

Gruppo Coop
Rapporto di gestione 2014



Cifre indicative →

Principali cifre indicative

Fatturato complessivo

28.174 milioni di CHF

Ricavo netto

27.163 milioni di CHF

Ricavo netto Svizzera

19.821 milioni di CHF

Ricavo netto Estero

7.341 milioni di CHF

Numero di punti di vendita

1971 Commercio al dettaglio

199 Commercio all'ingrosso/
Produzione

Ricavo netto shop online

1124 milioni di CHF

+24,1%

Quota del patrimonio netto

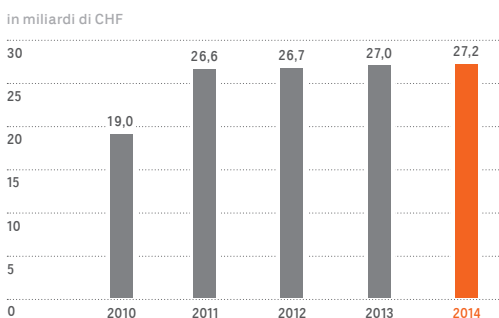
46,4%

Utile netto

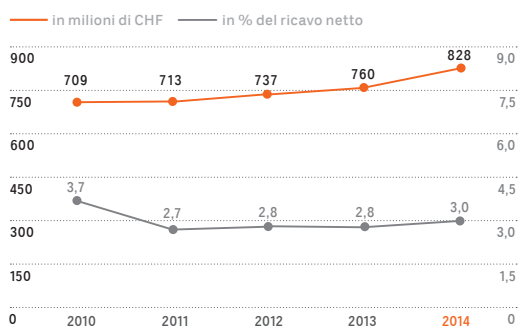
470 milioni di CHF

1,7% del ricavo netto

Ricavo netto

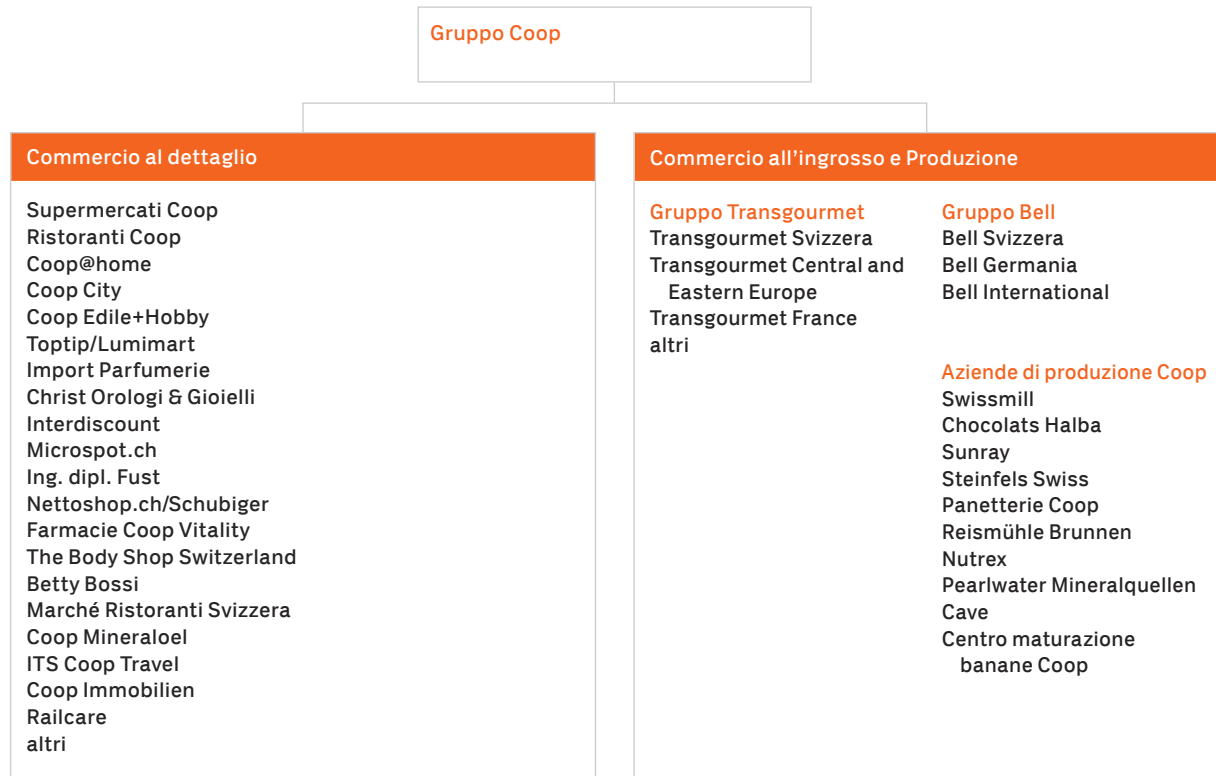


Risultato operativo al lordo di interessi e imposte (EBIT)



Settori aziendali del Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2015



Gruppo Coop
Rapporto di gestione

2014

Introduzione	2-5
Relazione sulla situazione economica	6-46
Corporate Governance	47-60
Parte finanziaria	61-95



Prefazione

Un successo che dura da 150 anni

Il Gruppo Coop ha alle spalle una storia di 150 anni. La sua struttura cooperativa e la gestione aziendale sostenibile hanno dato i loro frutti fino ai giorni nostri. Operante a livello internazionale come azienda del commercio al dettaglio e all'ingrosso, il Gruppo Coop realizza un fatturato complessivo di 28,2 miliardi di franchi, un risultato al netto degli effetti valutari superiore dell'1,4% rispetto all'anno precedente.

150 anni fa fu posta la prima pietra dell'odierna Coop. Nel 1864, il fabbricante tessile Jean Jenny-Ryffel fondò a Schwanden, nel canton Glarona, la prima cooperativa di consumo svizzera che si richiamava ai sette principi dei «Probi pionieri di Rochdale». Essa confluì poi nell'Unione Svizzera delle Società di Consumo (USC), fondata nel 1890. Dopo una lunga e appassionante storia di fusioni, cambi di nome e modifiche strutturali, nacque la nostra odierna Coop. La piccola cooperativa di consumo del passato si è trasformata in un'azienda del commercio al dettaglio e all'ingrosso operante al livello internazionale.

A dispetto di tutti i cambiamenti, una cosa è sempre rimasta uguale: la nostra struttura cooperativa. Ieri come oggi vale il motto «apparteniamo ai nostri soci, e quindi ai clienti». Le loro esigenze sono la nostra priorità. Non perseguiamo il massimo profitto, ma reinvestiamo gli utili, il che torna a sua volta a vantaggio dei nostri clienti.

Questo tipo di gestione aziendale sostenibile ripaga, e nel 2014 siamo cresciuti nuovamente. Con un fatturato complessivo di 28,2 miliardi di franchi, il Gruppo Coop ha registrato nei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione una crescita al netto degli effetti valutari dell'1,4% rispetto all'anno precedente. Il ricavo netto pari a 27,2 miliardi di franchi è cresciuto, al netto degli effetti valutari, dell'1,3% rispetto al 2013. Nel commercio al dettaglio siamo riusciti a incrementare il ricavo netto del 2,0% a 17,7 miliardi di franchi. Un risultato particolarmente positivo considerato il contesto economico difficile nel 2014. Anche nel 2015 dovremo affrontare grandi sfide, in particolare a seguito della decisione da parte della Banca nazionale svizzera di abbandonare il tasso di cambio minimo sull'euro.

Il commercio online ha registrato risultati particolarmente positivi: nel 2014 il Gruppo Coop ha conseguito in questo settore per la prima volta un ricavo netto di oltre 1 miliardo di franchi. Gli shop online del commercio al dettaglio sono cresciuti complessivamente del 52,4%, il fatturato online nel commercio all'ingrosso del 10,4%.

Per poter crescere in modo sostenibile anche in futuro, nel 2014 abbiamo consolidato il Gruppo Coop con varie acquisizioni. Nel commercio al dettaglio abbiamo rafforzato la nostra posizione di mercato nel settore della gastronomia con l'acquisizione di Marché Ristoranti Svizzera SA, azienda leader in Svizzera nel settore dei servizi di ristorazione per chi viaggia. Con l'acquisizione di RS Vertriebs AG e dei suoi marchi Nettoshop e Schubiger, Ing. dipl.

Fust SA ha consolidato la leadership di mercato nel settore degli elettrodomestici. Nel commercio all'ingrosso, Transgourmet rileverà la maggioranza nella società tedesca Sump & Stammer, un importante operatore per l'approvvigionamento delle navi da crociera e di catene alberghiere internazionali. Con questa partecipazione diamo un segnale importante ai fini dell'internazionalizzazione e diversificazione nel commercio all'ingrosso.

Per rendere ancora più forte il gruppo Transgourmet, dal 2014 tutte le società appartenenti al gruppo hanno un Corporate Design unificato che ha comportato il cambio di nome di alcuni marchi commerciali. Anche il legame tra cash&carry e il rifornimento all'ingrosso diventa sempre più stretto per soddisfare ancora meglio le esigenze nel settore della gastronomia.

Oltre ai «150 anni di Coop» abbiamo festeggiato altri due anniversari. Sono passati ormai cento anni da quando lanciammo la marca propria Coop: iscritta nel registro svizzero dei marchi nel 1914, fu la prima marca propria nazionale del commercio al dettaglio elvetico. Abbiamo inoltre festeggiato il 25° anniversario di Oecoplan, la prima marca propria sostenibile di Coop. Che la sostenibilità – uno dei tratti di differenziazione di Coop – porti i suoi frutti è stato confermato anche nel 2014: con le nostre marche proprie e i label di qualità sostenibili siamo cresciuti nuovamente raggiungendo un fatturato netto di 2,3 miliardi di franchi.

Sono state persone visionarie a porre le fondamenta dell'odierno Gruppo Coop. E sono state persone altrettanto impegnate quelle che su queste fondamenta hanno posto altre pietre miliari proseguendo la storia di successo di Coop. Cogliamo quindi l'occasione per ringraziare in modo particolare i nostri 77.000 collaboratori per il loro impegno quotidiano a favore dei nostri clienti.



Hansueli Loosli

Presidente del
Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter

Presidente della Direzione generale

Tappe principali 2014

150 anni di Coop

Il Gruppo Coop festeggia il 150° anniversario. Nel 1864 fu fondata a Schwanden nel Canton Glarona la prima cooperativa di consumo svizzera ispirata ai sette principi dei «Probi Pionieri di Rochdale». Essa confluisce poi nell'Unione Svizzera delle Società di Consumo, fondata nel 1890, che nel 1969 fu poi ribattezzata in Coop Svizzera.

Nettoshop AG fa ora parte di Coop

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

Nuova immagine per Transgourmet

In Germania, l'ex marchio di vendita Rewe Foodservice viene sostituito dal marchio Transgourmet. Sotto il marchio ombrello Transgourmet Central and Eastern Europe, Transgourmet e Selgros Cash+Carry si presentano sul mercato come un'azienda unificata.

Rilevamento del centro commerciale Fribourg-Sud

Coop rileva l'azienda Centre Commercial Moncor SA a cui appartiene il centro commerciale Fribourg-Sud a Villars-sur-Glâne. Qui Coop è già presente con diversi formati di vendita.

Acquisizione di Marché Ristoranti Svizzera SA

Con Marché Ristoranti Svizzera SA, il Gruppo Coop rileva l'azienda leader in Svizzera nel settore della ristorazione per chi viaggia e potenzia le proprie competenze nel settore gastronomico.



Mondovino – il nuovo mondo dei vini

Coop lancia il club Mondovino per gli enoappassionati e potenzia così la propria offerta e le proprie competenze di consulenza come il principale rivenditore di vini in Svizzera.

Aiuti per le vittime delle inondazioni

Coop devolve alla Croce Rossa Svizzera mezzo milione di franchi a favore delle vittime delle inondazioni in Bosnia Erzegovina, Croazia e Serbia.

Gennaio

Febbraio

Marzo

Aprile

Maggio

Giugno

Core: nuova alleanza strategica

Insieme alle aziende commerciali europee Colruyt (Belgio), Conad (Italia) e Rewe-Group (Germania), il Gruppo Coop fonda la cooperazione d'acquisto Core con sede a Bruxelles.

Nuovo label di qualità «La mia Terra»

Coop assegna il label di qualità «La mia Terra» ai prodotti regionali e locali, da sempre in presenza massiccia nel proprio assortimento. Il lancio è accompagnato da una grande campagna con numerose attività promozionali.

Howeg diventa Transgourmet

Howeg si presenta ora sul mercato con il nome Transgourmet. Il leader di mercato nel rifornimento all'ingrosso in Svizzera opera insieme a Prodega/Growa Cash+Carry con il marchio ombrello Transgourmet Svizzera.



Progetto pilota «Pollo a duplice attitudine»

A Zurigo e dintorni, Coop vende le prime uova biologiche da polli a duplice attitudine. A differenza delle razze tradizionali, i fratelli delle galline ovaiole sono adatti per la produzione di carne. La vendita della carne dei polli a duplice attitudine è iniziata già a marzo.



Un quarto di milione per l'Emmental

Per gli aiuti immediati alle aree alluvionate nell'Emmental, il Padrinato Coop per le regioni di montagna mette a disposizione 250.000 franchi.

Nuovo look per Cooperazione

Il settimanale più letto in Svizzera viene ora pubblicato in un moderno formato rivista e si rivolge maggiormente alle giovani famiglie.

Shop online per Edile+Hobby

Il mercato edile leader in Svizzera fa il suo ingresso nel commercio online. La merce ordinata viene sia consegnata a casa che messa a disposizione per il ritiro in un punto di vendita.

Posa della prima pietra a Pratteln

Coop pone le basi per la nuova centrale di produzione e di logistica a Pratteln. Entro il 2018 saranno qui riuniti sotto lo stesso tetto con la Logistica le aziende Chocolats Halba, Sunray e Cave.



Vittoria agli Swiss Skills

Alla prima edizione dei Campionati Svizzeri delle Professioni «Swiss Skills» due neodiplomate di Coop si aggiudicano il 1° e il 2° posto nella categoria Economia della carne.

Quattro premi per il camion elettrico

Per il suo camion elettrico da 18 tonnellate ad alta efficienza energetica e a emissioni zero, provvisto di pannelli solari, Coop riceve ben quattro premi: l'Energy Globe Award Switzerland, il Premio Solare svizzero ed europeo e il Premio sul clima Zurich.



Furgone con elementi in carbonio per Coop@home

Coop@home presenta il primo furgone al mondo da 3,5 tonnellate con elementi in carbonio. Il peso leggero riduce il fabbisogno energetico, le emissioni di CO₂ e i costi di gestione. Al progetto viene assegnato ad Amburgo (D) il «Zukunftspreis Logistik» (premio per la logistica del futuro).

Luglio

Oltre 1000 nuovi apprendisti

1162 giovani iniziano la propria formazione di base in Svizzera da Coop. Alla fine del 2014, il Gruppo Coop impiegava un totale di 3271 apprendisti nel commercio al dettaglio, nel commercio all'ingrosso e nella produzione.

Prodotti nostalgici sugli scaffali di Coop

Per il 100° anniversario della marca Coop, sugli scaffali dei supermercati Coop vengono offerti per un breve periodo undici prodotti in confezioni vintage.



Agosto

Settembre

Gioielli in oro proveniente dal commercio equo e solidale

Coop City e Christ Orologi e Gioielli sono i primi in Svizzera a inserire nel proprio assortimento gioielli il cui oro proviene da una miniera in Perù con certificazione Fairtrade.

Ottobre

Più stipendio per i collaboratori Coop

Per la trattativa salariale 2015, Coop mette a disposizione l'1% dell'intera massa salariale lorda e aumenta i salari di riferimento. La Direzione generale di Coop vuole così premiare il grande impegno profuso dai collaboratori in un contesto economico tuttora difficile nel commercio al dettaglio.

Acquisizione di Eurogroup Far East

Al 1° gennaio 2015 il Gruppo Coop rileva l'Eurogroup Far East Ltd. al 100%. L'Eurogroup Far East offre un grande potenziale nell'acquisto di assortimenti dai prezzi interessanti e di alta qualità per tutti i formati del Gruppo Coop.

Dicembre

Relazione sulla situazione economica

8 Scenario e strategia

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

Commercio al dettaglio

14 Formati di vendita

- 14 Supermercati
- 14 Formati specializzati
- 16 Formati online
- 17 Gastronomia e settore alberghiero

20 Offerta

- 20 Varietà dell'assortimento
- 20 Marche proprie e label di qualità sostenibili
- 22 Marche proprie per gruppi target specifici
- 23 Marche proprie standard
- 26 Articoli di marca
- 26 Prezzo

27 Prestazioni supplementari

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

30 Logistica, Informatica e Immobili

- 30 Logistica
- 31 Informatica
- 31 Immobili

Commercio all'ingrosso e Produzione

35 Gruppo Transgourmet

- 35 Sviluppo del gruppo
- 35 Transgourmet Svizzera
- 36 Transgourmet Central and Eastern Europe
- 37 Transgourmet France

40 Produzione

- 40 Gruppo Bell
- 41 Aziende di produzione Coop

44 Collaboratori

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

Scenario e strategia

Nel 2014, il commercio al dettaglio svizzero ha registrato un andamento positivo in un contesto economico difficile. Il commercio online si dimostra nuovamente un mercato in crescita. Strategicamente il Gruppo Coop Società Cooperativa è ben posizionato con le sue divisioni Commercio al dettaglio, Commercio all'ingrosso e Produzione.

Scenario

Una crescita più lenta in tutto il mondo e nell'UE

Nel 2014, la ripresa dell'economia mondiale è rimasta contenuta. Lo sviluppo economico nell'Eurozona è avanzato lentamente e in molti paesi emergenti è rimasto al di sotto delle aspettative. I conflitti in Ucraina e in Medio Oriente e la diffusione dell'Ebola nell'Africa occidentale hanno alimentato incertezze e frenato l'economia. Molti paesi hanno continuato a soffrire le conseguenze della crisi finanziaria con un debito alto e un alto tasso di disoccupazione. La Germania non è riuscita a far risollevere l'economia indebolita dell'eurozona euro e ha persino registrato una crescita in calo nel secondo trimestre. Anche in Francia, Italia e Spagna la crescita è rimasta molto modesta e la disoccupazione è aumentata. Gli impulsi positivi per la crescita economica sono venuti dagli Stati Uniti grazie all'aumento della domanda interna e al calo della disoccupazione.

Moderate attività d'investimento in Svizzera

Nel 2014 lo sviluppo dell'economia svizzera è stato inferiore alle previsioni. Soprattutto le moderate attività d'investimento delle aziende hanno frenato la crescita economica. Anche i consumi privati hanno registrato una lieve flessione nel 2014. Inoltre, le incertezze in vista dei possibili scenari di implementazione dell'iniziativa sull'immigrazione di massa hanno avuto un effetto frenante sulla congiuntura. Uno dei fattori positivi è stato l'alto livello occupazionale con un basso tasso di disoccupazione. Fino a ottobre 2014, la fiducia dei consumatori si è mantenuta ben al di sopra della media storica, per poi tuttavia peggiorare nel quarto trimestre.

Sviluppo moderato per il commercio al dettaglio

Dopo un 2013 moderato, la crescita del commercio al dettaglio svizzero è rimasta sottotono anche nel 2014. Mentre la crescita del volume reale delle vendite è rimasta ai livelli del 2013, il calo dei prezzi nel commercio al dettaglio è proseguito. Il crollo dei prezzi, tuttavia, si è concentrato nel 2014 sul settore Non Food, mentre i prezzi dei generi alimentari sono di nuovo aumentati leggermente dal 2013. A conti fatti, però, i prezzi al dettaglio hanno registrato un andamento negativo anche nel 2014. Lo sviluppo dei redditi disponibili e il continuo aumento del turismo degli acquisti hanno avuto inoltre un effetto negativo sui consumi. Nel 2014 i fattori positivi per il commercio al dettaglio sono stati l'aumento dell'immigrazione e il basso tasso di disoccupazione. Un mercato in forte crescita – sia in Svizzera che all'estero – è il commercio online, che nel 2014 ha registrato una forte crescita in Svizzera.

Sviluppo del commercio all'ingrosso e della produzione

Influenzato dalla situazione congiunturale mondiale e dal difficile clima economico in Europa, il mercato all'ingrosso non è riuscito a decollare neanche nel 2014. È vero che il cash&carry e il rifornimento all'ingrosso dei generi alimentari beneficiano della tendenza verso uno stile di vita urbano con un aumento del consumo fuori casa. In Polonia e Romania, tuttavia, il calo dei prezzi dei generi alimentari ha inciso sull'andamento degli affari. In Francia, il consumo fuori casa è in lieve calo, mentre in Germania e in Russia il cash&carry e il rifornimento all'ingrosso hanno registrato un andamento positivo, in Germania in special modo il rifornimento all'ingrosso di clienti della gastronomia. La Russia ha dato prova di una crescita molto dinamica,

la quale però è stata vanificata in termini nominali dal crollo della valuta. In Svizzera il settore della ristorazione si è mantenuto ai livelli dell'anno precedente. Nel 2014 la produzione alimentare ha beneficiato del fatto che la massiccia pressione sui prezzi dei generi alimentari si è attenuata.

In continua ascesa il turismo degli acquisti

Gli acquisti oltreconfine rimangono la principale concorrenza del commercio al dettaglio svizzero. Contrariamente alle previsioni, nel 2014 il turismo degli acquisti non si è stabilizzato a un alto livello, ma ha registrato nuovamente una forte crescita. La cifra d'affari ammonta ogni anno a oltre 10 miliardi di franchi, oltre il 10% di tutto il commercio al dettaglio svizzero. In questo contesto è in costante aumento anche il consumo all'estero tramite il commercio a distanza con negozi online stranieri.

La green economy richiede molti sforzi

I progetti politici per la green economy e la revisione della Legge sulla protezione dell'ambiente rappresentano sfide impegnative per il commercio al dettaglio svizzero. Da un lato bisogna proseguire sulla via percorsa verso un'economia sostenibile e la protezione delle risorse naturali attuando misure efficienti. Dall'altro bisogna fare in modo che il processo legislativo sia graduale e in linea con gli sviluppi internazionali. In base al principio della sussidiarietà, le nuove norme statali vanno applicate solo se l'efficacia degli accordi di settore o delle misure volontarie da parte dell'economia non sia sufficiente.

Gli orari di apertura dei negozi: un tema scottante

La soluzione proposta dal Consiglio federale sulla parziale armonizzazione degli orari di apertura dei negozi sotto l'egida dei cantoni viene incontro al commercio al dettaglio. Un orario di apertura più flessibile riduce l'incentivo ad acquistare al di là dei confini nazionali e assicura posti di lavoro. Inoltre, il disegno di legge soddisfa meglio le mutate esigenze e abitudini dei consumatori.

Legge Swissness concerne il commercio al dettaglio e la produzione

I prodotti svizzeri, soprattutto i generi alimentari, sono soggetti a severe normative e requisiti di qualità. Il «Made in Switzerland» è quindi un importante argomento di vendita. È qui che si allaccia il progetto di legge Swissness, che dovrebbe tutelare meglio la Svizzera come paese di provenienza. La proposta di legge prevede che i prodotti realizzati o trasformati in Svizzera possano essere promossi con la croce svizzera. Il requisito richiesto è che per i generi alimentari almeno l'80% delle materie prime provenga dalla Svizzera e che per i beni industriali al-

meno il 60% dei costi di produzione siano generati in Svizzera. Coop accoglie con favore questa maggiore trasparenza per i consumatori, che comporta però anche numerose regolamentazioni. Bisogna pertanto trovare una soluzione giuridica praticabile in concerto con le leggi sulle derrate alimentari. Questo richiede un approccio pragmatico per i prodotti fabbricati con materie prime non disponibili in Svizzera, come il cacao nel cioccolato, per esempio.

Previsioni

Debole ripresa per l'economia mondiale

Anche per il 2015 non si prevede un'accelerazione della crescita dell'economia mondiale. La crescita dei mercati emergenti sarà nuovamente contenuta. Alcuni impulsi positivi dovrebbero arrivare dagli USA, mentre per l'UE si prevede una ripresa dell'economia.

La decisione sull'euro influenza l'economia svizzera

A seguito del rafforzamento del franco svizzero, si prevede per l'economia svizzera una crescita debole. I consumi privati rimangono in un primo tempo robusti, poiché il franco forte in combinazione con i bassi prezzi del petrolio accresce il potere d'acquisto delle famiglie; tuttavia i consumi all'estero tenderanno ad aumentare. Il processo per trovare una soluzione alla possibile implementazione dell'iniziativa sull'immigrazione di massa potrebbe incidere in modo determinante sullo sviluppo dell'economia svizzera nel 2015. Un altro fattore decisivo sarà l'andamento del corso del franco nei confronti di euro e dollaro USA.

Cambia il commercio al dettaglio svizzero

La decisione da parte della Banca Nazionale Svizzera di abbandonare il tasso di cambio minimo con l'euro colpisce doppiamente il commercio al dettaglio svizzero. Da un lato, il fatturato sarà soggetto a pressione a seguito dei prezzi in calo e dell'aumento del turismo degli acquisti. Dall'altro, anche il turismo debole avrà ripercussioni negative sul commercio al dettaglio. La crescita del fatturato per gli assortimenti sostenibili e regionali rimarrà forte offrendo grandi opportunità soprattutto nell'agricoltura svizzera. La crescita dei discount in Svizzera sta rallentando, mentre continua ad aumentare la tendenza dei negozi convenienza e degli shop annessi alle stazioni di servizio. Anche nel 2015, la crescita del commercio online sarà sostanziale.

Prospettive nel commercio all'ingrosso

A causa dell'euro debole, si prevede nell'eurozona una lieve accelerazione della crescita nel 2015. Il contesto economico offre quindi opportunità di

crescita per il cash&carry e il rifornimento all'ingrosso. Impulsi positivi arrivano inoltre dalla Germania, dove la buona fiducia dei consumatori indica un'accelerazione della congiuntura. Anche la crescita dei consumi fuori casa in Europa offre opportunità di crescita. La tendenza al continuo spostamento dal cash&carry al rifornimento all'ingrosso rimane invariata.

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, Coop gestisce in Svizzera, oltre ai supermercati, 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 ristoranti, stazioni di servizio e farmacie. A tutto questo si aggiungono anche numerosi negozi online. 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, Francia, Germania, Polonia, Russia e Romania. Il gruppo Transgourmet è il numero due in Europa nel settore Cash&Carry e Foodservice. Ai clienti dell'industria alberghiera, della gastronomia, dei servizi mensa aziendali e delle istituzioni sociali il gruppo offre sia ipermercati cash&carry che il rifornimento all'ingrosso.

Nel ramo 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 anche in Europa dell'est e nel Benelux. Parallelamente il Gruppo Coop gestisce 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, raffinazione di materie prime, imbottigliamento dei vini, cosmetici e detersivi.

Il Gruppo Coop è una società cooperativa

Nel 2014 il Gruppo Coop ha festeggiato il 150° anniversario. Nel 1864 fu fondata a Schwanden nel canton Glarona la prima cooperativa di consumo svizzera ispirata ai sette principi dei «Probi Pionieri di Rochdale». Essa confluì poi nell'Unione Svizzera delle Società di Consumo (USC), fondata nel 1890,

che nel 1969 fu poi ribattezzata in Coop Svizzera. Il Gruppo Coop è quindi da sempre organizzato come società cooperativa. Dal punto di vista organizzativo si articola in sei Regioni e conta 2,5 milioni di soci. La forma giuridica di società cooperativa è risultata vincente fino ai giorni nostri. Per il Gruppo Coop i clienti – ovvero i soci – 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.



Soci cooperativi in milioni

La sostenibilità come caratteristica di posizionamento

Il fatto che la gestione aziendale sia finalizzata a un successo a lungo termine è dimostrato in particolare dall'impegno del Gruppo Coop a favore della sostenibilità, la quale 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.

Strategie e posizionamenti di successo

Orientamento alle linee guida

Per i circa 77.000 collaboratori 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.

Essere vicini alla gente

Con i suoi 1971 negozi, il Gruppo Coop gestisce la rete di punti di vendita più capillare della Svizzera. Con supermercati a quasi 2000 metri di quota, ipermercati con superfici di vendita di oltre 3500 m², grandi magazzini in posizioni comode da raggiungere-

re, 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. Gestisce inoltre 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 label di qualità sostenibili. Anche nel commercio all'ingrosso i clienti possono usufruire di interessanti assortimenti di marche proprie per tutte le fasce di prezzo. Questo è quanto garantisce il gruppo Transgourmet con l'attuazione di una strategia transnazionale di marche proprie.

Distinguerci sul mercato

Uno dei tratti distintivi e di differenziazione centrali 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 in Svizzera e all'estero.

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. Gli elementi centrali della strate-

gia logistica sono l'ampliamento dell'attuale centrale di distribuzione di Schafisheim, inclusa la costruzione di un nuovo edificio – il più grande progetto edilizio nella storia del Gruppo Coop –, e l'insediamento di un nuovo centro di produzione e logistica a Pratteln. Grazie a progetti come questi, il Gruppo Coop si posiziona come l'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 nei singoli paesi i settori del cash&carry e del 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.

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, finalizzata ad assicurare 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 punta a instaurare partnership strategiche anche per lo sviluppo degli assortimenti, per esempio con Max Havelaar, Bio Suisse, il WWF, Svizzera Turismo e la Croce Rossa Svizzera. 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. Ogni anno, il Gruppo Coop definisce gli obiettivi sovraordinati che valgono per tutto il gruppo. Il successivo processo di definizione degli obiettivi inizia con la Direzione generale e si estende attraverso tutti i livelli dell'azienda. Alla fine ne risultano misure concrete a tutti i livelli operativi.

Nel 2014, il Gruppo Coop ha realizzato nel commercio al dettaglio, all'ingrosso e nella produzione una cifra d'affari complessiva pari a 28,2 miliardi di franchi.





Cifra d'affari complessiva
in mld. di franchi

Formati di vendita

Con il label «La mia Terra», i supermercati si pongono nel segno della regionalità. Coop è leader di mercato con vari formati specializzati. Con l'acquisizione di RS Vertriebs AG e di Marché Ristoranti Svizzera SA, Coop potenzia le proprie competenze nel commercio di elettrodomestici e nel settore della ristorazione.

Supermercati

Vicini ai clienti con 837 supermercati

A fine 2014, Coop gestiva 837 supermercati in tutta la Svizzera per una superficie di vendita complessiva di 981.784 m². Il ricavo netto dei supermercati si è attestato a 10,6 miliardi di franchi, corrispondenti a un aumento di fatturato dello 0,7%. Nel corso dell'anno in esame sono stati chiusi 14 punti di vendita, mentre ne sono stati aperti 23. Tra i nuovi punti di vendita di maggior rilievo figura il supermercato Coop a Kollbrunn (ZH), che ha aperto i battenti a febbraio in una nuova sede. I clienti beneficiano di una superficie di vendita quasi raddoppiata e quindi di un assortimento più ampio. Addirittura tre volte più grande di prima è il supermercato di Versoix (GE) presso la nuova sede. Dall'inaugurazione a marzo offre una gamma di prodotti più vasta così come orari di apertura prolungati. La vecchia sede ospita ora un punto di vendita Fust. Dal mese di giugno, Coop è presente per la prima volta con un supermercato direttamente alla stazione centrale di Zurigo. Il punto di vendita è aperto tutti i giorni dalle 6 alle 22 e consente di effettuare acquisti in tempi rapidissimi grazie alle casse veloci e Self-checkout. Con l'apertura del nuovo supermercato Coop nel centro commerciale Eiger+ a Grindelwald, su una superficie di quasi 1000 m², Coop ha creato 14 nuovi posti di lavoro nella regione.

Nuovo label di qualità «La mia Terra»

Il radicamento nella realtà regionale è una tradizione da Coop. Coop gestisce da sempre nel proprio assortimento prodotti regionali e locali. Dal 2014, essi vengono pubblicizzati in modo unitario con il label di qualità «La mia Terra». Attualmente sono in vendita circa 2200 specialità prodotte nella regione e i cui ingredienti principali provengono il più possibile dalle

immediate vicinanze. In questo modo, Coop sostiene l'agricoltura e l'artigianato nelle diverse regioni della Svizzera. L'assortimento di «La mia Terra» include per esempio, oltre a generi alimentari di uso quotidiano, anche fiori recisi e piante della regione. I prodotti si trovano all'interno di specifiche aree di vendita.

Formati specializzati

Coop City: nuova presentazione delle merci

I 32 grandi magazzini Coop City hanno conquistato nel 2014 nuove quote di mercato e hanno incrementato il ricavo netto dello 0,7% a 896 milioni di franchi. I punti di vendita di Berna Marktgasse, Winterthur e San Gallo sono stati oggetto di grandi lavori di ristrutturazione nell'anno in esame. In tutti i reparti Food di Coop City, inoltre, la presentazione di frutta e verdura è stata rinnovata secondo una nuova strategia di layout. In seguito al rilancio di Coop Naturaline, i tessuti della marca propria di Coop sono stati presentati in una nuova veste nei punti di vendita. Dopo il successo riscosso dalla vendita di prova dei capi di abbigliamento del marchio internazionale F&F, per il 2015 è prevista una maggiore commercializzazione di questo brand. Viene inoltre implementata la nuova strategia Grandi Magazzini 2020+ approvata nel 2014.

Edile+Hobby fa il suo ingresso nel commercio online

Nel luglio 2014, Coop Edile+Hobby è stato il primo mercato edile in Svizzera ad avviare uno shop online con consegna a domicilio e servizio di ritiro per oltre 12.000 articoli. In collaborazione con l'azienda tedesca Dehner, Edile+Hobby ha ristrutturato altre sei filiali in base al nuovo programma per il giardinaggio e dispone ora di 55 paradisi del giardinaggio. Con un ricavo netto di 642 milioni di franchi, Edile+Hobby

continua a essere il mercato edile leader in Svizzera. Nel 2014 ha generato oltre il 13% del fatturato con la vendita di prodotti ecologici. Per rafforzare ulteriormente il suo ruolo di «Mercato edile verde», nel 2014 Edile+Hobby ha potenziato i rapporti di collaborazione con i produttori locali nell'ambito del progetto «La mia Terra». In occasione del 25° anniversario della marca propria sostenibile Coop Oecoplan, per la prima volta sono giunti sugli scaffali prodotti di noti produttori che portano anche il logo Oecoplan.

Interdiscount: forte crescita grazie alle vendite online

Nel 2014 Interdiscount ha guadagnato quote di mercato significative. A essere apprezzata in particolare modo è la possibilità di ritirare in ciascuna delle 191 filiali gli oltre 25.000 articoli del ricco assortimento online. Nel 2014, Interdiscount ha registrato per gli ordini online una crescita del fatturato pari al 128%. La ragione di questo risultato è soprattutto la rapidità della prestazione logistica: le merci ordinate nello shop online entro le ore 20 vengono consegnate direttamente il giorno successivo. Nel nuovo segmento dei clienti commerciali, Interdiscount ha registrato le prime grandi commesse e ha lanciato la carta partner riscuotendo ampio successo. Nel complesso, il fornitore di elettronica di consumo e leader di mercato ha registrato nel 2014 un ricavo netto di 984 milioni di franchi, ovvero il 6,7% in più rispetto all'anno precedente.

Toptip/Lumimart rinnova i punti di vendita

Nell'anno in esame, Toptip/Lumimart ha portato avanti l'attuazione della nuova strategia di allestimento dei negozi. Tre punti di vendita Toptip e due Lumimart sono stati ammodernati. A marzo 2015 seguirà la riapertura del flagship store di Oberentfelden che, con una superficie di vendita pari a 10.000 m², è il più grande dei 50 punti di vendita. Nel 2014, Toptip/Lumimart ha registrato un ricavo netto di 205 milioni di franchi. Il negozio online Toptip.ch ha realizzato una crescita di fatturato del 69%. Nell'anno in esame, l'immagine del negozio è stata perfezionata e l'offerta ampliata.

Import Parfumerie porta avanti il processo di modernizzazione

Nel 2014, Import Parfumerie ha trasformato altri sette punti di vendita in base alla nuova strategia di layout per i negozi. Alla fine dell'anno, 21 delle 123 profumerie in Svizzera si presentavano nella nuova veste. Nel settore online, Import Parfumerie ha generato una crescita di fatturato del 14% grazie all'ampliamento dell'offerta. In totale, il ricavo netto si è attestato a 158 milioni di franchi. Import Parfumerie ha guadagnato quote di mercato consolidando così la sua posizione leader tra le profumerie di alta gamma in Svizzera.

Christ: espansione della strategia shop-in-shop

Nel 2014, Christ Orologi & Gioielli ha trasformato radicalmente due dei suoi 73 punti di vendita in Svizzera. In altri 19 punti di vendita, inoltre, sono stati introdotti dei progetti shop-in-shop con marchi prestigiosi. Con gli shop di Longines, TAG Heuer, Rado, Tissot e Frédérique Constant, Christ sulla Bahnhof-strasse di Zurigo ha avviato una strategia unica in Svizzera. Il ricavo netto di Christ è ammontato a 97 milioni di franchi.

Fust ammodernava lo shop online e i punti di vendita

Nel 2014, l'azienda Ing. dipl. Fust SA ha consolidato il suo ruolo leader nel settore degli elettrodomestici mediante l'acquisto di RS Vertriebs AG con i marchi Nettoshop e Schubiger. Con il marchio Schubiger, RS Vertriebs AG gestisce, come affiliata indipendente di Fust, tre punti di vendita nella Svizzera orientale. Schubiger riscuote anche successo nella fornitura di servizi professionali nel settore degli elettrodomestici ad amministratori di immobili. Nel complesso, Fust ha incrementato il ricavo netto del 14,6% nell'anno in esame portandolo a 985 milioni di franchi. Dopo il rilancio dello shop online nel 2014, Fust è riuscito a triplicarne il fatturato. Nell'ambito del processo di ammodernamento delle filiali, in atto dal 2012, Fust ha inoltre ristrutturato altri 17 punti di vendita, in alcuni casi ingrandendone la superficie. Nel complesso, Fust gestisce 166 punti di vendita in tutta la Svizzera. Un'altra crescita di fatturato è stata registrata dal settore delle ristrutturazioni di cucine e bagni e da quello della gestione edilizia.

Betty Bossi potenzia il B2B

Betty Bossi SA pubblica libri di cucina e la rivista Betty Bossi, vende utensili per la cucina e la casa e fornisce consigli ai suoi clienti, sia online sia al telefono, sul tema cucina e casa. Gestisce inoltre una marca propria di prodotti freschi convenienti in vendita esclusivamente da Coop. Nell'anno in esame, Betty Bossi ha focalizzato l'attenzione sull'espansione delle attività B2B e sullo sviluppo di altre innovazioni, come ad esempio il progetto «Kochen im Ofen» (cuocere al forno). Sono stati lanciati inoltre due nuovi libri di cucina e numerosi prodotti di propria invenzione nel settore degli utensili per la cucina. Betty Bossi SA ha totalizzato nel 2014 un ricavo netto di 86 milioni di franchi, con una crescita del 4,5% rispetto al 2013.

Le farmacie Coop Vitality espandono l'offerta

Nel 2014, il ricavo netto di Coop Vitality AG è salito del 6,1% a 151 milioni di franchi. Nell'anno in esame, la società ha ampliato ancora una volta la propria rete di filiali. Con l'apertura di sei nuovi negozi, Coop Vitality contava 61 farmacie a fine anno. Sono state ampliate l'apprezzata linea di marche proprie e l'offerta

di servizi. Da marzo, Coop Vitality offre un test allergologico ultrarapido nelle sue farmacie. Da ottobre, inoltre, i clienti hanno la possibilità di convertire il loro vecchio libretto delle vaccinazioni in un libretto in formato elettronico.

The Body Shop apre il suo 50° negozio

Con l'apertura di quattro nuovi negozi, a fine 2014 The Body Shop Switzerland SA contava 50 filiali in tutta la Svizzera. Nel corso dell'anno, quattro punti di vendita sono stati ammodernati in base alla nuova strategia di layout per i negozi valido in tutto il mondo. Tra i nuovi prodotti lanciati nel 2014 si annoverano la linea di prodotti per la cura del corpo a base di olio di Argan e la linea di profumi Fidjan Water. The Body Shop ha inoltre ammodernato il suo shop online e all'inizio del 2015 ha introdotto, con la carta cliente «Love your Body», un programma di fidelizzazione della clientela con relativa app. Il ricavo netto di The Body Shop è aumentato dell'1,4% a 35 milioni di franchi.

Coop Mineraloel conquista nuove quote di mercato

Il mercato dei carburanti soffre sempre più le conseguenze dello sviluppo delle vetture a basso consumo così come la tendenza a favore del motore diesel più economico. Coop Mineraloel AG è riuscita a mantenere la propria leadership sul mercato svizzero dei prodotti convenienze e dei carburanti e a espandere la quota di mercato delle 226 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 circa 2,5 miliardi di franchi.

Coop Pronto arricchisce l'assortimento

Nel 2014, i 269 shop Coop Pronto sono riusciti a incrementare il ricavo netto del 4,6% a 776 milioni di franchi. Coop Pronto ha introdotto più di 300 nuovi prodotti nel corso dell'anno. Il tema centrale è stato ancora una volta la freschezza. Sia nel settore degli articoli refrigerati che in quello degli articoli non refrigerati, vi sono più superfici di vendita per i prodotti freschi. L'offerta di Coffee to go è stata inoltre estesa a 218 sedi. Con il lancio di una linea di pane Midi, Coop Pronto risponde in modo mirato al bisogno dei clienti di acquistare formati di pane più piccoli. Nel 2014, Coop Pronto ha introdotto in alcune delle sue filiali la vendita di articoli caldi consumabili sul posto, come le cosce di pollo. Questi prodotti vengono preparati al momento nei negozi.

Formati online

Coop punta sul cross-channel

Il commercio online acquisisce sempre più importanza. Coop punta sulla combinazione del commercio stazionario e online (cross-channel) e amplia sistematicamente la sua offerta online. Quasi tutti i formati specializzati di Coop, quindi, hanno un proprio shop online in aggiunta ai punti di vendita. Al Gruppo Coop appartengono inoltre cinque grandi formati online: Coop@home, Microspot.ch, Nettoshop.ch, la vendita di olio combustibile online di Coop Mineraloel AG nonché ITS Coop Travel.

Coop@home registra una nuova crescita a doppia cifra

Nel 2014, il supermercato online Coop@home ha registrato una nuova crescita a doppia cifra, incrementando il ricavo netto del 10,8% a 114 milioni di franchi. Grazie alla nuova centrale di distribuzione di Bussigny, Coop@home può garantire ai clienti della Svizzera romanda gli stessi tempi di ordinazione e consegna offerti a partire da Spreitenbach. Ad esempio, i clienti di Losanna che effettuano un'ordinazione entro le 14:30 riceveranno il prodotto entro le 18:00 dello stesso giorno. Nel 2014, il 25% circa degli ordini è stato effettuato tramite cellulare. Coop@home ha accolto circa 31.500 nuovi clienti, il che corrisponde a una quota di nuovi clienti del 6,6%. Il club per enoappassionati Mondovino.ch, lanciato nella primavera 2014, garantisce una presentazione ottimale del vasto assortimento di vini di Coop e Coop@home.



Incremento del fatturato di Microspot.ch in %

Microspot.ch: shop online più conveniente in Svizzera

Microspot.ch ha segnato nel 2014 un'ulteriore crescita significativa del ricavo netto a 146 milioni di franchi (+45,0%). Secondo un recente studio condotto da organizzazioni svizzere per la tutela dei consumatori, Microspot.ch è lo shop online più conveniente della Svizzera per i prodotti di elettronica. Nell'anno in esame, Microspot.ch ha realizzato per la prima volta spot televisivi in grande stile. Il formato online, inoltre, ha ampliato diversi assortimenti e da novembre gestisce un ricco assortimento di giocattoli. Tra i progetti più importanti avviati nel 2014 vi sono l'ampliamento del settore per i clienti aziendali e l'aumento delle stazioni pick-up, arrivate a quota 16. Tra queste c'è il primo punto di ritiro presso una stazione di servizio Coop.

Nettoshop.ch ora appartiene al Gruppo Coop

Dall'inizio del 2014, Nettoshop.ch appartiene al Gruppo Coop. Nettoshop.ch è il fornitore online leader in Svizzera nel settore degli elettrodomestici. Nel 2014, lo shop online ha registrato un ricavo netto di 69 milioni di franchi. Nell'anno in esame, Nettoshop.ch ha esteso le sue consegne alla Svizzera romanda e al Ticino. A seconda delle esigenze, i clienti possono scegliere tra una semplice consegna fino alla porta di casa tramite spedizioniere o un servizio di installazione a domicilio completo con istruzioni introduttive.

Olio combustibile: cresce la domanda di olio combustibile ecologico

A causa delle temperature miti in inverno e all'incremento della tassa sul CO₂ a gennaio 2014, la vendita di olio combustibile ha mostrato segni di rallentamento. Coop Mineraloel AG è riuscita comunque a mantenere la sua quota di mercato con l'olio combustibile. Nel 2014, il 29% circa dei clienti ha ordinato online l'olio combustibile da Coop Mineraloel sul sito web www.coop-heizoel.ch. La percentuale di clienti che ha acquistato olio combustibile ecologico, ovvero a bassa emissione di sostanze nocive, ha sfiorato il 50%.

Continua la crescita di ITS Coop Travel

Nel 2014, ITS Coop Travel ha visto crescere sia il volume di ospiti sia la richiesta di viaggi di alta qualità. In questo modo, l'agenzia di viaggi gestita in comune da Coop e dalla tedesca Rewe Group è riuscita a incrementare il ricavo netto del 12,0% a 78 milioni di franchi. Questo risultato positivo è riconducibile anche all'ulteriore ampliamento dell'offerta di viaggi. Alti tassi di crescita sono stati raggiunti con la Turchia e la Grecia. A novembre, ITS Coop Travel ha occupato i nuovi locali negli immobili del centro commerciale Volkiland a Volketswil. In questa sede è stata aperta anche un'agenzia di viaggi in cui i clienti possono ricevere assistenza in un ambiente accogliente.

Gastronomia e settore alberghiero

I ristoranti Coop guadagnano nuove quote di mercato

Nel 2014, i 198 esercizi gastronomici della Gastronomia Coop hanno totalizzato un ricavo netto di 243 milioni di franchi. Oltre ai 154 ristoranti Coop, la Gastronomia Coop comprende gli shop Take-it in posizioni di forte affluenza, il bar-caffetteria Ca'Puccini e la gelateria originale italiana CremAmore. I ristoranti Coop utilizzano sempre più ingredienti da produzione sostenibile. Dal 2014 acquistano esclusivamente carne di vitello, manzo e maiale di provenienza svizzera e pollo dall'Europa. Il pesce proviene esclusivamente da fonti sostenibili indicate dal WWF come «consigliate»

o «consigliate con cautela». Nell'anno in esame, i ristoranti hanno ricevuto una nuova immagine pubblicitaria. Grazie a un'intensa iniziativa di marketing sono riusciti a incrementare la quota di mercato nel 2014.

Bâle Hotels: tutte e tre le sedi nuovamente aperte

Nel marzo 2014, il Mercure Hotel Europe Basel ha riaperto dopo 16 mesi di completa ristrutturazione con il nuovo nome di Hotel Pullman Basel Europe. Pullmann, il marchio premium internazionale della catena alberghiera francese Accord, è così rappresentato per la prima volta anche in Svizzera. Il nuovo arredamento così come l'ampia vetrata della facciata contribuiscono a creare un ambiente armonioso nel Pullman Basel Europe. Dalla riapertura, l'occupazione delle camere è aumentata costantemente. Il ristorante «Les Quatre Saisons» ha ricevuto nuovamente 18 punti Gault Millau dopo la riapertura e nel dicembre 2014 è stato nuovamente insignito di una stella dalla Guida Michelin. Nel complesso, i tre alberghi Bâle Hotels – Basler-tor, Victoria e Pullman Basel Europe – hanno realizzato nel 2014 un ricavo netto di 26 milioni di franchi, ovvero il 40,6% in più rispetto all'anno precedente.


Marché: variegata offerta culinaria

Dal 2014, Marché Ristoranti Svizzera SA appartiene al 100% al Gruppo Coop. L'azienda leader in Svizzera nei servizi di ristorazione per chi viaggia gestisce ristoranti in aree di servizio autostradali nonché all'aeroporto di Zurigo, per un totale di 23 località. Con formati versatili, come Marché-Restaurant/-Bistro/-Natur-Bäckeri o Cindy's Diner, offre un servizio di ristorazione rapida e allo stesso tempo di alta qualità – e questo non solo per chi viaggia, ma anche per i clienti della regione. Nel 2014, il ricavo netto si è attestato a 118 milioni di franchi, il numero di ospiti serviti a quasi 10 milioni.

Serre tropicali: Frutigen festeggia l'anniversario

I ristoranti Oona e Mahoi, situati rispettivamente nelle serre tropicali di Frutigen e Wolhusen, sono stati premiati anche nel 2014 con 13 punti Gault Millau. Nel 2014, la serra tropicale di Frutigen ha festeggiato il suo quinto anniversario con un grande party. A causa dell'estate piovosa è stata utilizzata spesso come apprezzato programma alternativo per il cattivo tempo. 70.000 ospiti hanno visitato la serra e il ricavo netto è stato di 5,8 milioni di franchi.

Nel 2014, il ristorante Mahoi nella serra tropicale di Wolhusen ha servito circa 50.000 ospiti. Oltre a riorganizzare la mostra permanente, la serra tropicale ha dato vita alla nuova mostra speciale «Pflanzenkraft, die Hilfe schafft» (il potere curativo delle piante) con vari eventi collaterali e workshop. Nel 2014, la serra tropicale di Wolhusen ha realizzato un ricavo netto di 3,3 milioni di franchi.



Coop è leader di mercato con diversi formati specializzati: Edile+Hobby, Coop Pronto, Lumimart, Import Parfumerie, Fust e Interdiscount/Microspot.ch.

Posizione sul mercato



Offerta

Coop celebra il 25° anniversario della sua prima marca propria sostenibile Oecoplan. Con il suo mix unico di marche proprie in tutte le fasce di prezzo, interessanti articoli di marca e prodotti sostenibili, Coop offre un assortimento in grado di soddisfare qualsiasi esigenza.

Varietà dell'assortimento

L'offerta giusta per ogni cliente

Con gli oltre 40.000 articoli in vendita, Coop offre la più grande varietà d'assortimento nel commercio alimentare svizzero. Dai prodotti di marca alle marche proprie a prezzi convenienti e ai prodotti sostenibili, fino agli articoli per persone allergiche o vegetariane: Coop offre il giusto assortimento per soddisfare qualsiasi esigenza dei clienti. Nel 2014, Coop ha esteso la sua già vasta gamma di prodotti regionali e locali contrassegnandola con il nuovo label di qualità «La mia Terra». Sono stati inoltre ampliati numerosi assortimenti di prodotti sostenibili, come quello della marca propria sostenibile Ünique, già copiata in tutta Europa. In collaborazione con Service Allergie Suisse, Coop offre ancora più prodotti Near Food contrassegnati con il Label Allergia Svizzera – tra cui la linea My Baby o la linea di prodotti per la cura del corpo Coop Wel! pH 5.5 sensitive. Nel mese di agosto, Coop ha lanciato le capsule di caffè NexPod a prezzo conveniente compatibili con il sistema Nespresso®. Per il 100° anniversario della marca Coop, verso la fine dell'estate Coop ha proposto in esclusiva undici prodotti in confezione vintage. Il cioccolato, la farina o lo zucchero, per esempio, per un breve periodo hanno avuto lo stesso aspetto di cento anni fa.

Marche proprie e label di qualità sostenibili

Naturaplan: con il cuore verde verso il futuro

Dopo l'anno giubilare del 2013, nel 2014 Naturaplan si è nuovamente e di gran lunga affermata come la principale marca biologica in Svizzera. Il fatturato di Naturaplan è aumentato dell'1,6% a 954 milioni di franchi. L'assortimento di oltre 1700 prodotti, quasi tutti contrassegnati con la Gemma di Bio Suisse,

è stato nuovamente ampliato con un centinaio di innovazioni. Un risultato pionieristico è il progetto per il benessere degli animali «Pollo a duplice attitudine». Le galline di questa razza di nuova creazione sono adatte per la produzione di uova e i galli per la produzione di carne. Di regola, invece, circa due milioni di pulcini maschi provenienti da allevamenti di galline ovaiole vengono uccisi ogni anno in Svizzera perché non sono adatti all'ingrasso. Ciò non è il caso per le galline a duplice attitudine. Nel 2014, Coop ha proseguito la campagna dell'anniversario di Naturaplan con il cuore verde al centro. La nuova campagna «Per i prossimi 20 anni» mostra i figli dei contadini di Naturaplan. Per lo spot televisivo, il duo Lennon & Maysy ha registrato una versione unplugged della canzone «Love» dedicata all'agricoltura biologica.

Naturafarm è ora anche un label di qualità

I programmi di allevamento Naturafarm contribuiscono in modo considerevole al fatto che a Coop venga riconosciuta, sia a livello globale che nel commercio alimentare svizzero, la migliore prestazione nella protezione degli animali. La produzione delle aziende agricole Naturafarm si orienta a standard che vanno ben oltre i requisiti minimi di legge. Il rispetto di questi standard è verificato mediante controlli periodici e senza preavviso da parte della Protezione svizzera degli animali PSA. Dalla fine del 2013, Coop gestisce la marca propria Naturafarm come un label di qualità. Anche i fornitori di prodotti di marca che soddisfano i severi requisiti per il benessere degli animali possono pertanto contrassegnare i loro prodotti venduti da Coop con il label di qualità Naturafarm. Nel 2014, Coop Naturafarm ha realizzato un fatturato di 435 milioni di franchi. Naturafarm detiene pertanto una quota pari al 22% circa del corrispondente fatturato complessivo. Per le carni bovine e di maiale, Coop ha generato addirittura il 60% circa del fatturato con il marchio Naturafarm.

Oecoplan: l'alternativa verde da 25 anni

Con il 25° anniversario di Oecoplan, Coop ha celebrato nell'anno in esame un quarto di secolo di impegno a favore della sostenibilità. A partire dalle patate da produzione integrata e dall'alcool per pulire ecologico, la prima marca propria sostenibile di Coop offre nel frattempo oltre 2100 prodotti e servizi Non Food e Near Food per la casa e il giardino, naturalmente con il minimo impatto ambientale. L'assortimento è controllato da enti esterni e da organizzazioni indipendenti come Bio Suisse o FSC. Nell'anno giubilare, l'assortimento Oecoplan ha subito una notevole espansione. È stato inoltre possibile lanciare sul mercato prodotti in dual branding insieme ad alcuni produttori selezionati come Nespresso®. Di conseguenza, il fatturato nel 2014 è aumentato del 2,9% a 142 milioni di franchi.

Naturaline: nuovo look

Produzione ecocompatibile e condizioni di lavoro socialmente eque: i tessuti e i cosmetici Naturaline dimostrano che gioia di vivere e sostenibilità si completano egregiamente a vicenda. Per rendere il look più accattivante, nel 2014 sono stati riprogettati sia il design degli imballaggi che la presentazione nei punti di vendita oltre che l'intero assortimento tessile. Coop ha inoltre creato insieme a Melanie Winiger la nuova linea «Naturaline by Melanie Winiger». Il nuovo look globale ha riscosso successi generando per la catena di grandi magazzini Coop City una crescita del 4,4% per i prodotti tessili Naturaline. In totale, Naturaline ha realizzato un fatturato di 59 milioni di franchi. Nel 2015, la marca propria celebra 20 anni di «bio & fair» che garantisce gli elevati standard di produzione anche per il futuro: produzione equo-solidale al 100%, cotone bio al 100%, trasparenza nella catena di fornitura al 100% e neutralità CO₂ al 100%.

Pro Montagna: nuovi prodotti di montagna svizzeri

Sotto la marca propria Pro Montagna, Coop vende prodotti di qualità genuini realizzati e lavorati nelle regioni svizzere di montagna. Con l'acquisto di questi prodotti, i clienti sostengono il Padrinato Coop per le regioni di montagna per il quale nel 2014 è stato raccolto più di un milione di franchi. Pro Montagna ha generato un fatturato di 38 milioni di franchi. Nel 2014, l'assortimento è stato ampliato, tra l'altro, con la Urnerboden Alpraclette (raclette del caseificio alpino di Urnerboden) e i maccheroni di montagna della valle di Goms, e comprende ora circa 230 prodotti di montagna e d'alpe.

Ünique: piccoli individualisti nello scaffale delle verdure

Dal luglio 2013, la frutta e la verdura di qualità impeccabile, ma dall'aspetto fuori norma, trova posto

sugli scaffali di Coop. Coop promuove così maggiormente la valorizzazione di tutto il raccolto. Dopo il successo del lancio, accompagnato da una forte copertura mediatica, dal 2014 Ünique è gestita come una marca propria sostenibile. Le carote, un mix di verdure e ora anche i cetrioli fanno parte di questo assortimento.

Pro Specie Rara: la pastinaca è in pieno trend

Dal 1999, Coop lavora insieme alla Fondazione Pro Specie Rara per preservare la biodiversità nell'agricoltura svizzera. Benché nell'estate del 2014 le condizioni di coltivazione non siano state ideali, Coop è riuscita ad aumentare del 23,4% il fatturato con i prodotti Pro Specie Rara. La pastinaca ha acquisito grande popolarità. Nella seconda metà dell'anno, Coop ha inserito nel proprio assortimento per circa quattro mesi il nuovo pane di farro monococco Pro Specie Rara.

Slow Food: preservare le tradizioni

Un consumo consapevole e la conservazione della biodiversità e di antichi processi produttivi: ecco per cosa s'impegna l'organizzazione non profit Slow Food. Da un lato, Coop sostiene Slow Food con la vendita di una cinquantina di prodotti alimentari Slow Food nel proprio assortimento. Dall'altro aiuta l'organizzazione a insediare nuovi Presidi. Nel 2014, i 24 Presidi svizzeri presenti finora sono stati integrati dal Presidio Carne secca tradizionale dei Grigioni.

Fairtrade Max Havelaar: nuovi progetti innovativi

Il label di qualità del commercio equo e solidale è sinonimo di un'agricoltura ecologica e socialmente compatibile oltre che di condizioni commerciali eque. Più della metà dei prodotti Fairtrade venduti in Svizzera proviene da un negozio Coop. Questo risultato è dovuto all'espansione sistematica dell'offerta e alla sostituzione di interi assortimenti con i prodotti Max Havelaar. Coop ha per esempio lanciato, all'inizio del 2014, il programma del cacao Fairtrade che permette ai coltivatori di cacao con certificazione Fairtrade di realizzare più fatturato. In collaborazione con Coop City e Christ è stata lanciata la prima collezione in Svizzera di gioielli in oro certificato Fairtrade. Nell'anno in esame, il fatturato è aumentato del 18,7% portandosi a 260 milioni di franchi.

Bio: un successo che dura

Coop è leader di mercato per i prodotti bio. Quasi un prodotto bio su due venduto in Svizzera proviene da un negozio Coop. In questo settore, Coop punta sulla Gemma di Bio Suisse. Le direttive Bio Suisse, e quindi anche i requisiti imposti dalla Gemma, rientrano tra le più severe al mondo per i prodotti biolo-

gici. Da oltre 20 anni, Coop lavora a stretto contatto con Bio Suisse e offre, oltre agli alimenti biologici – molti dei quali venduti con la marca propria Naturaplan –, anche i prodotti per il giardino biologico a marchio Coop Oecoplan provvisti della Gemma di Bio Suisse. Coop è riuscita a superare nuovamente l'eccezionale risultato dell'anno giubilare di Naturaplan generando nell'anno in esame un fatturato di 1,1 miliardi di franchi svizzeri con i prodotti biologici, con una crescita del 2,0%.

MSC: più scelta di pesce sostenibile

Il marchio di qualità MSC è sinonimo di pesce e frutti di mare pescati in modo sostenibile. Oltre alla protezione delle risorse, il Marine Stewardship Council (MSC) s'impegna a favore di un impatto minimo sull'ecosistema e di una gestione responsabile della pesca. Da Coop, il 57% circa dell'assortimento dei prodotti ittici di cattura è certificato MSC. Nel 2014, Coop è stato il primo rivenditore in Svizzera a tenere nel proprio assortimento solo scorfani certificati MSC. Il fatturato registrato con pesce e frutti di mare certificati MSC è aumentato del 25,1% a 87 milioni di franchi.



**Crescita del fatturato
con prodotti sostenibili in %**

FSC: aumenta l'assortimento del legno certificato

Il Forest Stewardship Council (FSC) s'impegna in tutto il mondo a favore di una silvicoltura ecologica, sociocompatibile ed economicamente sostenibile. Coop lavora da dodici anni a stretto contatto con FSC e intende integrare nel proprio assortimento la maggior quantità possibile di legno certificato FSC. Nei supermercati Coop, nei Grandi Magazzini Coop City e nei centri Edile+Hobby, il 67% dell'assortimento di legno è già certificato FSC, tra cui, come novità, le doghe per terrazze di Oecoplan. Nel 2014, il fatturato di prodotti FSC del Gruppo Coop ammontava a 142 milioni di franchi, con una crescita del 5,5% rispetto al 2013.

Alto fusto Suisse: per la conservazione delle varietà antiche

È dal 2008 che Coop collabora con Alto fusto Suisse. L'associazione è impegnata nella conservazione e promozione dei frutteti ad alto fusto in Svizzera. Questi alberi producono una grande varietà di frutti e costituiscono l'habitat ideale per alcune specie

animali in via di estinzione. L'assortimento Coop comprende ormai una quarantina di prodotti interamente provenienti da alberi di alto fusto in Svizzera. L'assortimento di succhi di mela della marca propria Qualité & Prix è costituita interamente da prodotti di frutteti ad alto fusto. Nell'anno in esame, anche il birnel bio è stato integrato in questo assortimento ed è stata introdotta la frutta secca Fine Food Swiss Mix. Ciò ha contribuito a incrementare il fatturato con prodotti Alto fusto Suisse del 44,1%.

Prodotti dei Parchi svizzeri venduti da Coop

La Rete Parchi Svizzeri comprende attualmente 16 parchi d'importanza nazionale, tra cui un parco nazionale e un parco naturale periurbano. Essi costituiscono i paesaggi naturali e culturali più incontaminati della Svizzera con una variegata fauna e flora. Dal 2013, Coop è partner di questa rete. Gradualmente integra nell'assortimento delle rispettive Regioni di vendita articoli che sono prodotti nei parchi e contrassegnati con il marchio ufficiale «Parchi svizzeri». Oltre a molti prodotti di carne e latticini, l'offerta comprende anche tè, farina e miscele per il pane, pasta e olio.

Topten: per un basso consumo energetico

I prodotti di marca propria con un consumo energetico particolarmente basso ed elementi innocui per la salute sono contrassegnati da Coop con il marchio di qualità Topten dell'Agenzia svizzera per l'efficienza energetica. Oltre 1500 prodotti nei formati di vendita Coop soddisfano già i criteri Topten. Nel 2014, il fatturato dei prodotti Topten generato dal Gruppo Coop è stato di 149 milioni di franchi.

Marche proprie per gruppi target specifici

Prix Garantie: rilancio della linea di prezzi bassi

Con la campagna «Bastano quattro soldi per riempire la borsa della spesa» e il nuovo look della confezione, Prix Garantie si rivolge in modo mirato alle famiglie. La linea di prezzi bassi di Coop offre buona qualità a prezzi bassissimi, sgravando quindi sensibilmente il bilancio familiare. L'assortimento di 420 articoli viene testato e adattato periodicamente in base alle esigenze delle famiglie. Nel 2014 sono stati per esempio integrati nuovi latticini e prodotti per l'igiene. Il fatturato di Prix Garantie si è attestato a quasi 303 milioni di franchi. Il leggero calo rispetto all'anno precedente è dovuto a numerose riduzioni di prezzo.

Fine Food offre una straordinaria qualità gastronomica

Prelibatezze culinarie a prezzi accessibili – questa è la linea di specialità Coop Fine Food. L'assortimento Food comprende circa 300 articoli ed è stato integrato nell'anno in esame da 30 novità. Il fatturato di 85 milioni di franchi si è mantenuto ai livelli dell'anno precedente. Nel 2015, la marca propria Fine Food festeggia il decimo anniversario.

Con Betty Bossi è più facile cucinare da soli

Nel 2014, Coop ha portato sul mercato circa 150 novità di Betty Bossi, la linea di prodotti freschi convenienze di maggior successo in Svizzera, tra cui per la prima volta articoli caldi per il consumo «on the go». In autunno è stata lanciata una nuova linea di assortimento «let's cook»: verdura già mondata, salse pronte e contorni precotti come la pasta sono in vendita come componenti singole, e agevolano il lavoro alle persone che desiderano cucinare personalmente piatti sani senza grandi preparativi. A maggio, Coop ha inoltre lanciato quattro tipi di lasagne Betty Bossi prodotte in Svizzera con carne svizzera. Nel 2014, Coop ha generato con i prodotti Betty Bossi un fatturato di 470 milioni di franchi, segnando una crescita del 2,2% rispetto al 2013.

Primagusto: frutta e verdura di prim'ordine

La marca propria Primagusto promette frutta e verdura dal sapore particolarmente intenso. Nell'anno in esame, l'assortimento è stato ampliato di dieci articoli a 42 prodotti stagionali. E i clienti apprezzano: con un fatturato di 71 milioni di franchi e una crescita del 26,9% le vendite dello scorso anno sono state nettamente superate.

Weight Watchers: il gusto della leggerezza

Con l'assortimento Weight Watchers, commercializzato in esclusiva per la Svizzera e costantemente ampliato, Coop offre ai suoi clienti un'alimentazione leggera ed equilibrata. Nel 2014, Coop ha ottimizzato le ricette di alcuni articoli esistenti, introdotto nuovi gusti e ampliato l'offerta di prodotti freschi convenienze. L'assortimento comprende 125 prodotti, tra cui latticini, bevande, prodotti da forno, dolci e prodotti a base di carne.

Jamadu: stile di vita equilibrato per i bambini

La marca propria Jamadu comprende un centinaio di prodotti nei settori Food, Non Food e Near Food, orientati a un'alimentazione il più possibile equilibrata oltre che alle attività fisiche e al divertimento per i bambini. Nel 2014, l'assortimento è stato arricchito di novità testate come sempre dalla Kids Experts Jury di Jamadu. L'offerta è integrata da numerose attività dell'universo di Jamadu e dei

suoi amici, come le feste di compleanno Jamadu. Il fatturato realizzato con questa linea è stato di 17 milioni di franchi.

Karma: viaggio culinario nel mondo senza carne

L'assortimento della linea di prodotti vegetariani Karma, lanciata nel 2013, non è rivolto solo ai vegetariani, ma a tutti coloro che di tanto in tanto desiderano rinunciare alla carne. L'offerta va dalle varianti di tofu ai piatti pronti, dalle merendine all'hummus, e offre a tutti l'alimentazione adatta. Nell'anno in esame, Coop ha ampliato l'assortimento con 25 novità portandolo a una sessantina di prodotti, tra cui 29 articoli vegani e 15 articoli certificati con la Gemma Bio. Particolarmente apprezzata nel 2014 è stata la Pasta alla Norma Karma che Coop ha inserito nell'assortimento in seguito a una votazione online. Karma ha realizzato nel 2014 un fatturato di 23 milioni di franchi.

Délicorn permette di grigliare senza carne

Fa sempre più tendenza rinunciare alla carne. Coop offre gustose alternative alla carne, per esempio con la sua linea vegetariana Délicorn. I prodotti sono realizzati con materie prime naturali come verdura, soia, frumento o proteine del latte. Coop amplia continuamente la sua gamma di prodotti, ad esempio con gli spiedini nell'estate del 2014.

Free From – ora anche sui prodotti Schär

Nella linea Free From, le persone con allergie e intolleranze trovano una vasta gamma di un'ottantina di prodotti privi di allergeni come lattosio e glutine. Coop contrassegna inoltre sempre più prodotti di marca propria senza lattosio e glutine con il marchio ufficiale di IG Zöliakie o con il simbolo proprio di Coop per i prodotti privi di lattosio. I prodotti senza glutine dell'azienda Schär sono ora provvisti del logo Free From. Grazie a questi accorgimenti, i clienti di Coop individuano a colpo d'occhio quali articoli sono privi di allergeni. Il sito web di Free From nel suo nuovo look fornisce molte informazioni utili sulle allergie alimentari, ricette senza glutine e suggerimenti per un acquisto sicuro. Nell'anno in esame, Free From ha realizzato un fatturato di 25 milioni di franchi, con una crescita del 15,7% rispetto al 2013.

Marche proprie standard

Coop Qualité & Prix: il centenario della marca propria Coop

Prodotti di buona qualità a prezzi ragionevoli: questo è quello che offre Coop Qualité & Prix ormai da 100 anni. Con oltre 5500 articoli e un fatturato

La regionalità è una tradizione per Coop.
Con il nuovo label di qualità «La mia Terra»
Coop propone un pluralità di prodotti
regionali e locali, tra i quali più di 450 vini.





vini regionali

di oltre 2 miliardi di franchi, la prima marca propria nazionale nel commercio al dettaglio svizzero rappresenta il cuore dell'offerta di Coop. Per celebrare lo storico evento, Coop ha offerto per un breve periodo di tempo e in esclusiva alcuni prodotti in confezione vintage, come per esempio i bastoncini alle nocciole in una scatola di latta dal look retrò.

Articoli di marca

Novità che arricchiscono l'assortimento

Coop offre ai propri clienti la più grande varietà di marche nel commercio al dettaglio svizzero. Per gli articoli di marca, Coop garantisce la parità di prezzo rispetto ai principali concorrenti. Inoltre vende i prodotti più popolari a prezzi da discount. Nell'anno in esame, l'assortimento è stato ampliato con diversi nuovi prodotti, tra cui le salse Thomy per il barbecue, la pasta Rummo, la Fanta Shokata al gusto di sambuco, il Chai Latte di Emmi o la bevanda di tendenza Sommersby. Per gli amanti del cioccolato, Coop ha inserito nell'assortimento la linea di Cailler Les Recettes, e per gli spuntini tra un pasto e l'altro offre ora i «My Muesli to go».

Prezzo

Impegno per prezzi al consumo convenienti

Coop ritiene importante che tra prezzo e prestazione ci sia un rapporto ottimale; a tal fine s'impegna a favore di prezzi al consumo convenienti. Anche nell'anno in esame ha abbassato i prezzi di oltre 1000 prodotti nell'assortimento delle marche proprie e degli articoli di marca. Coop ha avviato tre grandi campagne di riduzione dei prezzi e altri periodici abbassamenti di prezzo in tutti i settori merceologici, comunicandoli su Cooperazione. La volatilità dei prezzi delle materie prime ha rappresentato una grossa sfida nel 2014. È aumentato per esempio il prezzo di riso, caffè e patate dovuto alla scarsità di materie prime, alla crescita della domanda e all'aumento dei costi di produzione. Nel contempo, vi sono stati anche settori merceologici per i quali, grazie al calo dei prezzi delle materie prime, Coop ha rivisto i prezzi al ribasso, come per la carne di maiale e lo zucchero. Nel complesso, il canale dei supermercati ha generato un rincaro dello 0,7%. A causa del persistente rincaro fortemente negativo nel settore Non Food, Coop ha registrato nel commercio al dettaglio un rincaro negativo dello 0,5%.

Osservatorio dei prezzi: Coop offre prezzi competitivi

Dal 2008, un istituto di ricerche di mercato indipendente operante in tutto il mondo crea ogni mese, su incarico di Coop, l'Osservatorio dei prezzi Coop assicurando la corretta selezione e la comparabilità dei prodotti. L'Osservatorio dei prezzi Coop confronta periodicamente oltre 2000 articoli di uso quotidiano venduti in tutta la Svizzera che fanno parte degli assortimenti di Coop e del suo principale concorrente. Vengono confrontate quattro categorie: articoli dal prezzo più basso, articoli di marca propria, articoli di marca e articoli di marca a prezzo discount. In questo modo, Coop garantisce la parità di prezzo rispetto al principale concorrente. Il 2014 ha dimostrato nuovamente che i prezzi di Coop sono competitivi. In tutte le fasce di prezzo, Coop era in media uguale o migliore rispetto al suo concorrente principale. I risultati dell'Osservatorio dei prezzi Coop vengono pubblicati periodicamente su Cooperazione.

Prestazioni supplementari

Coop lancia il club per enoappassionati Mondovino, amplia la propria offerta e potenzia le competenze di consulenza come principale rivenditore di vini in Svizzera. Il laboratorio di Coop esegue oltre 550.000 test di qualità. Cooperazione esce ora in formato rivista e si rivolge maggiormente alle famiglie.

Servizi

Servizio consumatori: due diventano uno

Per gestire con maggior efficienza le richieste della clientela di Coop e degli utenti di Supercard, nel 2014 Coop ha riunito il Servizio consumatori Supercard e quello Coop. Sono così state gestite 530.000 richieste, di cui quasi 200.000 direttamente in Internet. Le richieste riguardavano in particolare i prodotti e l'assortimento, azioni e altre attività di marketing, la qualità, la Supercard, Hello Family, Mondovino e il Digital Couponing. Tutte le richieste dei clienti confluiscono in un reporting e incidono sulle future decisioni aziendali.

Ufficio stampa: molte domande sulle nuove tecnologie

Nell'anno in esame, l'Ufficio stampa Coop ha inviato 46 comunicati stampa, invitato a cinque conferenze stampa, effettuato 13 spedizioni di prodotti e risposto a 1974 domande da parte dei media. Oltre ai temi della sostenibilità e della qualità, nel 2014 sono state al centro dell'attenzione dei media le offerte online, le nuove tecnologie e le soluzioni informatiche. Sono aumentate le richieste di informazioni sulla possibilità di pagamento contactless e sulle possibilità di self-scanning.

Il club Hello Family in tour con gli Schwiizergoofe

Con circa 1,3 milioni di utenti registrati alla fine del 2014, tra cui oltre 410.000 famiglie, il club Hello Family è ulteriormente cresciuto. Coop amplia costantemente la propria offerta. I soci hanno beneficiato di buoni digitali esclusivi o potuto raccogliere punti per ricevere una cucina giocattolo in legno. I soci con figli di età compresa tra 3 e 13 anni hanno ricevuto gratuitamente per posta l'album Disney Tutti ai fornelli.

Il primo giorno di scuola, il club Hello Family ha estratto a sorte 20.000 sacchetti per il primo giorno di scuola contenenti prodotti Jamadu e altri articoli. Per il Tour Schwiizergoofe Hello Family 2014, i soci del club hanno potuto beneficiare di biglietti scontati e del 25% di sconto sulla prevendita dei nuovi CD.

Mondovino: il nuovo club di Coop per gli enoappassionati

Coop ha un elevato livello di competenza in materia di vini e un'ampia scelta di prodotti. Per offrire ai clienti attuali e potenziali un servizio ancora migliore, Coop riunisce tutte le informazioni, le offerte e le attività collegate al vino nel nuovo club Mondovino. I soci del club ricevono suggerimenti personalizzati e beneficiano di promozioni e offerte esclusive e di un vasto know-how sui vini. In qualsiasi momento possono inoltre consultare l'offerta di vini di Coop e avere sotto controllo gli acquisti effettuati. Le informazioni sono disponibili online e tramite l'app Mondovino. All'iscrizione, tutti i soci ricevono una Supercard aggiornata con il design Mondovino.

Supercard: nuova opzione di pagamento nel Ticketshop

La Supercard Coop è il programma di fidelizzazione della clientela con il maggior successo in Svizzera. Nel 2014, 3,2 milioni di fuochi hanno raccolto attivamente i punti fedeltà. Nell'esercizio in esame, i clienti hanno potuto raccogliere i punti presso nuovi partner, per esempio presso le serre tropicali di Frutigen e Wolhusen. Coop ha ampliato anche le opzioni di pagamento con i punti. Oltre ai prodotti Non Food nei grandi magazzini Coop City e alle promozioni selezionate Supercash nei supermercati e in altri formati di vendita, dal 2014 è possibile pagare con i superpunti anche i biglietti di vari eventi.

La Supercardplus consente di effettuare pagamenti contactless

Con la carta di credito gratuita Supercardplus, disponibile in versione MasterCard o Visa, i clienti possono raccogliere superpunti automaticamente a ogni acquisto. Nel 2014, oltre 400.000 clienti hanno utilizzato la Supercardplus. Nel corso dell'anno, per la Mastercard è stata introdotta la tecnologia Near Field Communication (NFC). Per pagare è ora sufficiente avvicinare la carta al terminale di pagamento; per gli importi fino a 40 franchi non occorre inserire il codice PIN.



Soci Hello Family in milioni

Coop Mobile: forte crescita della clientela

Nel 2014, Coop Mobile ha acquisito nuovamente numerosi clienti: quasi 15.000 hanno stipulato un contratto, mentre 60.000 hanno optato per un'offerta prepaid. Coop Mobile ha risposto con nuove offerte alla domanda in costante crescita relativa al volume dati. Con l'abbonamento Surf Plus, gli utenti che navigano assiduamente su Internet hanno a disposizione un volume di 1,5 GB al mese. Anche i clienti con offerta prepaid possono usufruire delle nuove opzioni dati e acquistare per esempio un pacchetto dati annuale. Dalla primavera 2014, l'offerta di Coop Mobile è disponibile anche presso lo specialista di telecomunicazioni indipendente Mobilezone.

Carte regalo: ora anche come app

Dalla metà del 2014, i clienti possono caricare sull'app Carta regalo, e quindi sul cellulare, la carta regalo «Per pagare senza contanti» acquistata fisicamente e sempre ricaricabile. Alla cassa si paga semplicemente presentando il codice a barre. Per la prima volta, i clienti possono caricare la carta regalo di Natale con l'importo desiderato.

Cassa Depositi Coop: il miglior tasso di cambio con l'euro

Un sondaggio condotto dalla rivista economica «cash.ch» lo ha dimostrato anche nel 2014: con il servizio senza spese della Cassa Depositi Coop, i clienti ricevono il miglior tasso di cambio con l'euro. Il numero di operazioni di cambio ha raggiunto un nuovo record. Anche i depositi della clientela sono aumentati costantemente. Nel 2014, la rete della Cassa Depositi Coop comprendeva 27 filiali.

Gestione della qualità

Qualità lungo l'intera filiera

Per Coop, l'assicurazione qualità consiste in un processo che comprende l'intera filiera, dall'estrazione delle materie prime fino al cliente. I processi di approvvigionamento, produzione, logistica e vendita costituiscono gli elementi di base della gestione della qualità, che coordina tutte le attività. I rischi vengono valutati lungo l'intera filiera di creazione di valore per poi essere gestiti con misure appropriate. Gli esperti di Coop lavorano a stretto contatto con le autorità e la comunità scientifica. Le analisi vengono eseguite nei laboratori Coop, mentre i fornitori sono sottoposti a controlli. A ciò si aggiungono il monitoraggio della catena del freddo e regolari controlli a sorpresa presso i punti di vendita. Nel 2014, Coop ha eseguito più di 550.000 verifiche su oltre 24.000 campioni. Anche ai propri partner Coop chiede un sistema di gestione qualità e il rispetto di requisiti qualitativi, sociali, etici e ambientali. Enti di controllo indipendenti controllano i fornitori garantendo la conformità agli standard ufficiali della Global Food Safety Initiative (GFSI). Nell'approvvigionamento di merce dall'Estremo Oriente, il controllo della qualità è monitorato direttamente sul posto dalla società d'acquisti Eurogroup Far East Ltd. Al fine di garantire i più elevati standard di qualità fino al consumatore finale, il personale di vendita e dei ristoranti viene inoltre formato periodicamente in materia di igiene aziendale, personale e dei prodotti. Regolari ispezioni senza preavviso sono volte a verificarne la corretta attuazione. Dal 2012, tutti i negozi con vendita al banco sono controllati e certificati dall'ente di controllo indipendente q.inspecta in relazione al rispetto dei requisiti di qualità. Nel 2014, un totale di 430 punti di vendita è stato sottoposto ad audit con successo.

Nuovo centro qualità a Pratteln

Nel corso dell'anno in esame è proseguita l'attuazione della nuova strategia di qualità. Al fine di rispondere anche alle sfide future nei controlli sui prodotti, nel contesto della Strategia Logistica e Panetterie 2015+ è stato deciso di integrare la gestione nazionale della qualità nel nuovo centro di produzione di Pratteln. Così gli esperti del laboratorio centrale, dell'assicurazione qualità per i processi di approvvigionamento, logistica e vendita, nonché il Servizio specializzato Etichettatura/Dietetica disporranno del più moderno laboratorio della Svizzera.

Pubblicità/Comunicazione

La pubblicità Coop raggiunge i target più diversi

Con una nuova canzone dedicata all'agricoltura biologica, Coop ha inaugurato nel febbraio 2014 i prossimi vent'anni di Naturaplan. La canzone, cantata dalle sorelle canadesi Lennon e Maisy, ha ottenuto il disco d'oro (come già il brano precedente) e totalizzato più di 3,4 milioni di visualizzazioni su Youtube. Sempre a febbraio è stata lanciata la campagna per la prima collezione Naturaline della presentatrice e attrice Melanie Winiger. A maggio, Coop ha inaugurato, come maggior rivenditore di vini della Svizzera, il club per enoappassionati Mondovino. Questo mondo di esperienze si estende dai negozi all'app passando per il sito web. Nel mese di ottobre, in collaborazione con Disney, Coop ha distribuito con il motto «Tutti ai fornelli» oltre 50 milioni di bustine di figurine e più di 7 milioni di Stikeez (pupazzetti 3D con ventosa), motivando al contempo le famiglie a cucinare insieme. Tra le misure pubblicitarie durature di Coop c'è l'allestimento di nuove immagini suggestive nei propri supermercati che conferiscono alle filiali un'atmosfera di un vero mercato.

Stampa Coop: Cooperazione ora in formato rivista

Secondo il sondaggio annuale della società svizzera indipendente di ricerca sui media Wemf AG, nel 2014 Coopzeitung, Coopération e Cooperazione hanno consolidato nuovamente le loro posizioni di testate più lette in Svizzera. Con una tiratura totale di 2.550.290 copie, i tre settimanali sono letti da oltre 3,5 milioni di persone. Dal settembre 2014 escono nel moderno formato rivista. I giornali offrono un maggior valore informativo rivolgendosi maggiormente alle famiglie. Su una pagina aggiuntiva nella sezione regionale, la stampa Coop parla ogni settimana di temi relativi alla nuova campagna «La mia Terra». Per ciascuna delle sei promozioni evento di Coop, dedicate tra l'altro ai temi Svizzera e Famiglia, Cooperazione ha realizzato un numero speciale. In collaborazione con Svizzera Turismo, la stampa Coop ha lanciato anche nel 2014 due allegati con offerte esclusive per il tempo libero. Oltre a Cooperazione, la stampa Coop è anche responsabile della pubblicazione delle riviste del personale Coop Forte e Transgourmet.

Internet: aumento degli accessi mobili

Anche nel 2014 i siti Coop hanno goduto di grande popolarità. Le cifre d'utilizzo sono nuovamente aumentate, in parte per via del crescente numero di utenti con smartphone e tablet. Coop ottimizza sistematicamente tutti i nuovi siti web per i dispositivi mobili. I servizi come i buoni digitali sono utilizzati assiduamente.

Sponsorizzazioni: un anno nel segno del regionalismo

Con le proprie attività di sponsorizzazione, Coop vuole regalare emozioni ai clienti. Nel 2014, la Festa federale dello jodel di Davos ha rappresentato il clou indiscusso delle attività di sponsorizzazione di Coop. Circa 125.000 visitatori e più di 9000 partecipanti attivi hanno vissuto tre giorni pieni di canti, suoni di corni alpini, sbandieratori e costumi.

Con un variegato spettacolo artistico liberamente ispirato a Jean Tinguely, Cyclope ha entusiasmato oltre 53.000 visitatori a Winterthur e Basilea con Coop in veste di presenting sponsor. La Sfida fra comuni Coop di Svizzera in movimento, uno dei più popolari eventi sportivi in Svizzera, ha registrato nel 2014, per il decimo anniversario, un nuovo record di partecipanti. Per la prima volta nei loro 42 anni di palcoscenico, i virtuosi del silenzio Mummenschanz sono andati in tournée in tutta la Svizzera con il programma per famiglie Mummenschanz 4families. Un'altra prima è stata quella dello Schwiizergoofe Hello Family Tour 2014, con Coop in veste di presenting sponsor. Il tour ha fatto il tutto esaurito in otto città. Nel 2014, il bus «La mia Terra» ha percorso tutta la Svizzera con giochi e una degustazione di prodotti regionali. Dal marzo 2014, inoltre, una locomotiva delle Ferrovie Federali Svizzere con il quadrifoglio «La mia Terra» sfreccia per tutta la Svizzera.

Logistica, Informatica e Immobili

Coop pone la prima pietra per il nuovo centro di produzione e logistica di Pratteln. Grazie all'affiliata Railcare, Coop trasferisce ulteriori trasporti dalla strada alla rotaia. L'Informatica porta ancora più casse Self-checkout nei supermercati. Immobilien AG punta sull'edilizia sostenibile.

Logistica

I lavori di costruzione a Schafisheim procedono nei tempi previsti

Il cuore della Strategia Logistica e Panetterie 2015+ (LoBOS) di Coop, approvata nel 2010, è l'ampliamento della centrale di distribuzione a Schafisheim nel Canton Argovia. Qui Coop sta ampliando la superficie dell'attuale centrale di distribuzione a 73.000 m² integrandola inoltre con un nuovo edificio di circa 164.000 m². L'edificio esistente ampliato ospiterà la logistica regionale, mentre in quello nuovo troveranno posto un magazzino nazionale per i surgelati e la più grande panetteria/pasticceria della Svizzera. Schafisheim è il più grande progetto edilizio nella storia di Coop. Sin dalla posa della prima pietra nel giugno 2013, i lavori di costruzione sono andati avanti a ritmo sostenuto. Alquanto impegnativa è stata la costruzione dell'edificio annesso all'attuale sede della logistica, in cui in futuro troverà posto la logistica del freddo e della freschezza. I lavori qui si sono svolti in contemporanea all'esercizio regolare, cosa che ha imposto una pianificazione e una sincronizzazione accurate. In ogni momento, quindi, si è dovuto garantire che le merci fossero consegnate puntualmente ai punti di vendita nonostante i lavori di ristrutturazione, e che la catena del freddo fosse rispettata sistematicamente. La sede della logistica della centrale di distribuzione di Schafisheim dovrebbe essere completata alla fine del 2015 ed essere portata a pieno regime nel 2016. La panetteria industriale e la pasticceria avvieranno la produzione a scaglioni nella primavera del 2016 e raggiungeranno la piena capacità produttiva verso la metà del 2017. La concentrazione della logistica nella sede di Schafisheim, il trasferimento di nuovi trasporti dalla strada alla rotaia e la costruzione di una propria

centrale a biomassa per la produzione di calore consentiranno a Coop di ridurre le emissioni annue di CO₂ di oltre 10.000 tonnellate.

Posa della prima pietra per il grande progetto di Pratteln

Nella Strategia Logistica e Panetterie 2015+ di Coop rientra anche un secondo grande progetto: la costruzione di un nuovo centro di produzione e logistica a Pratteln (BL). Entro settembre 2018, nella zona di Salina Raurica, le tre aziende di produzione svizzere Chocolats Halba (produzione di cioccolato), Sunray (approvvigionamento di materie prime) e Cave (impianto di imbottigliamento) saranno riunite sotto lo stesso tetto insieme alla Logistica su una superficie di 78.000 m². Dopo un'intensa fase di pianificazione e la concessione del permesso di costruzione, il 17 settembre 2014 si sono svolti i festeggiamenti per la posa della prima pietra. Nel nuovo edificio di Pratteln è previsto anche un nuovo laboratorio ultramoderno per il controllo qualità. Con il progetto edilizio di Pratteln, Coop rinnova chiaramente il proprio impegno a mantenere la produzione in Svizzera. La concentrazione nella sede di Pratteln porterà non solo risparmi annuali ricorrenti sui costi per 10 milioni di franchi, ma anche una massiccia riduzione delle emissioni di CO₂.

Scenari d'emergenza per le centrali di distribuzione Coop

Se in una delle centrali di distribuzione regionali di Coop dovesse verificarsi un'interruzione nel funzionamento degli impianti centrali o addirittura un'interruzione totale, i punti di vendita interessati andrebbero riforniti da un'altra centrale di distribuzione. Per garantire un passaggio di consegne senza intoppi si dovrebbero adeguare numerosi processi

in modo rapido e automatico. Nel 2014, Coop ha svolto il lavoro di programmazione necessario definendo con esattezza quale centrale di distribuzione regionale deve provvedere, in sostituzione, alla fornitura dei punti di vendita colpiti in caso di emergenza. Coop ha svolto varie simulazioni in cui ciascun punto di vendita è stato rifornito da una centrale di distribuzione alternativa a scopo di test.



Tonnellate di emissioni di CO₂ in meno all'anno grazie a Schafisheim

Railcare e Coop si avvicinano sempre più

Dopo la rapida crescita degli ultimi anni e il rilevamento di tre terminal della Posta trasformati in propri hub, l'anno 2014 si è svolto nel segno del consolidamento per l'azienda di trasporti Railcare AG. L'attenzione si è concentrata sulla riorganizzazione e sul consolidamento delle strutture così come sulla formazione continua del personale. In futuro, per esempio, i camionisti potranno essere impiegati anche come macchinisti manovratori. Coop e la sua affiliata Railcare hanno continuato inoltre a sincronizzare le loro strutture. Nell'anno in esame, tutti i settori aziendali di Railcare sono stati integrati nel sistema di registrazione e gestione del tempo di lavoro di Coop, e i sistemi informatici sono stati ottimizzati e perfezionati in funzione delle esigenze di Railcare. Dal 2014 è entrato in funzione il nuovo sistema di gestione della sicurezza certificato secondo la riforma ferroviaria 2.2. Railcare è una delle prime società per il trasporto merci su rotaia in possesso di un'autorizzazione secondo le nuove direttive. Da agosto 2014, Railcare trasporta tutti i prodotti italiani importati da Coop nel settore «Alimenti di base» a partire dal confine italiano di Chiasso (TI) alle centrali di distribuzione Coop tramite il traffico combinato non accompagnato (TCNA). A essere rifornite sono soprattutto le centrali di distribuzione nazionali. A tale scopo, a Chiasso è stato creato un nuovo hub. Nell'anno in esame, Railcare AG ha percorso 860.000 tracce-chilometri con il TCNA, ovvero l'8,1% in più rispetto all'anno precedente. La prestazione di trasporto giornaliera delle cinque locomotive Railcare corrisponde a quella di circa 140 camion. Grazie al maggiore ricorso al TCNA da parte di Railcare, nel 2014 Coop è riuscita a ridurre le emissioni di CO₂ di oltre 1600 tonnellate. Railcare AG è nuovamente riuscita a incrementare il proprio ricavo netto del 32,8%.

Informatica

Buoni digitali anche per gli acquisti online

Nel 2014, Coop ha introdotto il couponing digitale in altri formati di vendita come i Ristoranti Coop e Fust, continuando così a promuovere l'integrazione dei buoni digitali all'interno del Gruppo Coop. Con il coinvolgimento del club per enoappassionati Mondovino, da maggio 2014 i buoni digitali sono utilizzabili per la prima volta non solo nel commercio stazionario ma anche online. È prevista la loro integrazione in altri shop online. Coop dispone dunque per la prima volta di buoni compatibili con il cross-channel che può impiegare in modo personalizzato per ciascun cliente.

Nuovi siti Internet per Mondovino ed Edile+Hobby

Nel 2014, l'Informatica Coop ha dato vita al club per enoappassionati Mondovino. Questo nuovo portale dedicato ai vini arricchisce il wine shop online di Coop con tante informazioni sul tema dei vini e consigli personali. Gli utenti possono accedervi sia tramite il sito web che con un'apposita app per smartphone. Una sfida nella realizzazione di questo progetto sono state tra l'altro l'integrazione tecnica delle scorte di vini nei punti di vendita così come l'introduzione del programma Supercard e del couponing digitale. Un'altra novità è il negozio online di Edile+Hobby. Edile+Hobby è il primo mercato edile svizzero che consente ai clienti di effettuare ordini su Internet con possibilità di ricevere la merce a domicilio o di ritirarla presso un punto di vendita a scelta. Un ampio spazio dedicato ai servizi e ai suggerimenti offre, inoltre, informazioni e consigli su tutti i temi riguardanti casa, giardinaggio, tempo libero, hobby e sport. Per attivare questo servizio, i centri Edile+Hobby sono stati convertiti progressivamente in negozi con assortimento aggiornato in tempo reale.

Utilizzo intenso delle casse Self-checkout

Dopo il successo ottenuto con il progetto pilota nel 2013, nell'anno in esame Coop ha attivato altre 309 casse Self-checkout in 53 punti di vendita. Queste casse continuano a trovare un riscontro positivo tra i clienti: a seconda del punto di vendita, dal 15% al 45% dei clienti ha pagato i propri acquisti con i terminali Self-checkout. Circa il 50% ha utilizzato il pagamento in contanti. Nel 2015, altri punti di vendita Coop verranno dotati di casse Self-checkout.

Immobili

Numerosi grandi progetti in fase di attuazione

La Direzione Immobili è responsabile della gestione complessiva del patrimonio immobiliare nel settore



Più di

Il Gruppo Coop ha superato il miliardo di cifra d'affari nel commercio online. Il 40% ca. degli oltre 1,1 miliardi di franchi è stato realizzato nel commercio al dettaglio, il resto con clienti B2B nel commercio all'ingrosso e nella produzione.



**Ricavo netto realizzato dal
commercio al dettaglio online
in franchi**

del commercio al dettaglio. L'organizzazione comprende le divisioni Gestione del portfolio, Gestione edilizia, Asset management e Facility management nonché Gestione dei centri commerciali. Alla fine del 2014, la Direzione Immobili gestiva e amministrava complessivamente 37 centri commerciali su tutto il territorio svizzero. Il settore Gestione edilizia spazia dallo sviluppo di progetti alla realizzazione di nuove costruzioni e ristrutturazioni. Nell'anno in esame sono stati attuati alcuni progetti. A marzo, per esempio, è stato completato il risanamento degli appartamenti al piano superiore della Freie Strasse 69 a Basilea. L'Hotel Europe ammodernato a Basilea è stato inaugurato il 1° marzo, mentre il centro commerciale di Schönbühl ha riaperto i battenti il 26 marzo. Il 28 marzo si sono conclusi a Berna i lavori di ampliamento della centrale di distribuzione. Dal 1° aprile, gli abitanti di Tramelan possono usufruire di un punto di vendita rinnovato. I negozi Coop a Dietlikon e Heerbrugg sono stati ristrutturati o ammodernati e sono stati inaugurati rispettivamente il 28 e il 31 agosto. Le attività sono proseguite anche in autunno: il punto di vendita ammodernato di Martigny è stato inaugurato il 4 settembre e la filiale rinnovata di Couvet il 30 settembre. Il 31 dicembre, Coop ha completato il progetto «Ersatz Wärmeerzeugung» (generazione di calore sostitutiva) nella centrale di distribuzione di Wangen.

Altri edifici in cantiere

Alla fine dell'anno di riferimento, una serie di progetti era ancora in fase di sviluppo, creazione o realizzazione. Tra questi vi sono l'ampliamento del centro commerciale e la costruzione del nuovo centro Edile+Hobby di Feuerthalen, la costruzione della nuova centrale di distribuzione di Pratteln, l'ampliamento del Toptip di Oberentfelden, un nuovo edificio ad Aarberg, l'ampliamento del centro commerciale di Kaiseraugst, l'ampliamento della centrale di distribuzione di Schafisheim con la costruzione di un nuovo edificio, la costruzione del nuovo edificio residenziale Letzipark e la sopraelevazione del silo di Swissmill a Zurigo. Nel 2014, la Direzione Immobili ha dato il via a Fully (VS) alla costruzione del primo supermercato conforme allo «Standard Costruzione Sostenibile Svizzera» (SNBS). Inoltre, vari edifici e impianti esistenti sono stati e vengono tuttora esaminati in relazione alla loro sostenibilità e nel breve, medio e lungo periodo saranno avviate misure per ottimizzare i consumi energetici e i costi. Tra l'altro, 21 tetti degli immobili Coop sono già stati dotati di impianti fotovoltaici.

Gruppo Transgourmet

Le aziende del gruppo Transgourmet unificano il corporate design per testimoniare la loro appartenenza internazionale. Contemporaneamente, i settori del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso si avvicinano sempre di più. Con la sua strategia multicanale, Transgourmet soddisfa un bisogno centrale della clientela.

Sviluppo del gruppo

Transgourmet rafforza la propria posizione di mercato

La Transgourmet Holding AG è la seconda più grande azienda nel commercio europeo del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso. Serve clienti della gastronomia e dell'industria e opera in Svizzera, Francia, Germania, Polonia, Romania e Russia. Del gruppo fanno parte i marchi ombrello Transgourmet Central and Eastern Europe, Transgourmet Svizzera e Transgourmet France. Nel 2014, il gruppo Transgourmet impiegava in Europa 22.800 collaboratori e ha registrato un ricavo netto di 8,2 miliardi di franchi. La crescita al netto degli effetti valutari dello 0,7% rispetto all'anno precedente è molto soddisfacente considerata la situazione difficile in cui versano diversi paesi.

Immagine di mercato unificata per tutte le aziende del gruppo

Per Transgourmet il 2014 si è svolto all'insegna della nuova strategia del marchio, che implica il cambio di nome di singole aziende e l'introduzione di un corporate design unificato per tutte le aziende del gruppo Transgourmet. A tal fine, il 1° gennaio 2014 l'ex marchio di vendita Rewe Foodservice in Germania è stato sostituito dal marchio Transgourmet. Contemporaneamente la Fegro/Selgros Cash+Carry tedesca è stata ribattezzata in Selgros Cash+Carry. Quindi tutte le aziende del gruppo in Germania, Polonia, Romania e Russia operano sul mercato con lo stesso nome Selgros Cash+Carry. Oltretutto, dall'inizio del 2014 Transgourmet e Selgros Cash+Carry si presentano sul mercato come un'unica azienda sotto il marchio ombrello Transgourmet Central and Eastern Europe. Grazie alla fusione, l'azienda può consolidare ulter-

riormente la propria posizione di mercato. In Svizzera, il 1° aprile 2014 il marchio Howeg è stato rinominato in Transgourmet. Il leader di mercato nel rifornimento all'ingrosso in Svizzera opera insieme a Prodega/Growa Cash+Carry con il marchio ombrello Transgourmet Svizzera. Le nuove strutture intensificano la relazione tra cash&carry e rifornimento all'ingrosso. Grazie a questa strategia multicanale, Transgourmet riesce a coprire ancora meglio tutte le esigenze del settore della gastronomia sotto un unico tetto. Nella primavera del 2014, tutte le aziende del gruppo Transgourmet hanno iniziato a unificare il corporate design. Il processo dovrebbe concludersi entro la fine del 2016, quando tutte le unità si presenteranno sul mercato con il logo rosso che raffigura un coltello e una forchetta. L'immagine di mercato unificata riflette l'appartenenza internazionale delle singole aziende del gruppo Transgourmet, e consente di riconoscere ancora meglio l'offerta globale del gruppo.

Transgourmet Svizzera

La forza del multicanale

Prodega/Growa/Transgourmet è l'azienda leader in Svizzera nel settore del cash&carry e del rifornimento all'ingrosso. Il 1° gennaio 2014, Transgourmet Svizzera, dopo una collaborazione di lunga data, ha rilevato completamente il rifornitore di esercizi gastronomici locale «Valentin Pontresina AG». Nell'anno in esame, Prodega/Growa/Transgourmet impiegava 1800 collaboratori. Tra gli oltre 97.000 clienti vi sono hotel, ristoranti, case di cura e di riposo, ospedali, mense, scuole e catene aziendali, nonché il commercio al dettaglio e l'industria. In Svizzera, Transgourmet è il rivenditore all'ingrosso con l'offerta più vasta. Oltre

a molte marche proprie a prezzi convenienti, l'assortimento comprende anche specialità regionali, una vasta gamma di prodotti freschi, un'ampia scelta di bevande e alcolici, prodotti Non Food e surgelati, e un'interessante selezione di vini. L'intero assortimento comprende più di 30.000 articoli che i clienti possono acquistare in uno dei 28 mercati Prodega/Growa con una superficie totale di 116.114 m². Transgourmet può inoltre consegnare oltre 20.000 di questi articoli ai clienti in tutta la Svizzera. Dopo le sedi di Coira e Quartino, nell'anno in esame Transgourmet Svizzera ha aperto altri due depositi regionali a Neuendorf e Satigny, che raggruppano cash&carry e rifornimento all'ingrosso. In questo modo, Transgourmet Svizzera porta avanti la propria strategia multicanale in tutte le regioni. Nel 2015 seguirà l'apertura di altri tre depositi regionali.

Transgourmet Central and Eastern Europe

Specialista del cash&carry e del rifornimento per la ristorazione

L'operatore multicanale Transgourmet Central and Eastern Europe è specializzato nel cash&carry e nel rifornimento per la ristorazione professionale nell'Europa centrale e orientale. L'azienda opera come fornitore all'ingrosso in Germania con il marchio Transgourmet, mentre sotto il marchio Selgros serve gli ipermercati cash&carry in Germania, Polonia, Russia e Romania.

Nel 2015, Transgourmet rileva una quota maggioritaria della Sump & Stammer International Food Supply. L'azienda con sede ad Amburgo è specializzata nell'approvvigionamento delle navi da crociera e di catene alberghiere internazionali. Con questa partecipazione, Transgourmet dà un segnale importante ai fini dell'internazionalizzazione e diversificazione.

Germania: vari ammodernamenti

Dalle sue 15 sedi, Transgourmet Germania rifornisce di prodotti alimentari, beni di consumo e arredi per cucine industriali i grandi consumatori del settore alberghiero, della gastronomia, dei servizi mensa aziendali e delle istituzioni sociali. Transgourmet Germania mette a disposizione dei suoi circa 40.000 clienti un assortimento di 39.000 articoli su una superficie di stoccaggio di 203.880 m². Nell'anno in esame, l'azienda impiegava 3621 collaboratori. A Transgourmet Germania appartengono due centri del fresco per la produzione propria di carne e insaccati, due Transgourmet Contact Center a Wildeshausen e Berlino, nonché le controllate Transgourmet Immobilien GmbH e Transgourmet Seafood GmbH a Bremerhaven. Quest'ultima è

una delle piattaforme logistiche leader per frutti di mare, seafood e altri prodotti Food marittimi. Transgourmet offre inoltre in Germania un formato di distribuzione regionale con ritiro presso le cinque sedi di Magonza, Coblenza, Brema, Saarlouis e ora anche Münster sotto il nome di Transgourmet Cash+Carry.

Con le sue 44 sedi, Selgros Cash+Carry è uno dei leader nel settore del cash&carry. Tra i circa 1,6 milioni di clienti si annoverano ristoratori, chioschi, dettaglianti e altri esercenti. I mercati cash&carry hanno una superficie totale di 411.511 m² e offrono ai propri clienti oltre 25.000 articoli Food e 28.000 articoli Non Food a prezzi all'ingrosso. Nel 2014, il mercato di Wiefelstede presso Oldenburg è stato ammodernato ed è stata ampliata la zona di consegna. Anche i mercati di Berlino-Lichtenberg, Neu Isenburg e Oldenburg sono stati ammodernati. A fine anno, Selgros Cash+Carry Germania impiegava in totale 4433 collaboratori.

In Germania, i clienti di Transgourmet possono già acquistare circa 1600 articoli della nuova linea di marche proprie del gruppo. In questo modo si è concluso in gran parte il rilancio delle marche proprie in Germania. Le tre etichette Transgourmet Premium, Transgourmet Quality e Transgourmet Economy coprono tutte le fasce di prezzo.

Polonia: nuovo mercato Selgros a Lublino

Nel mese di ottobre, Selgros Cash+Carry Polonia ha aperto a Lublino un altro ipermercato. La società gestisce pertanto complessivamente 16 mercati nelle 13 maggiori città del paese con una superficie totale di 156.015 m². Altre sedi sono in fase di progettazione. Nel 2014 è stato ristrutturato il mercato di Katowice. Selgros offre a circa un milione di clienti in Polonia un assortimento di oltre 45.000 articoli, e nell'anno in esame impiegava 3882 collaboratori.

Romania: il rifornimento all'ingrosso completa l'offerta

Da Selgros Cash+Carry Romania, gli oltre 950.000 clienti trovano in ogni mercato un assortimento di circa 42.000 articoli Food e Non Food provenienti principalmente da produttori e fornitori locali. Selgros è presente in Romania con 19 ipermercati per una superficie complessiva di 179.448 m², e a fine anno impiegava 3805 collaboratori. Anche in Romania, Selgros ha portato avanti i progetti di ammodernamento e ha ristrutturato due ipermercati a Bucarest. L'azienda offre sempre più spesso un servizio di rifornimento merci e ha potenziato ulteriormente la piattaforma logistica di cross docking, grazie alla quale i prodotti arrivano ai clienti senza stoccaggio intermedio. Della strategia di cross do-

cking fanno parte anche l'acquisto e l'ampliamento di un capannone per il rifornimento dell'area metropolitana di Bucarest, che sarà operativo nel 2015.

Russia: primi mercati con una nuova strategia di design

Nell'anno in esame, Selgros Cash+Carry ha aperto in Russia il mercato di Volgograd, che è stato progettato sulla base della nuova strategia di design. Anche il design del mercato nel quartiere moscovita di Vnukovo, dopo la ricostruzione, sarà conforme alla nuova strategia. Selgros Cash+Carry gestisce in Russia otto mercati all'ingrosso con una superficie totale di vendita di 70.078 m² proponendo quasi 45.000 articoli Food e Non Food. Il numero di clienti ammonta a circa 1,2 milioni. Nel 2014, l'azienda impiegava in Russia 1593 collaboratori. Entro la fine del 2014, il sistema di approvvigionamento merci dei mercati è passato al rifornimento con sistema cross docking.

Transgourmet France

Nuova sede principale a Valenton

Transgourmet France riunisce varie aziende: Transgourmet Opérations, All Fresh Logistique, Transgourmet Seafood, Transgourmet Export, Eurocash e fino alla fine del 2014 Pro Hygiène Service. In Francia, Transgourmet è il principale fornitore di generi alimentari e articoli per l'igiene per circa 60.000 esercizi gastronomici, panetterie, pasticcerie e istituzioni sociali e offre un assortimento di circa 40.000 articoli. Insieme alle proprie affiliate, Transgourmet France impiegava nel 2014 un totale di 3666 collaboratori nel rifornimento all'ingrosso nonché presso 35 sedi con una superficie complessiva di stoccaggio di 333.700 m². A ottobre, Transgourmet France ha preso possesso della nuova sede aziendale di Valenton a sud di Parigi, dove ha inoltre inaugurato la nuova centrale di distribuzione per l'area metropolitana di Parigi e la regione dell'Ile de France. I due nuovi edifici sostituiscono la sede di Orly. Per la propria sede, Transgourmet France ha ricevuto la certificazione ISO 22000.

Il fornitore all'ingrosso Transgourmet Opérations ha ampliato nel 2014 l'offerta di prodotti delle tre nuove marche proprie Transgourmet e ha investito in nuove soluzioni di e-commerce e servizi online. Nell'area metropolitana di Parigi, All Fresh Logistique è il principale fornitore di frutta e verdura. All'azienda appartiene anche Transgourmet Seafood, specializzata nella lavorazione e nella distribuzione di pesce e frutti di mare. L'assortimento standard di Transgourmet Seafood comprende 2250 articoli e sarà gradualmente disponibile in tutta la Francia.

All Fresh Logistique offre sempre più prodotti sostenibili oltre che biologici e locali.

La società affiliata Transgourmet Export ha sede a Rungis ed è addetta all'esportazione di prodotti di gastronomia e di panetteria/pasticceria verso il Medio Oriente, l'Asia, l'Africa e i dipartimenti francesi d'oltremare («Départements et Territoires d'outre-mer»).

L'azienda Eurocash con sede in Alsazia rifornisce clienti della gastronomia e gestisce a Schiltigheim un centro cash&carry. Eurocash offre una vasta gamma di prodotti locali e nel 2015 avrà in assortimento numerosi articoli delle tre nuove marche proprie Transgourmet.

Pro Hygiène Service propone un'offerta completa di prodotti per la cura e l'igiene per vari settori commerciali. Transgourmet France ha venduto questa azienda nel gennaio 2015 per concentrarsi in futuro sul commercio all'ingrosso di generi alimentari. Nel 2015, l'immagine del marchio di Transgourmet sarà unificata anche in Francia. All Fresh Logistique sarà ridenominata in Transgourmet Fruits et Légumes, mentre Eurocash diventerà Transgourmet Cash+Carry. In futuro, Transgourmet offrirà inoltre in Francia sotto il nome di Transgourmet Solutions servizi aggiuntivi come la consulenza specialistica.



Ricavo netto di Transgourmet in miliardi di CHF



mercati all'ingrosso

Il Gruppo Transgourmet si occupa di cash&carry e rifornimento all'ingrosso in Svizzera, Francia, Germania, Polonia, Russia e Romania e gestisce 115 mercati all'ingrosso in tutt'Europa.



Produzione

Il gruppo Bell riesce ad accrescere l'utile aziendale nonostante il difficile contesto economico. Le aziende di produzione Coop ampliano nuovamente l'offerta di prodotti biologici e del commercio equo e solidale, e incrementano le vendite a clienti terzi in Svizzera e all'estero.

Gruppo Bell

Sviluppo positivo in un difficile contesto di mercato

In un contesto difficile che vede i mercati in calo in tutta Europa, il gruppo Bell – una delle aziende leader in Europa nella trasformazione della carne – ha ottenuto buoni risultati anche nell'anno in esame. L'utile aziendale, attestato a 87,7 milioni di franchi, è superiore a quello dell'anno precedente. Il volume delle vendite è tuttavia sceso dell'1,1% a 215.600 tonnellate. A causa del volume in calo e del livello dei prezzi in media inferiore all'anno precedente, il fatturato è diminuito dello 0,9% a 2,6 miliardi di franchi. Bell rifornisce il commercio al dettaglio e all'ingrosso, la ristorazione e l'industria alimentare con carne, pollame, salumi, prodotti ittici e prodotti convenience. Con i marchi Bell, Abraham, Hoppe, Zimbo e M^ossieur Polette, il gruppo copre le differenti esigenze dei propri clienti. A fine 2014, Bell impiegava in totale 6299 dipendenti, 2847 dei quali operanti fuori dalla Svizzera.

Situazione economica stabile per Bell Svizzera

Nel 2014, il volume di vendita di Bell Svizzera è sceso a circa 121.100 tonnellate. Una causa importante di questo risultato è la scarsa stagione del barbecue in seguito alle cattive condizioni del tempo. Grazie alla crescita di assortimenti a valore aggiunto più elevato, il fatturato nel 2014 è cresciuto dello 0,8% a circa 1,9 miliardi di franchi. I comparti Seafood, Pollame e Affettati si sono rivelati nel 2014 come motori della crescita. Per aumentare ulteriormente la produttività, Bell Svizzera ha implementato un programma per aumentare l'efficienza e ridurre i costi operativi. I primi effetti dovrebbero farsi sentire nel 2015. La costruzione del nuovo stabilimento di produzione per le specialità di salumeria

a Yverdon e l'ampliamento del mattatoio per il pollame a Zell procedono secondo i piani. L'apertura del nuovo edificio a Yverdon è prevista per il 2015, mentre l'ampliamento a Zell dovrebbe concludersi nella primavera del 2016.

Bell Germania migliora la propria posizione di mercato

Nel 2014, Bell Germania – incluse le aziende di produzione in Spagna e Belgio – ha registrato un andamento migliore rispetto al mercato generale, il quale in termini di volume è diminuito dell'1,2%. Il volume di vendita di 62.600 tonnellate si è situato ai livelli del 2013. Il fatturato si è attestato a 470 milioni di franchi con una diminuzione del 2,8%. Nel comparto Prosciutti crudi si è potuto stimolare la domanda grazie a strategie di valore aggiunto innovative raggiungendo valori di tutto rispetto nella distribuzione. Dopo alcuni anni piuttosto difficili, nel 2014 i comparti Insaccati e Convenience hanno registrato risultati particolarmente positivi, non da ultimo grazie alla razionalizzazione dell'assortimento e alla concentrazione su prodotti con maggior margine di guadagno nonché grazie al successo del lancio di nuovi prodotti. Anche Bell Germania ha avviato dei programmi per ridurre i costi operativi, i cui effetti si dovrebbero sentire nel 2015. Nell'estate del 2014, in un'inchiesta antitrust per illecito coordinamento dei prezzi, il Bundeskartellamt (ufficio federale antitrust tedesco) ha imposto una multa elevata a Bell Germania. Bell ha respinto tutte le accuse presentando ricorso.

Progressi presso Bell International

Dal 1° gennaio 2015, le attività internazionali del gruppo Bell, ad eccezione di quelle in Germania, sono raggruppate dal punto di vista organizzativo in Bell International.

Dopo che Bell Francia aveva realizzato negli ultimi anni una forte crescita dei volumi di vendita, in parte a scapito dei margini di guadagno, il volume è diminuito nel 2014. Le 11.900 tonnellate realizzate rappresentano un calo del 7,3% rispetto all'anno precedente. Di conseguenza, anche il fatturato di vendita di Bell Francia è sceso del 7,0% a circa 99 milioni di franchi. Il calo del volume è stato causato dalla rinuncia a linee di prodotti con margini particolarmente bassi. L'utile lordo è invece rimasto ai livelli del 2013. Per il 2015, Bell Francia prevede di semplificare l'organizzazione – le varie unità saranno raggruppate tutte sotto lo stesso tetto. Nell'Europa orientale e nel Benelux, Bell ha registrato uno sviluppo differenziato. In Polonia, il volume delle vendite per l'anno in esame è salito nuovamente del 4,2% a 8800 tonnellate. Dal momento che l'azienda di produzione in Polonia è sfruttata a pieno regime, sarà difficile aumentare ulteriormente i volumi con l'infrastruttura esistente. Bell ha pertanto deciso di potenziare le capacità produttive in Polonia. In Ungheria, Bell ha chiuso l'esercizio 2014 ai livelli dell'anno precedente. Grazie all'introduzione di nuovi articoli importanti nella seconda metà dell'anno, Bell è riuscita a compensare la debole performance del primo semestre. Le attività delle filiali, gestite con il marchio Novak, sono state soddisfacenti nella Repubblica Ceca, nonostante il livello debole della fiducia dei consumatori, mentre in Slovacchia sono state insoddisfacenti. Pertanto è stato deciso il ritiro dalla Slovacchia entro la fine del 2014. I volumi di vendita di Bell Benelux sono scesi di 400 tonnellate rispetto al 2013, registrando 5600 tonnellate. Grazie alla buona situazione economica dell'azienda, è stato comunque possibile creare valore aggiunto.

Aziende di produzione Coop

Swissmill

Prodotti: farina, miscele di farina, semola di grano duro, polenta, fiocchi d'avena, prodotti da estrusione
Nel 2014, il principale mulino per cereali della Svizzera ha trasformato complessivamente 203.000 tonnellate di cereali. Nel proprio core business, Swissmill ha realizzato una crescita dei volumi di vendita in parte dovuta a nuovi prodotti e a un mix di prodotti ottimizzato. Si tratta di un risultato positivo, data la straordinaria situazione dei raccolti in Svizzera. A causa delle avverse condizioni meteo, nell'anno in esame il raccolto in Svizzera ha infatti prodotto la peggiore qualità da 30 anni a questa parte. Swissmill è comunque riuscita a produrre una quantità sufficiente di frumento tenero panificabile di alta qualità. La costruzione del nuovo silo di Zuri-

go procede nei tempi previsti. Alla fine del 2014, Swissmill ha già potuto mettere in servizio le prime nuove celle nella zona inferiore del silo. L'intero edificio raggiungerà un'altezza di 118 metri e la costruzione dovrebbe concludersi nell'inverno 2015/16.

Chocolats Halba

Prodotti: tavolette di cioccolato, articoli di confetteria, assortimenti per le feste, cioccolato industriale
Chocolats Halba ha continuato a crescere anche nel 2014 incrementando le vendite a clienti terzi. Sul fronte delle esportazioni, il fatturato è aumentato del 13,9%. Il cioccolato svizzero piace anche in patria: le vendite dirette in Svizzera sono aumentate del 10,7%. Molto richiesti erano gli articoli contrassegnati con un marchio sostenibile come quello di Fairtrade Max Havelaar o prodotti in modo CO₂ neutrale. Con un aumento del fatturato del 53,8%, la crescita in questo settore è stata superiore alla media. Questo sviluppo va ricondotto, tra l'altro, alle tre varietà di cioccolato fairtrade bio dall'Honduras, lanciate sul mercato nel 2013. Nell'anno in esame, Chocolats Halba ha concluso in gran parte la progettazione del nuovo edificio presso la nuova sede di produzione di Pratteln. La prima pietra è stata posta il 17 settembre 2014.

Pasta Gala

Prodotti: pasta, semifabbricati per menu precotti e minestre
Alla fine del 2014, Pasta Gala ha cessato l'attività a Morges. La decisione era stata presa nel corso dell'anno precedente dal Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop. Coop si concentra sulle aziende di produzione dal futuro promettente. Come previsto, Pasta Gala ha prodotto fino ai primi di settembre un totale di 9100 tonnellate di pasta che ha consegnato entro la fine dell'anno in esame. Grazie all'impegno esemplare del personale, le operazioni per chiudere l'attività si sono svolte in modo impeccabile. Tutti i collaboratori di Pasta Gala hanno ricevuto un'offerta 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
Steinfels Swiss produce detersivi, prodotti per l'igiene e cosmetici per l'industria e il commercio al dettaglio. Nel 2014, il volume di produzione è aumentato del 3,4%; il fatturato con i clienti commerciali ha superato quello del 2013. Tra le tante novità vi sono i nuovi prodotti per la cura del viso e del corpo delle linee Coop We! pH 5.5 sensitive e My Baby, entrambe provviste del label allergia svizzero di Service Allergie Suisse. Per la produzione di questi

articoli, Steinfels Swiss ha adattato i processi produttivi, anch'essi certificati. Dopo il rilancio, la marca Sherpa Tensing ha conquistato nuove quote di mercato. Nell'anno in esame, Steinfels Swiss ha aumentato l'efficacia complessiva degli impianti e quindi la produttività dell'azienda. È stata inoltre adottata la strategia Steinfels Swiss 2020, che prevede, tra le altre cose, una continua crescita in Svizzera e all'estero, il miglioramento della struttura dei costi e la concentrazione su prodotti e processi sostenibili per garantire la redditività a lungo termine.

Reismühle Brunnen

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

Reismühle Brunnen guarda con soddisfazione ai risultati conseguiti nell'anno di esercizio: le vendite sono aumentate del 19,0% rispetto all'anno precedente grazie al notevole fatturato delle esportazioni, che nel 2014 è aumentato del 210,1%. Nell'anno in esame si è conclusa l'integrazione delle attività commerciali della Silo AG. In questo modo, l'azienda è riuscita a migliorare notevolmente la flessibilità nello stoccaggio. Nel 2014, la quota dei prodotti bio e fairtrade rispetto alla produzione totale è aumentata nuovamente, portandosi al 33,9%. L'azienda ha lanciato sul mercato altri prodotti fairtrade conquistando così nuovi clienti, tra cui il maggiore operatore tedesco nella ristorazione per comunità. Nel 2014, il riso basmati bio proveniente dal progetto di sostenibilità in India ha ottenuto la Gemma Bio Gourmet di Bio Suisse.

Nutrex

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

Nel 2014, Nutrex è riuscita ad aumentare le vendite dell'11,3% rispetto all'anno precedente. Con l'ampliamento dell'assortimento di prodotti biologici, la quota bio sul fatturato complessivo è salita al 16,3%. Le quattro specialità bio lanciate da Nutrex sul mercato nel 2014 con il marchio Coop Naturaplan hanno ottenuto nell'anno in esame la Gemma Bio Gourmet di Bio Suisse. Grazie all'espansione costante dell'offerta di prodotti bio, nel 2014 Nutrex è riuscita ad acquisire numerosi nuovi clienti, tra cui per la prima volta un grande operatore tedesco del commercio al dettaglio.

Sunray

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

Nell'anno in esame, Sunray ha lanciato 29 nuovi prodotti offrendo così ai suoi clienti un assortimento di circa 740 articoli. Tra la novità figura la linea

Sunny Day con le miscele di noci e di frutta secca. Il volume di produzione è stato di 31.000 di tonnellate, ovvero di 74 milioni di confezioni, il che rappresenta un aumento del 19% circa rispetto al 2013. La quota dei prodotti sostenibili sul fatturato complessivo è nuovamente aumentata e nel 2014 era al 22,7%. Nell'anno in esame, Sunray ha accorciato le vie di approvvigionamento riuscendo così ad aumentare la sicurezza dell'approvvigionamento e a ridurre i costi. La cooperazione con Eurogroup Far East Ltd. ha avuto un impatto positivo sui progetti in Sri Lanka, Vietnam e India. Nel 2014, Sunray ha acquisito in Svizzera un importante grande cliente. Le attività con i grandi clienti in Germania hanno riscosso molto successo – in questo settore il fatturato è aumentato del 71,2% rispetto al 2013. Nell'anno in esame è stato aperto il cantiere per la costruzione del nuovo edificio presso la futura sede di produzione nell'area di Salina Raurica a Pratteln.

Pearlwater Mineralquellen

Prodotti: acqua minerale e bibite gassate

Per Pearlwater, il 2014 si è svolto all'insegna dell'ottimizzazione dei processi. Sul terreno limitrofo, previsto per una possibile espansione dell'azienda, è stata trivellata una nuova sorgente. Se riceverà l'approvazione del laboratorio cantonale, Pearlwater riuscirà ad aumentare significativamente la sicurezza dell'approvvigionamento. In collaborazione con l'autorità cantonale della protezione dell'ambiente e il comune di Termen, Pearlwater ha ridefinito il proprio sistema di trattamento delle acque di scarico, tenendo conto di un futuro ampliamento delle capacità produttive. Nel 2014, Pearlwater ha imbottigliato circa 106 milioni di litri. A causa del tempo variabile in estate, non è riuscita a incrementare il volume di vendita.

2018

Anno in cui Chocolats Halba, Sunray e Cave avvieranno la produzione nella nuova sede di Pratteln

Cave

Prestazioni: vinificazione di mosti e vini novelli svizzeri; preparazione, affinamento e imbottigliamento di vini provenienti da tutto il mondo; imbottigliamento e sviluppo di bevande aromatizzate contenenti vino

Nell'anno in esame, la cantina Cave ha arricchito la propria offerta di circa 400 articoli con 30 novità. Tra queste vi sono vini del Sud Italia che Cave è riuscita a sviluppare ulteriormente. Per quanto riguar-

da la produzione propria complessiva, Cave ha realizzato nel 2014 un volume di vendita di circa 39 milioni di bottiglie, tra cui un milione di bottiglie di vini AOC provenienti da vari cantoni svizzeri che sono stati vinificati nella propria cantina. Per i vini bio, Cave ha registrato nel 2014 un incremento delle vendite del 5% circa. L'azienda ha inoltre integrato altri articoli nell'offerta per l'approvvigionamento di Transgourmet.

Centro maturazione banane

Prestazioni: approvvigionamento, maturazione e confezionamento di banane/frutta esotica; stoccaggio e preparazione di frutta secca per la consegna

Nel 2014, il Centro maturazione banane di Coop ha stoccato e preparato sei varietà di banane e tre di ananas, nonché mango, avocado e 42 diversi tipi di frutta secca e noci. Complessivamente, nell'anno in esame ha consegnato 22.870 tonnellate di banane, 1569 tonnellate di frutta secca e 4256 tonnellate di frutta esotica (ananas, mango, avocado). La percentuale di banane con il marchio Fairtrade Max Havelaar sul rispettivo fatturato complessivo è salita quasi a quota 89,8%. Il Centro maturazione banane è riuscito ad aumentare nuovamente anche la quota di prodotti bio: nel 2014 è stata di oltre il 34,9%.

Panetterie Coop

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

Nell'anno in esame, Coop ha ristrutturato due delle sue sette panetterie industriali. La panetteria di Gossau è tornata a essere pienamente operativa alla fine del 2014, mentre quella di Berna tornerà a funzionare a pieno regime alla fine del 2015. Nell'anno in esame, le Panetterie Coop sono state nuovamente certificate al Livello Superiore della norma IFS 6. Hanno prodotto un totale di 48.500 tonnellate di prodotti di panetteria e prodotti da forno crudi. Nelle panetterie e pasticcerie della casa presso 40 punti di vendita Coop su tutto il territorio nazionale, i fornai hanno prodotto direttamente sul posto 6600 tonnellate di pane e dolci appena sfornati. Dalla fine di ottobre, le panetterie usano solo uova fresche da allevamento rurale all'aperto contribuendo così alla promozione del benessere degli animali. Coop ha venduto nuovamente i pupazzi di pasta a favore della campagna di beneficenza «Jeder Rappen zählt – Ogni centesimo conta» (JRZ) organizzata dalla Radiotelevisione svizzera e dalla Catena della solidarietà. Le donazioni raccolte con la campagna ammontano a 106.000 franchi. Per sostenere il Padrinato Coop per le regioni di montagna, Coop ha venduto i suoi tradizionali panini del 1° Agosto generando un contributo di solidarietà pari a 300.000 franchi.

Collaboratori

Il Gruppo Coop si impegna in Svizzera e all'estero a favore dei suoi 77.087 collaboratori: promuove le nuove leve e adotta numerose misure di formazione e specializzazione. In Svizzera, Coop ha nuovamente negoziato con le parti sociali delle trattative salariali con esito positivo.

Strategia del personale

Campagna di formazione per i consulenti specializzati

Da Coop lavorano 34 consulenti specializzati che formano e assistono il personale di vendita nel settore dei prodotti freschi. Per poter istruire gli addetti alla vendita direttamente sul posto, devono conoscere bene e comprendere a fondo i processi di gestione delle merci e i sistemi nei punti di vendita. Nell'estate del 2014 hanno pertanto completato un corso di specializzazione. I due moduli di base da due giornate di formazione l'uno hanno trasmesso ai partecipanti il know-how tecnico necessario e ampliato le competenze sociali. Dall'autunno 2014, i consulenti specializzati mettono in pratica le nuove conoscenze acquisite. Un'analisi della situazione prevista per il 2015 dovrà indicare in quali casi si è riusciti a ottenere dei miglioramenti e dove è ancora possibile progredire. I consulenti specializzati hanno inoltre la possibilità di approfondire le proprie conoscenze professionali frequentando altri moduli speciali di formazione. In questo modo possono assumere compiti in altri settori, come la gastronomia o il Non Food.

Risultato positivo per la gestione dei talenti di Coop

Coop occupa più del 75% delle proprie posizioni manageriali con collaboratori all'interno dell'azienda. La penuria di professionisti nel commercio al dettaglio è destinata ad aumentare, per cui Coop desidera mantenere alta questa quota anche in futuro. A tal fine, Coop investe costantemente in un'assistenza a 360 gradi e nello sviluppo delle giovani leve. Già nel 2011, Coop aveva introdotto un sistema completo di gestione dei talenti, con l'obiettivo di organizzare le attività di sviluppo e di formazione del personale in modo più uniforme, sistematico, strutturato e tra-

sparente. Tre anni dopo, Coop ha fatto analizzare la situazione. Un sondaggio tra i collaboratori, i superiori e gli Uffici del personale ha consentito di esaminare l'implementazione, l'accettazione e l'impatto del sistema di gestione dei talenti. Il risultato ha dimostrato che la gestione dei talenti è molto apprezzata dai collaboratori di Coop, ed è considerata importante e giusta. Un potenziale di miglioramento risiede nel velocizzare il processo e implementare il programma in modo più sistematico.

Coop offre posizioni manageriali a diplomati universitari

Il programma Trainee di Coop integra la promozione interna delle giovani leve, offrendo a potenziali talenti esterni in possesso di diploma universitario la possibilità di ricoprire posizioni manageriali all'interno del Gruppo Coop. Il 1° ottobre 2014, nove neodiplomati universitari hanno iniziato il primo programma Trainee della durata di un anno focalizzato sulla vendita. Coop offre altri programmi all'interno della Direzione Trading e presso la Sede principale. Nel corso del programma, i trainee nella vendita percorrono cinque fasi in diversi punti di vendita e in diverse funzioni. Assolvono inoltre anche dei compiti in ambito amministrativo. I trainee della Direzione Trading vengono impiegati principalmente nei punti di vendita Interdiscount e Import Parfumerie. In questo contesto affrontano in modo approfondito il tema del commercio elettronico. Vari moduli formativi preparano inoltre i trainee allo svolgimento di una funzione manageriale nella vendita.

Alta quota di apprendisti di Coop che concludono gli studi

Nell'agosto 2014, 1162 giovani hanno iniziato a lavorare come apprendisti da Coop. Sono 76 in più

rispetto all'anno scorso. Che si tratti della professione di esperta in enologia, impiegato del commercio al dettaglio o della gastronomia standardizzata – da Coop i giovani possono imparare 29 professioni nei settori Vendita, Amministrazione, Logistica e Produzione. Nel loro percorso vengono accompagnati e assistiti da circa 2000 responsabili della formazione professionale e da 32 tutor a tempo pieno. Questa interessante formazione porta i suoi frutti: con un tasso del 97,2%, la quota di riuscita degli apprendisti di Coop che hanno concluso la formazione è al di sopra della media e ai livelli del 2013. Nel 2014, il 65,8% di loro ha in seguito ottenuto un impiego fisso da Coop. Alla fine del 2014, il Gruppo Coop impiegava un totale di 3271 apprendisti, di cui 424 nel commercio all'ingrosso internazionale.

Dossier personale e conteggio del salario elettronici

Nell'anno in esame, Coop ha introdotto il dossier personale elettronico, riducendo così la posta in forma cartacea e risparmiando sui costi. Nelle attività di reclutamento, gli Uffici del personale possono accedere in modo efficiente ai contenuti necessari del dossier da qualsiasi postazione. Inoltre, dall'estate del 2014 i collaboratori di Coop possono scegliere se ricevere il conteggio del salario per via elettronica.

Partnership sociale

Coop investe in salari più alti

Benché il contesto economico nel commercio al dettaglio continui a essere difficile, Coop aumenta nuovamente i salari dei propri collaboratori. Per la trattativa salariale 2015 mette a disposizione l'1% dell'intera massa salariale lorda e aumenta i salari di riferimento per i collaboratori assoggettati al contratto collettivo di lavoro (CCL) remunerati con salario mensile o a ore. Adesso i collaboratori con una formazione conclusa guadagnano almeno 4000 franchi al mese. Il salario di riferimento determinante sale pertanto di 100 franchi. Anche i salari di riferimento dei collaboratori non qualificati aumentano di 50 franchi e ammontano ora a 3850 franchi al mese. Il resto della somma disponibile per aumenti salariali viene impiegata per aumenti di salario individuali di cui usufruiscono sia i collaboratori soggetti al CCL, sia quelli con un contratto di lavoro individuale. La trattativa salariale è il risultato di negoziazioni costruttive tra Coop e le parti sociali SIC Svizzera, Syna/OCST, Unia e l'Associazione degli impiegati Coop (AIC).

3 271

Persone in formazione nel Gruppo Coop

Previdenza professionale di Coop

Anno di esercizio positivo per la CPV/CAP

Per il terzo anno consecutivo, la CPV/CAP è riuscita a chiudere l'anno di esercizio con un bilancio positivo: nel 2014 ha infatti realizzato un rendimento del 6,7%. Questo risultato deriva dalla strategia d'investimento e dalla tattica che la CPV/CAP persegue per via dei bassi tassi d'interesse nel settore delle obbligazioni. Il grado di copertura è migliorato dal 108,8% al 113,3%. Le aspettative di rendimento future sono da valutare con prudenza perché i mercati azionari godono al momento di una forte valutazione e i tassi d'interesse si trovano ai minimi storici. Il Consiglio di fondazione della CPV/CAP ha preso atto di questo sviluppo positivo nell'anno in esame fissando al 3,25% il tasso d'interesse definitivo 2014 per gli assicurati attivi al 31 dicembre 2014. L'interesse provvisorio per il 2015 è del 2%. Nella primavera del 2014, i beneficiari di una rendita hanno ricevuto una prestazione speciale una tantum di 800 franchi che è stata accolta in maniera molto positiva. Nel 2015, l'importo delle rendite rimane invariato. Nel 2014, il numero degli assicurati attivi è aumentato di 555 persone rispetto al 2013 e ammonta ora a 36.314 persone. Il numero dei pensionati è salito da 18.801 a 18.983 persone per la fine del 2014.

Nuovo sistema informatico assicurativo

Il 1° gennaio 2014, la CPV/CAP ha introdotto un nuovo sistema informatico assicurativo. Grazie al forte impegno da parte di tutte le persone coinvolte, il passaggio al nuovo sistema si è svolto senza intoppi, tanto che gli assicurati non si sono accorti del cambiamento. Con l'impiego del nuovo software standardizzato, la CPV/CAP ha di nuovo a disposizione un sistema moderno che soddisfa le complesse esigenze di oggi. Grazie ai risparmi ottenuti con il nuovo sistema, è in grado di ridurre ulteriormente i già bassi costi amministrativi. Il Consiglio di fondazione sta anche seguendo da vicino la riforma prevista dal Consiglio federale «Previdenza per la vecchiaia 2020». Per la CPV/CAP è fondamentale che le modifiche proposte siano finanziariamente sostenibili.

Commercio all'ingrosso e Produzione

Selgros Germania offre seminari per lo sviluppo del personale

Nell'anno in esame, Selgros Germania ha proposto il proprio programma annuale di seminari dal titolo «Sviluppo del personale 2014». L'obiettivo era quello di migliorare la qualità del lavoro e dei servizi dei collaboratori ai clienti esterni nel reparto vendita. I seminari sono inoltre serviti a rafforzare e ampliare le competenze professionali e sociali del personale dirigente e specializzato. I seminari erano aperti a tutti i collaboratori e hanno trattato temi quali consulenza e vendita nel servizio interno ed esterno, leadership e comunicazione, o superamento dello stress. Anche nel 2014 il programma di seminari è stato integrato da workshop e sedute di coaching. Nell'ambito della gestione dei talenti, Selgros Germania offre anche programmi di sostegno e di sviluppo per i giovani responsabili di team e i loro sostituti, per i collaboratori con responsabilità tecniche e per il personale dirigente e specializzato.

Gestione della salute da Steinfels Swiss

Nell'anno in esame, l'azienda di produzione Coop Steinfels Swiss ha introdotto una gestione della salute sul lavoro dal nome «feelgood». Al fine di soddisfare nel migliore dei modi le esigenze del personale, i collaboratori sono stati coinvolti attivamente nel processo. Costituiti in gruppi, hanno pertanto potuto formulare suggerimenti o proporre misure concrete. Da questa iniziativa sono nati, per esempio, alcuni progetti nel campo dell'alimentazione sana che Steinfels Swiss è riuscita a implementare già nel 2014. Durante la pausa caffè del mattino, per esempio, davanti allo stabilimento di produzione è stazionato un furgoncino che vende snack freschi e sani. L'obiettivo delle misure è di aumentare la motivazione e il benessere sul posto di lavoro e di ridurre il tasso di malattia in tutti i reparti.



Collaboratori nel Gruppo Coop

Corporate Governance

48	Struttura del gruppo
49	Struttura del capitale
49	Consiglio d'amministrazione
54	Direzione generale
56	Remunerazioni
57	Diritti di partecipazione
57	Cambio di controllo e misure di difesa
57	Ufficio di revisione
57	Politica dell'informazione
58	Management Gruppo Coop

Corporate Governance

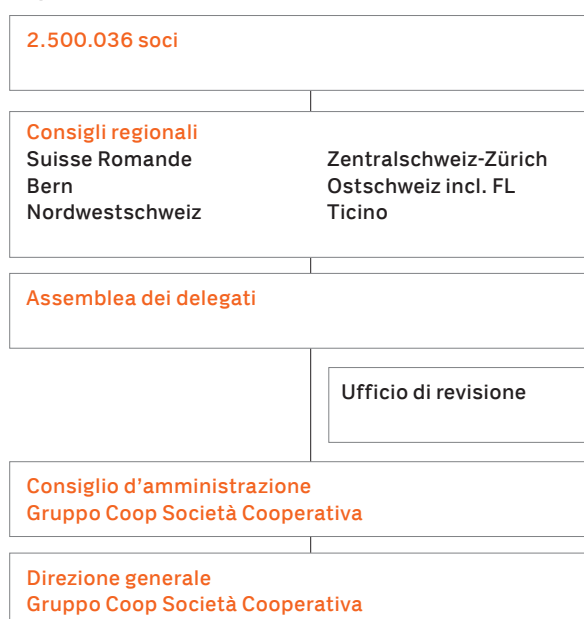
La Corporate Governance si basa sul principio di una gestione aziendale all'insegna della trasparenza e della franchezza nei confronti di collaboratori e opinione pubblica. Nelle pagine seguenti, Coop fornisce uno spaccato della struttura aziendale.

Il Gruppo Coop Società Cooperativa professa franchezza e trasparenza nella gestione aziendale e si adopera per una buona Corporate Governance nell'interesse dei propri soci, 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 2014, il numero dei soci cooperativi era intorno ai 2,5 milioni. Possono diventare soci della società cooperativa 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 alle pagine 93 e 94 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 direzione suprema del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop comprende Coop Società Cooperativa con le sue società affiliate nonché le società affiliate del 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 costituiscono una persona 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 presentare le 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 2014, 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
Jacques Robert	Fränzi Grunder
Benoît Santschy	Therese Ischi
Catherine Stern	Mario Kaiser
Pierre Tissot	Jürg Kradolfer
Georges-Edouard Vacher	Corinne Lehmann
Marc Vauthey	Sibylle Miescher
	Felix Truffer
	Annette Wisler Albrecht

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

Regione Ostschweiz (Principato del Liechtenstein incluso)	Regione Ticino
Maria Bieri	Mauro Bazzi
Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Fridolin Eberle	Fiorenzo Robbiani
Markus Eugster	Gabriella Rossetti
Christa Flückiger	Raffaele Sartori
Michael Fuhrer	
Kurt Gansner	
Roberto Godenzi	
Richard Kübler	
Leonardo Longaretti	
Tarzi Meyerhans	
Gabi Senn	

2. Struttura del capitale

La struttura del capitale del Gruppo Coop può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 76 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine 79-94). 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 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 2014, 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 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 della 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; 1992–1997 Managing Director di Coop Zurigo, Zurigo; 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

Altri mandati in consigli d'amministrazione: Bell SA, Basilea (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil (presidente); Swisscom SA, Ittigen (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea (presidente)

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



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 Ecopol AG, San Gallo

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

Altre funzioni e cariche: docente presso l'Executive School dell'Università di San Gallo; società di promozione (presidente) e comitato direttivo (membro) dell'Istituto svizzero per le piccole e medie imprese dell'Università di San Gallo; fondazione Zukunft.li (presidente); 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: avanex Assicurazioni SA, Dübendorf; Helsana SA, Dübendorf; Helsana Infortuni SA, Dübendorf; Helsana Assicurazioni SA, Dübendorf; Helsana Assicurazioni integrative SA, Dübendorf; Progrès Assicurazioni SA, Dübendorf; sansan Assicurazioni SA, Dübendorf

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione della Fondation Sana

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

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 e imprese pubbliche 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

Altri mandati in consigli d'amministrazione: Banca Coop SA, Basilea; Bell SA, Basilea; Coop Mineraloel AG, Allschwil; Patrinato Coop per le regioni di montagna Società Cooperativa, Basilea (presidente); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; HWZ Scuola superiore di economia, Zurigo; Mobiliare Svizzera Società Cooperativa, Berna; Mobiliare Svizzera Holding SA, Berna; Transgourmet Holding AG, Basilea

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

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: BG Bonnard & Gardel Holding SA, Losanna; Raymond Weil SA, Grand-Lancy; Symbiotics SA, Ginevra

Altre funzioni e cariche: membro del Consiglio dei PF; membro del consiglio di fondazione della Fondation des Amis du Prix de Lausanne, Losanna; membro del consiglio di fondazione della Fondation pour l'institut de hautes études internationales et du développement; KTI Certification Board; CEO The Roberto Giori Company Limited, Pully

Roman Kuhn

Svizzero

Formazione: Executive MBA, 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 dell'associazione Schloss Hallwyl; membro del Comitato direttivo della fondazione Offene Hand «SwissHand»

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 la ditta 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 Rüeiger

Svizzero

Formazione: MBA, Losanna

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

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

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

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.



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. È oggetto del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi anche la compliance. Fanno parte del Comitato di revisione Irene Kaufmann (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 norma il presidente della Direzione generale, il responsabile della Direzione Finanze/ Servizi e il responsabile della Revisione interna convoto consultivo. A seconda dell'ordine del giorno vengono convocati i revisori esterni. I membri del Consiglio d'amministrazione vengono informati periodicamente in merito ai lavori del Comitato di revisione. La Revisione interna sottostà alla presidenza 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 incumbenti. Nel 2014, 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 consultativo. 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 716a), 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 lo stato di realizzazione delle singole mi-



Bernard Rüeger



Giusep Valaulta

sure. 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 riassunte 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 di Coop e agisce sotto la propria responsabilità, benché incarichi e competenze siano 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 2014, 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

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 della 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/Servizi 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); Marché Ristoranti Svizzera SA, Lindau (presidente); Palink UAB, Lituania; RS Vertriebs AG, San Gallo (presidente); Société coopérative de collaboration internationale (CORE) S.C.R.L., BE-Bruxelles; Transgourmet Holding AG, Basilea

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: Centre Commercial Moncor S.A., Villars-sur-Glâne (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Coop Vitality AG, Berna; Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; Marché Ristoranti Svizzera SA, Lindau; Panflor AG, Zurigo; Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny; Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (presidente dal 19.12.2014); Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (presidente dal 19.12.2014)

Altre funzioni e cariche: membro del consiglio di fondazione del Centro congressi 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: Bell SA, Basilea; Kühnhaus Neuhof AG, Gossau; Railcare AG, Härkingen (presidente)

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



Jean-Marc Chapuis



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); RS Vertriebs AG, San Gallo; Service 7000 AG, Netstal; The Body Shop Switzerland SA, Uster (presidente)

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 SA, Zurigo (presidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (presidente); Hilcona AG, FL-Schaan; Marché Ristoranti Svizzera SA, Lindau; Palink UAB, Lituania; Retail Marketing Switzerland AG, Basilea (presidente); Société coopérative de collaboration internationale (CORE) S.C.R.L., BE-Bruxelles; Transgourmet Holding AG, Basilea; Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (presidente fino al 19.12.2014); Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (presidente fino al 19.12.2014)**Altre funzioni e cariche:** membro del consiglio di fondazione della fondazione Biore, Risch**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 (presidente, vicepresidente, presidente 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% del salario lordo, e l'importo dipende dal grado di raggiungimento del budget.

Nel 2014, 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 (2013: 1,4 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2014 salari lordi per un importo pari a 3,6 milioni di franchi per 6,0 unità di personale (2013: 3,5 milioni di franchi per 6,0 unità di personale).

Gli onorari per le attività del presidente e della vicepresidente del Consiglio d'amministrazione nonché dei membri della Direzione generale in seno ai consigli d'amministrazione delle società affiliate 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 casa pensioni.



Daniel Stucker



Philipp Wyss

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 2014, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3,4 milioni di franchi (2013: 3,1 milioni di franchi).

8.3 Altri onorari

Per i servizi aggiuntivi che vanno oltre il mandato legale, PwC ha fatturato durante l'anno di esercizio 2014 un totale di 0,5 milioni di franchi (2013: 1,0 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 2014 il revisore responsabile ha preso parte a due riunioni del Comitato di revisione. In quest'occasione 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 quadrimestrale 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 2015

Coop Società

Direzione generale (DG)

Joos Sutter, presidente della DG
Jean-Marc Chapuis, capo Direzione Immobili
Reto Conrad, capo Direzione Finanze/Servizi
Leo Ebnetter, 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 Divisione Swissmill
Anton von Weissenfluh, responsabile Divisione Chocolats Halba

Direzione Retail

Joos Sutter, capo Direzione Retail
Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
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
Claudio Marra, capo vendita 1
Bertrand Pasteur, capo vendita 6
Franck Truchot, capo vendita 5
Laurent Voelin, capo vendita 3
Philippe Ziörjen, capo vendita 4

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 8
Cem Asci, capo vendita 4
Urs Barmettler, capo vendita 3
Angelo Durante, responsabile EA/Controlling
Andreas Graf, capo vendita 6
Markus Ingold, capo vendita 7
Sandro Janko, capo vendita 2
Herbert Müller, capo vendita 5
Luc Pillard, responsabile Personale/Formazione
Jean-Claude Prosdocimo, capo vendita 3
Yves Vogt, capo vendita 9
Monika Zander, capo vendita 1

Regione di vendita Ostschweiz-Ticino (OT)

Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
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

Marché Ristoranti Svizzera SA

Joos Sutter, presidente del Consiglio d'amministrazione
Mirko Schwarz, presidente della Direzione generale

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
Christian Jochberg, responsabile Vendita Regione Centro
Michel Produit, responsabile Vendita Regione Ovest
Bruno Veit, responsabile Vendita Regione Est

Coop Edile+Hobby

Christoph Theler, responsabile Edile+Hobby
Joe Wyss, responsabile CCM/Acquisti
Bruno Haberthür, CCM Edilizia/Sanitari
Stefan Mundwiler, Pool acquisti Edile+Hobby
René Pauchard, CCM Artigianato/Utensili e materiale elettrici
Rainer Pietrek, CCM Piante
Walter Studer, CCM Giardinaggio

Interdiscount

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

Toptip/Lumimart

Oliver Roth, responsabile Divisione Toptip/Lumimart

Import Parfumerie/Christ Orologi & Gioielli

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

Coop Vitality AG

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Daniele Madonna, presidente della Direzione generale

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

RS Vertriebs AG

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Yves Haid, presidente della Direzione generale

The Body Shop Switzerland SA

Daniel Stucker, presidente del Consiglio d'amministrazione
Angelika Lanen, 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
Kaspar Wittwer, responsabile Coop Gastronomia

CCM Prodotti freschi

Roland Frefel, responsabile CCM Prodotti freschi
Silvio Baselgia, CCM Prodotti convenienze freschi
Axel Dippold, CCM Frutta/Verdura
Oliver Krüsi, CCM Pane/Prodotti di panetteria
Marc Muntwyler, CCM Latticini/Uova
Fabian Schneider, CCM Carne
Pascal Seiler, CCM Pesce/Surgelati

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
Simon Grieder, CCM Bevande rinfrescanti/Superalcolici/
Articoli per fumatori
Andrea Kramer, CCM Prodotti dolciari/Snack salati
Philipp Nyffenegger, CCM Prodotti convenienze
a lunga conservazione

CCM Non Food

Pia Bracher, responsabile CCM Non Food
Jürg Birkenmeier, CCM Abbigliamento/Accessori
Olivier Compagnon, CCM Detersivi/Detergenti/Igiene
Kerstin Czermak, CCM Profumeria/Cura del corpo/Vita Shop
Simone Gössling, CCM Articoli di cancelleria/Stampa/
Articoli da viaggio/Gioielli/Orologi
Marc Helfenstein, CCM Cucina/Elettrodomestici/
Elettronica di consumo/E-Communication
Beatrix Kessler, CCM Articoli per la tavola e per la casa
Patrick Steiner, CCM Abbigliamento bambini/Articoli per bebè/
Giocattoli

Acquisti Food

Christian Guggisberg, responsabile Acquisti Food
Andreas Allenspach, Pool acquisti (PA) Frutta/Verdura/Fiori/Piante
Daniel Giger, PA Pane/Latticini/Formaggi
Michael Sieber, PA Alimenti di base/Alimenti per animali
Martin Wullschlegler, PA Vino/Bevande/Tabacco
Peter Zürcher, PA Carne/Pesce/Prodotti convenienze/Surgelati

Tammo Hintz, responsabile Eurogroup S.A.

Acquisti Non Food

Michael Susta, responsabile Acquisti Non Food
Emanuel Büchlin, PA Abbigliamento/Accessori
Robert Kronhofer, PA Casalinghi e tempo libero
Olivier Schwegler, PA Near Food

Supply Chain Management

Mauro Manacchini, responsabile Supply Chain Management
Dmitry Proskurin, Strategia Supply Chain Management
Markus Schmid, Approvvigionamento/SBO nazionale

Betty Bossi AG

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione
Walter Lüthi, CEO

Eurogroup Far East Ltd.

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione
Peter Hauser, CEO

Direzione Logistica

Leo Ebner, 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 Ebner, 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

Tropenhaus Frutigen AG

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Marcel Baillods, CEO

Tropenhaus Wolhusen AG

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Pius Marti, CEO

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
Klaus Sedlmeyer, responsabile Regione immobiliare OT
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
Markus Heiniger, responsabile Marketing e Acquisti
Erich Joss, responsabile Risorse umane
Andrea Pellizzari, responsabile Finanze/Controlling
Claude Schnider, responsabile IT

Transgourmet Central and Eastern Europe

John Matthew, presidenza della Direzione generale,
direttore Europa dell'Est
Frank Seipelt, presidenza della Direzione generale,
direttore Foodservice Germania,
direttore Transgourmet Seafood
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

Alexandru Vlad, Direzione/Presidenza
Herwig Arvay, direttore Amministrazione
Dorin Iordachescu, direttore Acquisti,
Category Management & Marketing

Selgros Russia

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

Transgourmet France

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

Bell SA

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Lorenz Wyss, presidente della Direzione del gruppo, CEO
Christian Schröder, membro della Direzione del gruppo
Marco Tschanz, membro della Direzione del gruppo, CFO
Johannes Meister, responsabile Risorse umane

Bell Svizzera

Lorenz Wyss, presidente della Direzione generale
Philipp Allemann, membro della Direzione generale,
responsabile Produzione
Markus Bänziger, membro della Direzione generale,
responsabile Acquisti/SCM
Christine Schlatter, membro della Direzione generale,
responsabile Vendita/Marketing
Marco Tschanz, membro della Direzione generale,
responsabile Finanze/Servizi

Bell Germania

Christian Schröder, presidente della Direzione generale,
responsabile Vendita/Marketing
Markus von der Pütten, membro della Direzione generale,
responsabile Produzione/Tecnica
Robert Blümel, responsabile Acquisti/SCM
Andreas Eder, responsabile Risorse umane
Nicolaj Steber, responsabile Bell Spagna
Thomas Studer, responsabile Finanze/Servizi

Bell International

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

Parte finanziaria

62 Relazione sulla situazione finanziaria del Gruppo Coop

64 Il Gruppo Coop in cifre

- 64 Ricavo netto
- 66 Informazioni di settore
- 67 Punti di vendita/Mercati
- 68 Investimenti
- 69 Conto economico a valore aggiunto
- 70 Unità di personale
- 71 Numero di persone
- 72 Numero di persone in formazione
- 73 Diversità collaboratori
- 74 Sviluppo del Gruppo Coop

75 Conto annuale consolidato del Gruppo Coop

- 75 Conto economico consolidato
- 76 Bilancio consolidato
- 77 Conto consolidato dei flussi finanziari
- 78 Prospetto di variazione del patrimonio netto
- 79 Allegato al conto annuale consolidato
- 95 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 Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. Il commercio al dettaglio comprende Coop Società Cooperativa con i relativi supermercati e formati 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 2014, il ricavo netto del Gruppo Coop è aumentato dello 0,7% a 27.163 milioni di CHF; al netto degli effetti valutari, la crescita è pari all'1,3% (2013: 26.967 milioni di CHF). A questa crescita hanno contribuito in particolare nel commercio al dettaglio i formati Interdiscount e Microspot.ch e le acquisizioni effettuate nel 2014 di Marché Restaurants Schweiz AG e RS Vertriebs AG con i marchi Nettoshop.ch e Schubiger. Dei ricavi netti del Gruppo Coop, 7341 milioni di CHF sono stati conseguiti all'estero, di cui la quota maggiore, pari al 48,7%, è stata realizzata in Germania. Le spese per il personale ammontano a 4075 milioni di CHF e gli altri costi operativi a 2628 milioni di CHF. Gli ammortamenti, pari a 1210 milioni di CHF, si compongono di ammortamenti su immobili per 482 milioni di CHF, altre immobilizzazioni materiali per 368 milioni di CHF, altre immobilizzazioni immateriali per 75 milioni di CHF e ammortamenti di avviamento per 288 milioni di CHF. Al momento l'avviamento viene ammortizzato nell'arco di un periodo massimo di otto anni. Agli ammortamenti si contrappongono riprese di valore per 3 milioni di CHF nel settore degli immobili. Il risultato operativo, pari a 828 milioni di CHF, è superiore rispetto all'esercizio precedente (760 milioni di CHF), con un margine EBIT del 3,0% (2013: 2,8%).

Utile netto

Rispetto all'anno precedente, il risultato delle organizzazioni associate è salito di 15 milioni di CHF a quota 18 milioni di CHF. Con una perdita di 11 milioni di CHF, il risultato da valute estere è stato inferiore all'anno precedente, mentre con una perdita di 86 milioni di CHF il risultato finanziario è leggermente migliorato rispetto all'anno precedente. Una volta dedotti 187 milioni di CHF di imposte sul reddito e le partecipazioni minoritarie di 96 milioni di CHF, risulta un utile netto di 470 milioni di CHF, ovvero 8 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 124 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Tra le voci in attivo, l'attivo circolante è sceso a causa del calo delle liquidità. L'attivo fisso è passato a 11.854 milioni di CHF, con un incremento di 364 milioni di CHF. Agli ammortamenti si contrappongono maggiori investimenti e incrementi derivanti dalle acquisizioni effettuate. Il capitale di terzi, attestatosi a 9352 milioni di CHF, è calato rispetto all'esercizio precedente. Il capitale di terzi a breve termine è diminuito a 4571 milioni di CHF, mentre quello a lungo termine è aumentato a 4781 milioni di CHF. Nel capitale di terzi a lungo termine, il Gruppo Coop si è finanziato tramite prestiti e depositi. Il patrimonio netto, incluse le partecipazioni di minoranza, è salito a 8089 milioni di CHF. Al 31 dicembre 2014, la quota di patrimonio netto era pari al 46,4%, quindi nettamente al di sopra dell'obiettivo strategico del 40%; la crescita rispetto all'esercizio precedente è stata di 1,7 punti percentuali.

Rendiconto finanziario

L'utile netto dopo le imposte sul reddito è stato leggermente superiore all'anno precedente. In particolare, le riprese di valore nel settore degli immobili e gli utili derivanti dalla vendita di immobili sono risultati inferiori di 58 milioni di CHF. Il flusso monetario da attività operativa, pari a 1551 milioni di CHF, è stato quindi inferiore rispetto all'esercizio precedente. Il deflusso monetario da attività d'investimento è stato di 1700 milioni di CHF e, dati i maggiori investimenti in immobilizzazioni materiali e le acquisizioni, è risultato superiore a quello dell'anno precedente di 735 milioni di CHF circa. Sono stati investiti al netto 1224 milioni di CHF in immobilizzazioni materiali e immateriali, e complessivamente 481 milioni di CHF in acquisizioni. Negli investimenti finanziari/titoli è stato registrato un disinvestimento netto di 3 milioni di CHF. Ne è derivato un free cash flow di 327 milioni di CHF. Il deflusso monetario da attività di finanziamento ammonta a 166 milioni di CHF. Il Gruppo Coop Società Cooperativa ha acceso due prestiti obbligazionari per un totale di 400 milioni di CHF e rimborsato un prestito obbligazionario pari a 500 milioni di CHF. Oltre a questo rimborso netto di 100 milioni di CHF sono stati versati agli azionisti minoritari dividendi per 67 milioni di CHF. Nonostante un calo di 335 milioni di CHF delle liquidità, passate a 1178 milioni di CHF (anno precedente: aumento di 584 milioni di CHF), dal punto di vista finanziario il Gruppo Coop sarà in grado di reagire anche in futuro in modo adeguato alle difficili sfide economiche.

Analisi per segmento

Commercio al dettaglio

Il ricavo netto del Gruppo Coop nel commercio al dettaglio è salito nel 2014 a 17.718 milioni di CHF (anno precedente: 17.379 milioni di CHF), crescendo quindi del 2,0%. Considerato il rincaro negativo dello 0,5% sull'intero assortimento, si tratta di un risultato soddisfacente. Il numero dei punti di vendita è salito a 1971 (+38). Nel commercio al dettaglio, il Gruppo Coop dà lavoro a 46.268 dipendenti. Coop Società Cooperativa, con un totale di 837 supermercati Coop, ha realizzato un ricavo netto di 10.636 milioni di CHF (anno precedente: 10.560 milioni di CHF), registrando una crescita dello 0,7%. Nelle società affiliate, il ricavo netto di Dipl. Ing. Fust AG con la nuova acquisizione di RS Vertriebs AG è stato di 985 milioni di CHF (anno precedente: 860 milioni di CHF); è quindi cresciuto del 14,6%. Con un ricavo netto di 2521 milioni di CHF (anno precedente: 2580 milioni di CHF), Coop Mineraloel AG ha purtroppo registrato un calo del fatturato a causa della riduzione del prezzo dei carburanti. Con un ricavo netto di 151 milioni di CHF (anno precedente: 142 milioni di CHF) Coop Vitality AG ha conseguito una crescita del 6,1%, mentre Betty Bossi SA è cresciuta del 4,5% con un ricavo netto di 86 milioni di CHF (anno precedente: 82 milioni di CHF). Marché Restaurant Schweiz AG, acquistata nel 2014, ha registrato un ricavo netto di 118 milioni di CHF. In totale, i formati specializzati hanno ottenuto un ricavo netto di 7834 milioni di CHF (anno precedente: 7530 milioni di CHF).

Commercio all'ingrosso/Produzione

Nel 2014, il settore Commercio all'ingrosso/Produzione, nonostante la forte concorrenza sul mercato nazionale e internazionale, ha conseguito un ricavo netto di 11.193 milioni di (anno precedente: 11.329 milioni di CHF). Al netto degli effetti valutari risulta una crescita dello 0,2%.

Il gruppo Transgourmet ha registrato un ricavo netto di 8166 milioni di CHF (anno precedente: 8249 milioni di CHF), con una crescita al netto degli effetti valutari dello 0,8%. Il gruppo Transgourmet opera nel rifornimento all'ingrosso e nel Cash&Carry in Svizzera, Germania, Francia, Polonia, Romania e Russia. Nel 2014, il gruppo ha gestito in totale 115 (+2) mercati Cash&Carry, dando lavoro a 22.800 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 2014, il gruppo Bell contava 6299 collaboratori. Con 2578 milioni di CHF, il ricavo netto è stato leggermente al di sotto dell'anno precedente (anno precedente: 2598 milioni di CHF). In Svizzera, Bell Schweiz AG ha incrementato nuovamente il fatturato. In particolare sono nettamente cresciuti gli assortimenti a maggior valore aggiunto; a spingere la crescita sono i settori seafood, pollame e charcuterie. Bell Deutschland e Bell International con Francia, Benelux, Polonia, Ungheria e Repubblica Ceca hanno subito le conseguenze degli influssi monetari e del crollo dei prezzi della carne suina in Europa registrando rispetto al 2013 un fatturato nominale inferiore.

Ricavo netto degli shop online

Per la prima volta, il Gruppo Coop ha conseguito con i suoi shop online nei segmenti Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione un ricavo netto di oltre 1 miliardo di CHF (anno precedente: 905 milioni di CHF). Gli shop online nel commercio al dettaglio hanno ottenuto risultati particolarmente positivi: il ricavo netto è infatti salito del 52,4% a quota 448 milioni di CHF. Al risultato positivo hanno contribuito anche le acquisizioni di Nettoshop.ch e Schubiger. Con una crescita del 10,8%, Coop@home ha conseguito un ricavo netto di 114 milioni di CHF, mentre Microspot.ch ha portato il ricavo netto a 146 milioni di CHF, con una crescita del 45,0%. Gli shop online del segmento Commercio all'ingrosso/Produzione hanno conseguito un ricavo netto di 675 milioni di CHF, con una crescita del 10,5%.

Previsioni

Nel 2015, il Gruppo Coop persegue in modo sistematico le strategie avviate. La strategia aziendale è orientata a un risultato a lungo termine, il che si riflette in particolare nell'impegno di Coop a favore della sostenibilità.

Nel 2014, nel commercio al dettaglio Coop ha gestito un totale di 1971 punti di vendita tra supermercati e formati specializzati.

Coop dispone quindi della più fitta rete di vendita in Svizzera ed è vicina alla gente. Nel 2015, la priorità nei supermercati è data alla sostenibilità e alla varietà. Grazie ai formati online Coop@home, Microspot.ch, Nettoshop.ch e ai numerosi altri shop online, il Gruppo Coop mira a conseguire anche nel 2015 una crescita superiore alla media. Il Gruppo Coop si prefigge inoltre l'obiettivo di collegare ancora più strettamente il commercio stazionario e il commercio online grazie al Cross Channel. Oltre all'elevato tasso di deflazione nell'assortimento Non Nood, costituisce una sfida anche il turismo degli acquisti a un livello sempre elevato.

Nel segmento Commercio all'ingrosso/Produzione, un altro potenziale di crescita risiede nel connettere in rete tutte le attività a livello europeo. Un'altra sfida è costituita dall'evoluzione della situazione politica in Russia, con il rublo debole, e il difficile andamento economico in Romania. Nel commercio all'ingrosso perdura il costante spostamento dal Cash&Carry al rifornimento all'ingrosso. Il gruppo Transgourmet continua a perseguire la strategia multichannel già avviata (la combinazione di rifornimento all'ingrosso e Cash&Carry), che comporta un ulteriore consolidamento del rifornimento all'ingrosso. Mettendo in atto una strategia di marca propria a livello internazionale, Transgourmet continua a potenziare la propria posizione di mercato.

L'andamento del franco svizzero rispetto alle valute estere rilevanti per il Gruppo Coop influenzerà lo sviluppo delle attività nel 2015. Attualmente non è possibile quantificare l'impatto sul conto di gruppo 2015.

Nonostante il mercato aspramente conteso, il Gruppo Coop punta anche nel 2015 a incrementare la redditività e conseguire una crescita sana. I tratti distintivi di posizionamento continuano a essere la sostenibilità, la varietà, la qualità e la competenza in materia di prezzi.

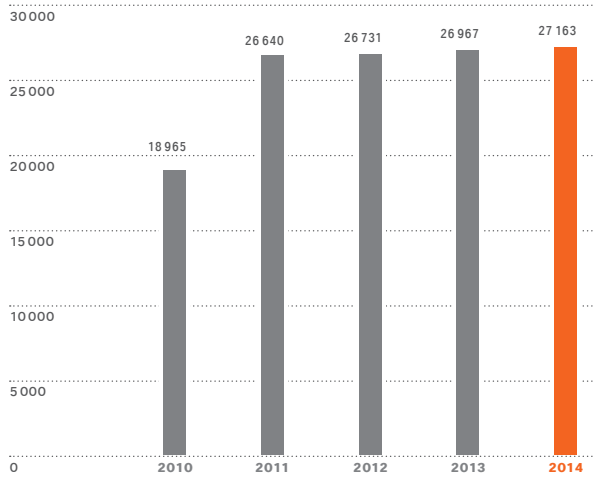
Il Gruppo Coop in cifre

Ricavo netto

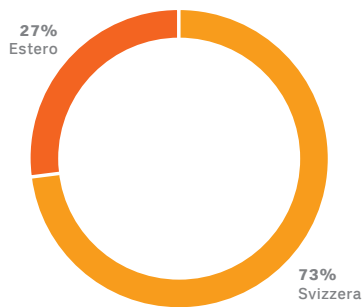
in milioni di CHF		2014	2013
Supermercati A	< 980 m ²	3 376	3 349
Supermercati B	980 – 1 890 m ²	3 111	3 038
Supermercati C	1 890 – 3 500 m ²	2 641	2 653
Ipermercati	> 3 500 m ²	1 508	1 520
Supermercati Coop		10 636	10 560
Interdiscount		984	922
Coop City		896	890
Coop Edile+Hobby		642	648
Toptip/Lumimart		205	210
Import Parfumerie		158	159
Coop@home		114	103
Christ Orologi & Gioielli		97	100
Coop Mineraloel AG		2 521	2 580
Dipl. Ing. Fust AG		985	860
Coop Vitality AG		151	142
Marché Restaurants Schweiz AG		118	
Betty Bossi AG		86	82
The Body Shop Switzerland AG		35	35
Altre società		842	800
Formati specializzati		7 834	7 530
Consolidamento		-752	-711
Commercio al dettaglio		17 718	17 379
Transgourmet Svizzera		1 490	1 481
Transgourmet Central and Eastern Europe		5 177	5 233
Transgourmet France		1 498	1 534
Gruppo Transgourmet		8 166	8 249
Gruppo Bell		2 578	2 598
Coop Società Cooperativa Produzione		728	726
Altre società		2	1
Consolidamento		-281	-244
Commercio all'ingrosso/Produzione		11 193	11 329
Consolidamento Gruppo Coop		-1 749	-1 741
Ricavo netto		27 163	26 967
Altri ricavi operativi		1 011	982
Fatturato complessivo		28 174	27 950
di cui shop online		1 124	905
– Microspot.ch		146	101
– Coop@home		114	103
– Nettoshop.ch		69	
– Altri shop online Commercio al dettaglio		119	90
Shop online Commercio al dettaglio		448	294
Shop online Commercio all'ingrosso/Produzione		675	611
di cui ricavo netto Svizzera		19 821	19 489
di cui ricavo netto Estero		7 341	7 478

Valori dell'anno precedente adattati

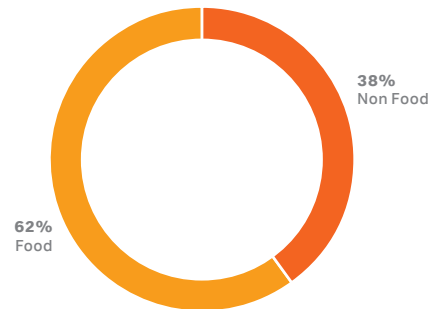
Ricavo netto da forniture e servizi
in milioni di CHF



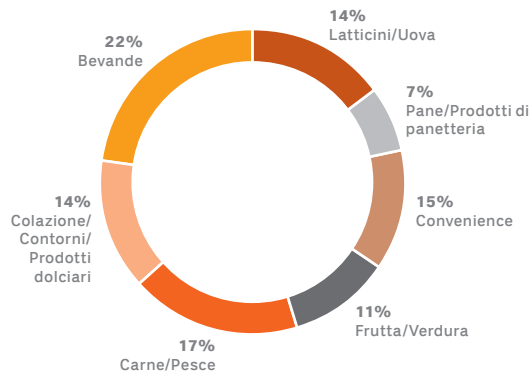
Ripartizione ricavo netto Svizzera ed Estero
in %



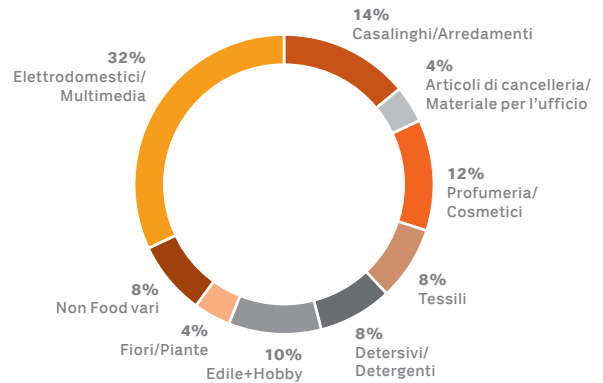
Ricavo netto Svizzera per categorie principali
in %



Quote Commercio al dettaglio Food
in %



Quote Commercio al dettaglio Non Food
in %



Informazioni di settore

in milioni di CHF

2014	Commercio al dettaglio	Comm. all'ingrosso/ Produzione	Consolidamento	Gruppo Coop
Ricavo netto da forniture e servizi	17 718	11 193	-1 749	27 163
Risultato operativo (EBIT)	587	241		828

2013	Commercio al dettaglio	Comm. all'ingrosso/ Produzione	Consolidamento	Gruppo Coop
Ricavo netto da forniture e servizi	17 379	11 329	-1 741	26 967
Risultato operativo (EBIT)	522	238		760

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

		2014	Quantità al 31.12 2013	Superficie di vendita m ² al 31.12 2014	Superficie di vendita m ² al 31.12 2013
Supermercati A	< 980 m ²	521	518	298 295	295 407
Supermercati B	980 – 1 890 m ²	196	191	280 921	273 972
Supermercati C	1 890 – 3 500 m ²	90	89	250 502	247 420
Ipermercati	> 3 500 m ²	30	30	152 066	152 425
Supermercati Coop		837	828	981 784	969 224
Interdiscount		191	196	68 371	69 692
Coop City		32	32	138 453	137 405
Coop Edile+Hobby		74	73	301 941	298 174
Toptip/Lumimart		50	54	139 080	149 034
Import Parfumerie		123	124	10 068	10 116
Christ Orologi & Gioielli		73	77	5 739	5 902
Ristoranti Da Giovanni			5		1 775
Hotel		3	3		
Resto di Coop Società Cooperativa		2	2	440	440
Coop Mineraloel AG		284	277	32 398	31 277
Dipl. Ing. Fust AG		166	159	91 646	89 157
Coop Vitality AG		61	55	13 698	12 932
Marché Restaurants Schweiz AG		23		15 782	
The Body Shop Switzerland AG		50	46	2 901	2 672
Tropenhaus Frutigen AG		1	1		
Tropenhaus Wolhusen AG		1	1		
Formati specializzati		1 134	1 105	820 517	808 576
Commercio al dettaglio		1 971	1 933	1 802 301	1 777 800

		2014	Quantità al 31.12 2013	Superficie di vendita m ² al 31.12 2014	Superficie di vendita m ² al 31.12 2013
Transgourmet Svizzera		28	28	116 114	116 086
Transgourmet Central and Eastern Europe		87	85	817 052	801 245
Gruppo Transgourmet		115	113	933 166	917 331
Repubblica Ceca		84	85	5 118	5 334
Slovacchia			31		1 926
Gruppo Bell		84	116	5 118	7 260
Commercio all'ingrosso/Produzione		199	229	938 284	924 591

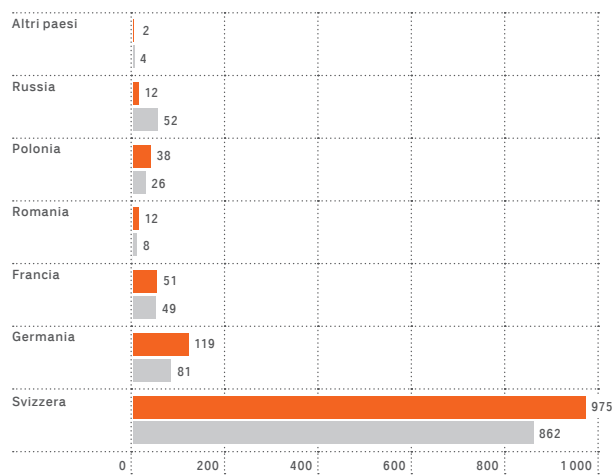
Investimenti

in milioni di CHF	2010	2011	2012	2013	2014
Svizzera	664	986	651	862	975
Germania		188	129	81	119
Francia		30	17	49	51
Romania		38	11	8	12
Polonia		33	38	26	38
Russia		84	20	52	12
Altri paesi		0	0	4	2
Estero		373	216	219	233
Investimenti in immobilizzi materiali	664	1 360	867	1 081	1 209
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	103	152	37	92	41
Investimenti netti in immobilizzi materiali	561	1 208	829	989	1 167
Altri investimenti netti	92	1 908	121	-24	533
Investimenti netti	653	3 116	950	965	1 700

Investimenti in immobilizzi materiali per paese in milioni di CHF

.....

■ 2014 ■ 2013



Conto economico a valore aggiunto

in milioni di CHF	2014	2013	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	27 163	26 967	100.7
Costo delle merci e altre prestazioni preliminari	19 948	19 872	100.4
Valore aggiunto lordo	7 215	7 096	101.7
Ammortamenti/Accantonamenti	1 207	1 212	99.6
Valore aggiunto netto	6 008	5 884	102.1
Collaboratori	4 119	3 998	103.0
Mano pubblica	1 243	1 240	100.2
Mutuanti	176	182	96.3
Utili trattenuti (autofinanziamento)	470	462	101.7
Ripartizione del valore aggiunto	6 008	5 884	102.1
Valore aggiunto lordo per unità di personale (in CHF)	109 109	110 013	99.2
Valore aggiunto netto per unità di personale (in CHF)	90 854	91 225	99.6

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.

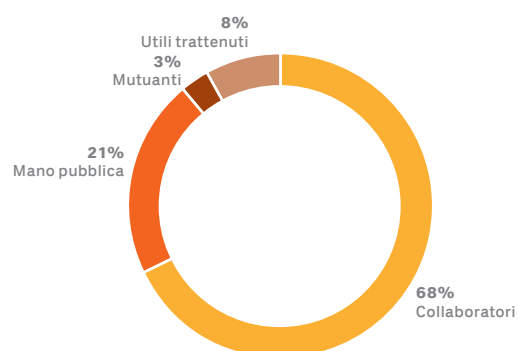
Con una quota del 68%, nel 2014 la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. La quota è invariata rispetto all'anno precedente. Nel 2014, il Gruppo Coop contava 66.125 unità di personale (anno precedente: 64.498).

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

	2014	2013	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	19 843	19 647	+197	101.0
Interdiscount	1 658	1 633	+25	101.5
Coop City	2 390	2 407	-17	99.3
Coop Edile+Hobby	1 635	1 558	+77	105.0
Toptip/Lumimart	574	591	-17	97.1
Import Parfumerie	478	475	+4	100.8
Christ Orologi & Gioielli	321	334	-14	95.9
Coop Mineraloel AG	82	81	+2	101.9
Dipl. Ing. Fust AG	2 176	1 830	+346	118.9
Coop Vitality AG	515	487	+28	105.8
Marché Restaurants Schweiz AG	682		+682	..
Betty Bossi AG	86	83	+3	103.1
The Body Shop Switzerland AG	188	171	+17	109.9
Altre società	563	471	+92	119.4
Settori centrali	5 213	5 363	-151	97.2
Commercio al dettaglio	36 403	35 131	+1 272	103.6
Transgourmet Svizzera	1 654	1 559	+95	106.1
Transgourmet Central and Eastern Europe	16 467	16 049	+418	102.6
Transgourmet France	3 656	3 698	-42	98.9
Gruppo Transgourmet	21 777	21 307	+470	102.2
Bell Svizzera	3 369	3 391	-23	99.3
Bell Estero	2 930	2 993	-63	97.9
Gruppo Bell	6 299	6 385	-86	98.7
Coop Società Cooperativa Produzione	1 639	1 672	-34	98.0
Altre società	7	4	+3	175.0
Commercio all'ingrosso/Produzione	29 722	29 367	+354	101.2
Unità di personale (persone in formazione incluse)	66 125	64 498	+1 626	102.5

Valori dell'anno precedente adattati

Numero di persone

	2014	2013	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	26 820	26 283	+537	102.0
Interdiscount	1 805	1 779	+26	101.5
Coop City	3 001	3 012	-11	99.6
Coop Edile+Hobby	2 024	1 956	+68	103.5
Toptip/Lumimart	652	677	-25	96.3
Import Parfumerie	692	673	+19	102.8
Christ Orologi & Gioielli	445	455	-10	97.8
Coop Mineraloel AG	95	87	+8	109.2
Dipl. Ing. Fust AG	2 284	1 936	+348	118.0
Coop Vitality AG	695	656	+39	105.9
Marché Restaurants Schweiz AG	937		+937	..
Betty Bossi AG	119	116	+3	102.6
The Body Shop Switzerland AG	222	210	+12	105.7
Altre società	743	659	+84	112.7
Settori centrali	5 734	5 834	-100	98.3
Commercio al dettaglio	46 268	44 333	+1 935	104.4
Transgourmet Svizzera	1 800	1 745	+55	103.2
Transgourmet Central and Eastern Europe	17 334	16 862	+472	102.8
Transgourmet France	3 666	3 658	+8	100.2
Gruppo Transgourmet	22 800	22 265	+535	102.4
Bell Svizzera	3 452	3 513	-61	98.3
Bell Estero	2 847	3 093	-246	92.0
Gruppo Bell	6 299	6 606	-307	95.4
Coop Società Cooperativa Produzione	1 713	1 747	-34	98.1
Altre società	7	4	+3	175.0
Commercio all'ingrosso/Produzione	30 819	30 622	+197	100.6
Persone (persone in formazione incluse) al 31.12	77 087	74 955	+2 132	102.8

Valori dell'anno precedente adattati

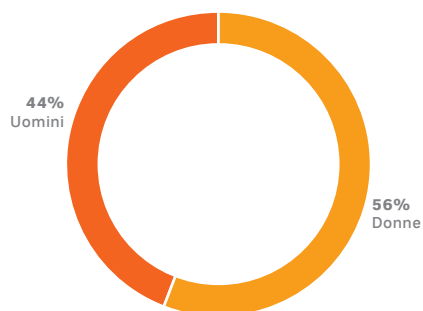
Numero di persone in formazione

	2014	2013	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	1 535	1 528	+7	100.5
Interdiscount	371	372	-1	99.7
Coop City	172	174	-2	98.9
Coop Edile+Hobby	138	139	-1	99.3
Toptip/Lumimart	33	36	-3	91.7
Import Parfumerie	49	49	+0	100.0
Christ Orologi & Gioielli	35	38	-3	92.1
Coop Mineraloel AG	4	3	+1	133.3
Dipl. Ing. Fust AG	96	76	+20	126.3
Coop Vitality AG	100	96	+4	104.2
Marché Restaurants Schweiz AG	24		+24	..
The Body Shop Switzerland AG	6	8	-2	75.0
Altre società	20	17	+3	117.6
Settori centrali	151	164	-13	92.1
Commercio al dettaglio	2 734	2 700	+34	101.3
Transgourmet Svizzera	84	87	-3	96.6
Transgourmet Central and Eastern Europe	277	292	-15	94.9
Transgourmet France	63	61	+2	103.3
Gruppo Transgourmet	424	440	-16	96.4
Bell Svizzera	59	54	+5	109.3
Bell Estero	20	26	-6	76.9
Gruppo Bell	79	80	-1	98.8
Coop Società Cooperativa Produzione	34	45	-11	75.6
Commercio all'ingrosso/Produzione	537	565	-28	95.0
Persone in formazione al 31.12	3 271	3 265	+6	100.2
Stage per neodiplomati al 31.12	87	115	-28	75.7

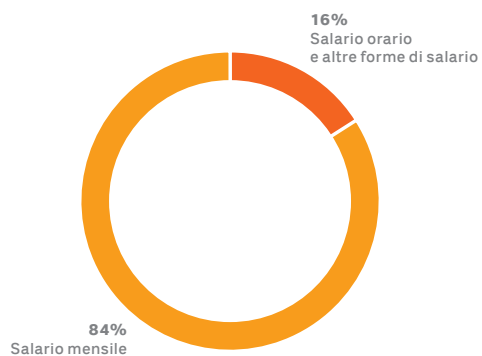
Valori dell'anno precedente adattati

Diversità collaboratori

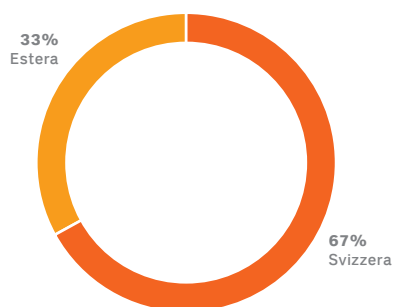
Sesso
in %



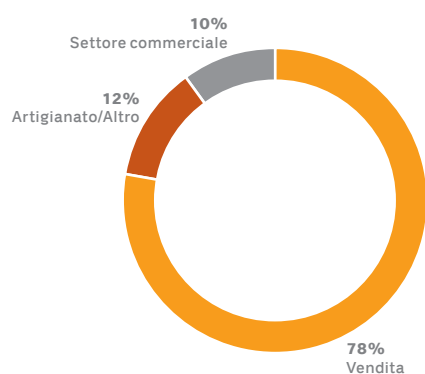
Rapporto di lavoro
in %



Nazionalità¹
in %

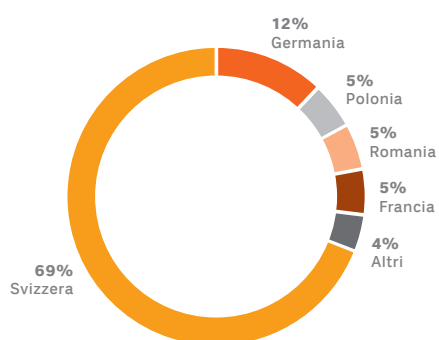


Persone in formazione
in %



¹ Solo collaboratori con paese di lavoro Svizzera.

Paese di lavoro
in %



Sviluppo del Gruppo Coop

in milioni di CHF o come indicato	2010	2011	2012	2013	2014
Commercio al dettaglio				17 379	17 718
Commercio all'ingrosso/Produzione				11 329	11 193
Consolidamento				-1 741	-1 749
Ricavo netto da forniture e servizi	18 965	26 640	26 731	26 967	27 163
di cui ricavo netto Estero		7 451	7 490	7 478	7 341
in % del ricavo netto		28.0	28.0	27.7	27.0
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	1 955	1 917	1 930	1 937	2 038
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	10.3	7.2	7.2	7.2	7.5
Risultato operativo (EBIT)	709	713	737	760	828
in % del ricavo netto (margine EBIT)	3.7	2.7	2.8	2.8	3.0
Risultato del periodo	470	432	452	462	470
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	2.5	1.6	1.7	1.7	1.7
Flusso finanziario dell'attività operativa	1 709	1 761	1 711	1 667	1 551
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	9.0	6.6	6.4	6.2	5.7
Flusso finanziario dell'attività di investimento	-653	-3 116	-950	-965	-1 700
in % del ricavo netto	3.4	11.7	3.6	3.6	6.3
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento	211	40	-275	-116	-166
Free cash flow¹	1 120	518	842	628	327
Somma di bilancio	14 624	16 492	16 880	17 317	17 441
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza	6 412	6 786	7 262	7 738	8 089
Quota di patrimonio netto incluse le quote di minoranza in %	Obiettivo: > 40.0	43.8	41.1	43.0	44.7
Debiti finanziari	4 686	5 080	4 872	4 840	4 753
Indebitamento finanziario netto	2 814	4 509	3 855	3 305	3 560
Fattore di indebitamento	Obiettivo: < 3.0	1.4	2.4	2.0	1.7
Fattore di copertura degli interessi	Obiettivo: > 8.0	27.7	10.9	21.8	21.7
Unità di personale	43 925	64 402	64 458	64 498	66 125
Collaboratori al 31.12	53 559	75 361	75 309	74 955	77 087
Persone in formazione al 31.12	3 014	3 391	3 221	3 265	3 271
Punti di vendita/Mercati					
Numero Commercio al dettaglio al 31.12	1 849	1 897	1 917	1 933	1 971
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m² al 31.12	1 730 934	1 746 434	1 766 913	1 777 800	1 802 301
Numero Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	71	203	211	229	199
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m² al 31.12	4 356	918 255	915 734	924 591	938 284
Numero di soci al 31.12	2 533 091	2 643 536	2 595 065	2 537 859	2 500 036

Valori degli anni precedenti adattati

¹ Definizione 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	2014	2013
Ricavo netto da forniture e servizi	1	27 163	26 967
Altri ricavi operativi	2	1 011	982
Costo delle merci		19 432	19 425
Costo del personale	3	4 075	3 954
Altri costi operativi	4	2 628	2 634
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)		2 038	1 937
Ammortamenti sugli immobilizzi immateriali	5	362	285
Ammortamenti sugli immobilizzi materiali	5	847	892
Risultato operativo (EBIT)		828	760
Risultato organizzazioni associate		18	3
Risultato da valute estere	6	-11	-3
Risultato finanziario	7	-86	-89
Risultato ordinario		749	671
Risultato estraneo all'esercizio	8	4	38
Risultato ante imposte sull'utile (EBT)		753	708
Imposte sull'utile	9	187	160
Risultato al netto delle imposte sull'utile		566	548
Quote di minoranza		96	86
Utile netto		470	462

Valori dell'anno precedente adattati

Bilancio consolidato

in milioni di CHF	Spiegazione	31.12.2014	31.12.2013
Liquidità	10	1 178	1 513
Titoli		15	23
Crediti da forniture e servizi	11	888	909
Altri crediti a breve termine	12	343	324
Ratei e risconti attivi		354	340
Rimanenze	13	2 810	2 718
Attivo circolante		5 588	5 827
Immobilizzi materiali	14	10 251	9 959
Immobilizzi finanziari	15	294	304
Immobilizzi immateriali	16	1 309	1 228
Attivo fisso		11 854	11 490
Attivi		17 441	17 317
Debiti da forniture e servizi		1 882	1 977
Debiti finanziari a breve termine	17	1 041	1 443
Altri debiti a breve termine	18	385	385
Accantonamenti a breve termine	19	327	364
Ratei e risconti passivi		936	970
Capitale di terzi a breve termine		4 571	5 139
Debiti finanziari a lungo termine	20	3 712	3 397
Accantonamenti a lungo termine	21	1 069	1 042
Capitale di terzi a lungo termine		4 781	4 440
Capitale di terzi		9 352	9 579
Utili riportati		7 195	6 885
Utile netto		470	462
Patrimonio netto senza quote di minoranza		7 665	7 348
Quote di minoranza		424	390
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza		8 089	7 738
Passivi		17 441	17 317

Conto consolidato dei flussi finanziari

Fondo di liquidità in milioni di CHF	2014		2013	
Risultato al netto delle imposte sull'utile		566		548
Ammortamenti		1 131		1 072
Perdite per riduzioni durevoli di valore		84		129
Soppressione di riduzioni durevoli di valore		-3		-22
Utili (-)/Perdite da cessione attivo fisso		-5		-44
Risultato senza effetto sulla liquidità		45		-24
Risultato delle organizzazioni associate		-5		6
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine		39		19
Flusso finanziario prima delle variazioni dell'attivo circolante netto		1 852		1 684
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi		16		4
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti a breve termine e dei ratei e risconti attivi		-9		72
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze		-133		-89
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi		-84		-74
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi		-34		67
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine		-57	-302	2
Flusso finanziario dell'attività operativa		1 551		1 667
Investimenti in immobilizzi materiali	-1 209		-1 081	
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	41	-1 167	92	-989
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli	-11		-12	
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli	14	3	87	75
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate	-481		-1	
Ricavi dalla vendita di organizzazioni consolidate		-481		-1
Investimenti in immobilizzi immateriali	-57		-49	
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali	1	-56	0	-49
Flusso finanziario dell'attività di investimento		-1 700		-965
Accensioni di prestiti		400		350
Rimborso di prestiti		-500		-150
Dividendi agli azionisti minoritari		-67		-67
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine		-4		-88
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine		4		-161
Aumento (-)/Riduzione azioni proprie Bell		1		1
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento		-166		-116
Effetto della conversione monetaria		-19		-2
Variazione netta della liquidità		-335		584
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio		1 513		929
Liquidità alla fine del periodo d'esercizio		1 178		1 513

Prospetto di variazione del patrimonio netto

in milioni di CHF	Utili non distribuiti	Differenze di valuta accumulate	Totale utili riportati	Utile netto	Totale senza quote di minoranza	Quote di minoranza	Totale inclusi quote di minoranza
Patrimonio netto al 1.1.2014	7 146	-260	6 885	462	7 348	390	7 738
Variazioni nel perimetro di consolidamento						4	4
Utilizzo dell'utile netto 2013	462		462	-462			
Utile netto 2014				470	470	96	566
Dividendi						-67	-67
Differenze di valuta		-152	-152		-152	-1	-153
Patrimonio netto al 31.12.2014	7 607	-412	7 195	470	7 665	424	8 089

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

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 2014 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 RPC 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.

Nell'anno in esame, il conto economico consolidato è stato ristrutturato. Ai fini della comparabilità, i valori dell'anno precedente relativi alle poste di costo al di sopra dell'EBITDA sono stati riclassificati.

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 (principali società) del Coop-Gruppe Genossenschaft sono elencate nel perimetro di consolidamento alle pagine da 93 a 94.

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. 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	
		2014	2013	31.12.2014	31.12.2013
1	EUR	1.214	1.230	1.202	1.228
1	CZK	0.044	0.047	0.043	0.045
1	HKD	0.119	0.119	0.128	0.115
100	HUF	0.393	0.415	0.381	0.413
1	LTL	0.351	0.356	0.348	0.356
1	PLN	0.290	0.293	0.281	0.296
1	RON	0.273	0.278	0.268	0.275
1	RUB	0.024	0.029	0.017	0.027
1	USD	0.920	0.924	0.990	0.890

Variazioni nel perimetro di consolidamento

Nell'anno di esercizio 2014, il perimetro di consolidamento ha subito le seguenti variazioni (senza cambiamenti di ragione sociale e fusioni):

		Valuta	Capitale in milioni	Quota ¹ 31.12.2014 %	Quota ¹ 31.12.2013 %
Coop-Gruppe Genossenschaft					
Centre Commercial Moncor S.A., CH-Villars-sur-Glâne	Acquisizione all'1.1.2014	CHF	1.2	100.00	
Herberg Markt AG, CH-Zuzwil	Acquisizione all'1.1.2014	CHF	0.2	100.00	
RS Vertriebs AG, CH-St. Gallen	Acquisizione all'1.1.2014	CHF	1.0	100.00	
SC Swiss commercial GmbH, DE-Konstanz	Fondazione al 4.2.2014	EUR	0.025	100.00	
Marché Restaurants Schweiz AG, CH-Kemptthal	Acquisizione al 4.3.2014	CHF	8.0	100.00	
Elektronik Distribution AG, CH-Basel	Fondazione all'11.4.2014	CHF	0.1	100.00	
Coop Vitality Management AG, CH-Bern	Fondazione al 28.11.2014	CHF	0.1	51.00	

Gruppo Transgourmet

Valentin Pontresina AG, CH-Pontresina	Variazione quota all'1.1.2014	CHF	0.15	100.00	50.00
---------------------------------------	-------------------------------	-----	------	--------	-------

Organizzazioni associate del Gruppo Coop

Eurogroup Europe AG, CH-Wangen b. Olten	Fondazione al 13.2.2014	CHF	0.1	33.33	
---	-------------------------	-----	-----	-------	--

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

Nel 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					
Coop Genossenschaft, CH-Basel	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	0.1	75.00	

Gruppo Bell

Bell Czechia s.r.o., CZ-Praha-Holesovice	Fondazione al 4.4.2013	CZK	0.2	66.29	
Abraham Schwarzwälder Schinken GmbH, DE-Schiltach	Variazione quota al 25.7.2013	EUR	0.03	66.29	33.81
ZIMBO Húspari 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	0.4	25.00	

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

¹Le 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.

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
---------	------

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.

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 disdebbabili. 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 iden-

tificabili, 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 RPC al momento dell'acquisizione. Un eventuale avviamento viene generalmente iscritto negli attivi e ammortizzato in modo lineare.

Durata dell'ammortamento in anni

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

Deprezzamenti (impairment)

Nel Gruppo Coop, l'attività 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 RPC 26, e altri calcoli che rispecchiano l'attuale eccesso o deficit di copertura in base alla situazione reale. Il 31 dicembre 2014, la CPV/CAP presentava un grado di copertura del 113,3% (anno precedente: 108,8%). Nell'ottica della RPC 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

2014

2013

1 Ricavo netto da forniture e servizi per settori

Ricavo netto Food	18 802	18 706
Ricavo netto Non Food	8 361	8 261
Totale	27 163	26 967

Ricavo netto Svizzera	19 821	19 489
Germania	3 574	3 545
Francia	1 610	1 653
Romania	774	860
Polonia	885	903
Russia	341	343
Repubblica Ceca	49	59
Belgio	23	25
Paesi Bassi	23	28
Ungheria	20	21
Altri paesi	43	41
Ricavo netto Estero	7 341	7 478
Totale	27 163	26 967

2 Altri ricavi operativi

Ricavi locativi operativi	191	187
Utile da cessione di attivo fisso operativo	3	3
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	13	13
Ricavi da servizi	804	780
Totale	1 011	982

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	3 149	3 047
Oneri sociali	732	728
Tasso oneri sociali in %	23.2	23.9
Altri costi del personale	194	179
Totale	4 075	3 954

Valori dell'anno precedente adattati

4 Altri costi operativi

Spese pubblicitarie	482	458
Canoni di locazione	681	687
Spese di ufficio e di amministrazione	251	256
Tributi e assicurazioni cose	77	77
Imposte di esercizio	42	45
Manutenzione e sostituzione	351	348
Costi energetici e materiale di esercizio	413	417
Spese di trasporto	148	155
Spese varie	183	190
Totale	2 628	2 634

Valori dell'anno precedente adattati

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.

5 Ammortamenti

Avviamento, ammortamenti programmati	277	213
Avviamento, ammortamenti non programmati	11	
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	69	65
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati	6	7
Ammortamenti sugli immobilizzi immateriali	362	285
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	786	793
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	65	122
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-3	-22
Ammortamenti sugli immobilizzi materiali	847	892
Totale	1 210	1 177

Gli ammortamenti non programmati sulle immobilizzazioni materiali e immateriali nonché 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 ammortamenti non programmati per un importo di 39 milioni di CHF nonché ripristini di valore pari a 3 milioni di CHF. Nelle altre immobilizzazioni materiali sono stati registrati ammortamenti non programmati pari a 26 milioni di CHF, nelle immobilizzazioni immateriali pari a 17 milioni di CHF.

6 Risultato da valute estere

Utili su cambi	68	60
Perdite su cambi	79	63
Totale	-11	-3

7 Risultato finanziario

Dividendi e guadagni di corso su titoli	1	17
Altri proventi da interessi	10	13
Provento finanziario	11	31
Perdite di corso su titoli	4	6
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	90	114
Ammortamenti sugli immobilizzi finanziari	3	0
Oneri finanziari	96	120
Totale	-86	-89

8 Risultato estraneo all'esercizio

Ricavi locativi	1	1
Utile da cessione di attivo fisso non operativo	5	42
Altri ricavi non operativi	5	2
Ricavi non operativi	12	45
Spese/Ammortamenti immobiliari non operativi	2	3
Altri costi non operativi	5	4
Costi non operativi	7	7
Totale	4	38

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

2014

2013

9 Imposte sull'utile

Imposte correnti sull'utile	167	189
Variazione delle imposte differite	20	-28
Totale	187	160
Aliquota d'imposta media in %	24.8	22.6

Nell'anno di esercizio attuale, sulle perdite riportate per un valore di 1037 milioni di CHF (945 milioni di CHF al 31.12.2013) non sono state attivate imposte differite attive.

10 Liquidità

31.12.2014 31.12.2013

Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancari	971	1 404
Reka-Check/Check/Buoni	18	28
Depositi a termine	188	80
Totale	1 178	1 513

11 Crediti da forniture e servizi

Crediti da forniture e servizi	932	953
Rettifiche di valore	-44	-44
Totale	888	909

12 Altri crediti a breve termine

Altri crediti	338	318
Acconti a fornitori	6	6
Rettifiche di valore	-1	-1
Totale	343	324

13 Rimanenze

Merci commerciali	2 523	2 435
Prodotti finiti (Produzione)	138	123
Semilavorati, prodotti in produzione	126	115
Materie prime	93	98
Materiale ausiliario e d'imballaggio	35	36
Acconti a fornitori	21	20
Rettifica di valore stock	-127	-109
Totale	2 810	2 718

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 2014							
Valori di acquisto 1.1.2014	11 102	2 860	4 137	397	31	434	18 960
Variazioni nel perimetro di consolidamento	182	47	30	3		0	261
Investimenti	303	152	252	52	0	450	1 209
Disinvestimenti	-83	-47	-189	-30	-1	-1	-351
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-136	-34	-31	-5	-1	-5	-213
Riclassificazioni	61	76	26	8	-4	-168	-1
Stato 31.12.2014	11 428	3 054	4 224	424	26	709	19 865
di cui terreni non edificati	110						110
di cui anticipi						47	47
Ammortamenti cumulati al 1.1.2014	4 294	1 511	2 931	215	24	26	9 001
Variazioni nel perimetro di consolidamento	78	35	25	1			138
Ammortamenti programmati	285	175	288	54	1	-16	786
Ammortamenti non programmati	26	12	26	0		0	65
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-3						-3
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-63	-43	-180	-28	-1		-315
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-24	-9	-17	-3	-0	-0	-54
Riclassificazioni	2	-6	1	4	-4	-0	-4
Stato 31.12.2014	4 594	1 674	3 074	244	20	10	9 615
di cui terreni non edificati	4						4
Valore contabile netto 31.12.2014	6 835	1 380	1 151	180	6	700	10 251
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
Valore contabile netto 31.12.2013	6 808	1 349	1 205	181	7	407	9 959

La voce «Terreni e immobili» comprende 2 milioni di CHF (19 milioni di CHF al 31.12.2013) per terreni e immobili non commerciali.

15 Immobilizzi finanziari

in milioni di CHF	Riserva dei con- tributi del datore di lavoro	Altri immobilizzi finanziari	Organiz- zazioni associate	Totale
Immobilizzi finanziari 2014				
Valore contabile netto 1.1.2014	12	138	153	304
Variazioni nel perimetro di consolidamento	2	5	5	11
Aumento	0	10		11
Diminuzione	-1	-13	-0	-15
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		-3	7	4
Effetto valutario (utile +)/perdita (-)	0	-0	-0	-0
Riclassificazioni		-19	-1	-21
Stato 31.12.2014	12	118	163	294
Altri immobilizzi finanziari				
Prestiti alle organizzazioni associate				35
Prestiti a terzi				19
Vari immobilizzi finanziari				64
Stato 31.12.2014				118
Immobilizzi finanziari 2013				
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

16 Immobilizzi immateriali

in milioni di CHF	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Totale
Immobilizzi immateriali 2014					
Valori di acquisto 1.1.2014	2 865	594	360	54	3 873
Variazioni nel perimetro di consolidamento	4	1	4		9
Investimenti	388	4	40	12	443
Disinvestimenti	-0		-13	-1	-14
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-3	-1	-2	-0	-5
Riclassificazioni	0	-1	13	-11	1
Stato 31.12.2014	3 254	597	403	54	4 307
Ammortamenti cumulati al 1.1.2014					
Ammortamenti cumulati al 1.1.2014	2 104	224	275	43	2 646
Variazioni nel perimetro di consolidamento	4	1	0		5
Ammortamenti programmati	279	28	39	2	348
Ammortamenti non programmati	11		6	0	17
Ammortamenti cumulati sui disinvestimenti	-0		-12	-1	-13
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-2	-0	-1	-0	-4
Riclassificazioni			6	-6	0
Stato 31.12.2014	2 395	252	313	38	2 998
Valore contabile netto 31.12.2014	859	346	90	15	1 309
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 cumulati al 1.1.2013	1 879	203	244	41	2 367
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

17 Debiti finanziari a breve termine

Conti correnti bancari	31	16
Prestiti bancari	1	6
Altri debiti finanziari a breve termine	18	29
Debiti verso istituti di previdenza	200	200
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine	791	1 192
Totale	1 041	1 443

18 Altri debiti a breve termine

Buoni in circolazione	64	62
Anticipi da clienti	118	121
Altre imposte	102	105
Altri debiti a breve termine	101	97
Totale	385	385

19 Accantonamenti a breve termine

	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Supercard	Altri accantonamenti	Totale
Stato 1.1.2014	22	3	200	140	364
Costituzione di accantonamenti	22	0	194	34	250
Impiego di accantonamenti	-22	-9	-214	-52	-297
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari			-3	-7	-10
Riclassificazioni	1	25	16	-22	21
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-0	-0		-1	-1
Stato 31.12.2014	23	19	192	93	327
Stato 1.1.2013	22	10	180	101	313
Costituzione di accantonamenti	20	0	197	75	292
Impiego di 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

Gli altri accantonamenti a breve termine includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 25 milioni di CHF (25 milioni di CHF al 31.12.2013) e per i punti di vendita pari a 38 milioni di CHF (76 milioni di CHF al 31.12.2013).

20 Debiti finanziari a lungo termine

	31.12.2014	31.12.2013	
Conti depositi	1 798	1 708	
Obbligazioni di cassa	293	322	
Coop-Gruppe Genossenschaft	lug 2009 – 2015	3,25%	500
Coop-Gruppe Genossenschaft	giu 2010 – 2016	2%	500
Coop-Gruppe Genossenschaft	set 2010 – 2017	2%	250
Coop-Gruppe Genossenschaft	lug 2012 – 2019	1,25%	250
Bell AG	mag 2013 – 2018	1%	175
Bell AG	mag 2013 – 2022	1,75%	175
Coop-Gruppe Genossenschaft	giu 2014 – 2021	0,875%	200
Coop-Gruppe Genossenschaft	set 2014 – 2023	1%	200
Prestiti obbligazionari	2 250	2 350	
Prestiti bancari	6	34	
Ipoteche	123	129	
Leasing finanziario	2	4	
Altri prestiti	30	42	
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine	-791	-1 192	
Totale	3 712	3 397	

21 Accantonamenti a lungo termine

in milioni di CHF	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Imposte differite	Supercard	Altri accantonamenti	Totale
Stato 1.1.2014	92		749	16	185	1 042
Variazioni nel perimetro di consolidamento			12		2	14
Costituzione di accantonamenti	3	15	30		31	79
Impiego di accantonamenti	-0	-9			-12	-21
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-2		-10		-7	-18
Riclassificazioni	-3	42		-16	-44	-21
Effetto valutario (utile (+)/perdita (-))	-1		-4		-0	-5
Stato 31.12.2014	90	47	777	16	155	1 069
Stato 1.1.2013	68		778	43	194	1 084
Costituzione di accantonamenti	7		13		66	87
Impiego di accantonamenti	-0		-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

Gli altri accantonamenti a lungo termine includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 54 milioni di CHF (48 milioni di CHF al 31.12.2013) e per i punti di vendita pari a 14 milioni di CHF (26 milioni di CHF al 31.12.2013).

22 Istituti di previdenza

	Valore nominale RCDL 31.12.2014	Bilancio 31.12.2014	Bilancio 31.12.2013	Variazioni RCDL nei costi del personale 31.12.2014	31.12.2013
Riserva dei contributi del datore di lavoro (RCDL)					
Fondi padronali/Istituti di previdenza padronali	2	2	3	1	0
Istituti di previdenza	10	10	9		1
Totale	12	12	12	1	1

	Copertura eccessiva/insufficiente 31.12.2014	Quota economica del Gruppo Coop 31.12.2014	31.12.2013	Costo per la previdenza nei costi del personale 31.12.2014	31.12.2013
Benefici economici/Debiti economici e oneri previdenziali					
Fondi padronali/Istituti di previdenza padronali					
Istituti di previdenza senza copertura eccessiva/insufficiente				252	258
Istituti di previdenza con sottocopertura					
Istituti di previdenza con eccedenza di copertura					
Totale				252	258

Contributi regolamentari del datore di lavoro				252	258
Debiti verso istituti di previdenza				200	200

23 Operazioni fuori bilancio

	31.12.2014	31.12.2013
Fidejussioni, garanzie	37	36
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	205	239
Debiti garantiti	116	134
Altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio	141	26

A luglio 2014, il Bundeskartellamt (ufficio federale antitrust tedesco) ha inflitto a Bell Germania un'ammenda di circa 100 milioni di euro a causa di presunti illeciti coordinamenti dei prezzi negli anni precedenti l'acquisto di Abraham e ZIMBO. Non è stato costituito alcun accantonamento, in quanto il Gruppo Coop ritiene che la multa non sia giustificata né sul piano oggettivo né su quello materiale, e si difenderà contro questa decisione con tutti i mezzi a sua disposizione. Si prevede che il processo duri diversi anni. L'impegno eventuale è iscritto tra gli «altri impegni che non devono essere registrati nel bilancio» (120 milioni di CHF).

24 Obblighi da leasing operativo non iscritto nel bilancio

scadenza entro un anno	8	9
scadenza entro 1-5 anni	30	29
scadenza dopo oltre 5 anni	25	32

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

scadenza entro un anno	718	707
scadenza entro 1-5 anni	2 614	2 426
scadenza dopo oltre 5 anni	3 910	3 548

26 Strumenti finanziari derivati in essere

Strumento finanziario	Scopo	Valori di contratto		Valori attivi		Valori passivi	
		31.12.2014	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2013
Valuta	Copertura	57	57	0	0	0	0
Altri valori di base	Copertura	22	16	1	2		
Totale riconciliato al bilancio		79	73	1	2	0	0
Valuta	Copertura	884	656	5	1	3	3
Tassi d'interesse	Copertura		140				3
Strumenti di patrimonio netto	Senza copertura	3	3			1	0
Totale non riconciliato al bilancio		887	799	5	1	4	6

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. 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.

27 Transazioni con parti correlate**Transazioni con organizzazioni associate**

	2014	2013
Ricavi netti	48	57
Altri ricavi operativi	42	98
Provento finanziario	0	3
Costo merci	551	560
Spese di ufficio e di amministrazione	1	1
Spese di locazione	2	0
Spese varie	1	1
	31.12.2014	31.12.2013

Crediti da forniture e servizi	6	6
Altri crediti	4	1
Ratei e risconti attivi	42	48
Prestiti	35	33
Debiti da forniture e servizi	33	46
Debiti finanziari a breve termine	9	5
Ratei e risconti passivi	6	5
Debiti finanziari a lungo termine	1	

Non sussistono altre transazioni significative con altre parti correlate.

28 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni

in milioni di CHF

31.12.2014 31.12.2013

Centre Commercial Moncor S.A.

Immobilizzi materiali	84
Debiti finanziari	7
Accantonamenti	10

Marché Restaurants Schweiz AG

Liquidità	6
Crediti	23
Immobilizzi materiali	23
Immobilizzi finanziari	11
Debiti	36
Ratei e risconti passivi	6
Debiti finanziari	8

RS Vertriebs AG

Crediti	8
Ratei e risconti attivi	3
Rimanenze	9
Immobilizzi immateriali	3
Debiti	7
Ratei e risconti passivi	4

29 Eventi successivi alla chiusura del bilancio

Il 15 gennaio 2015, la Banca Nazionale Svizzera ha abolito la soglia minima di cambio con l'euro. Il valore contabile di diverse poste iscritte nel bilancio dipende dallo sviluppo futuro delle valute estere, che attualmente non è possibile valutare. Eventuali adeguamenti di valore verranno iscritti nel conto di gruppo 2015. Non è inoltre possibile quantificare l'impatto che la decisione della Banca Nazionale Svizzera avrà sulle poste del conto economico del bilancio di gruppo 2015.

Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento:

- Transgourmet France ha venduto la divisione «Pro Hygiene Service». Pro Hygiene Service opera nel rifornimento all'ingrosso di prodotti per l'igiene.
- Transgourmet Deutschland rileva la ditta Sump & Stammer GmbH di Amburgo. La società opera nel rifornimento all'ingrosso.

L'11 febbraio 2015, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 26 marzo 2015.

30 Perimetro di consolidamento (principali società)

			Quota di capitale 31.12.2014 %	Quota di capitale 31.12.2013 %	Capitale 31.12.2014 mio. di CHF	Inclu- sione ¹
Coop-Gruppe Genossenschaft	CH-Basel	Società di partecipazione				
Coop Genossenschaft	CH-Basel	Commercio, produzione	100.00	100.00	CHF	I
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Casa editrice di riviste	100.00	100.00	CHF	0.2 I
Coop Immobilien AG	CH-Bern	Immobili	100.00	100.00	CHF	200.0 I
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Elettrodomestici, multimedia	100.00	100.00	CHF	10.0 I
RS Vertriebs AG	CH-St. Gallen	Commercio online elettrodomestici, multimedia	100.00		CHF	1.0 I
Service 7000 AG	CH-Netstal	Servizio riparazioni	50.06	50.06	CHF	1.6 I
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Sorgenti minerali	100.00	100.00	CHF	22.4 I
Soc. Coopération de Collaboration Int.	BE-Bruxelles	Società di acquisti	25.00	25.00	EUR	E
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Prodotti di bellezza e cosmetici	100.00	100.00	CHF	0.4 I
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Prodotti tropicali, acquicoltura	72.88	72.88	CHF	1.4 I
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Prodotti tropicali, acquicoltura	94.31	94.31	CHF	2.6 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	0.0 I
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	Salumi	100.00	100.00	EUR	1.2 I
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	EUR	0.1 I
Abraham France SARL	FR-Bussy-Saint-Georges	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	0.0 I
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	Salumi	100.00	100.00	PLN	2.7 I
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Subholding	100.00	100.00	EUR	6.3 I
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	Commercio di prodotti di carne	100.00	100.00	EUR	0.7 I
Bell Nederland B.V.	NL-Dr Houten	Commercio di prodotti di carne	76.00	76.00	EUR	0.0 I
Sanchez Alcaraz S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Prosciutto crudo	100.00	100.00	EUR	0.8 I
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Commercio al dettaglio	90.00	90.00	CZK	1.3 I
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	Carne e salumi	99.74	99.74	HUF	1.5 I
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	Subholding	100.00	100.00	EUR	1.3 I
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Salsicce crude	100.00	100.00	EUR	3.1 I
Bell Schweiz AG	CH-Basel	Carne fresca, salumi, pollame, frutti di mare	100.00	100.00	CHF	20.0 I
Centravo Holding AG	CH-Zürich	Lavorazione di sottoprodotti	29.80 ²	29.80 ²	CHF	E
Hilcona AG	FL-Schaan	Prodotti convenienze freschi	49.00	49.00	CHF	E
CapCo AG	FL-Vaduz	Società d'assicurazioni	100.00	100.00	CHF	5.0 I
Centre Commercial Moncor S.A.	CH-Villars-sur-Glâne	Immobili	100.00		CHF	1.2 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	75.00	USD	0.1 I
Coop Tagungszentrum	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
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	Stazioni di servizio con shop	51.00	51.00	CHF	10.0 I
Coop Vitality AG	CH-Bern	Farmacie	51.00	51.00	CHF	5.1 I
Elektronik Distribution AG	CH-Basel	Cooperazione di acquisti	100.00		CHF	0.1 I
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	Società di acquisti	50.00	50.00	EUR	E
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	Società di acquisti	33.33	33.33	HKD	E
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Prodotti da forno surgelati	40.00	40.00	CHF	E
Marché Restaurants Schweiz AG	CH-Kemptthal	Ristorante	100.00		CHF	8.0 I
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
Retail Marketing Switzerland AG (finora: Rosengarten Basel AG)	CH-Basel	Commercio al dettaglio	100.00	100.00	CHF	0.1 I
SC Swiss commercial GmbH	DE-Konstanz	Società di distribuzione	100.00		EUR	0.0 I

			Quota di capitale 31.12.2014 %	Quota di capitale 31.12.2013 %	Capitale 31.12.2014 mio. di CHF	Inclu- sione ¹	
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
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Subholding	100.00	100.00	EUR	1.2	I
OOO Selgros	RU-Moskwa	Cash&Carry	100.00	100.00	RUB	0.2	I
Transgourmet Central and Eastern Europe AG (finora: Transgourmet Deutschland AG)	CH-Basel	Subholding	100.00	100.00	CHF	0.1	I
OHG SELGROS C&C GmbH & Co. (finora: OHG FEGRO/SELGROS C&C GmbH & Co.)	DE-Neu-Isenburg	Cash&Carry	100.00	100.00	EUR	24.6	I
OHG Transgourmet GmbH & Co. (finora: OHG REWE-Foodservice GmbH & Co.)	DE-Mainz	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	0.0	I
Transgourmet Seafood GmbH	DE-Bremerhaven	Frutti di mare	100.00	100.00	EUR	0.9	I
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH (finora: Transgourmet Deutschland GmbH)	DE-Neu-Isenburg	Holding	100.00	100.00	EUR	21.3	I
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	Cash&Carry	100.00	100.00	RON	77.3	I
SELGROS Sp. z o.o.	PL-Poznan	Cash&Carry	100.00	100.00	PLN	87.2	I
Transgourmet France SAS	FR-Orly	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	EUR	585.5	I
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	CHF	46.1	I
Valentin Pontresina AG	CH-Pontresina	Commercio, Import, Export	100.00	50.00	CHF	0.2	I

¹ I = Società consolidata integralmente

E = Società consolidata 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 75-94) per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014.

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 2014 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 AG

Dr. Daniel Suter
Perito revisore
Revisore responsabile

Pascal Bucheli
Perito revisore

Basel, 11 febbraio 2015

Impressum

Tutte le dichiarazioni presenti in questo rapporto che non si basano su fatti storici sono dichiarazioni previsionali che non forniscono alcuna garanzia sulle prestazioni future. Esse comprendono rischi e incertezze, includendo, ma non solo, future condizioni dell'economia globale, tassi di cambio, disposizioni di legge, condizioni di mercato, attività della concorrenza e altri fattori che non rientrano nella sfera di controllo dell'azienda.

Il presente rapporto è disponibile in tedesco, francese, italiano e inglese. Fa fede la versione tedesca. Una versione elettronica è disponibile online all'indirizzo: www.coop.ch/rapporto

Editore: Coop Società Cooperativa, 4002 Basilea,
Jörg Ledermann (responsabile Comunicazione/Qualità/Sostenibilità),
Barbara Irriger Furtwängler (responsabile Pubbliche relazioni)
Redazione/coordinamento: Andrea Horn, Nicole Stocker, Eva Kaufmann
Traduzione: Servizio linguistico Coop
Concept/layout: YJOO Communications AG, Zurigo
Realizzazione: Victor Hotz AG, Steinhausen/Zugo
Fotografia: Klaus Andorfer, Zurigo
Ritratti fotografici Corporate Governance: Heiner H. Schmitt Jr., Basilea
Stampa: W. Gassmann AG, Bienne
Legatoria: Scherrer AG Buchbinderei, Urdorf
Tiratura: 5000 ted./900 fr./600 it./600 ing.
Pubblicazione: marzo 2015

Informazioni/Contatti/Ordinazione

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



