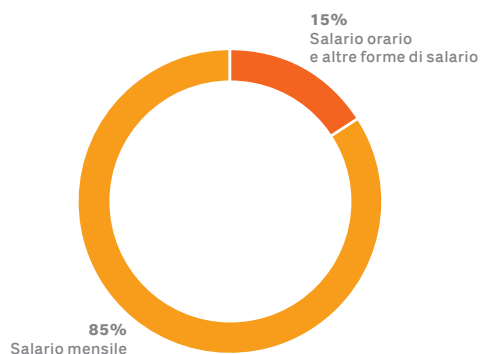
Valori dell'anno precedente adattati

Diversità collaboratori

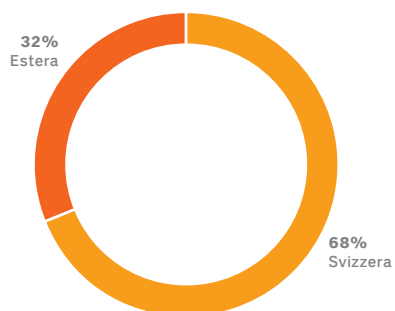
Sesso
in %



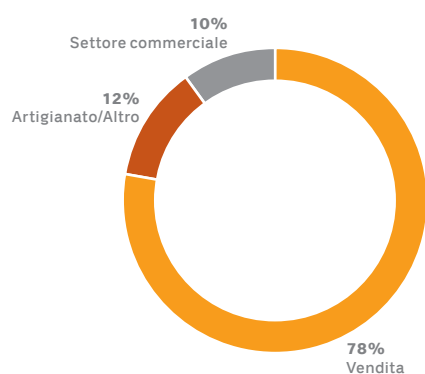
Rapporto di lavoro
in %



Nazionalità¹
in %

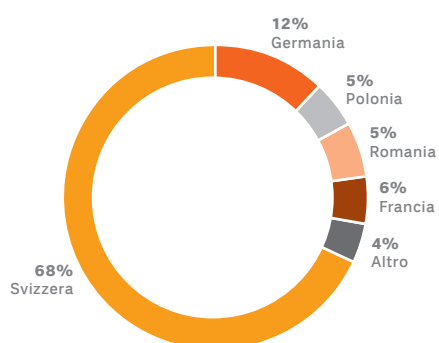


Persone in formazione
in %



¹ Solo collaboratori con paese di lavoro Svizzera.

Paese di lavoro
in %



Sviluppo del Gruppo Coop

in milioni di CHF o come indicato	2013	2012	2011	2010	2009
Commercio al dettaglio	18 091	17 784	17 686		
Commercio all'ingrosso/Produzione	11 084	11 020	10 951		
Consolidamento	-2 207	-2 074	-1 997		
Ricavo netto da forniture e servizi	26 967	26 731	26 640	18 965	18 660
di cui ricavo netto Estero	7 478	7 490	7 451		
in % del ricavo netto	27.7	28.0	28.0		
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	1 937	1 930	1 917	1 955	1 760
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.2	7.2	7.2	10.3	9.4
Risultato operativo (EBIT)	760	737	713	709	614
in % del ricavo netto (margine EBIT)	2.8	2.8	2.7	3.7	3.3
Utile netto	462	452	432	470	430
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.7	1.7	1.6	2.5	2.3
Flusso finanziario dell'attività operativa	1 667	1 711	1 761	1 709	1 626
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	6.2	6.4	6.6	9.0	8.7
Flusso finanziario dell'attività di investimento	-965	-950	-3 116	-653	-2 055
in % del ricavo netto	3.6	3.6	11.7	3.4	11.0
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento	-116	-275	40	211	350
Free cash flow¹	628	842	518	1 120	1 060
Somma di bilancio	17 317	16 880	16 492	14 624	13 933
Patrimonio netto incluse gli interessi di minoranza	7 738	7 262	6 786	6 412	6 098
Quota di patrimonio netto incluse gli interessi di minoranza in %	44.7	43.0	41.1	43.8	43.8
Obiettivo: > 40.0					
Debiti finanziari	4 840	4 872	5 080	4 686	4 422
Indebitamento finanziario netto	3 305	3 855	4 509	2 814	3 841
Fattore di indebitamento	1.7	2.0	2.4	1.4	2.2
Obiettivo: < 3.0					
Fattore di copertura degli interessi	21.7	21.8	10.9	27.7	22.0
Obiettivo: > 8.0					
Collaboratori al 31.12	74 955	75 309	75 361	53 559	52 974
Unità di personale	64 399	64 458	64 402	43 925	44 154
Persone in formazione al 31.12	3 265	3 221	3 391	3 014	3 018
Punti di vendita/Mercati					
Numero Commercio al dettaglio al 31.12	1 933	1 917	1 897	1 849	1 791
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m² al 31.12	1 777 800	1 766 913	1 746 434	1 730 934	1 725 157
Numero Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	229	211	203	71	73
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m² al 31.12	924 591	915 734	918 255	4 356	4 668
Numero di soci al 31.12	2 537 859	2 595 065	2 643 536	2 533 091	2 473 041

Valori degli anni precedenti adattati

¹Definizione di free cash flow: flusso finanziario dell'attività operativa con detrazione degli investimenti netti su immobilizzi materiali e immateriali.

Conto annuale consolidato del Gruppo Coop

Conto economico consolidato

in milioni di CHF	Spiegazione	2013	Quota %	2012	Quota %
Ricavo netto da forniture e servizi	1	26 967	100.0	26 731	100.0
Costo delle merci		19 197		18 980	
Risultato lordo		7 770	28.8	7 751	29.0
Altri ricavi operativi	2	982		996	
Costo del personale	3	4 028		4 009	
Altri costi operativi	4	2 787		2 807	
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)		1 937	7.2	1 930	7.2
Ammortamenti sugli immobilizzi immateriali	5	285		288	
Ammortamenti sugli immobilizzi materiali	5	892		905	
Risultato operativo (EBIT)		760	2.8	737	2.8
Risultato organizzazioni associate		3		22	
Risultato da valute estere	6	-3		11	
Risultato finanziario	7	-89		-89	
Risultato ordinario		671	2.5	681	2.5
Risultato estraneo all'esercizio	8	38		-2	
Risultato ante imposte sull'utile (EBT)		708	2.6	679	2.5
Imposte sull'utile	9	160		148	
Risultato al netto delle imposte sull'utile		548	2.0	531	2.0
Interessi di minoranza		86		79	
Utile netto		462	1.7	452	1.7

Bilancio consolidato

in milioni di CHF	Spiegazione	31.12.2013	Quota %	31.12.2012	Quota %
Liquidità	10	1 513		929	
Titoli		23		89	
Crediti da forniture e servizi	11	909		938	
Altri crediti a breve termine	12	324		367	
Ratei e risconti attivi		340		334	
Rimanenze	13	2 718		2 622	
Attivo circolante		5 827	33.6	5 279	31.3
Immobilizzi materiali	14	9 959		9 827	
Immobilizzi finanziari	15	304		311	
Immobilizzi immateriali	16	1 228		1 463	
Attivo fisso		11 490	66.4	11 601	68.7
Attivi		17 317	100.0	16 880	100.0
Debiti da forniture e servizi		1 977		2 242	
Debiti finanziari a breve termine	17	1 443		1 187	
Altri debiti a breve termine	18	385		365	
Accantonamenti a breve termine	19	364		313	
Ratei e risconti passivi		970		741	
Capitale di terzi a breve termine		5 139	29.7	4 848	28.7
Debiti finanziari a lungo termine	20	3 397		3 685	
Accantonamenti a lungo termine	21	1 042		1 084	
Capitale di terzi a lungo termine		4 440	25.6	4 769	28.3
Capitale di terzi		9 579	55.3	9 617	57.0
Utili riportati		6 885		6 440	
Utile netto		462		452	
Patrimonio netto senza interessi di minoranza		7 348	42.4	6 892	40.8
Interessi di minoranza		390	2.3	370	2.2
Patrimonio netto inclusi gli interessi di minoranza		7 738	44.7	7 262	43.0
Passivi		17 317	100.0	16 880	100.0

Valori dell'anno precedente adattati

Conto consolidato dei flussi finanziari

Fondo di liquidità in milioni di CHF	2013	2012
Risultato al netto delle imposte sull'utile	548	531
Ammortamenti	1 072	1 122
Perdite per riduzioni durevoli di valore	129	94
Soppressione di riduzioni durevoli di valore	-22	
Utili (-)/Perdite da cessione attivo fisso	-44	-9
Risultato senza effetto sulla liquidità	-24	-29
Risultato delle organizzazioni associate	6	-15
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine	19	76
Flusso finanziario prima delle variazioni dell'attivo circolante netto	1 684	1 770
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi	4	18
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti a breve termine e dei ratei e risconti attivi	72	-83
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze	-89	-17
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi	-74	9
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi	67	27
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine	2	-14
Flusso finanziario dell'attività operativa	1 667	1 711
Investimenti in immobilizzi materiali	-1 081	-867
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	92	37
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli	-12	-76
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli	87	75
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate	-1	-81
Ricavi dalla vendita di organizzazioni consolidate	-1	0
Investimenti in immobilizzi immateriali	-49	-42
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali	0	2
Flusso finanziario dell'attività di investimento	-965	-950
Accensioni di prestiti	350	250
Rimborso di prestiti	-150	-250
Dividendi agli azionisti minoritari	-67	-58
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine	-88	-163
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine	-161	-54
Aumento/Riduzione azioni proprie Bell	1	0
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento	-116	-275
Effetto della conversione monetaria	-2	2
Variazione netta della liquidità	584	487
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio	929	442
Liquidità alla fine del periodo d'esercizio	1 513	929

Valori dell'anno precedente adattati

Prospetto di variazione del patrimonio netto

in milioni di CHF	Utili non distribuiti	Differenze di valuta accumulate	Totale utili riportati	Utile netto	Totale senza interessi di minoranza	Interessi di minoranza	Totale inclusi interessi di minoranza
Patrimonio netto al 1.1.2013	6 695	-254	6 440	452	6 892	370	7 262
Utilizzo dell'utile netto 2012	452		452	-452			
Utile netto 2013				462	462	86	548
Dividendi						-67	-67
Differenze di valuta		-6	-6		-6	1	-5
Patrimonio netto al 31.12.2013	7 146	-260	6 885	462	7 348	390	7 738
Patrimonio netto al 1.1.2012	6 263	-258	6 004	432	6 436	350	6 786
Utilizzo dell'utile netto 2011	432		432	-432			
Utile netto 2012				452	452	79	531
Dividendi						-58	-58
Differenze di valuta		4	4		4	-1	3
Patrimonio netto al 31.12.2012	6 695	-254	6 440	452	6 892	370	7 262

Allegato al conto annuale consolidato

Principi di consolidamento

Basi della rendicontazione

Il conto annuale consolidato si basa sui bilanci d'esercizio delle società del gruppo, redatti secondo principi unitari al 31 dicembre 2013 e fornisce un quadro veritiero dello stato patrimoniale, finanziario ed economico. I conti del Gruppo Coop sono allestiti in conformità alle direttive globali delle Raccomandazioni professionali per l'allestimento dei conti annuali Swiss GAAP FER e alle prescrizioni della legislazione svizzera.

La base di valutazione degli attivi è costituita dai costi di acquisto o di produzione. I passivi sono iscritti al valore storico.

Il conto economico è rappresentato secondo il metodo dei costi per natura. I principi di valutazione sono stati applicati in modo invariato rispetto all'anno precedente.

Il conto annuale consolidato del Gruppo Coop è rappresentato in franchi svizzeri (CHF). Salvo indicazione contraria, tutti gli importi sono espressi in milioni di franchi svizzeri.

Rendiconto finanziario

Il fondo di liquidità costituisce la base per la presentazione del rendiconto finanziario. Il flusso finanziario da attività operative è calcolato sulla base del metodo indiretto.

Perimetro di consolidamento

Il conto annuale consolidato del Gruppo Coop si riferisce al Coop-Gruppe Genossenschaft e alle sue società partecipate. Le società partecipate del Coop-Gruppe Genossenschaft sono elencate nel perimetro di consolidamento alle pagine da 95 a 97. Per società consolidate integralmente s'intendono le società delle quali il Gruppo Coop detiene direttamente o indirettamente più del 50% dei diritti di voto.

Le organizzazioni associate sono aziende alle quali il Gruppo Coop partecipa con quote dal 20 al 50% e in cui esercita un'influenza notevole.

Le società partecipate con una quota inferiore al 20% non sono consolidate e sono iscritte negli «immobilizzi finanziari» al valore d'acquisto, al netto delle rettifiche di valore necessarie ai fini aziendali.

Metodo di consolidamento

Società consolidate integralmente

Gli attivi e i passivi nonché i costi e i ricavi sono rilevati con il metodo del consolidamento integrale al 100%. Il consolidamento del capitale avviene in base al metodo anglosassone del costo d'acquisizione, che compensa il patrimonio netto della società al momento dell'acquisto o del primo consolidamento con il valore contabile della partecipazione della casa madre. Le società di nuova acquisizione sono rivalutate in base ai principi unitari del gruppo e iscritte nel conto annuale consolidato a partire dalla presa di controllo effettivo. Se i costi d'acquisizione superano gli attivi netti acquisiti e rivalutati, il valore aggiunto residuo viene attivato come avviamento e ammortizzato in modo lineare.

Un avviamento negativo (badwill) viene accreditato al conto economico nell'anno di acquisizione. Le società vendute sono considerate fino al momento della perdita del controllo, che di solito corrisponde al momento della vendita.

Le quote di minoranza del patrimonio netto consolidato e del risultato vengono indicate separatamente nel bilancio e nel conto economico. Le operazioni e le relazioni infragruppo, ossia i proventi e le spese nonché i crediti e i debiti tra le società consolidate, vengono compensati ed eliminati a vicenda. Gli utili infragruppo sulle operazioni interne, se considerati rilevanti, vengono eliminati.

Organizzazioni associate

Le società associate sono valutate con il metodo del patrimonio netto nel conto economico consolidato, nella misura in cui siano economicamente rilevanti. Per determinare la quota di partecipazione al patrimonio netto, i bilanci di queste società vengono impiegati secondo un principio «true and fair view».

Conversione in divisa estera

Gli attivi e i passivi dei bilanci redatti in divisa estera sono convertiti in franchi svizzeri al cambio in vigore nel giorno di chiusura del bilancio. I conti economici locali e i rendiconti finanziari sono convertiti al corso medio. Le differenze risultanti dall'applicazione dei diversi corsi di cambio summenzionati vengono contemplate direttamente nel patrimonio netto.

Corsi di conversione monetaria in CHF

		Corsi medi		Cambi del giorno	
		2013	2012	31.12.2013	31.12.2012
1	EUR	1.230	1.208	1.228	1.207
1	CZK	0.047	0.048	0.045	0.047
1	HKD	0.119	0.120	0.115	0.118
100	HUF	0.415	0.416	0.413	0.415
1	LTL	0.356	0.355	0.356	0.354
1	PLN	0.293	0.288	0.296	0.296
1	RON	0.278	0.271	0.275	0.272
1	RUB	0.029	0.030	0.027	0.030
1	USD	0.924	0.932	0.890	0.915

Variazioni nel perimetro di consolidamento

Nell'anno di esercizio 2013, il perimetro di consolidamento ha subito le seguenti variazioni (senza cambiamenti di ragione sociale e fusioni):

		Valuta	Capitale in milioni	Quota ¹ 31.12.2013 %	Quota ¹ 31.12.2012 %
Coop-Gruppe Genossenschaft (ex Coop Genossenschaft)					
Coop Genossenschaft, CH-Base	Fondazione all'1.1.2013	CHF		100.00	
Tropenhaus Frutigen AG, CH-Frutigen	Variazione quota all'1.3.2013 e al 26.9.2013	CHF	1.40	72.88	69.05
Chocolats Halba S.A. de C.V., HN-San Pedro Sula	Fondazione al 18.11.2013	USD	0.10	75.00	

Gruppo Bell

Bell Cechia s.r.o., CZ-Praha-Holesovice	Fondazione al 4.4.2013	CZK	0.20	66.29	
Abraham Schwarzwälder Schinken GmbH, DE-Schiltach	Variazione quota al 25.7.2013	EUR	0.03	66.29	33.81
ZIMBO Húsipari Termelő Kft., HU-Perbal	Variazione quota al 3.12.2013	HUF	378.75	66.12	66.09

Organizzazioni associate del Gruppo Coop

Eurogroup Far East Ltd., HK-Hongkong	Variazione quota al 10.1.2013	HKD	0.12	33.33	44.44
Soc. Coopération de Collaboration Int., BE-Bruxelles	Fondazione al 24.9.2013	EUR	0.40	25.00	

All'1 gennaio 2013 Distributis AG è stata integrata in Coop Genossenschaft.

Nel 2012, il perimetro di consolidamento ha subito le seguenti variazioni (senza cambiamenti di ragione sociale e fusioni):

		Valuta	Capitale in milioni	Quota ¹ 31.12.2012 %	Quota ¹ 31.12.2011 %
Coop Genossenschaft					
Tropenhaus Wolhusen AG, CH-Wolhusen	Aumento all'1.1.2012	CHF	2.60	94.31	40.66
BG Rosengarten Solothurn AG, CH-Solothurn	Aumento all'1.1.2012	CHF	0.10	100.00	62.00
Parking des Remparts SA, CH-La Tour-de-Peilz	Fondazione al 13.7.2012	CHF	3.60	33.33	
Betty Bossi SA, CH-Zürich	Acquisizione al 21.12.2012	CHF	0.17	100.00	50.00

Gruppo Bell

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, DE-Seevetal	Fondazione all'1.1.2012	EUR	1.00	66.29	
Bell Verwaltungs GmbH, DE-Seevetal	Fondazione all'1.1.2012	EUR	0.03	66.29	
ZIMBO Cechia s.r.o., CZ-Praha	Aumento all'1.1.2012	CZK	30.00	59.66	46.40

Gruppo Transgourmet

Eurocash SA, FR-Schiltigheim	Acquisizione all'1.6.2012	EUR	3.01	100.00	
------------------------------	---------------------------	-----	------	--------	--

Organizzazioni associate del Gruppo Coop

Delizio GmbH, DE-Stuttgart	Acquisizione all'1.1.2012	EUR	0.03	32.48	
Gastro Star AG, CH-Dällikon	Acquisizione all'1.1.2012	CHF	0.12	32.48	
Schwarz Viva AG, CH-Villigen	Acquisizione all'1.1.2012	CHF	2.40	32.48	
Eurobuy GmbH, DE-Köln	Aumento all'11.6.2012	EUR	0.21	33.33	25.00
Hilcona Holding AG, CH-Zug	Fondazione al 21.6.2012	CHF	10.00	32.48	
Hilcona Agrar AG, FL-Schaan	Fondazione al 14.12.2012	CHF	1.00	32.48	

¹ Le quote elencate sono calcolate in base alle quote detenute dal Gruppo Coop.

Principi di valutazione

Liquidità

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

Titoli

Si tratta di titoli di mercato facilmente realizzabili, iscritti nel bilancio al valore di mercato. I titoli non quotati sono valutati ai valori d'acquisto al netto delle rettifiche di valore necessarie ai fini aziendali.

Crediti da forniture e servizi e altri crediti a breve termine

I crediti sono valutati al valore nominale tenendo nella dovuta considerazione le rettifiche di valore necessarie ai fini aziendali.

Rimanenze

Le rimanenze sono iscritte al costo d'acquisto o di produzione o al valore netto inferiore del realizzo ottenibile. Il costo d'acquisto è composto dal prezzo d'acquisto netto e dal costo d'acquisto accessorio. Le rimanenze acquistate sono valutate al prezzo medio d'acquisto (prezzo medio ponderato). Le rimanenze di produzione propria sono valutate al costo di produzione. Se il valore netto del realizzo è inferiore al prezzo d'acquisto o di produzione, le rimanenze vengono valutate al valore netto inferiore del realizzo. Gli sconti sono trattati come una riduzione del prezzo d'acquisto. Le merci non più utilizzabili o difficilmente vendibili sono soggette a rettifiche di valore specifiche.

Immobilizzi finanziari

Gli immobilizzi finanziari comprendono le partecipazioni alle organizzazioni associate valutate secondo il metodo del patrimonio netto. Inoltre, i prestiti a lungo termine e i valori detenuti a titolo di investimento a lungo termine sono dichiarati come immobilizzi finanziari. I titoli senza valore di mercato e i prestiti sono valutati al valore d'acquisto al netto delle rettifiche di valore necessarie ai fini aziendali.

Gli attivi da riserve di contributi del datore di lavoro sono iscritti al bilancio come immobilizzi finanziari.

Immobilizzi materiali

Gli immobilizzi materiali sono valutati sulla base del prezzo d'acquisto al netto degli ammortamenti necessari ai fini aziendali. I costi d'acquisto comprendono il prezzo d'acquisto e i costi direttamente imputabili per lo sfruttamento degli impianti. Gli ammortamenti sono distribuiti in maniera lineare sulla vita utile dei vari beni. La durata dell'ammortamento per gli immobili si estende da 40 anni per gli edifici industriali con un maggiore livello di sfruttamento fino a 67 anni per gli edifici a uso misto. Le installazioni vengono generalmente ammortizzate in 15 o 20 anni. Nelle aziende di produzione, gli specifici impianti di produzione vengono ammortizzati con una durata di utilizzo maggiore fino a 30 anni. Gli impianti presso i punti di vendita del commercio al dettaglio hanno di solito una durata di utilizzo inferiore rispetto a quelli nei mercati del commercio all'ingrosso.

Durata dell'ammortamento in anni

Terreni ed edifici

Terreni	nessun ammortamento
Edifici	40-67

Installazioni	15-30
---------------	-------

Beni mobili, macchinari e informatica

Beni mobili/Attrezzatura	5-10
Arredamenti punti di vendita	10
Arredamenti mercati	15
Macchinari	3-15
Impianti di produzione	20-30
Informatica	3-8

Veicoli	3-10
---------	------

I macchinari hanno di solito una durata di utilizzo fino a 15 anni, ma gli impianti di produzione formano una classe a sé stante e possono avere una durata di utilizzo da 20 a 30 anni.

I veicoli commerciali pesanti hanno un periodo di ammortamento massimo di 10 anni.

Gli impianti in costruzione comprendono i costi di progetto maturati attivabili. I costi di progetto non attivabili saranno iscritti al momento dell'allestimento del conto economico. Le rettifiche di valore sugli impianti in costruzione vengono costituite in presenza di deprezzamenti.

Leasing

I pagamenti derivanti da «leasing operativo» vengono iscritti in modo lineare nel conto economico per tutta la durata del leasing. I beni d'investimento acquistati sulla base di contratti di leasing, per i quali al momento della stipulazione del contratto i rischi e i benefici vengono trasferiti al Gruppo Coop, sono classificati come «leasing finanziario». Di conseguenza, per i corrispettivi valori patrimoniali si iscrive nel bilancio come attivo fisso e come debiti finanziari di leasing il valore venale o il valore attuale netto inferiore delle future rate leasing non disdebtabili. Gli immobilizzi in leasing finanziari vengono ammortizzati sulla vita utile stimata o sulla più breve durata del contratto.

Immobilizzi immateriali

Questa voce include software informatico, diritti di marchi, licenze, brevetti e l'avviamento da acquisizioni. Gli immobilizzi immateriali vengono attivati quando sono chiaramente identificabili, quando i costi si possono determinare in modo attendibile e quando portano all'azienda un beneficio tangibile per diversi anni. Un avviamento da acquisizioni si ottiene dalla differenza tra il prezzo d'acquisto pagato per rilevare un'azienda e il valore degli attivi netti. Gli attivi netti rappresentano la somma dei singoli valori patrimoniali della società acquisita al netto dei debiti e dei passivi eventuali ai sensi delle Swiss GAAP FER al momento dell'acquisizione. Un eventuale avviamento viene generalmente iscritto negli attivi e ammortizzato in modo lineare.

Durata dell'ammortamento in anni

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

Deprezzamenti (impairment)

Nel Gruppo Coop, l'attivabilità dei valori patrimoniali a lungo termine è soggetta a una valutazione annuale se vi sono i segnali di una svalutazione durevole. Il calcolo del valore realizzabile si basa sul modello Capital Asset Pricing, tenendo conto delle ipotesi di dati provenienti dalla pianificazione pluriennale, aggiornate rispetto al previsto sviluppo economico. Se il valore contabile supera il valore realizzabile, si registra una rettifica con influsso sul risultato tramite ammortamenti non programmati.

Capitale di terzi

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

Accantonamenti

Gli accantonamenti sono iscritti nel bilancio quando a causa di un evento nel passato sussiste un probabile e fondato obbligo di legge o di fatto il cui importo e/o la cui scadenza sono incerti ma stimabili. L'accantonamento è valutato in base a una stima delle probabili uscite monetarie.

Imposte sull'utile

Le imposte correnti sull'utile sono rilevate in base ai risultati d'esercizio dichiarati per l'anno in esame secondo il sistema postnumerando.

Le imposte differite sul reddito sono rilevate su tutte le differenze di valutazione imponibili temporanee o deducibili fiscalmente tra i valori fiscali e i valori Swiss GAAP FER secondo il metodo della passività dello stato patrimoniale. Le imposte differite sull'utile rilevate annualmente sono calcolate alla futura aliquota fiscale per il rispettivo soggetto d'imposta alla data di chiusura del bilancio. Gli attivi e i passivi fiscali differiti sono compensati se si riferiscono al medesimo soggetto d'imposta e sono riscossi dalla stessa autorità fiscale.

Strumenti finanziari derivati

Il Gruppo Coop utilizza strumenti finanziari derivati per coprire i rischi dei tassi d'interesse e i rischi valutari. Gli strumenti finanziari derivati a titolo di copertura di voci di bilancio e quelli senza finalità di copertura sono registrati in bilancio al valore corrente. La modifica dei valori correnti dall'ultima valutazione è inclusa nel risultato del periodo in esame. Gli strumenti per la copertura di futuri flussi finanziari concordati per contratto non sono messi a bilancio ma comunicati nell'Allegato.

Gli strumenti finanziari derivati in essere alla data di chiusura del bilancio sono dichiarati nelle spiegazioni del conto annuale consolidato.

Impegni di previdenza

Il Gruppo Coop si assume la quota proporzionale delle spese della previdenza professionale di tutti i collaboratori nonché dei loro superstiti sulla base dei regolamenti, i quali prevedono prestazioni che in Svizzera superano nettamente il regime obbligatorio LPP. I contributi sono contenuti nel costo del personale alla voce «Oneri sociali». Ogni anno si valuta se dal punto di vista dell'organizzazione sussiste un beneficio economico o un obbligo economico nei confronti di un istituto di previdenza. Fungono da base il conto annuale dell'istituto di previdenza, redatto in Svizzera secondo Swiss GAAP FER 26, e altri calcoli che rispecchiano l'attuale eccesso o deficit di copertura in base alla situazione reale. Il 31 dicembre 2013, la CPV/CAP presentava un grado di copertura del 108,8% (anno precedente: 104,6%). Nell'ottica delle FER 16 non sussiste né sovracopertura né sottocopertura, in quanto il valore target della riserva di fluttuazione non è ancora stato raggiunto.

Transazioni con parti correlate

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

Le relazioni commerciali con le parti correlate si svolgono a condizioni di mercato. Vi sono reciproci contratti di fornitura e acquisto per i quali vengono applicate condizioni di mercato in considerazione del volume delle transazioni. Le essenziali voci del portafoglio relative alle organizzazioni associate e le altre transazioni con le parti correlate sono illustrate nelle spiegazioni sul conto annuale consolidato.

Attività fuori bilancio

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

in milioni di CHF

2013

2012

1 Ricavo netto da forniture e servizi per settori

Ricavo netto Food	18 706	18 335
Ricavo netto Non Food	8 261	8 396
Totale	26 967	26 731

Ricavo netto Svizzera	19 489	19 241
Germania	3 545	3 549
Francia	1 653	1 629
Romania	860	927
Polonia	903	908
Russia	343	312
Repubblica Ceca	59	64
Belgio	25	27
Paesi Bassi	28	26
Ungheria	21	19
Altri paesi	41	29
Ricavo netto Estero	7 478	7 490
Totale	26 967	26 731

2 Altri ricavi operativi

Ricavi locativi operativi	187	137
Utile da cessione di attivo fisso operativo	3	8
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	13	12
Ricavi da servizi	780	839
Totale	982	996

La voce «Ricavi da servizi» comprende tra l'altro i ricavi relativi a toto, lotto, posteggi, pubblicità e provvigioni da crediti telefonici.

3 Costo del personale

Salari/Stipendi	3 121	3 087
Oneri sociali	728	727
Tasso oneri sociali in %	23.3	23.5
Altri costi del personale	179	195
Totale	4 028	4 009

4 Altri costi operativi

Spese pubblicitarie	458	453
Canoni di locazione	687	669
Spese di ufficio e di amministrazione	256	237
Tributi e assicurazioni cose	77	100
Imposte di esercizio	45	36
Manutenzione e sostituzione	348	326
Costi energetici e materiale di esercizio	417	418
Spese di trasporto	309	289
Spese varie	190	279
Totale	2 787	2 807

La voce «Imposte di esercizio» include le imposte sul capitale e sul passaggio di proprietà, le imposte di emissione e altri oneri fiscali. La voce «Spese varie» comprende i danni non coperti, le perdite su crediti, le spese per chiusure fuori programma, nonché varie spese di esercizio.

in milioni di CHF

2013

2012

5 Ammortamenti

Avviamento, ammortamenti programmati	213	216
Avviamento, ammortamenti non programmati		12
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	65	60
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati	7	0
Ammortamenti sugli immobilizzi immateriali	285	288
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	793	822
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	122	83
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-22	
Ammortamenti sugli immobilizzi materiali	892	905
Totale	1 177	1 193

Gli ammortamenti non programmati o i ripristini di valore sugli immobili si verificano in seguito a rivalutazioni della situazione reddituale o a rettifiche dei prezzi di mercato. Nel rivalutare il portafoglio immobiliare sono stati registrati degli ammortamenti non programmati per un importo di 97 milioni di CHF nonché ripristini di valore pari a 22 milioni di CHF. Sugli altri immobilizzi materiali sono stati registrati degli ammortamenti non programmati per 25 milioni di CHF.

6 Risultato da valute estere

Utili su cambi	60	43
Perdite su cambi	63	32
Totale	-3	11

7 Risultato finanziario

Dividendi e guadagni di corso su titoli	17	22
Altri proventi da interessi	13	14
Provento finanziario	31	36
Perdite di corso su titoli	6	7
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	114	116
Ammortamenti sugli immobilizzi finanziari	0	2
Oneri finanziari	120	124
Totale	-89	-89

8 Risultato estraneo all'esercizio

Ricavi locativi	1	2
Utile da cessione di attivo fisso non operativo	42	4
Altri ricavi non operativi	2	1
Ricavi non operativi	45	7
Spese/Ammortamenti immobiliari non operativi	3	2
Altri costi non operativi	4	6
Costi non operativi	7	9
Totale	38	-2

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

in milioni di CHF

2013

2012

9 Imposte sull'utile

Imposte correnti sull'utile	189	153
Variazione delle imposte differite	-28	-4
Totale	160	148
Aliquota d'imposta media in %	22.6	21.9

Nell'anno di esercizio attuale, sulle perdite riportate per un valore di 945 milioni di CHF (1141 milioni di CHF al 31.12.2012) non sono state attivate imposte differite attive.

10 Liquidità

31.12.2013 31.12.2012

Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancari	1 404	909
Reka-Check/Check/Buoni	28	19
Depositi a termine	80	0
Totale	1 513	929

11 Crediti da forniture e servizi

Crediti da forniture e servizi	953	983
Rettifiche di valore	-44	-45
Totale	909	938

12 Altri crediti a breve termine

Altri crediti	318	366
Acconti a fornitori	6	2
Rettifiche di valore	-1	-1
Totale	324	367

13 Rimanenze

Merci commerciali	2 435	2 379
Prodotti finiti (Produzione)	123	138
Semilavorati, prodotti in produzione	115	70
Materie prime	98	111
Materiale ausiliare e d'imballaggio	36	34
Acconti a fornitori	20	30
Rettifica di valore rimanenze	-109	-139
Totale	2 718	2 622

14 Immobilizzi materiali	Terreni ed edifici	Installazioni	Beni mobili macchinari e informatica	Veicoli	Leasing finanziario	Impianti in costruzione	Totale
in milioni di CHF							
Immobilizzi materiali 2013							
Valori di acquisto 1.1.2013	10 922	2 740	3 984	365	32	181	18 224
Investimenti	321	111	231	59	0	359	1 081
Disinvestimenti	-222	-2	-94	-28	-0	-0	-346
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-2	1	3	2	1	-2	2
Riclassificazioni	83	9	13	-2	-1	-104	-1
Stato 31.12.2013	11 102	2 860	4 137	397	31	434	18 960
di cui terreni non edificati	101						101
di cui anticipi						58	58
Ammortamenti cumulati al 1.1.2013	4 102	1 389	2 685	197	24	1	8 397
Ammortamenti programmati	284	157	305	46	1	0	793
Ammortamenti non programmati	65	7	24			26	122
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-22	-0	-0				-22
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-176	-2	-93	-26	-0		-298
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	2	2	3	1	0	-0	9
Riclassificazioni	39	-43	7	-1	-1	-1	0
Stato 31.12.2013	4 294	1 511	2 931	215	24	26	9 001
di cui terreni non edificati	5						5
di cui anticipi							
Valore contabile netto 31.12.2013	6 808	1 349	1 205	181	7	407	9 959
Immobilizzi materiali 2012							
Valori di acquisto 1.1.2012	10 878	2 239	3 798	341	108	170	17 534
Variazioni nel perimetro di consolidamento	29	4	5	0			38
Investimenti	304	129	245	49	0	140	867
Disinvestimenti	-112	-13	-77	-25	-1	-1	-229
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	13	3	-2	-1	-0	1	13
Riclassificazioni	-191	378	16	1	-76	-128	-0
Stato 31.12.2012	10 922	2 740	3 984	365	32	181	18 224
di cui terreni non edificati	102						102
di cui anticipi						82	82
Ammortamenti cumulati al 1.1.2012	3 862	1 111	2 453	178	47	1	7 652
Variazioni nel perimetro di consolidamento	27	2	4	0			33
Ammortamenti programmati	307	152	320	42	1		823
Ammortamenti non programmati	74	2	6	0		1	83
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-83	-12	-77	-23	-1	-0	-195
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	5	0	-2	-1	-0	0	3
Riclassificazioni	-90	133	-19	-0	-24	-0	0
Stato 31.12.2012	4 102	1 389	2 685	197	24	1	8 397
di cui terreni non edificati	16						16
di cui anticipi						1	1
Valore contabile netto 31.12.2012	6 820	1 351	1 299	169	8	180	9 827

La voce «Terreni e immobili» comprende 19 milioni di CHF (33 milioni di CHF al 31.12.2012) per terreni e immobili non commerciali.

15 Immobilizzi finanziari

in milioni di CHF

Riserva dei
contributi del
datore di lavoro

Altri
immobilizzi
finanziari

Organizza-
zioni
associate

Totale

Immobilizzi finanziari 2013

	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Altri immobilizzi finanziari	Organizza- zioni associate	Totale
Valore contabile netto 1.1.2013	14	140	158	311
Aumento	0	33	0	33
Diminuzione	-1	-32		-34
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		0	-4	-4
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))		-0	1	0
Riclassificazioni		-2	-1	-3
Stato 31.12.2013	12	138	153	304

Altri immobilizzi finanziari

Prestiti alle organizzazioni associate				33
Prestiti a terzi				36
Vari immobilizzi finanziari				69
Stato 31.12.2013				138

Immobilizzi finanziari 2012

	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Altri immobilizzi finanziari	Organizza- zioni associate	Totale
Valore contabile netto 1.1.2012	18	107	137	261
Variazioni nel perimetro di consolidamento		0	-4	-4
Aumento	0	49	11	60
Diminuzione	-4	-13	-0	-17
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		0	15	15
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))		-0	-0	-0
Riclassificazioni		-3	-1	-4
Stato 31.12.2012	14	140	158	311

Altri immobilizzi finanziari

Prestiti alle organizzazioni associate				32
Prestiti a terzi				43
Vari immobilizzi finanziari				65
Stato 31.12.2012				140

16 Immobilizzi immateriali

in milioni di CHF

	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Totale
Immobilizzi immateriali 2013					
Valori di acquisto 1.1.2013	2 846	595	329	60	3 830
Investimenti	3	5	35	7	50
Disinvestimenti	-0	-0	-7	-2	-9
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-0	1	1	0	2
Riclassificazioni	17	-7	3	-12	1
Stato 31.12.2013	2 865	594	360	54	3 873
Ammortamenti cumulati al 1.1.2013					
Ammortamenti programmati	215	27	36	2	280
Ammortamenti non programmati			1	6	7
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-0	-0	-7	-2	-9
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-1	0	1	0	0
Riclassificazioni	10	-6	1	-5	-0
Stato 31.12.2013	2 104	224	275	43	2 646
Valore contabile netto 31.12.2013	761	371	85	11	1 228
Immobilizzi immateriali 2012					
Valori di acquisto 1.1.2012	2 843	528	287	63	3 721
Variazioni nel perimetro di consolidamento	2		7	0	9
Investimenti	2	71	34	6	113
Disinvestimenti	-0	-3	-6	-2	-11
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-1	-0	-1	-0	-2
Riclassificazioni	-0	-0	7	-7	0
Stato 31.12.2012	2 846	595	329	60	3 830
Ammortamenti cumulati al 1.1.2012					
Variazioni nel perimetro di consolidamento			3	0	4
Ammortamenti programmati	216	24	32	4	276
Ammortamenti non programmati	12			0	12
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti		-3	-6	-1	-10
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-1	-0	-0	-0	-1
Riclassificazioni		-0	-2	2	-0
Stato 31.12.2012	1 879	203	244	41	2 367
Valore contabile netto 31.12.2012	966	393	85	19	1 463

La quota di avviamento delle organizzazioni associate ammonta a 11 milioni di CHF (13 milioni di CHF al 31.12.2012), il rispettivo ammortamento di 2 milioni di CHF è contenuto nel risultato delle organizzazioni associate.

17 Debiti finanziari a breve termine

Conti correnti bancari	16	5
Prestiti bancari	6	115
Altri debiti finanziari a breve termine	29	25
Debiti verso istituti di previdenza	200	200
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine	1 192	842
Totale	1 443	1 187

18 Altri debiti a breve termine

Buoni in circolazione	62	19
Anticipi da clienti	121	161
Altre imposte	105	113
Altri debiti a breve termine	97	73
Totale	385	365

19 Accantonamenti a breve termine

	Previdenza del personale	Ristruttura- zioni	Supercard	Altri accanton.	Totale
Stato 1.1.2013	22	10	180	101	313
Costituzione di accantonamenti	20	0	197	75	292
Impiego degli accantonamenti	-21	-8	-200	-56	-286
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-0			-7	-7
Riclassificazioni	2	-0	23	27	52
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	0	0		0	0
Stato 31.12.2013	22	3	200	140	364
Stato 1.1.2012	24	5	190	85	304
Variazioni nel perimetro di consolidamento		0		5	5
Costituzione di accantonamenti	22	8	194	36	260
Impiego degli accantonamenti	-22	-3	-178	-49	-253
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-0			-5	-5
Riclassificazioni	-1		-26	28	1
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-0	-0		-0	-0
Stato 31.12.2012	22	10	180	101	313

Gli altri accantonamenti a breve termine includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 25 milioni di CHF (25 milioni di CHF al 31.12.2012) e per i punti di vendita pari a 76 milioni di CHF (50 milioni di CHF al 31.12.2012).

20 Debiti finanziari a lungo termine

	31.12.2013	31.12.2012	
Conti depositi	1 708	1 548	
Obbligazioni di cassa	322	361	
Coop-Gruppe Genossenschaft	apr 2009 – 2014	3½%	500
Coop-Gruppe Genossenschaft	lug 2009 – 2015	3¼%	500
Coop-Gruppe Genossenschaft	giu 2010 – 2016	2%	500
Coop-Gruppe Genossenschaft	set 2010 – 2017	2%	250
Coop-Gruppe Genossenschaft	lug 2012 – 2019	1¼%	250
Bell AG	mag 2013 – 2018	1%	175
Bell AG	mag 2013 – 2022	1¾%	175
Prestiti obbligazionari	2 350	2 150	
Prestiti bancari	34	236	
Ipoteche	129	154	
Leasing finanziario	4	5	
Altri prestiti	42	72	
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine	-1 192	-842	
Totale	3 397	3 685	

21 Accantonamenti a lungo termine

in milioni di CHF	Previdenza del personale	Imposte differite	Supercard	Altri accanton.	Totale
Stato 1.1.2013	68	778	43	194	1 084
Costituzione di accantonamenti	7	13		66	87
Impiego degli accantonamenti	-0			-14	-14
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-0	-42	-4	-8	-53
Riclassificazioni	17	0	-23	-54	-60
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	0	-1		0	-0
Stato 31.12.2013	92	749	16	185	1 042
Stato 1.1.2012	108	781	21	111	1 022
Variazioni nel perimetro di consolidamento		1		0	1
Costituzione di accantonamenti	13	11		79	103
Impiego degli accantonamenti				-4	-4
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-12	-17	-4	-5	-39
Riclassificazioni	-40		26	13	-1
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-0	2		-0	1
Stato 31.12.2012	68	778	43	194	1 084

Gli altri accantonamenti a lungo termine includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 48 milioni di CHF (68 milioni di CHF al 31.12.2012) e per i punti di vendita pari a 26 milioni di CHF (31 milioni di CHF al 31.12.2012).

22 Istituti di previdenza

Riserva dei contributi del datore di lavoro (RCDL)	Valore nominale RCDL 31.12.2013	Bilancio 31.12.2013	Bilancio 31.12.2012	Variazioni RCDL nei costi del personale 31.12.2013 / 31.12.2012	
Fondi padronali/Istituti di previdenza padronali	3	3	4	0	4
Istituti di previdenza	9	9	10	1	
Totale	12	12	14	1	4

Benefici economici/Debiti economici e oneri previdenziali	Copertura eccessiva/insufficiente 31.12.2013	Bilancio 31.12.2013	Quota economica del Gruppo Coop 31.12.2012	Costo per la previdenza nei costi del personale 31.12.2013 / 31.12.2012	
Fondi padronali/Istituti di previdenza padronali					
Istituti di previdenza senza copertura eccessiva/insufficiente				258	247
Istituti di previdenza con sottocopertura					
Istituti di previdenza con eccedenza di copertura					
Totale				258	247
Contributi regolamentari del datore di lavoro				258	247
Debiti verso istituti di previdenza				200	200

23 Operazioni fuori bilancio

	31.12.2013	31.12.2012
Fidejussioni, garanzie	36	40
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	239	284
Debiti garantiti	134	159
Altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio	26	26

Gli altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio comprendono principalmente l'impegno pubblicitario del Gruppo Coop derivante dal contratto di acquisto sulla Betty Bossi AG con Ringier AG.

24 Valori assicurazione antincendio

Immobilizzi materiali	17 274	17 629
-----------------------	--------	--------

25 Obblighi da leasing operativo non iscritto nel bilancio

scadenza entro un anno	9	20
scadenza entro 1–5 anni	29	50
scadenza dopo oltre 5 anni	32	33

26 Debiti da contratti di locazione e di diritto di superficie a lungo termine

scadenza entro un anno	707	725
scadenza entro 1–5 anni	2 426	2 525
scadenza dopo oltre 5 anni	3 548	3 945

27 Strumenti finanziari derivati in essere

Strumento finanziario	Scopo	Valori di contratto		Valori attivi		Valori passivi	
		31.12.2013	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2012
Valuta	Copertura	713	612	1	1	3	0
Tassi d'interesse	Copertura	140	289		5	3	4
Strumenti di patrimonio netto	Senza copertura	3	4		0	0	
Altri valori di base	Copertura	16	21	2	1		

Bell AG detiene delle opzioni per il rilevamento di altre quote di organizzazioni associate (2% di Hilcona), il cui prezzo dipende dalla futura situazione di redditività. La società Dipl. Ing. Fust AG detiene un'opzione di acquisto dal 2013 al 2023 per il 49,94% di Service 7000 AG a un prezzo determinato dalla situazione di redditività dell'azienda dei tre anni precedenti.

28 Transazioni con parti correlate

Transazioni con organizzazioni associate	2013	2012
Ricavi netti	57	40
Altri ricavi operativi	98	73
Proventi da interessi	3	0
Costo merci	387	354
Spese di ufficio e di amministrazione	1	2
Spese pubblicitarie	0	1
Spese varie	1	15
Crediti da forniture e servizi	6	11
Altri crediti	1	1
Ratei e risconti attivi	48	32
Prestiti	33	32
Debiti da forniture e servizi	46	65
Debiti finanziari a breve termine	5	5
Ratei e risconti passivi	5	0

Non sussistono altre transazioni significative con altre parti correlate.

29 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni**Coop Genossenschaft****Betty Bossi AG**

Crediti		4
Rimanenze		11
Immobilizzi immateriali		3
Debiti		15

Tropenhaus Wolhusen AG

Immobili		4
Debiti finanziari		5

Transgourmet Holding AG**Eurocash SAS**

Crediti		6
Rimanenze		6
Immobilizzi immateriali		2
Immobili		6
Debiti		8
Debiti finanziari		7

30 Dati sulla valutazione dei rischi

Il Gruppo Coop dispone di un sistema di gestione dei rischi standardizzato. La situazione dei rischi del Gruppo Coop viene riesaminata a intervalli triennali. Nel corso del riesame fondamentale del 2012, la Direzione generale di Coop, alla presenza del presidente del Consiglio d'amministrazione, ha identificato, analizzato e valutato i rischi e gli scenari più gravi e ha stabilito le opportune misure. I risultati di questa valutazione dei rischi e le misure sono stati approvati nella riunione del Consiglio d'amministrazione del 28 giugno 2012. Le misure scaturite da questa valutazione dei rischi vanno sottoposte a un processo di controlling. Ogni anno la Direzione generale controlla lo stato delle misure e rivaluta la situazione attuale dei rischi. Il Consiglio d'amministrazione viene poi informato dei risultati. Nel quadro delle valutazioni annuali istituzionalizzate della qualità del Sistema di Controllo Interno a livello di processi operativi, viene effettuata una valutazione dei rischi operativi nonché dei rischi legati ai rendiconti finanziari e alla compliance.

31 Eventi successivi alla chiusura del bilancio

A partire dal 1° gennaio 2014, le seguenti società sono integrate nel perimetro di consolidamento del Gruppo Coop:

- Centre Commercial Moncor AG. La società immobiliare gestisce un centro commerciale a Villars-sur-Glâne.
- RS Vertriebs AG/nettoShop AG. Le società operano principalmente nel commercio di elettrodomestici online.
- Valentin Pontresina AG. La società opera nel rifornimento all'ingrosso.
- Marché Restaurants Schweiz AG. La società gestisce ristoranti in aree di servizio autostradali e all'aeroporto di Zurigo.

Il 12 febbraio 2014, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 28 marzo 2014.

Coop-Gruppe Genossenschaft	CH-Basel	Società di partecipazione				
Coop Genossenschaft	CH-Basel	Commercio, Produzione	100.00		CHF	I
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Casa editrice di riviste	100.00	100.00	CHF	I
Coop Immobilien AG	CH-Bern	Immobili	100.00	100.00	CHF	I
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Elettrodomestici, multimedia	100.00	100.00	CHF	I
Service 7000 AG	CH-Netstal	Servizio riparazioni	50.06	50.06	CHF	I
Parking des Remparts SA	CH-La Tour-de-Peilz	Autosilo	33.33	33.33	CHF	E
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Sorgenti minerali	100.00	100.00	CHF	I
Soc. Coopération de Collaboration Intern.	BE-Bruxelles	Società di acquisti	25.00		EUR	E
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Prodotti di bellezza e cosmetici	100.00	100.00	CHF	I
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Prodotti tropicali, acquicoltura	72.88	69.05	CHF	I
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Prodotti tropicali, acquicoltura	94.31	94.31	CHF	I
Bell AG	CH-Basel	Holding	66.29	66.29	CHF	2.0 I
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	EUR	I
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	Salumi	100.00	100.00	EUR	I
Abraham Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	Produzione di prosciutti	100.00	51.00	EUR	I
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	EUR	I
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	EUR	I
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	Prosciutto crudo	100.00	100.00	EUR	I
Abraham France SARL	FR-Bussy-Saint-Georges	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	Salumi	100.00	100.00	PLN	I
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Subholding	100.00	100.00	EUR	I
Bell Logistics N.V.	BE-Zellik	Magazzino	100.00	100.00	EUR	I
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	Commercio di prodotti di carne	100.00	100.00	EUR	I
Bell Nederland B.V.	NL-Dr Houten	Commercio di prodotti di carne	76.00	76.00	EUR	I
Bell Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Commercio all'ingrosso	100.00		CZK	I
NOVÁK máso - údeniny s.r.o.	SK-Nitra	Commercio di prodotti di carne	90.00	90.00	EUR	I
Sanchez Alcaraz S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Prosciutto crudo	100.00	100.00	EUR	I
S.C. ZIMBO Romania s.r.l.	RO-Bucuresti	Commercio di prodotti di carne	100.00	100.00	RON	I
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Commercio al dettaglio	90.00	90.00	CZK	I
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	Carne e salumi	99.74	99.70	HUF	I
Bell France SAS	FR-Teilhède	Subholding	100.00	100.00	EUR	I
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	Salsicce crude	100.00	100.00	EUR	I
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Salsicce crude	100.00	100.00	EUR	I
Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	Prosciutto crudo	100.00	100.00	EUR	I
Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	Prosciutto crudo	100.00	100.00	EUR	I
St-André SAS	FR-St-André-sur-Vieux-Jonc	Salsicce crude	100.00	100.00	EUR	I
Val de Lyon SAS	FR-Saint-Symphorien-sur-Coise	Salsicce crude	100.00	100.00	EUR	I
Bell Schweiz AG	CH-Basel	Carne fresca, salumi, pollame, frutti di mare	100.00	100.00	CHF	I
Centravo Holding AG	CH-Zürich	Lavorazione di sottoprodotti	29.80 ²	29.80 ²	CHF	E

			Quota di capitale 31.12.2013 %	Quota di capitale 31.12.2012 %	Capitale 31.12.2013 mio. di CHF	Inclu- sione ¹
Frigo St. Johann AG (accorpata l'1.1.2013)	CH-Basel	Logistica, magazzini frigoriferi		100.00	CHF	I
Hilcona AG	FL-Schaan	Prodotti convenienze freschi	49.00	49.00	CHF	E
Delizio GmbH	DE-Stuttgart	Prodotti convenienze	100.00	100.00	EUR	E
FPH Trust Ltd.	FL-Schaan	Società di partecipazione	100.00	100.00	CHF	E
Gusto GmbH	DE-Stuttgart	Prodotti convenienze	100.00	100.00	EUR	E
Hilcona Agrar AG	FL-Schaan	Prodotti convenienze	100.00	100.00	CHF	E
Hilcona Convenienze AG	CH-Schafisheim	Prodotti convenienze	100.00	100.00	CHF	E
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden- Echterdingen	Prodotti convenienze	100.00	100.00	EUR	E
Hilcona Fresh Express	CH-Lupfig	Prodotti convenienze	100.00	100.00	CHF	E
Hilcona France SARL	FR-Montélimar	Prodotti convenienze	100.00	100.00	EUR	E
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	Prodotti convenienze	100.00	100.00	CHF	E
Hilcona Holding AG	CH-Zug	Società di partecipazione	100.00	100.00	CHF	E
Gastro Star AG	CH-Dällikon	Prodotti convenienze	100.00	100.00	CHF	E
Schwarz Viva AG	CH-Villigen	Prodotti convenienze	100.00	100.00	CHF	E
Kamina Handels AG	FL-Schaan	Prodotti convenienze	100.00	100.00	CHF	E
CapCo AG	FL-Vaduz	Società d'assicurazioni	100.00	100.00	CHF	5.0 I
Centre de formation «du Léman»	CH-Jongny	Formazione	100.00	100.00	CHF	0.0 I
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	Coltivazione del cacao	75.00		USD	0.1 I
Coop Bildungszentrum	CH-Muttenz	Formazione	100.00	100.00	CHF	0.4 I
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	Agenzia viaggi	50.00	50.00	CHF	E
Coopernic SCRL	BE-Bruxelles	Società di acquisti	20.00	20.00	EUR	E
Coop Switzerland Far East Ltd.	HK-Hongkong	Società di acquisti	100.00	100.00	HKD	0.0 I
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	Stazioni di servizio con shop	51.00	51.00	CHF	10.0 I
Tanklager Rothenburg AG	CH-Rothenburg	Manutenzione di cisterne	33.33	33.33	CHF	E
Coop Vitality AG	CH-Niederbipp	Farmacie	51.00	51.00	CHF	5.0 I
Distributis AG (accorpata l' 1.1.2013)	CH-Dietlikon	Immobili		100.00	CHF	I
Eurobuy GmbH	DE-Köln	Cooperazione di acquisti	33.33	33.33	EUR	E
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	Società di acquisti	50.00	50.00	EUR	E
Eurogroup Deutschland GmbH	DE-Langenfeld	Cooperazione di acquisti	100.00	100.00	EUR	E
Eurogroup España Frutas y Verduras S.A.	ES-Valencia	Cooperazione di acquisti	100.00	100.00	EUR	E
Eurogroup Italia S.R.L.	IT-Verona	Cooperazione di acquisti	100.00	100.00	EUR	E
Eurogroup Far East Ltd.	HK-Hong Kong	Società di acquisti	33.33	44.44	HKD	E
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Prodotti da forno surgelati	40.00	40.00	CHF	E
Palink UAB	LT-Vilnius	Commercio al dettaglio	20.00	20.00	LTL	E
Panflor AG	CH-Zürich	Cereali e prodotti da macinazione	100.00	100.00	CHF	0.1 I
railCare AG	CH-Härkingen	Impresa ferroviaria	100.00	100.00	CHF	1.0 I
Rosengarten Basel AG	CH-Basel	Commercio al dettaglio	100.00	100.00	CHF	0.1 I
Steinfels Swiss GmbH	DE-Konstanz	Società di distribuzione	100.00	100.00	EUR	0.0 I
Transgourmet Holding AG	CH-Basel	Holding	100.00	100.00	CHF	520.1 I
transCoop GmbH	DE-Neu-Isenburg	Subholding	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Immobilien GmbH & Co. KG	DE-Pullach	Immobili	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Foodservice Immobilien GmbH	DE-Mainz	Immobili	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Subholding	100.00	100.00	EUR	I
OOO Selgros	RU-Moskwa	Cash & Carry	100.00	100.00	RUB	I
OOO Garant-Vozroddenije	RU-Moskwa	Immobili	100.00	100.00	RUB	I
OOO Mikotrans	RU-Moskwa	Immobili	100.00	100.00	RUB	I
OOO Selgros Immobilien	RU-Moskwa	Immobili	100.00	100.00	RUB	I
OOO Veritable	RU-Moskwa	Immobili	100.00	100.00	RUB	I

			Quota di capitale 31.12.2013 %	Quota di capitale 31.12.2012 %	Capitale 31.12.2013 mio. di CHF	Inclu- sione ¹
Transgourmet Deutschland AG	CH-Basel	Subholding	100.00	100.00	CHF	I
OHG FEGRO/SELGROS Cash & Carry GmbH & Co.	DE-Neu-Isenburg	Cash & Carry	100.00	100.00	EUR	I
OHG REWE-Foodservice GmbH & Co.	DE-Mainz	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Geo-Marketing GmbH	DE-Mainz	Marketing	25.00	25.00	EUR	E
Transgourmet Seafood GmbH	DE-Bremerhaven	Frutti di mare	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Deutschland GmbH	DE-Neu-Isenburg	Holding	100.00	100.00	EUR	I
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	Cash & Carry	100.00	100.00	RON	I
SELGROS Sp. z o.o.	PL-Poznan	Cash & Carry	100.00	100.00	PLN	I
Transgourmet France SAS	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
ALDIS SUD EST 2 SAS	FR-Saint-Martin- de-Crau	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Eurocash SA	FR-Schiltigheim	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
All Fresh Logistique SAS	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Delta logistic SAS	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	Holding	19.08	19.08	EUR	E
La Goele SAS	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Locafresh SAS	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Locagroup SAS	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-Jolie	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Sodiexval SAS	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Seafood (finora: Neva Food SAS)	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Neva Food (finora: ALDIS ASP 5 SARL)	FR-Chilly-Mazarin	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
SPEIR SAS	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
COFIDA SAS	FR-Rungis	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
ALDIS ASP 6 SARL	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
BSP SAS	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Hygedis SAS	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Anaxis SA	FR-Le Mans	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
GAP SAS	FR-Villepinte	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Monsieur clean SAS (accorpata l'1.10.2013)	FR-Nice	Rifornimento all'ingrosso		100.00	EUR	I
NES SAS	FR-Lezennes	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
PHS Sud Ouest SAS (finora: PHS Aquitaine SAS)	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
PHS Côte d'Azur SAS (accorpata l'1.10.2013)	FR-Nice	Rifornimento all'ingrosso		100.00	EUR	I
PHS Sud Est SAS (finora: PHS Méditerranée SAS)	FR-Vitrolles	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
PHS Rhône-Alpes SAS (accorpata l'1.10.2013)	FR-Pont-de-L'isère	Rifornimento all'ingrosso		100.00	EUR	I
Pro Hygiène Service EST SAS	FR-Fegersheim	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Pro Hygiène Service SARL	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	82.16	82.16	EUR	I
Transgourmet Opérations SAS	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Immobilier France SAS	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Finance SNC	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Management Cie	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	I
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	CHF	I
Grossopanel AG	CH-Stans	Ricerca di mercato	39.80	39.80	CHF	E
Valentin Pontresina AG	CH-Pontresina	Commercio, Import, Export	50.00	50.00	CHF	E
WINE AG VALENTIN & VON SALIS	CH-Pontresina	Commercio bevande	50.00	50.00	CHF	E

¹ I = Società consolidate integralmente

E = Società consolidate con il metodo del patrimonio netto (Equity)

² Quota sul capitale delle azioni in circolazione



Relazione dell'Ufficio di revisione
all'Assemblea dei delegati della
Gruppo Coop Società Cooperativa
Basilea

Relazione dell'Ufficio di revisione sul conto annuale consolidato

In qualità di Ufficio di revisione abbiamo verificato il conto annuale consolidato della Gruppo Coop Società Cooperativa, costituito da conto economico, bilancio, conto dei flussi finanziari, prospetto di variazione del patrimonio netto e allegato (pagine 77-97), per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2013.

Responsabilità del Consiglio d'amministrazione

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

Responsabilità dell'Ufficio di revisione

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

Una revisione comprende l'esecuzione di procedure di verifica volte ad ottenere elementi probativi per i valori e le altre informazioni contenuti nel conto annuale consolidato. La scelta delle procedure di verifica compete al giudizio professionale del revisore. Ciò comprende una valutazione dei rischi che il conto annuale consolidato contenga anomalie significative imputabili a irregolarità o errori. Nell'ambito della valutazione di questi rischi il revisore tiene conto del sistema di controllo interno, nella misura in cui esso è rilevante per l'allestimento del conto annuale consolidato, allo scopo di definire le procedure di verifica richieste dalle circostanze, ma non per esprimere un giudizio sull'efficacia del sistema di controllo interno.

La revisione comprende inoltre la valutazione dell'adeguatezza delle norme di allestimento del conto annuale consolidato, dell'attendibilità delle valutazioni eseguite, nonché un apprezzamento della presentazione del conto annuale consolidato nel suo complesso. Siamo dell'avviso che gli elementi probativi da noi ottenuti costituiscano una base sufficiente ed adeguata su cui basare la nostra opinione di revisione.

Opinione di revisione

A nostro giudizio il conto annuale consolidato per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2013 presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale in conformità agli Swiss GAAP FER ed è conforme alla legge svizzera.

Relazione in base ad altre disposizioni legali

Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale secondo la Legge sui revisori (LSR) e all'indipendenza (art. 906 CO congiuntamente all'art. 728 CO e art. 11 LSR) come pure che non sussiste alcuna fattispecie incompatibile con la nostra indipendenza.

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

Raccomandiamo di approvare il presente conto annuale consolidato.

PricewaterhouseCoopers SA

Dr. Daniel Suter
Perito revisore
Revisore responsabile

Pascal Bucheli
Perito revisore

Basilea, 12 febbraio 2014

Impressum

Tutte le affermazioni contenute nel presente Rapporto che non si fondano su fatti storici sono previsioni e non rappresentano una garanzia di future prestazioni. Vi sono compresi rischi e incertezze derivanti, a titolo esemplificativo e non esaustivo, dalle future condizioni economiche globali, dai cambi, dalle norme di legge, dalle condizioni di mercato, dalle attività dei concorrenti, nonché da altri fattori che sfuggono al controllo dell'impresa.

Il presente Rapporto è pubblicato in lingua tedesca, francese, italiana e inglese. La versione che fa fede è quella in lingua tedesca. Una versione elettronica è disponibile in Internet all'indirizzo www.coop.ch/rapporto

Tiratura

5000 ted./1000 fr./600 it./300 ing.

Editore

Coop Società Cooperativa
Thiersteinallee 12
Casella postale 2550
CH-4002 Basilea
Tel. 061 336 66 66
Fax 061 336 60 40
www.coop.ch

Per ordinare il Rapporto

Coop
Servizio info
Casella postale 2550
CH-4002 Basilea
Tel. 0848 888 444
www.coop.ch

Redazione: Coop, Pubbliche relazioni
Concezione/Layout: YJOO Communications AG, Zurigo
Realizzazione: Victor Hotz AG, Steinhausen/Zugo
Fotografia: Laurent Burst, Zugo/Berlino
Ritratti Corporate Governance: Heiner H. Schmitt Jr., Basilea
Stampa: W. Gassmann AG, Bienne
Rilegatura: Scherrer AG Buchbinderei, Urdorf





Gruppo Coop
Rapporto di gestione
2013