



RAPPORT DE GESTION 2019 DU GROUPE COOP

Achevé d'imprimer

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

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

Editeur: Coop Société Coopérative, 4002 Bâle,
Rédaction/coordination: Rédaction RP Coop
Réalisation: Rédaction RP Coop/gateB AG, Steinhausen/Zug
Publication: Avril 2020

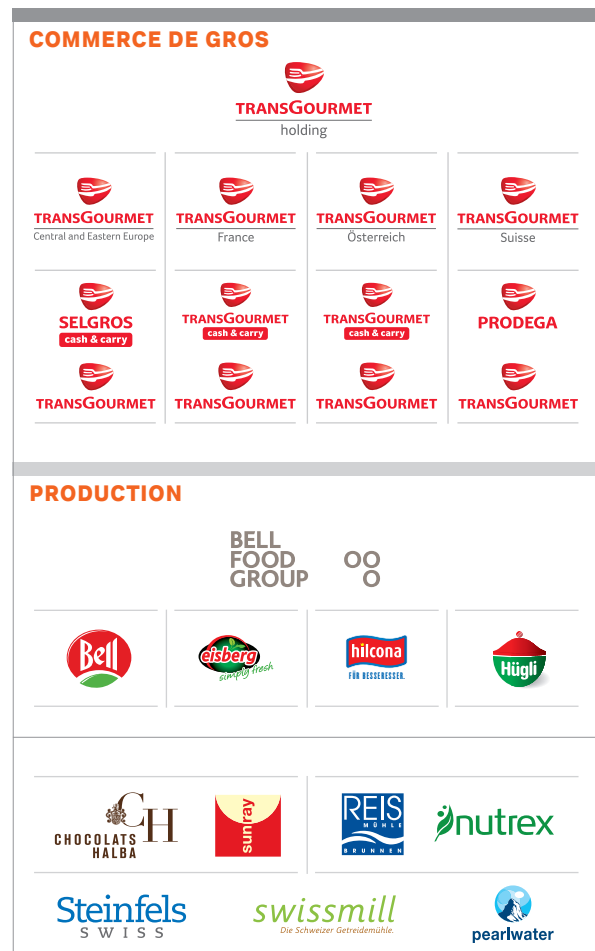
Informations/Contact
Coop
Info Service
Case postale 2550
CH-4002 Bâle
Tél. 0848 888 444
www.coop.ch

Rapport de gestion 2019 du groupe Coop

Domaines d'activité du groupe Coop	4
Les principaux chiffres-clés	5
Avant-propos	6
Temps forts de l'année 2019	8
Stratégie et environnement général	10
Profil de l'entreprise	10
Stratégies et objectifs	10
Environnement économique et politique	12
Le développement durable au sommet	13
Thèmes transversaux en matière de développement durable	15
Domaine d'activité Commerce de détail	17
Formats et offre	18
Logistique, informatique et immobilier	30
Les prestations en plus	32
Domaine d'activité Commerce de gros/Production	36
Groupe Transgourmet	37
Production	45
Collaborateurs	50
Un employeur attractif	51
Formation et évolution professionnelle	52
Gouvernement d'entreprise	55
Le groupe Coop en chiffres	73

Domaines d'activité du groupe Coop

Etat au 1^{er} mars 2020



Les principaux chiffres-clés

Chiffre d'affaires total

30 669 Mio CHF

Produit net Groupe

29 633 Mio CHF

dont

20 159 Mio CHF Suisse

9 474 Mio CHF Etranger

Produit net Secteurs

17 986 Mio CHF Commerce de détail

14 148 Mio CHF Commerce de gros/
Production

Produit net Commerce en ligne

913 Mio CHF Commerce de détail

1 691 Mio CHF Commerce de gros/
Production

Effectifs au 31.12

47 455 Commerce de détail

42 852 Commerce de gros/Production

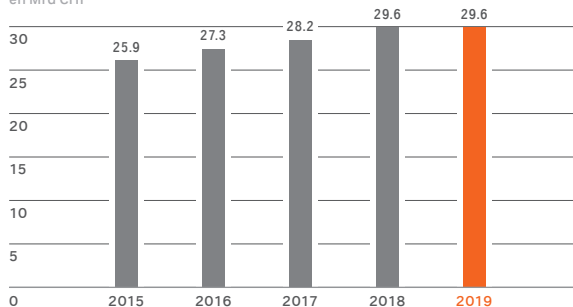
Apprentis au 31.12

2 459 Commerce de détail

996 Commerce de gros/Production

Produit net

en Mrd CHF



Résultat d'exploitation

2 046 Mio CHF EBITDA

6.9% du produit net

782 Mio CHF EBIT

2.6% du produit net

Résultat de l'exercice

531 Mio CHF

1.8% du produit net

Fonds propres

10 265 Mio CHF

50.2% Part des fonds propres

Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation

1 877 Mio CHF

Investissements en immobilisations corporelles

888 Mio CHF Suisse

360 Mio CHF Etranger

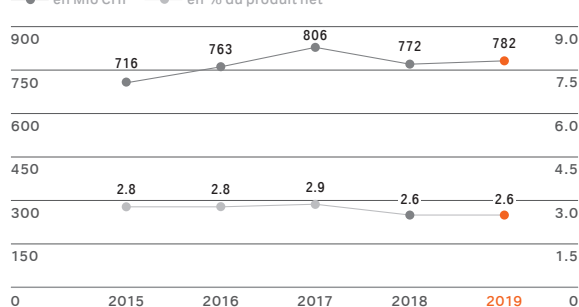
Nombre de points de vente/magasins

2 333 Commerce de détail

145 Commerce de gros/Production

Résultat d'exploitation (EBIT)

— en Mio CHF — en % du produit net





Hansueli Loosli et Joos Sutter

Avant-propos

Coop poursuit son essor

En dépit d'un contexte économique difficile, Coop a connu une excellente année 2019: son chiffre d'affaires a atteint 30.7 milliards de francs et son bénéfice, 531 millions de francs.

Dans le commerce de détail, le produit net a augmenté de 1.4% pour s'établir à 18 milliards de francs. Avec ses quelque 90 000 collaborateurs, ses 2 333 magasins et ses 42 centres commerciaux, Coop offre à ses clientes et clients une expérience d'achat adaptée à leurs besoins. C'est ainsi qu'en 2019, par exemple, un nouveau centre commercial a été construit à Morat, le Coop Löwenberg, et celui de Volkiland à Volketswil modernisé, pour regrouper sous un même toit différents formats de magasin comme Coop Brico+Loisirs et Coop City, mais aussi Interdiscount et Import Parfumerie. Les supermarchés se transforment eux aussi: ils sont déjà plus de 110 à avoir adopté le nouveau concept d'aménagement 2025+. Leur fréquentation a, cette année, augmenté de 2.5%, preuve que notre clientèle apprécie la qualité et la diversité de l'offre, ainsi que le grand choix de produits durables.

Les formats spécialisés ont vu leur produit net augmenter pour s'inscrire à 7.5 milliards de francs à l'échelle du groupe. Les Grands Magasins Coop City ont pu gagner de nouvelles parts de marché. Le secteur de l'électronique domestique, dont font partie Interdiscount et Fust, a connu une croissance positive: les deux enseignes ont progressé respectivement de 3.4% et de 2.6%. A noter également la progression toujours aussi forte de Coop Vitality (+5.8%) et celle, remarquable, d'Update Fitness, qui enregistre une hausse de 21.8%. Avec ses 48 salles de sport, l'entreprise fait désormais partie des principaux centres de fitness de Suisse. Livique/Lumimart a vu son produit net augmenter de 2% pour s'établir à plus 200 millions de francs. Coop Mineraloel AG, qui a généré un produit net frôlant les 2.5 milliards de francs, reste numéro un du marché des carbu-

rants et du commerce de proximité en Suisse. Ses 314 magasins Coop Pronto, qui se distinguent par des horaires d'ouverture souples et un grand choix de produits frais et de produits convenience, ont progressé de 1.9% l'année passée.

Dans le commerce en ligne, Coop a fait un nouveau bond en avant en dégageant au total 2.6 milliards de francs. Une croissance à laquelle les magasins en ligne du secteur de l'électronique domestique ont largement contribué: ils ont en effet progressé de 17.5% pour dépasser les 600 millions de francs. La transformation de Microspot.ch, qui est passé du statut de spécialiste de l'électronique domestique et grand public à celui de centre commercial non alimentaire en ligne doté d'une place de marché, a marqué un tournant décisif dans ce domaine. Le supermarché en ligne Coop@home a enregistré une croissance de 5.4% et gagné encore des parts de marché.

Dans le domaine d'activité Commerce de gros, représenté par le groupe Transgourmet, le produit net total a atteint 9.7 milliards de francs, soit une croissance de 3.7% en monnaie nationale: Transgourmet a consolidé sa position sur le marché européen du libre-service et de la livraison en gros et s'est développé dans tous les pays. Au cours de l'année sous revue, Transgourmet s'est attaché à développer son offre de produits frais et à harmoniser les systèmes informatiques à l'échelle transnationale pour pouvoir offrir à ses clients des services numériques sur mesure. Par ailleurs, le rachat d'Emmi Frisch-Service AG en Suisse lui a permis de renforcer ses compétences dans le domaine des produits laitiers, et celui de Gastro Profi GmbH en Autriche, d'acquérir une vaste expertise dans le secteur en plein essor de la restauration ethnique. En Allemagne, Transgourmet a fait de Sanologic sa filiale à part entière. Cette entreprise compte parmi les leaders dans la gestion informatisée de la restauration dans les établissements socio-médicaux.

Les entreprises de production ont généré un produit net de 4.8 milliards de francs, en croissance de 0.5% en monnaie nationale. Pour Bell Food Group, l'année a été marquée par quatre grands thèmes: la très forte hausse du prix des matières premières issues du porc en Europe, la réorganisation de Bell Allemagne, la mise en service du site de produits convenience le plus moderne d'Europe à Marchtrenk, en Autriche, et un bon deuxième semestre en Suisse.

Le chiffre d'affaires réalisé par le groupe Coop avec les produits durables a augmenté en 2019 de 40 millions de francs pour s'établir à plus de 4,7 milliards de francs. Les produits bio, qui ont vu leur chiffre d'affaires grimper de 8.4%, ont à nouveau connu une belle progression. Coop reste ainsi le numéro 1 incontesté dans ce domaine. Avec la "Journée de la bonne action" 2019, Coop a par ailleurs franchi une nouvelle étape décisive dans son engagement de longue date en faveur de la société et de la nature. Des centaines de milliers de bénévoles ont répondu présent, manifestant leur solidarité avec autrui et leur engagement en faveur de l'environnement. Les nombreuses bonnes actions réalisées, qui ont ravi aussi bien les petits que les grands, ont créé un élan positif dans tout le pays. La "Journée de la bonne action" sera reconduite en 2020, parallèlement à d'autres initiatives en matière de développement durable.

Le groupe Coop est bien paré pour l'avenir: il repose sur des bases financières très solides et peut compter, dans tous ses domaines d'activité, sur l'engagement sans faille de collaboratrices et collaborateurs qui œuvrent chaque jour pour répondre aux besoins de la clientèle. C'est à eux que vont nos remerciements les plus chaleureux.



Hansueli Loosli
Président du Conseil d'administration



Joos Sutter
Président de la Direction générale

Temps forts de l'année 2019



Janvier

Transgourmet rachète Gastro Profi GmbH

Transgourmet Österreich rachète Gastro Profi GmbH, élargissant ainsi son offre dans le secteur de la gastronomie ethnique. L'entreprise spécialisée dans le commerce de gros pour la restauration reste autonome. Tous les emplois sont maintenus.

Février

Transgourmet rachète Emmi Frisch-Service AG

Transgourmet rachète Emmi Frisch-Service AG, reprenant également tous les collaborateurs. L'entreprise fournit environ 600 sites des secteurs du foodservice, des hôpitaux et des établissements médico-sociaux, ainsi que des magasins de proximité et des grossistes.

Coop ouvre un magasin FOOBY à Lausanne

Coop inaugure son premier magasin Fooby à Lausanne, dans l'ancien théâtre du Kursaal sur la place Bel-Air. Ici, artisanat culinaire, régionalité et développement durable tiennent le haut de l'affiche.

2 dons de 100 000 francs à la CRS

Coop fait un don de 100 000 francs à la Croix-Rouge suisse (CRS) après le cyclone Idai afin de participer à l'aide d'urgence au Malawi. En novembre, elle verse un deuxième don à une organisation de sauvetage de la CRS après le violent séisme qui a touché l'Albanie.

Mars

Doris Leuthard devient membre du Conseil d'administration de Coop

Le 28 mars 2019, l'Assemblée des délégués de Coop élit l'ancienne conseillère fédérale Doris Leuthard au Conseil d'administration de Coop.



Avril

Le WWF distingue à nouveau Coop

Le WWF a une nouvelle fois évalué les principales entreprises suisses du commerce de gros et de détail selon des critères écologiques. Coop s'est encore améliorée dans presque tous les domaines par rapport à la dernière évaluation de 2015. Ses prestations en matière de développement durable ont été qualifiées "d'exemplaires", voire de "visionnaires" dans certains domaines.

Mai

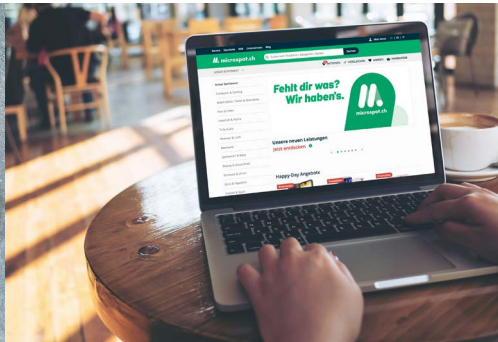
Coop lance la "Journée de la bonne action"

Coop s'associe à cinq partenaires d'envergure pour créer la "Journée de la bonne action". Au travers de cet engagement, Coop souhaite mettre à l'honneur le bénévolat et la solidarité envers autrui. Des centaines de milliers de bénévoles ont répondu présent à cette action, qui sera désormais réitérée chaque année.

Juin

Des produits Saponi d'Italia dans les supermarchés Coop

Devant le succès remporté par ses quatre magasins Saponi d'Italia, Coop décide de proposer dans ses supermarchés plus de 100 spécialités et nouveautés typiquement italiennes de Saponi d'Italia.



Juillet

Coop lance le premier système suisse de vaisselle réutilisable pour la vente à l'emporter
En association avec reCIRCLE, Coop lance le premier système suisse de vaisselle réutilisable pour la vente à l'emporter. Objectif de ce projet pilote, lancé à Bâle: contribuer à diminuer la vaisselle jetable utilisée pour la vente à l'emporter et, par conséquent, les déchets sur la voie publique.

Août

Microspot.ch devient un centre commercial non alimentaire en ligne
Microspot.ch, spécialiste de l'électronique domestique et grand public, devient un véritable centre commercial en ligne à l'échelle de la Suisse. L'assortiment a été largement étendu, et les services de livraison et services à la clientèle ont été améliorés.

Bell Food Group met en service le site de produits convenience le plus moderne d'Europe
Avec la mise en service en Autriche du site de production de produits convenience le plus moderne d'Europe, Bell Food Group continue de développer sa position dans le secteur des produits convenience.

Septembre

Fust ouvre son nouveau centre logistique
Le 12 septembre, Fust ouvre son nouveau centre logistique à Oberbüren. En seulement deux ans de travaux, non seulement la surface de l'entrepôt existant a été doublée, mais les systèmes de logistique ont aussi été largement automatisés. Depuis son site central d'Oberbüren, Fust livre désormais 156 magasins et 12 points de livraison à domicile.



Octobre

Coop vient en aide à un alpage en Haut-Valais
Coop reverse une partie du produit de la vente des pains du 1^{er} Août au Parrainage Coop pour les régions de montagne pour contribuer à la rénovation, devenue urgente, de l'alpage Frid dans le canton du Valais.

Novembre

Microspot.ch devient une place de marché
Microspot.ch lance la fonction de place de marché. Depuis novembre, des vendeurs tiers sélectionnés peuvent proposer des produits en leur propre nom et pour leur propre compte dans le centre commercial en ligne suisse.

Ouverture du centre commercial Volkiland
Le nouveau centre commercial Volkiland ouvre ses portes et donc aussi l'hypermarché Coop qu'il abrite. Ce dernier a été agrandi et transformé selon le nouveau concept d'aménagement dans le cadre de la rénovation complète du centre commercial. Il accueille désormais les clients sur une surface d'environ 5 450 m².

Coop City St-Annahof rouvre ses portes

Le célèbre grand magasin zurichois de Coop dévoile ses nouveaux atours après des travaux de transformation. L'enseigne de longue tradition a étoffé son offre aux rayons bijouterie, cosmétiques, textiles et jouets et propose le plus grand choix de produits alimentaires dans la Bahnhofstrasse.

Stratégie et environnement général

Grâce au lancement d'assortiments innovants, au déploiement de concepts de magasin modernes et à la création de nouveaux formats, Coop pose des jalons qui renforcent sa position dans le commerce de détail suisse. Passage au numérique, automatisation des processus et transformation de la chaîne d'approvisionnement face aux nouveaux enjeux sont ses fers de lance dans tous les domaines. Avec Transgourmet, Coop entend élargir ses compétences dans le commerce de gros et s'étend sur les marchés existants. Dans la production, Coop fait le choix du développement durable et de l'intégration verticale pour ses approvisionnements stratégiques tout en récoltant les bénéfices d'une organisation efficace.

Profil de l'entreprise

Commerce de détail, commerce de gros et production

Le groupe Coop opère dans les domaines d'activité Commerce de détail et Commerce de gros/Production. Dans le commerce de détail, Coop gère en Suisse, outre les supermarchés, différents formats spécialisés, dont beaucoup occupent une position de leader sur le marché. Dans le commerce de gros, le groupe Coop se déploie en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Russie, en France, en Autriche et en Suisse par l'intermédiaire du groupe Transgourmet, le numéro deux européen du cash and carry et du foodservice. Dans la production, la plus grande entreprise du groupe Coop est Bell Food Group, qui est active à l'échelle internationale. Coop compte, outre Bell, plusieurs autres entreprises de production en Suisse.

Le groupe Coop est une société coopérative

Riche d'une histoire de plus de 150 ans, le groupe Coop est une entreprise coopérative organisée en six Régions et qui compte plus de 2.5 millions de sociétaires. En tant que société coopérative, il est entièrement centré sur les désirs de ses clients, les sociétaires, et ne vise pas une maximisation des profits. C'est ce qui lui permet de planifier sur le long terme.

Stratégies et objectifs

Suivre les Lignes directrices

Une vision et des lignes directrices communes, associées aux missions spécifiques aux entreprises du groupe, constituent la base du travail quotidien et de la culture d'entreprise. Les plus de 90 000 collaborateurs du groupe ont une seule et même vision: "Ensemble jusqu'au sommet". Les Lignes directrices sont elles aussi communes à tous les formats de magasin et entreprises du groupe. Elles traduisent la

conception que nous avons de notre travail: proximité, variété, image, innovation et partenariat. Les missions sont spécifiques aux entreprises et formats qui composent le groupe Coop. Elles reflètent leur positionnement dans la branche et leur orientation stratégique. Chacune des missions contribue à la mise en œuvre de la vision et des Lignes directrices du groupe.

Croissance et internationalisation

Le groupe Coop suit deux grands axes en matière de croissance et d'internationalisation. Dans le commerce de détail, sa priorité est d'optimiser de façon ciblée son réseau de points de vente national afin de consolider sa position sur le marché suisse. Pour ce faire, il s'attache à intégrer les tendances de manière ciblée en faisant évoluer son offre et en lançant de nouveaux formats. Profitant des opportunités offertes par le numérique, les entreprises de Coop ont, par ailleurs, lancé de nouveaux magasins en ligne, proposé de nouvelles prestations de services, renforcé leurs offres omnicanal et amélioré leurs processus. Dans le commerce de gros, le groupe Coop entend développer la position des unités de Transgourmet en gagnant de nouveaux marchés en Europe, tant par une croissance organique qu'au travers d'acquisitions.

Intégration verticale

Coop a choisi d'intégrer la production dans ses activités pour sécuriser l'approvisionnement des matières premières essentielles, que ce soit pour la viande avec Bell Food Group, l'eau avec Pearlwater, les céréales avec Swissmill ou le chocolat avec Chocolats Halba/Sunray. L'intégration des entreprises de production présente un autre avantage: elle permet à Coop de s'adapter rapidement aux nouvelles tendances et de dégager des synergies dans ses deux domaines d'activité que sont le Commerce de détail et le Commerce de gros/Production. Tous deux travaillent en étroite collaboration pour exploiter ces synergies dans l'approvisionnement et la logistique. De même, les entreprises de production fabriquent des produits pour l'un comme pour l'autre de ces deux domaines. L'objectif du groupe est d'exploiter toutes les synergies possibles, de proposer des produits permettant de différencier l'offre et de gagner encore en efficacité pour pouvoir offrir au consommateur des prix plus avantageux.

Passage au numérique

En matière de numérisation, Coop poursuit deux grands objectifs: elle entend mobiliser le potentiel du numérique pour, d'une part, répondre encore mieux aux souhaits du client et lui simplifier le processus d'achat et, d'autre part, rendre les processus d'arrière-plan encore plus efficaces et moins coûteux. Coop s'est dotée, à cette fin, d'un concept de numérisation résolument orienté vers les services à la clientèle, qui repose sur les sept piliers thématiques suivants: "E-commerce & CRM", "Category management & achats", "Communication", "Gestion du flux de marchandises", "Logistique", "E-backoffice" et "Infrastructure informatique". Coop voit également dans la numérisation l'opportunité de se lancer dans de nouveaux business models. C'est aussi l'enjeu du numérique qui a motivé Coop à devenir le partenaire principal de Digital Switzerland et du Kickstart Accelerator, le pôle d'innovation numérique pour les start-ups.

Coop se distingue, par ailleurs, par son approche omnicanal, qui vise à relier commerce sédentaire et commerce en ligne. Les entreprises de Coop comptent en 2019 parmi les entreprises leaders dans le commerce en ligne. Presque tous les formats spécialisés disposent d'un magasin en ligne. Les commandes passées en ligne sont livrées à domicile ou retirées par le client, soit dans un magasin du format concerné, soit dans l'un des quelque 1 100 points de retrait Pick-up. Disposant d'un réseau de magasins très dense, le groupe Coop développe résolument le nombre de ses points de retrait en Suisse. Il exploite au total 40 magasins en ligne, dont 23 dans le Commerce de détail et 17 dans le Commerce de gros/Production.

Parmi les priorités de Coop, outre l'omnicanalité, figure aussi la plate-forme d'e-commerce Microspot. Microspot est la plate-forme non alimentaire du groupe Coop. Ce centre commercial en ligne suisse, qui intègre des grossistes nationaux et internationaux agissant en tant que distributeurs, propose à ses clients une offre complète et diversifiée de produits non alimentaires. Celle-ci comprend également des produits issus de formats non alimentaires du groupe Coop tels que Coop Brico+Loisirs, Import Parfumerie et Christ Montres & Bijoux.

Stratégie d'approvisionnement

Avec sa stratégie d'approvisionnement, Coop entend sécuriser l'accès aux sources de matières premières et assurer leur qualité. En Suisse, Coop privilégie les partenariats inscrits dans la durée avec l'agriculture suisse. L'achat de produits régionaux et locaux, ainsi que de produits bio joue à cet égard

un rôle majeur. Priorité est donnée au développement durable, que ce soit pour les achats en Suisse ou à l'étranger. Coop mène ainsi à bien de nombreux projets respectant des normes écologiques et sociales exigeantes en collaboration avec des producteurs, dans les pays émergents et en développement en particulier. Cela permet aux producteurs de dégager des revenus réguliers et leur assure une production stable.

L'approvisionnement en Asie des produits alimentaires et non alimentaires est assuré par Eurogroup Far East Ltd., une filiale du groupe Coop. Celle-ci accompagne également les partenaires commerciaux d'Extrême-Orient dans la mise en application des normes écologiques et sociales.

L'approvisionnement en fruits et légumes d'Espagne et d'Italie est confié à Alifresca, une autre filiale de Coop, dont le rôle dépasse le simple cadre de l'assurance qualité: Alifresca ravitaille en effet tous les points de distribution du groupe Coop dans toute l'Europe, garantissant la disponibilité de la marchandise en quantités suffisantes sur les marchés. Créer des synergies dans l'approvisionnement, tel est également le but d'Agecore, un groupement d'achat européen d'envergure internationale visant à développer les activités transfrontières dans le secteur du commerce de détail.

Coop privilégie les partenariats pérennes avec ses fournisseurs, tant en Suisse qu'à l'étranger. C'est en collaboration avec eux qu'elle optimise la chaîne d'approvisionnement et exploite des synergies.

Management de la qualité

Depuis 114 ans, Coop veille, dans ses laboratoires, à ce que ses produits répondent aux exigences de qualité élevées qu'elle s'est fixées. Les produits y sont analysés en fonction des risques qu'ils présentent non seulement pour vérifier s'ils sont conformes aux dispositions légales en vigueur en termes de qualité et de sécurité, mais aussi, et surtout, pour assurer que les normes strictes définies par l'entreprise sont respectées à tous les maillons de la chaîne des marchandises. Les partenaires commerciaux et les collaborateurs de Coop jouent, eux aussi, un rôle majeur dans la maîtrise de la qualité des produits. Coop s'entoure de partenaires commerciaux fiables qui remplissent les critères de qualité requis et font certifier leurs processus de fabrication selon des normes internationales. Pour ses marques propres et ses labels, elle a élaboré des concepts de contrôle pour garantir le respect des consignes. Coop mène ses propres contrôles, effectués par des experts en assurance qualité, mais travaille aussi en collaboration avec des organismes de contrôle indépendants.

Processus de fixation des objectifs

Le groupe Coop met en œuvre depuis 2001 un processus de fixation des objectifs uniforme suivant une logique top down ("du haut vers le bas"), qui permet de déployer des stratégies de longue haleine en mesures efficaces, année après année. Coop fixe chaque année des objectifs généraux communs à l'ensemble du groupe sur la base desquels tous les services, jusqu'aux niveaux opérationnels de l'entreprise, élaborent des mesures concrètes. Afin de pérenniser son engagement responsable, le groupe Coop a défini, pour tous ses domaines d'activité, des objectifs pluriannuels basés sur les trois piliers de son concept de développement durable.

Environnement économique et politique

Chiffres d'affaires dans le commerce de détail

Le commerce de détail suisse s'est légèrement rétabli en 2019. Les chiffres d'affaires n'ont toutefois que peu augmenté en termes nominaux. Le secteur alimentaire a stagné, dépassant à peine le niveau de l'année précédente. Le secteur non alimentaire s'est, quant à lui, redressé et voit ses chiffres d'affaires progresser légèrement pour la première fois après plusieurs années de recul.

Interventions dans les domaines du littering et des déchets

Les thèmes du littering et des déchets ont pris de l'importance au cours de l'année sous revue, comme en témoignent les multiples interventions politiques exigeant que des mesures soient prises pour améliorer les systèmes de recyclage, interdire le plastique et lutter contre le littering. En tant que détaillant responsable, Coop apporte une contribution essentielle à la réduction du plastique dans les emballages et propose des contenants réutilisables dans ses assortiments. Coop plaide dans ce domaine en faveur de solutions pragmatiques, qui tiennent compte du principe du pollueur payeur et du partage actuel des responsabilités entre le commerce de détail et les communes. Depuis 2012, Coop a réduit les matériaux d'emballage de près de 24 000 tonnes. Son objectif d'ici à fin 2020: économiser quelque 4 000 tonnes supplémentaires.

Le développement durable au sommet

Inscrit dans l'ADN de Coop, le développement durable est intégré dans toutes les grandes stratégies de l'entreprise. Il repose sur des produits durables, la protection de l'environnement et du climat ainsi que sur l'engagement en faveur des collaborateurs et de projets sociaux. Par sa gestion de la durabilité, Coop entend apporter une contribution essentielle à la réussite de l'entreprise et à la collectivité.

Intégration stratégique du développement durable

Hissé au rang de priorité il y a 30 ans, le développement durable est devenu un élément clé de l'ADN de Coop. Le groupe Coop l'a officiellement inscrit dans ses statuts, dans ses Lignes directrices et dans ses missions, et en a fait une composante de toutes ses stratégies et de tous ses processus. Ainsi, ses objectifs en la matière sont intégrés dans le processus global de fixation des objectifs, dans la formation du personnel et dans les processus et procédures de l'entreprise.

Par son approche globale du développement durable, le groupe Coop veut se démarquer sur les différents marchés en y apportant une plus-value, garantir l'accès aux ressources et créer une valeur partagée par tous au sein du groupe. Mais il entend aussi répondre avec efficacité et fiabilité aux exigences croissantes qu'imposent la société et les milieux politiques à l'ensemble de ses activités commerciales et, ainsi, apporter une contribution qui profite à la collectivité toute entière.

Coop présente les différentes mesures qu'elle met en place dans le domaine du développement durable entre autres dans [Coopération](#), sur son site Internet [des-paroles-aux-actes.ch](#) et dans le [rapport de gestion du groupe Coop](#) dans toutes ses formes. Un [Rapport sur le progrès Développement durable](#) est, par ailleurs, publié tous les ans. Celui-ci fournit des renseignements spécifiques et détaillés sur l'engagement de Coop en matière de développement durable et sur le degré de réalisation des objectifs pluriannuels définis.

Une approche globale et pertinente

En matière de développement durable, Coop concentre ses efforts là où son action lui permet de produire un effet de levier majeur: dans des domaines qui présentent un intérêt social, écologique ou économique élevé mis en évidence par des analyses internes, ou qui répondent soit à des attentes de la société soit à des revendications politiques. Pour fixer ses priorités, Coop utilise divers instruments comme l'évaluation des assortiments, l'écobilan, l'observatoire des risques ou encore le dialogue avec les parties prenantes.

Les principaux champs d'action se retrouvent dans le concept stratégique de développement durable de Coop. Ce concept décrit la manière dont le développement durable est géré chez Coop et comment il s'inscrit, de façon globale, dans le système de management de l'entreprise. Il se compose de trois piliers ("produits durables", "protection du climat et de l'environnement" et "collaborateurs et engagement sociétal"), qui reposent sur une base stratégique. Ces trois piliers représentent les grands axes autour desquels les entreprises du groupe Coop articulent leurs activités. L'interaction de tous ces éléments permet d'atteindre les objectifs fixés en matière de développement durable; la réussite de l'entreprise et le bien-être général en sont les reflets.



La base stratégique

Coop, en tant que société coopérative, favorise les intérêts économiques et sociaux de ses membres comme ceux des consommateurs. Sa compétitivité et sa pérennité reposent sur des principes économiques, écologiques et éthiques. Le développement durable se trouve également au cœur de la Vision 2025+, qui permet à Coop de se distinguer de ses concurrents par des produits durables et par son engagement dans des projets de développement durable. Les principes en matière de développement durable contribuent, eux aussi, à différencier l'entreprise sur le marché: ils définissent les lignes directrices à suivre lors de la mise en œuvre des objectifs généraux et sont utiles à la communication interne dans l'ensemble du groupe Coop.

1^{er} pilier: produits durables

Coop œuvre dans toutes les filières et tout au long de la chaîne de valeur pour le respect d'exigences minimales ambitieuses et s'engage, dans le cadre de projets d'approvisionnement novateurs et de partenariats de longue date, en faveur de l'agriculture biologique, du commerce équitable, du bien-être animal et de la biodiversité. Ses labels et marques propres durables, qui appliquent les normes les plus sévères du commerce de détail suisse, constituent un facteur de différenciation important. Coop encourage la consommation durable en proposant une offre réfléchie de produits, qu'elle soutient par une publicité diversifiée et une information ciblée des clients.

2^e pilier: protection du climat et de l'environnement

Coop concentre ses efforts sur la réalisation du grand objectif qui est le sien depuis 2008 déjà – parvenir à un bilan CO₂ neutre d'ici à 2023 – en agissant principalement sur deux fronts: la réduction de la consommation énergétique et le recours accru aux énergies renouvelables. Coop a établi dans ce domaine une courbe de réduction du CO₂ qu'elle s'attache à mettre en œuvre à l'aide de mesures et d'objectifs spécifiques. D'autres champs d'action méritent également d'être relevés comme la maîtrise et le recyclage des déchets, la logistique et le fret, la gestion responsable de l'eau et l'écoconstruction. Des efforts considérables sont en outre déployés pour optimiser les emballages, domaine dans lequel Coop défend une utilisation responsable du plastique.

3^e pilier: collaborateurs et engagement sociétal

Coop offre à ses employés d'importants avantages: la formation des apprentis, une convention collective de travail moderne de portée nationale et une prévoyance vieillesse généreuse. Mais elle œuvre aussi en faveur de la société en général à travers divers projets sociaux. En soutenant les organisations "Table Suisse" et "Table couvre-toi", Coop apporte une contribution importante à la lutte contre le gaspillage alimentaire. A relever également: l'action pour les régions de montagne à travers le Parrainage Coop, ainsi que la collaboration avec des partenaires stratégiques comme la Croix-Rouge suisse (CRS). A l'occasion de la "Journée de la bonne action", qui aura lieu tous les ans, Coop tire profit de son fort ancrage dans la population pour encourager les Suisses à accomplir de bonnes actions pour la société et pour l'environnement.

Fonds Coop pour le développement durable

Le Fonds Coop pour le développement durable finance des projets relevant de chacun des trois piliers. Les clients découvrent le résultat de ces projets chaque jour dans les rayons de leur supermarché Coop. Mais ce n'est pas tout: des actions et des manifestations sont également organisées pour promouvoir, auprès des collaborateurs et du grand public, les solutions innovantes mises en œuvre par le Fonds pour répondre à de grandes questions écologiques et sociales. Coop sensibilise le grand public à la consommation durable en lançant des initiatives pionnières dans le domaine du développement durable. Le Fonds Coop pour le développement durable dispose pour ce faire d'au moins 16.5 millions de francs par an.

Pour en savoir plus sur les projets du Fonds Coop pour le développement durable:
[des-paroles-aux-actes.ch/fonds](https://www.des-paroles-aux-actes.ch/fonds).

Intégration stratégique du développement durable dans le Commerce de gros/Production

Les sociétés du groupe Transgourmet, Bell Food Group et les grandes entreprises de production de Coop possèdent leurs propres stratégies de développement durable, inspirées du concept stratégique de Coop et adaptées à la fois à leurs spécificités et aux réalités de leurs marchés respectifs.

Thèmes transversaux en matière de développement durable

Cette année aussi, les entreprises du groupe Coop se sont distinguées par leurs prestations durables. Voici un aperçu de trois grands projets dans ce domaine. Les nouveaux projets durables réalisés dans le cadre des domaines d'activité sont présentés en détail dans les chapitres dédiés du présent rapport.

La "Journée de la bonne action" a mobilisé toute la Suisse

Coop a lancé, le 25 mai, la première "Journée de la bonne action" pour inciter tous les Suisses à accomplir une bonne action. L'objectif de cette journée était de mettre à l'honneur le bénévolat et la solidarité envers autrui. Des centaines de milliers de bénévoles – des enfants, mais aussi des familles entières, des associations, des collaborateurs de Coop et des célébrités suisses – se sont ainsi mobilisés en donnant leur sang, en nettoyant des berges ou encore en effectuant des dons alimentaires. Cinq grands partenaires ont soutenu l'initiative en proposant de nombreuses opérations ouvertes au public dans toute la Suisse: la Croix-Rouge suisse, le WWF Suisse, Table suisse, Table couvre-toi et le Mouvement Scout de Suisse. La "Journée de la bonne action" sera réitérée; la prochaine édition aura lieu le samedi 13 juin 2020.

Pour plus d'informations sur la "Journée de la bonne action", rendez-vous sur
www.journee-de-la-bonne-action.ch

Coop s'engage à utiliser le plastique de manière raisonnée

Pour répondre à la demande croissante de solutions sans plastique et de produits sans emballage, Coop s'engage de façon résolue et transparente en faveur de la réduction du plastique. Depuis 2012, elle a économisé ou optimisé au total près de 24 000 tonnes de matériaux d'emballage. Aujourd'hui, environ 40% des fruits et légumes bio de son assortiment sont déjà disponibles sans emballage ou sont dotés d'un emballage plus écologique. Cette part devrait atteindre 60% au cours des années à venir. Coop s'est, par ailleurs, fixé pour objectif d'optimiser encore 4 000 tonnes d'emballages d'ici à fin 2020. Dans le domaine des produits convenience, Coop a lancé en juillet les boîtes réutilisables reCIRCLE, proposées contre une consigne de dix francs dans tous les restaurants et Take It Coop. Après les repas, ces boîtes peuvent être rapportées dans tous les restaurants participant au programme reCIRCLE, où elles seront lavées avant d'être réutilisées. Au cours de l'année sous revue, Coop a également étoffé son offre en la complétant avec divers produits alternatifs sans plastique. En octobre 2019, elle a par ailleurs annoncé que la distribution gratuite de sacs plastique cesserait à compter de 2020 dans tous les formats de commerce de détail du groupe Coop en Suisse.

Pour en savoir plus sur la réduction du plastique chez Coop:
<https://www.des-paroles-aux-actes.ch/emballages>

En tête du classement BBFAW pour le bien-être animal

Pour la sixième fois consécutive, Coop est le seul distributeur de Suisse à figurer dans le groupe de tête du classement international du “Business Benchmark on Farm Animal Welfare” (BBFAW) portant sur la prise en compte du bien-être animal. Coop se trouve dans le peloton de tête de ce classement de renommée internationale depuis 2013 déjà. Le BBFAW a fait l'éloge en particulier des normes strictes adoptées par Coop en matière de bien-être animal. Avec le poulet Naturafarm, le bœuf Natura-Beef et le veau Natura-Veal, Coop est le seul détaillant suisse à proposer, en plus des produits bio, un vaste assortiment de viande issue d'élevages en plein air. Avec la création et le développement de son programme Lait pour le lait conventionnel, Coop a encore progressé en matière de bien-être animal: l'élevage en plein air est devenu obligatoire. Dans ce programme, les producteurs ont la garantie d'obtenir un prix juste pour leur lait. Coop soutient par ailleurs plus de 20 projets de recherche et de développement visant à améliorer le bien-être animal, ce qui a contribué à son excellent classement. Le BBFAW est la référence mondiale en matière de classement des entreprises pour leur engagement en faveur du bien-être animal.

Coop de nouveau distinguée par le WWF pour son action “pionnière”

En avril 2019, l'organisation de protection de la nature WWF a une nouvelle fois récompensé Coop pour son engagement responsable. Coop s'est encore améliorée dans presque tous les domaines par rapport à la dernière évaluation de 2015. Le WWF a qualifié ses prestations en matière de développement durable “d'exemplaires”, voire de “visionnaires” dans certains domaines. Depuis 2006, Coop entretient un partenariat stratégique avec le WWF Suisse. Principalement centrée sur les thèmes de la forêt, de la mer, des ressources halieutiques et du climat, cette collaboration a pour objectif de sensibiliser le public à un mode de consommation durable et de développer encore l'offre de produits durables. Cette reconnaissance encourage Coop à poursuivre, toujours avec la même conviction, les actions qu'elle mène en faveur de l'homme, de l'animal et de la nature.

Domaine d'activité

Commerce de détail

Formats et offre	18
Supermarchés et formats alimentaires	18
Ouverture d'un nouveau format de magasin Fooby à Lausanne	18
Marché ouvre son premier café Zopf & Zöpfli et rénove le restaurant Neuenkirch Ost	19
Les Restaurants Coop lancent des boîtes réutilisables pour la vente à l'emporter	19
Un assortiment varié	19
Coop s'engage pour offrir aux clients des prix plus avantageux	19
Coop plus attrayante pour les familles grâce à Prix Garantie	19
Coop lance la marque propre "Happy Cola"	19
Des alternatives végétales aux burgers et aux yogourts	20
Premier cylindre universel de CO ₂ de Coop Qualité & Prix	20
De l'huile de palme bio dans les produits conventionnels	20
Coop mise sur le soja durable	21
Regroupement des achats de biens non commerciaux	21
Faits marquants des formats alimentaires	21
Formats spécialisés non alimentaires	23
Microspot.ch devient un centre commercial non alimentaire en ligne à l'échelle de la Suisse	23
Ing. dipl. Fust met en service l'extension de son centre logistique et introduit SAP à grande échelle	24
Coop City rouvre son magasin Zurich St-Annahof après une transformation totale	24
Import Parfumerie crée un club pour ses clients	24
Service 7000 et Schubiger Haushalt fusionnent	24
Faits marquants des formats non alimentaires	25
Logistique, informatique et immobilier	29
Début des travaux d'extension de la centrale de distribution d'Aclens	29
Le service passabene pour smartphones proposé dans tous les supermarchés	30
Le numérique dans la logistique	30
L'intelligence artificielle pour calculer les quantités pour les actions	30
Le développement durable dans l'immobilier	30
Le numérique dans la planification d'un projet immobilier	30
Projets immobiliers	31
Les prestations en plus	32
Gestion globale de la qualité	32
Engagement sociétal	32
Communication et publicité	34

Domaine d'activité Commerce de détail

Coop lance des formats de magasin innovants et étoffe son offre dédiée aux familles avec des produits durables à prix avantageux. Microspot.ch devient un véritable centre commercial non alimentaire en ligne. Dans le secteur logistique, les projets de numérisation avancent comme prévu.

Le groupe Coop a réalisé en 2019 un produit net de 17.9 milliards de francs dans le commerce de détail. Hors carburants et combustibles, ce domaine d'activité a ainsi dépassé le niveau de l'année précédente malgré les nombreuses baisses de prix.

Formats et offre

Dans le domaine d'activité Commerce de détail, le groupe Coop exploite des supermarchés et de nombreux formats spécialisés dans les secteurs les plus divers. Fin 2019, il comptait 2 333 magasins en Suisse, soit 20 de plus que l'année précédente. Coop possède également un large éventail de magasins en ligne qui fonctionnent en synergie avec ses magasins physiques dans le cadre d'une stratégie résolument omnicanale: presque tous ses formats spécialisés ont désormais leur propre magasin en ligne. C'est ainsi qu'en 2019, le groupe Coop a géré en tout 40 magasins en ligne du commerce de détail, qui ont progressé de 16.3% par rapport à l'année précédente.

17.9 Mrd CHF

Produit net dans le commerce de détail

Coop donne un poids stratégique particulier à ses produits durables. Dans le commerce de détail, le chiffre d'affaires réalisé avec ces produits a atteint 4.21 milliards de francs en 2019, ce qui représente une hausse de 3.1% par rapport à l'année précédente (pour en savoir plus, voir www.coop.ch/rapport-dd). Les produits bio ont, à eux seuls, apporté à Coop un chiffre d'affaires de plus de 1.47 milliard de francs, soit 2.2% de plus qu'en 2018.

Supermarchés et formats alimentaires

Les supermarchés Coop ont réalisé en 2019 un produit net de plus de 10.4 milliards de francs. Coop a gagné de nombreux nouveaux clients, comme en témoigne l'augmentation de 2.5% de la fréquentation dans ses magasins, et développé nettement ses parts de marché.

Au cours de l'année sous revue, Coop a ouvert 23 magasins et en a fermé 10, portant le nombre total de magasins à 931 fin 2019. Elle possède ainsi le réseau de supermarchés le plus dense de Suisse. En 2019, 35 d'entre eux ont été transformés selon le nouveau concept d'aménagement 2025+, portant à 110 le nombre de supermarchés transformés. Coop a également mis ce concept en œuvre dans le nouvel hypermarché de 5 100 m² du centre commercial Volkiland.

Ouverture d'un nouveau format de magasin Fooby à Lausanne

En mars, Coop a ouvert à Lausanne un tout nouveau format de magasin baptisé Fooby et dédié au savoir-faire culinaire artisanal, à la régionalité et au développement durable. Alliant fait-main et prêt-à-consommer, le concept store Fooby place l'ancien théâtre du Kursaal, un bâtiment datant de

1901, sur le devant de la scène culinaire: on y torréfie du café, on y fume du poisson, on y fait du pain ainsi que des saucisses et on y organise aussi des dégustations de vin, le tout sur une surface de près de 1 000 m². Le magasin, qui dispose d'une équipe d'environ 30 collaborateurs et experts pour conseiller les clients, offre également une vitrine aux spécialités proposées par des producteurs de la région. Environ 70% des produits proposés sont durables.

Marché ouvre son premier café Zopf & Zöpfli et rénove le restaurant Neuenkirch Ost

En novembre, le premier café Zopf & Zöpfli a ouvert ses portes dans le centre commercial Coop Volkland. Avec ce format inédit, Marché et Betty Bossi se lancent sur un nouveau segment de marché en implantant leur enseigne commune, jusque là dédiée aux gares, dans des centres commerciaux. En 2020, les deux partenaires prévoient d'ouvrir un autre café dans le centre commercial Letzipark à Zurich. Le déploiement des Zopf & Zöpfli, version sandwicheries dans les gares, se poursuivra lui aussi. Pour Marché, l'année était entièrement placée sous le signe de la rénovation du restaurant Neuenkirch Ost. L'établissement situé sur l'aire d'autoroute lucernoise a en effet été réaménagé selon le dernier concept en date. Marché y a également ouvert un Burger King pour venir en renfort à celui installé à Neuenkirch West.

Les Restaurants Coop lancent des boîtes réutilisables pour la vente à l'emporter

Suite au succès remporté par le projet pilote, Coop propose depuis juillet les boîtes réutilisables reCIRCLE dans ses 178 restaurants et Take It. Les clients de Coop les utilisent pour transporter les plats qu'ils emportent. Et s'ils achètent pour plus de 10 francs, Coop récompense leur geste écologique en les faisant bénéficier d'une réduction de 10%. Les boîtes ne doivent pas être retournées chez Coop nécessairement: elles peuvent être rapportées chez l'un des partenaires participants de reCIRCLE, dans un restaurant Coop ou dans un Coop Take It.

Un assortiment varié

Coop répond aux besoins de tous en proposant, dans toutes ses enseignes, non seulement le plus grand choix de marques nationales et internationales, mais aussi de nombreuses marques propres. Rien que dans ses supermarchés, avec plus de 40 000 références alimentaires et non alimentaires, elle offre à ses clients le plus large assortiment de Suisse. Coop propose diverses marques propres autres que ses marques propres et labels de qualité durables pour répondre à tous les besoins et à toutes les envies au meilleur rapport qualité-prix.

Coop s'engage pour offrir aux clients des prix plus avantageux

Coop a poursuivi son engagement en faveur des prix bas en 2019: elle a notamment baissé le prix de nombreux produits de marque et d'articles de la ligne Prix Garantie dans le cadre de plusieurs campagnes de baisses des prix. Au cours de l'année sous revue, Coop a investi 65 millions de francs pour financer ces dernières. Les modifications de prix ont toutes été publiées dans Coopération.

Coop plus attrayante pour les familles grâce à Prix Garantie

Au cours de l'année sous revue, Coop s'est lancée dans l'extension de sa ligne Prix Garantie en référençant en tout plus de 170 nouveautés, principalement des produits frais et des produits dédiés aux familles. Fruits et légumes, produits laitiers et charcuteries, entre autres, sont ainsi venus étoffer l'offre, qui continuera de s'élargir jusqu'à fin 2020. Par cette mesure, Coop répond encore mieux aux besoins de tous les groupes de clients – et tout particulièrement à ceux des familles. L'objectif de Prix Garantie reste inchangé: proposer des produits de qualité à prix intéressants.

Coop lance la marque propre "Happy Cola"

Coop a lancé en mai une nouvelle marque propre baptisée Happy Cola. Déclinée en deux versions, Classic et Zero, cette alternative suisse au cola a été rapidement bien accueillie par les clients: plus de 35% des personnes qui l'ont goûtée l'ont rachetée une deuxième, voire une troisième fois. Le Happy Cola s'est désormais établi comme un concurrent sérieux face aux grandes marques de cola. Aussi Coop prévoit-elle d'étendre son offre d'alternatives au cola pour pouvoir proposer à ses clients un choix encore plus grand. Le Happy Cola est actuellement en vente non seulement dans les supermarchés Coop, mais aussi dans les restaurants Coop, sur coop@home, dans les Coop Pronto et chez Transgourmet.

Des alternatives végétales aux burgers et aux yogourts

Coop est le premier détaillant à proposer le Beyond Burger dans les supermarchés suisses. En rayon depuis avril, cette spécialité végétale californienne reproduit à s'y méprendre l'aspect, le goût et la consistance de la viande. Sa composition est similaire à celle d'un burger à la viande: il est constitué de protéines, de matières grasses, d'oligoéléments et d'eau. 100 grammes de Beyond Burger contiennent 17.6 grammes de protéines 100% végétales. L'ingrédient de base est le petit pois. Ce burger doit par ailleurs sa couleur carnée à la racine rouge et sa consistance à l'huile de coco et à la fécule de pomme de terre. En avril également, Coop a lancé des yogourts 100% végétaux à base d'amandes. En plus d'être sans lactose, ils ne contiennent que peu, voire pas de sucre. Ces produits signés Karma se déclinent en trois parfums. Conçues pour tous ceux qui recherchent une alternative aux produits d'origine animale, ces nouvelles offres viennent compléter l'assortiment de produits vegan de Coop, riche de plus de 600 références.

Premier cylindre universel de CO₂ de Coop Qualité & Prix

Face à la demande croissante de gazéificateurs, Coop a lancé en janvier avec beaucoup de succès le premier cylindre universel de CO₂ sous sa marque propre Qualité & Prix. Compatible avec toutes les machines disponibles dans le commerce, il allie qualité et écologie. Autre avantage: son prix, qui se situe nettement en dessous de celui pratiqué par le leader du marché.

De l'huile de palme bio dans les produits conventionnels

Coop s'est fixé pour objectif, en 2018, d'utiliser de l'huile de palme au Bourgeon Bio non seulement dans les produits bio, mais aussi dans les produits alimentaires conventionnels qu'elle propose sous ses marques propres. Cette huile de palme est certifiée selon les directives très strictes de Bio Suisse. Pour certaines de ses marques propres, Coop remplace l'huile de palme par d'autres types d'huiles et de graisses, lorsque c'est judicieux et techniquement réalisable. Si d'autres huiles ou graisses tropicales telles que l'huile de coco sont utilisées, elles doivent être issues d'une production certifiée Fairtrade et/ou Bio Suisse. Les premiers produits conformes aux nouvelles exigences, tels que les pattes d'ours et les meringuettes au chocolat de marque propre, ont fait leur entrée dans les rayons des magasins Coop en 2019. Une évaluation externe portant sur le caractère durable de l'huile de palme au Bourgeon Bio montre que tous les producteurs d'huile de palme certifiés Bio Suisse obtiennent de très bons résultats concernant l'utilisation des sols, les conditions de travail et les méthodes de culture respectueuses de l'environnement.

MARQUES PROPRES ET LABELS DE QUALITÉ DURABLES



MARQUES PROPRES POUR GROUPES CIBLES



MARQUES PROPRES STANDARD



➔ Cette liste regroupe les principales marques propres et labels.
Pour en savoir plus sur les marques propres de Coop, rendez-vous sur www.coop.ch/labels.

Coop mise sur le soja durable

Coop est le premier distributeur du monde à couvrir 100% du soja qu'elle utilise dans ses marques propres par du soja cultivé de manière responsable, dans le respect des normes les plus élevées. Ces normes permettent notamment de préserver les forêts tropicales et interdisent la culture de soja génétiquement modifié. Particulièrement riche en protéines, le soja est souvent utilisé pour nourrir les animaux. Il concerne donc surtout les Suisses consommateurs d'œufs, de poisson, de viande et de produits laitiers. Or les marques propres sont dominantes dans cette catégorie de produits chez Coop. Il est donc essentiel pour Coop que le soja utilisé dans l'alimentation animale soit issu d'une production durable. C'est désormais en grande partie le cas. Par ailleurs, pour compenser les volumes de soja, non encore conformes aux exigences, utilisés par le groupe, Coop achète des certificats durables pour une quantité équivalente de soja certifié. Ce système permet d'encourager la production durable de soja.

Regroupement des achats de biens non commerciaux

Afin d'exploiter des synergies, les achats d'une grande partie des biens non commerciaux ont été regroupés pour l'ensemble du groupe Coop, tous pays confondus. Ces achats sont désormais centralisés à Bâle, au siège de Coop. En collaboration avec les services spécialisés du groupe Coop, des acheteurs centraux définissent là-bas les besoins et spécificités de tous. Les synergies qui en résultent se traduisent chaque année par des économies significatives pour le groupe. Au cours de l'année sous revue, Coop a regroupé, entre autres, les achats de cartons, de matériaux d'emballage et d'étiquettes mais aussi ceux, plus techniques et complexes, d'engins de manutention et de camions.

Faits marquants des formats alimentaires

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les faits marquants de l'exercice écoulé ainsi qu'une fiche d'informations pour chaque format spécialisé. Pour plus d'informations sur les formats spécialisés du groupe Coop, rendez-vous sur le site www.coop.ch/enseignes.



Coop possède le réseau de supermarchés le plus dense de Suisse

- Gains de parts de marché
- 2.5% de clients supplémentaires
- Transformation de 35 magasins selon le nouveau concept, portant à 110 le nombre de magasins réaménagés
- Ouverture de 23 nouveaux magasins
- Organisation de 4 182 formations
- Introduction du service passabene pour smartphones de Coop, le premier système de self-scanning, dans tous les supermarchés Coop de Suisse
- Réduction du plastique grâce au lancement de pailles en papier et de vaisselle en feuilles de palmier, entre autres
- Lancement du Happy Cola, une boisson au cola de production propre
- Lancement du Beyond Burger, un burger 100% végétal – une première dans le commerce de détail suisse
- Lancement de la marque propre Coop Conviva health & life

▼ Fiche d'informations



Le numéro un du commerce de proximité en Suisse

- Ouverture de trois magasins avec station-service et d'un magasin sans station-service
- Réouverture de cinq magasins après d'importants travaux de transformation
- Lancement, chaque année, de plus de 500 produits
- Forte croissance dans le domaine des produits durables grâce à Naturaplan
- Elargissement de l'offre de hot-dog dans 74 magasins
- Service de retrait Pick-up proposé dans 48 magasins
- Mesures contribuant au développement durable: éclairage à LED, installations frigorifiques de dernière génération avec accumulateur de froid et achat centralisé d'électricité

▼ Fiche d'informations



▼ Fiche d'informations

Coop to go propose des produits à emporter qu'on ne trouve dans aucun autre format Coop

- Evolution positive du CA
- Nouveau magasin dans le Coop City Zurich St-Annahof



▼ Fiche d'informations

Le supermarché en ligne offrant le plus grand choix, avec livraison à domicile

- Développement de l'assortiment, qui passe à 18 000 références en Suisse alémanique et en Suisse romande
- Grand succès pour les rayons en ligne Votre boucherie, Poissonnerie, Fromagerie et Boulangerie
- Digital Commerce Award 2019: troisième place dans la catégorie "Body&Taste"
- Nouvelle fourgonnette avec panneau solaire sur le toit, qui alimente le système frigorifique pendant les arrêts; déploiement à tous les nouveaux véhicules à partir de 2020 si le test s'avère concluant



▼ Fiche d'informations

Le format dédié au savoir-faire culinaire artisanal, à la régionalité et au développement durable

- Ouverture du premier magasin Fooby le 6 mars 2019 à Lausanne Bel-Air
- Vaste offre de produits préparés sur place
- Environ 45 producteurs régionaux
- 70% des produits issus de la production durable



▼ Fiche d'informations

Un format tendance axé sur la vente de produits végétariens et vegan

- Evolution positive du CA
- Elargissement de l'offre de pains et de produits de boulangerie avec l'arrivée du croissant vegan éner'germe



▼ Fiche d'informations

L'épicerie fine italienne de Coop

- Ouverture d'un magasin dans la gare centrale de Zurich et dans celle de Genève
- Lancement, dans tous les supermarchés Coop, de la marque propre Saponi d'Italia, qui compte plus de 100 spécialités italiennes authentiques



▼ Fiche d'informations

Pour se régaler tous les jours au prix juste

- Croissance notable
- Développement du concept d'aménagement "Vista" grâce à l'intégration d'éléments innovants
- Lancement du système "reCIRCLE" pour réduire le plastique
- Remplacement des pailles et couverts jetables en plastique par des solutions durables en carton, en papier et en bois



▼ Fiche d'informations

Pour les voyageurs en quête d'une pause fraîcheur

- Réouverture réussie du Marché Neuenkirch Ost après transformation selon le nouveau concept
- Extension des toilettes Clean Toilets sur les aires d'autoroute de Bellinzone Sud et Bellinzone Nord
- Lancement du magazine pour les clients "En Route" avec des informations et des articles sur Marché
- Ouverture d'un concept italien baptisé Così dans la gare de Thoune: possibilité de consommer des pâtes sur place, dans le restaurant, ou bien de les emporter
- Ouverture d'un Burger King sur l'aire d'autoroute Neuenkirch Ost
- Refonte du Burger King de l'aire d'autoroute Würenlos: transformation de la salle du restaurant selon le nouveau design- Transformation complète du bar à café Marché de l'aire d'autoroute Würenlos



Le format dédié à la tresse sous toutes ses formes

- Elaboration d'un concept puis ouverture d'un café Zopf & Zöpfli avec service à table dans le centre commercial Volkiland à Zurich

▼ Fiche d'informations

Betty Bossi

Le numéro un en Suisse de la cuisine et du goût

- Chiffre d'affaires en hausse dans la distribution d'ustensiles de cuisine en Suisse
- Lancement d'un abonnement numérique au journal Betty Bossi ainsi que d'autres variantes d'abonnements
- Développement et lancement d'un logiciel de recettes de cuisine ultramoderne et préparation de la banque de recettes de Betty Bossi en vue du rattachement des partenaires externes
- Développement du Food Consulting pour les restaurants Coop dans les domaines de la création de recettes, du coaching culinaire et du mystery-eating

▼ Fiche d'informations

Formats spécialisés non alimentaires

Dans les formats spécialisés, les efforts se sont portés, en 2019, sur le développement stratégique des magasins en ligne, mais aussi sur celui du commerce sédentaire par le lancement de concepts de vente innovants et l'optimisation des présentations. Des mesures qui ont trouvé un écho favorable auprès des clients et dont la pertinence stratégique se reflète dans les bons résultats réalisés dans le secteur non alimentaire: les formats spécialisés ont généré, à eux seuls, un produit net de plus de 14.1 milliards de francs en 2019, continuant à progresser sur un marché en recul. Les formats non alimentaires ont pu accroître ou en grande partie conserver leurs parts de marché. Coop demeure solide dans le secteur de l'électronique domestique, dont font partie Interdiscount, Microspot.ch, Ing. dipl. Fust et Nettoshop.ch: le produit net réalisé par ces quatre formats a avoisiné les 2.1 milliards de francs en 2019, soit 53.4 millions de plus que l'année passée. Le groupe Coop a donc su conserver sa position de leader sur ce marché.

Microspot.ch devient un centre commercial non alimentaire en ligne à l'échelle de la Suisse

Microspot.ch, spécialiste de l'électronique domestique et grand public, est devenu en 2019 un véritable centre commercial en ligne. Sa réorientation s'est accompagnée non seulement d'un développement important de l'assortiment, mais aussi de l'amélioration des services de livraison et des services à la clientèle. L'enseigne s'est également offert une nouvelle image qu'elle affiche sur un site Internet optimisé. Microspot.ch propose en tout plus de 400 000 produits dans son assortiment élargi, dont plus de 34 000 références non alimentaires provenant de l'univers du groupe Coop, par exemple de Brico+ Loisirs, d'Import Parfumerie ou bien de Christ Montres et Bijoux. Les clients y trouvent notamment plus d'un millier de produits de leurs marques propres préférées comme Naturaline, Qualité & Prix ou Oecoplan. Microspot.ch a également adopté une fonction de place de marché au cours de l'année sous revue: certains formats de Coop, mais aussi d'autres distributeurs ont ainsi la possibilité d'y proposer des produits en leur propre nom et pour leur propre compte.

Plus de **400 000**
références sur Microspot.ch

Les services de livraison à domicile se sont, eux aussi, fortement développés: les livraisons sont désormais effectuées le jour même ou au plus tard le lendemain, samedi compris, selon la zone géographique. Autre nouveauté: le lancement du service "same day delivery" dans les villes de Bâle, Berne, Bienne, Fribourg, Genève, Lausanne, Lucerne, Olten, St-Gall, Winterthour et Zurich, qui garantit une livraison le soir même pour les articles assortis de la mention "Speed" commandés avant midi. A noter que les clients ont également la possibilité de venir retirer leur commande dans 450 points de retrait Pick-up.

Ing. dipl. Fust met en service l'extension de son centre logistique et introduit SAP à grande échelle

Ing. dipl. Fust a ouvert son nouveau centre logistique à Oberbüren le 12 septembre 2019. En deux ans de travaux, la surface de l'entrepôt existant a été doublée, les systèmes de logistique ont été largement automatisés et un étage servant de bureaux a été ajouté. Sur le toit se trouve une énorme installation photovoltaïque qui alimente le bâtiment en énergie renouvelable. Avec une surface de 50 000 m², le nouveau site permet de stocker quatre fois plus de produits et de raccourcir ainsi les délais de livraison. Les commandes peuvent être traitées beaucoup plus rapidement grâce à un entrepôt de stockage en hauteur automatisé, dédié aux petites pièces. Depuis son site d'Oberbüren, Fust livre ses 156 magasins, 12 points de livraison à domicile et tous ses clients du magasin en ligne. Le nouveau centre logistique abrite, par ailleurs, les ateliers de réparation les plus modernes de Fust, qui peuvent accueillir les groupes de produits les plus divers, ainsi qu'un centre d'appels pour le service de réparations.

Autre fait marquant en 2019: l'introduction de SAP en début d'année. L'enseigne avait doté en 2016 le service de livraison à domicile d'un nouveau logiciel pour planifier l'approvisionnement et les tournées, puis équipé en 2018 ses magasins de tablettes vendeurs. Le nouveau système SAP relie désormais intégralement tous les systèmes informatiques. Avec la mise en service opérationnelle des secteurs "Cuisine et salle de bains" et "Gestion des constructions", Fust a achevé avec succès la première phase du lancement de SAP en tant qu'outil informatique global. L'introduction de SAP pour tous les processus du commerce de détail est en cours de réalisation et prévue pour l'année prochaine. En 2020, l'entreprise prévoit de rattacher au logiciel tous ses magasins physiques ainsi que son magasin en ligne. Les systèmes de caisse GK seront intégrés ultérieurement.

Coop City rouvre son magasin Zurich St-Annahof après une transformation totale

Après huit mois de travaux, le magasin Coop City Zurich St-Annahof a rouvert ses portes mi-novembre. A l'instar d'une douzaine d'autres Coop City dans toute la Suisse, le magasin de la Bahnhofstrasse a été transformé selon le nouveau concept "Bellacasa". Répartie sur six étages, la surface de vente, qui est de 10 000 mètres carrés environ, offre aux visiteurs tout ce qu'ils sont en droit d'attendre d'un grand magasin moderne.

Import Parfumerie crée un club pour ses clients

Import Parfumerie a créé en juin un club à l'intention de ses clients, baptisé "The Member Club", qui donne droit à divers avantages: rabais de bienvenue de 10%, cadeau de bienvenue et réductions exclusives, mais aussi invitations à divers événements, cadeaux de fidélité, etc. Le programme de fidélisation permet aux clients d'accéder à trois statuts, bronze, argent ou or. Le principe est simple: plus le statut atteint est élevé, plus les avantages sont nombreux – des avantages qui viennent s'ajouter à la possibilité de cumuler des superpoints. C'est la Supercard Coop qui fait office de carte de membre de ce club. Fin 2019, "The Member Club" comptait déjà 34 500 membres.

Service 7000 et Schubiger Haushalt fusionnent

Les organisations de Service 7000 AG et les activités B2B de Schubiger Haushalt (section de la RS Vertriebs AG) ont fusionné au 1^{er} octobre 2019. Depuis cette date, les deux entreprises fournissent ensemble leurs prestations de services. Service 7000 AG est spécialisée dans les prestations de services autour de l'équipement électroménager pour les professionnels de la gestion immobilière. L'organisation et l'administration de la nouvelle structure commune de prestations de services sont effectuées, depuis octobre, de manière centralisée au siège de Service 7000 AG, à Netstal. Le service interne des ventes de Schubiger Haushalt, quant à lui, reste à St-Gall. Les deux entreprises continuent d'opérer sous leurs marques habituelles. Objectif de cette fusion: améliorer la qualité des prestations de réparation et de remplacement.

Faits marquants des formats non alimentaires

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les faits marquants de l'exercice écoulé ainsi qu'une fiche d'informations pour chaque format spécialisé. Pour plus d'informations sur les formats spécialisés du groupe Coop, rendez-vous sur le site www.coop.ch/enseignes.

	Le numéro un de l'électronique grand public en Suisse	<ul style="list-style-type: none">• Gain de nouvelles parts de marché• Commandes en ligne en forte progression de 30%• 43% de commandes passées en ligne, retirées en magasin• Stocks disponibles dans les magasins désormais renseignés en temps réel dans le magasin en ligne• Nouvelle fonctionnalité d'évaluation des articles dans le magasin en ligne• Ouverture de deux nouveaux magasins à Bâle et à Wattwil et transformation de neuf magasins existants• Renforcement des compétences des collaborateurs et de l'expérience client grâce à de nouveaux formateurs en techniques de vente• Nouveau service de livraison pour les gros appareils• Nouvelles prestations de services comme la souscription en ligne de l'assurance Mobile Protection• Amélioration de la satisfaction des clients d'après l'étude de marché et le sondage clients qui ont été réalisés
▼ Fiche d'informations		
	Le centre commercial en ligne de Suisse	<ul style="list-style-type: none">• Développement de la position sur le marché• Augmentation de 15.2% du chiffre d'affaires des ventes en ligne• Rebranding complet avec nouveau logo et nouveau design, ainsi qu'un site Internet optimisé offrant de nouvelles prestations de services en ligne• Repositionnement en tant que centre commercial non alimentaire en ligne à l'échelle de la Suisse avec plus de 400 000 articles• Plus de 34 000 références non alimentaires provenant du groupe Coop, dont plus de 1 000 produits de marque propre• Adoption de la fonction de place de marché: des distributeurs vendent leurs produits sur Microspot.ch en leur propre nom et pour leur propre compte• Développement continu de l'assortiment grâce à l'intégration d'une sélection de distributeurs et de commerçants• Livraison le jour même dans onze grandes villes suisses: les articles "Speed" commandés avant midi sont livrés à domicile le soir même avec un véhicule électrique ne rejetant pas de CO₂; ceux commandés avant 18 heures sont livrés le lendemain, samedi compris, dans toute la Suisse• Possibilité de retirer désormais les commandes dans 450 points de retrait Pick-up de Coop• Contacts avec les clients via chat, WhatsApp et service de rappel• Nouvelle campagne publicitaire, avec pour slogan: "Il te manque quelque chose? Nous l'avons!"
▼ Fiche d'informations		



La deuxième chaîne de Grands Magasins de Suisse

- Gain de nouvelles parts de marché
- Mise en œuvre du nouveau concept d'aménagement des magasins "Bellacasa" dans le Coop City Zurich St-Annahof
- Transformation et agrandissement du rayon alimentaire du Coop City Lausanne Au Centre, qui a notamment été doté d'une Maison des fromages
- Ouverture de magasins Coop to go intégrés dans les Coop City Zurich St-Annahof et Lausanne Au Centre
- Caisses automatiques bien accueillies par les clients dans le département des produits cosmétiques et des produits de soin des magasins Zurich St-Annahof, Zurich Bellevue, Fribourg, Winterthour, Aarau, Berne Ryfflihof, Baden, Olten, Genève Plainpalais, Genève Fusterie, Lausanne Au Centre et Bâle Pfauen
- Mise en œuvre réussie du nouveau concept de pantalon
- Réouverture réussie après transformation du centre commercial Coop Volkiland à Volketswil
- Niveau élevé de satisfaction des clients d'après l'étude de marché réalisée

▼ Fiche d'informations



Le numéro un des magasins de bricolage en Suisse

- Le numéro un des magasins de bricolage
- Augmentation du chiffre d'affaires
- Commerce en ligne en forte progression de 41.1%
- Leader de l'omnicanal dans la catégorie "Outillage et bricolage" d'après une étude menée par Google/ASVAD (Association Suisse de Vente à Distance)
- Renforcement de l'organisation commerciale avec quatre régions
- Réalisation du premier test avec des caisses automatiques dans le secteur du bricolage en Suisse
- Agrandissement du magasin d'Interlaken; transformation et rénovation du magasin de Zurich-Oerlikon
- Ouverture d'un magasin combiné à Morat
- Réalisation d'un test avec le service de livraison immédiate "Annanow" dans le magasin Zurich-Letzipark
- 30^e anniversaire de Coop Oecoplan: une année réussie pour la première marque durable de Suisse, qui a vu son chiffre d'affaires progresser de 4.6%
- Déréférencement de plantes néophytes envahissantes
- Augmentation de 5.4% du chiffre d'affaires Pro Specie Rara
- Amélioration de la satisfaction des clients d'après l'étude de marché réalisée

▼ Fiche d'informations



L'enseigne d'ameublement centrée sur les solutions individualisées

- Augmentation du chiffre d'affaires et gains de parts de marché
- Forte augmentation de 53.6% du chiffre d'affaires des ventes en ligne
- Lumimart leader dans le domaine des luminaires
- Important gain de notoriété pour la marque Livique, lancée il y a un an
- Progression réjouissante du chiffre d'affaires réalisé avec les produits personnalisables; plus de 100 millions de combinaisons de meubles personnalisables
- Développement des outils numériques d'aide à la vente, désormais aussi utilisés pour les chambres à coucher et les salles à manger



Le meilleur du luminaire

- Ouverture d'un nouveau magasin Lumimart à Steinhausen
- Réouverture des magasins Livique Egerkingen et Livique Cham après transformation et modernisation
- Augmentation du niveau de satisfaction des clients chez Livique et Lumimart

▼ Fiche d'informations

IMPORT PARFUMERIE

Le numéro un des parfums haut de gamme en Suisse

- Leader sur le marché des parfums et gains de part de marché
- Chiffre d'affaires des ventes en ligne en hausse de 25.1%
- Forte augmentation des commandes passées en ligne dans les magasins
- Extension de l'offre proposée dans le magasin en ligne (+10%); déploiement du référencement de la marque de cosmétiques MAC
- Leader de l'omnicanal sur le marché selon une étude menée par Google/ASVAD (Association Suisse de Vente à Distance)
- Lancement du club "The Member Club", qui compte 34 500 membres
- Ouverture de deux nouveaux magasins: Shopping Arena de St-Gall et Gäupark à Egerkingen
- Huit magasins transformés
- Lancement d'une ceinture porte-pinceaux et du service de maquillage flash pour tous les vendeurs
- Ouverture, par Import Parfumerie et Estée Lauder, d'un autre shop-in-shop avec les marques de produits cosmétiques MAC et AVEDA dans le Coop City Lausanne Au Centre
- Augmentation du niveau global de satisfaction des clients

▼ Fiche
d'informations

CHRIST Montres & Bijoux

L'adresse numéro un de l'horlogerie-bijouterie

- Chiffre d'affaires des ventes en ligne en hausse de 43.7%
- Extension de l'offre proposée en ligne (+ 12%)
- Leader de l'omnicanal dans la catégorie "Montres et bijoux" selon une étude menée par Google/ASVAD (Association Suisse de Vente à Distance)
- Ouverture d'une nouvelle bijouterie Christ dans la Bahnhofstrasse à Zurich
- Transformation des bijouteries de Jelmoli Zurich, Coop City Lausanne Au Centre et Volketswil
- Extension et croissance dans le secteur des bijoux de marque propre
- Modernisation du segment de l'alliance, création de la collection de bijoux de mariage Christ (bijoux avec diamants, bagues de fiançailles et alliances)
- Elargissement de l'offre de marques tierces dans les segments des montres et bijoux fantaisie et des bijoux précieux
- Forte croissance pour les montres Swiss Made et croissance supérieure à la moyenne de la marque propre Christ
- Retours positifs de la part des clients concernant la présentation, la compétence et l'amabilité

▼ Fiche
d'informations

FUST Et ça fonctionne.

Le numéro un de l'électroménager et de la rénovation des cuisines et salles de bains

- Gains de parts de marché dans le secteur de l'électroménager
- Forte croissance persistante des ventes en ligne (24%)
- Utilisation de tablettes vendeurs dans les magasins pour améliorer le conseil au client
- Refonte de l'infrastructure informatique sur la base de SAP
- Mise en service du centre logistique agrandi et automatisé à Oberbüren
- Modernisation de six magasins, ouverture de cinq nouveaux
- Renforcement et concentration de l'offre de prestations de services proposée aux sociétés de gérance immobilière sous les marques Service 7000 et Schubiger Haushalt
- Niveau élevé de satisfaction des clients selon l'étude de marché menée par GfK et le sondage clients (Net Promoter Score)

▼ Fiche
d'informations



Le numéro un de la vente en ligne d'électroménager avec conseils et services personnalisés

- Nouvelle augmentation du produit net de 3%
- Lancement de nouvelles prestations de services (livraison sur rendez-vous, extension de garantie)
- Réduction des délais de livraison
- Lancement du conseil en ligne par chat
- Développement du marketing one-to-one via une nouvelle plateforme d'e-mail marketing
- Augmentation du taux de rachat et du niveau de satisfaction de la clientèle

▼ Fiche d'informations



Tout pour la santé, des médicaments sur ordonnance aux produits de beauté

- Gains de parts de marché
- Produit net en hausse de 5.8%
- Chiffre d'affaires des ventes en ligne en hausse de 122.3%; renforcement de la présence sur les réseaux sociaux avec la mise en place de comptes Instagram et Facebook
- Lancement d'un service de téléconseil gratuit assuré par des pharmaciens
- Lancement de l'appli Coop Vitality pour gérer la prise de médicaments
- Extension du réseau avec l'ouverture de six pharmacies (Bâle Erlenmatt, Uster, aéroport de Zurich, Shopping Arena St-Gall, Morat, Châtel St-Denis) et deux reprises à Delémont et Mellingen
- Déploiement du nouveau concept d'aménagement sur quatre sites: Jona, Volketswil, Oftringen et Kriens Schappe
- Lancement de deux prestations de services: le "taping" et le concept Burgerstein Microcare
- Chiffre d'affaires en hausse pour les génériques et les marques propres

▼ Fiche d'informations



L'enseigne de cosmétiques naturels et durables

- Chiffre d'affaires des ventes en ligne en hausse de 10.8%
- Mise en œuvre du nouveau concept d'aménagement dans les magasins de Winterthur et d'Oftringen
- Modernisation du magasin Zurich Letzipark
- Ouverture du nouveau magasin Volkiland
- Appli du club relookée, avec plus de fonctionnalités
- The Body Shop se fixe pour objectif de devenir le distributeur de produits de beauté le plus durable d'ici à 2030
- 25^e anniversaire du programme de commerce communautaire portant sur le beurre de karité lancé au Ghana
- Première mondiale: lancement en Inde d'un nouveau programme de commerce communautaire portant sur le plastique. La première année, The Body Shop a utilisé 250 tonnes de plastique ramassé dans la nature.
- Satisfaction des clients: champion de la branche du Moniteur suisse des branches 2019/2020 dans le domaine "Shopping, Mode & Lifestyle"

▼ Fiche d'informations



Leader en Suisse, avec un vaste réseau de stations-service à l'enseigne de Coop

- Gain de nouvelles parts de marché
- Hydrogène: planification de deux autres installations en 2020 (Crissier et Dietlikon)
- Plus 35 stations-service proposant de l'AdBlue à la pompe
- Partenariat avec HitchHike dans plus de 100 stations-service

▼ Fiche d'informations

 Fiche d'informations	Chaleur et bien-être chez soi	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la part des commandes passées en ligne, qui passe à 44% • Progression du mazout écologique, choisi désormais par 63% des clients • Possibilité de compenser l'empreinte carbone avec Myclimate
BâleHotels Fiche d'informations	Le groupe hôtelier de Coop	<ul style="list-style-type: none"> • Achèvement de la rénovation complète de BâleHotel Victoria • Reprise du restaurant de l'hôtel Baslertor par les Restaurants Coop au 1^{er} juillet • Transformation du restaurant Les Quatre Saisons en salle pour banquets et autres événements à partir du 1^{er} janvier 2020 • Achèvement de la planification détaillée du projet Märthof avec hôtel et restaurant; début des travaux fin 2019
 Fiche d'informations	Le numéro un en Suisse de la vente directe de vacances balnéaires – Un partenariat signé Coop et Rewe	<ul style="list-style-type: none"> • Lancement du package dynamique (construction du produit par le client avec choix du vol et des nuitées en hôtel sur une plateforme numérique) • Gamme de produits étoffée avec des escapades citadines • Augmentation de la part des ventes en ligne dans le chiffre d'affaires, qui passe à 34%
 Fiche d'informations	Le centre de fitness numéro un en Suisse alémanique	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation du nombre de sites, qui passe de 40 à 48 dans 13 cantons; rénovation de trois sites • Augmentation du nombre de membres (+19.3%) et du chiffre d'affaires (+21.8%) • 101 nouveaux employés; 898 employés au total à temps plein ou partiel • Nouveaux locaux pour la centrale en Suisse orientale; nouvelle base dans l'ouest à Ostermundigen
 Fiche d'informations	Maison tropicale avec restaurant	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de 15% du produit net par rapport à l'année dernière • Hausse de 30% de la production de perches et de sandres • Hausse de 34% des quantités de caviar vendues • Lancement d'un caviar surgelé portionné pour les banquets et autres événements • Mise en place d'un éclairage à LED dans la zone publique

Logistique, informatique et immobilier

Début des travaux d'extension de la centrale de distribution d'Aclens

Les travaux qui transformeront la centrale de gestion des vides d'Aclens, dans la Région logistique Suisse romande, en un nouveau complexe administratif et logistique ont démarré en juin de l'année sous revue. Le regroupement sur un même site de l'administration et de la logistique permet à Coop d'assurer à long terme un approvisionnement optimal pour la Région Suisse romande. Dans une première phase, les secteurs dédiés aux produits laitiers, au cross-docking, aux fruits et légumes et aux marchandises générales ont été agrandis de 753 m². Un bâtiment neuf d'environ 21 700 m², qui sera mis en service progressivement d'ici à mi-2020, est en train d'être construit juste à côté de la centrale de distribution existante. Principalement consacré à la gestion des vides, qui occupera une surface d'environ 10 700 m², ce bâtiment accueillera également les services administratifs de la Région de vente Suisse romande, actuellement situés à Renens (VD), sur une surface d'environ 8 600 m². Ce nouveau bâtiment répond à la norme Minergie. Le site d'Aclens, dont la mise en service complète est prévue pour 2022, accueillera en tout près de 850 collaborateurs, soit environ 300 de plus qu'aujourd'hui.

Le service passabene pour smartphones proposé dans tous les supermarchés

Depuis novembre, le service passabene pour smartphones, le premier système de self-scanning, est disponible dans tous les supermarchés Coop de Suisse. Dans quelque 1 000 magasins, les clients ont désormais la possibilité de scanner les produits qu'ils achètent avec leur appareil mobile iOS ou Android et de payer leur panier virtuel sans perdre de temps à la caisse. Coop a lancé le service passabene pour smartphones en 2012 et l'a sans cesse développé depuis. Les clients disposent d'un autre outil pour simplifier leurs courses: le scanner manuel passabene, qui a été introduit en 2005.

1 000

magasins proposent Passabene
pour les smartphones

Le numérique dans la logistique

La logistique Coop poursuit son évolution dans le numérique. Au cours de l'année sous revue, les efforts se sont portés sur l'optimisation de la planification des tournées, l'élargissement du réseau de points de retrait Pick-up et l'amélioration des services logistiques. Un outil de visualisation du réseau de livraison a été élaboré dans le cadre d'une coopération entre la start-up américaine "Project 44" et des spécialistes des données de Coop. A l'aide de méthodes telles que le géorepérage, il est désormais possible de comparer ce qui a été planifié avec des données obtenues en temps réel et d'optimiser ainsi en permanence les livraisons. La préparation des commandes profite, elle aussi, de l'avancée du numérique: des lunettes connectées capables d'afficher les places de picking et les quantités ont été utilisées pour la première fois.

Le réseau de points de retrait Pick-up s'est encore agrandi en 2019: les clients peuvent désormais aussi retirer les commandes passées en ligne dans certains magasins Coop Pronto. A noter que depuis 2019, la plate-forme non alimentaire Microspot.ch livre, elle aussi, les commandes de ses clients dans plus de 460 points de retrait Pick-up.

L'intelligence artificielle pour calculer les quantités pour les actions

Dans le cadre du projet "Promo2017+", Coop a introduit en 2019 un nouvel outil de prévision pour les ventes promotionnelles, qui permet aux magasins de déterminer avec précision les quantités à commander pour les actions. Jusqu'ici, ce sont les category manager qui attribuaient les quantités de marchandise aux magasins selon une clé de répartition fixe – un système qui ne permettait pas de prendre en compte les éventuels stocks restant d'anciennes actions. En s'aidant de l'intelligence artificielle, le nouvel outil de prévision détermine précisément les quantités à commander pour chaque magasin et pour chaque article, en tenant compte des stocks encore présents dans les magasins. Les quantités ainsi calculées sont, en plus, assorties d'un indicateur de fiabilité. Les avantages du nouvel outil: des quantités plus justes, une fraîcheur plus grande et une réduction du gaspillage alimentaire.

Le développement durable dans l'immobilier

Efficacité énergétique et production d'énergie durable jouent un rôle central pour Coop lors de la planification et de la mise en œuvre de ses projets immobiliers. Tous les bâtiments de Coop Immobilien sont construits et, pour certains aussi, certifiés selon le standard Minergie. Au cours de l'année sous revue, Coop a obtenu le certificat pour l'extension de son centre de magasins à Schwarzenburg et pour celle de son Brico+Loisirs à Rickenbach. Le nouveau bâtiment de Domat/Ems et le nouveau centre commercial Löwenberg Morat ont, eux aussi, décroché le certificat. En 2019, Coop a investi environ 2.1 millions de francs dans huit projets de rénovation énergétique. Des travaux ont été entrepris dans ce domaine pour optimiser la production de chaleur, renforcer l'isolation thermique ou installer des éclairages à LED performants. Depuis 2013, Coop a ainsi investi au total environ 19 millions de francs. Coop a posé cette année environ 26 400 m² de nouvelles installations photovoltaïques, dépassant à nouveau son objectif de 32%. Elle a installé des panneaux sur une surface de 5 400 m² sur le magasin Gallusmarkt à St-Gall, de 6 670 m² sur les bâtiments Transgourmet à Hinwil et Kriens et de 2 900 m² à Morat et Löwenberg. 4 500 m² de panneaux ont également été posés en Suisse romande, à Bassecourt.

Le numérique dans la planification d'un projet immobilier

En 2019, Coop a pour la première fois utilisé le Building Information Modeling (BIM) pour la planification de quatre projets immobiliers. Objectifs de ce système: améliorer l'efficacité et éviter les erreurs de planification. Les concepteurs ont ainsi disposé d'une modélisation BIM pour chacun des projets sui-

vants: le nouveau magasin de Vich, le nouveau bâtiment de Morat, le magasin de Löwenberg, la rénovation complète du bâtiment TH12 à Bâle et l'extension du magasin d'Aadorf. A l'aide du logiciel BIM, chaque concepteur peut travailler sur sa partie du projet et communiquer ses données au coordinateur BIM toutes les trois à quatre semaines. Sur la base de ces informations, le coordinateur BIM établit ensuite une liste des conflits, qui sont discutés et réglés dans le cadre d'une réunion de coordination BIM.

Projets immobiliers

Coop a lancé au cours de l'année sous revue 16 nouveaux projets immobiliers et en a achevé 14: six nouvelles constructions, huit extensions/rénovations, deux réaménagements et quatre modernisations.

Siège de Bâle

Le bâtiment du siège de Coop situé Thiersteinerallee 12, dans le quartier du Gundeldingen à Bâle, fait l'objet d'une rénovation complète depuis juin: la façade du bâtiment ainsi que les bureaux du 1^{er} au 12^e étage sont en train d'être modernisés. Le 13^e étage, qui abritait le restaurant, a été réservé pour d'autres usages. Le restaurant a donc été déplacé: il est désormais au rez-de-chaussée du 14. Les travaux de rénovation et la mise en service du bâtiment se feront progressivement d'ici à décembre 2020.

BâleHotels

Le Märthof, un bâtiment classé monument historique situé dans le centre de Bâle, est en train d'être transformé en hôtel-boutique quatre étoiles composé de 68 chambres. Les travaux ont commencé en novembre. La Direction Immobilier a développé le concept global du Märthof en collaboration étroite avec BâleHotels. L'hôtel devrait ouvrir ses portes en 2021.

Opfikon-Rümlang

Un complexe multifonctions doit voir le jour sur le site Bäuler/Cher, lieu limitrophe entre les communes d'Opfikon et de Rümlang, sur deux terrains mis à la disposition de Coop sous le régime du droit de superficie. Sa vocation: offrir, sur une surface utile d'environ 80 000 m², une grande mixité d'usages. Dix équipes ont pu proposer leurs idées dans le cadre d'un concours d'aménagement, qui a finalement été remporté par l'architecte japonais Sou Fujimoto. Sur ce site qui n'a, pour l'heure, pas de vocation précise, Coop Société Coopérative se propose de développer un quartier multifonctionnel en collaboration avec des investisseurs et des partenaires issus de domaines aussi variés que la location de bureaux, l'hôtellerie, la santé, la formation et les loisirs. Le but n'est pas de construire un centre commercial au sens traditionnel du terme, mais de créer un lieu rassembleur pour les personnes de tous les âges, des environs proches ou plus éloignés, un endroit agréable et accueillant aussi bien pour les personnes qui y vivent que pour celles qui y travaillent ou qui ne font que passer, où l'on peut s'adonner à des activités diverses. Coop optimisera le projet gagnant d'ici à 2023 et élaborera les plans de masse en collaboration avec les communes et le canton.

Centre commercial Volkiland

Après environ 30 mois de travaux, le centre commercial Coop Volkiland à Volketswil a ouvert ses portes le 21 novembre. En plus d'un restaurant Coop et d'autres formats Coop bien connus comme Coop Vitality, Coop Brico+Loisirs, Interdiscount, Christ Montres & Bijoux, The Body Shop et Import Parfumerie, il abrite également des formats inédits, dont un café Zopf & Zöpfli. Les clients y trouvent aussi un magasin Coop City d'environ 3 300 m² aux couleurs du concept "Bellacasa" et un hypermarché Coop d'environ 5 450 m² aménagé selon le concept 2025+.

Centres commerciaux Centro Tenero et Morat Löwenberg

Le 28 juin, le mall situé à l'étage du centre commercial Centro Tenero a rouvert ses portes après avoir été transformé. Quelques mois plus tard, le 7 novembre, le centre commercial Morat Löwenberg a été inauguré après 20 mois de travaux. Sur une surface de vente totale de 6 200 m², il accueille un magasin de 4 500 m² combinant supermarché Coop et Coop Brico+Loisirs. Un restaurant Coop de 168 places assises, une pharmacie Coop Vitality et une salle de sport "Let's Go Fitness" y attend également les clients.

Nouveau magasin à Châtel-St-Denis

Le projet Châtel-St-Denis a trouvé son aboutissement le 27 novembre. A la place de l'ancien magasin Coop, qui avait été démoli en 2016, Coop a construit un nouveau magasin de 2 100 m². Une pharmacie Coop Vitality et un restaurant Coop ont également pris place dans le nouveau bâtiment, par ailleurs doté d'un parking souterrain de 115 places pour les clients. Les étages supérieurs accueillent 45 appartements et des bureaux sur une surface de près de 550 m².

Les prestations en plus

Gestion globale de la qualité

Cette année aussi, l'une des priorités du Management de la qualité a été la mise en œuvre de la nouvelle ordonnance sur les denrées alimentaires, qui requiert le remaniement de l'étiquetage de tous les produits d'ici à 2021. C'est la directive Coop sur l'étiquetage, adaptée en conséquence, qui sert de base pour cette mise en œuvre. Elle contient notamment les consignes relatives à l'indication, sur les produits de marque propre Coop, de la provenance des matières premières et des informations nutritionnelles. Concernant les matières premières d'origine animale, Coop a choisi d'aller plus loin que ce qui est exigé par la loi en indiquant leur provenance quand ces dernières représentent au moins 10% d'une denrée alimentaire.

Depuis 2012, l'organisme indépendant q.inspecta contrôle et certifie tous les magasins disposant de rayons en service traditionnel. En 2019, 407 points de vente ont passé et réussi l'audit. Parallèlement à ces contrôles, le service d'assurance qualité de Coop a effectué environ 2 500 audits internes.

Coop a également analysé quelque 30 600 échantillons de produits alimentaires et non alimentaires sur la base de plus de 835 000 critères dans son propre laboratoire, pour vérifier le respect des exigences. En raison de l'offre croissante de produits frais fabriqués en magasin, les contrôles d'hygiène gagnent en importance dans ce domaine également.

Dans le cadre de la gestion des risques dans le domaine de la qualité des produits, Coop s'est tout particulièrement consacrée à la sécurisation de la chaîne d'approvisionnement des matières premières sensibles dans les produits transformés. Par ailleurs, Coop a concrétisé les exigences posées aux groupes de produits critiques dans le secteur non alimentaire et les met à la disposition des fournisseurs potentiels sous forme automatisée. Pour renforcer les compétences des collaborateurs de la vente et de l'approvisionnement, deux formations en ligne ont été conçues: l'une portant sur la vente de produits chimiques et l'autre sur le management de la qualité dans l'approvisionnement.

Engagement sociétal

Comme les années précédentes, Coop s'est engagée en 2019 dans de nombreux projets en faveur de la société. Rien qu'à travers le Fonds Coop pour le développement durable, elle a investi 16.85 millions de francs dans des projets d'intérêt général. Seule une partie des projets est présentée ici. Pour découvrir les autres, rendez-vous sur [des-paroles-aux-actes.ch](https://www.coop.ch/des-paroles-aux-actes).

Coop lance la première "Journée de la bonne action" pour inciter un maximum de personnes à accomplir une bonne action

Le 25 mai, Coop a organisé la première "Journée de la bonne action". L'objectif de cette opération d'envergure nationale était de mettre à l'honneur le bénévolat et la solidarité au quotidien en incitant les gens à faire un geste pour leur prochain. La "Journée de la bonne action" de Coop a dépassé toutes les attentes: des milliers de bénévoles ont répondu présent, manifestant leur solidarité avec autrui et leur engagement en faveur de la nature. Les partenaires de la "Journée de la bonne action", à savoir la Croix-Rouge suisse (CRS), WWF Suisse, Table Suisse et Table couvre-toi ainsi que le Mouvement Scout de Suisse, ont organisé de nombreuses opérations grand public.

Davantage de denrées alimentaires pour les personnes démunies grâce au tri préalable

Depuis de nombreuses années, les organisations Table couvre-toi et Table Suisse viennent récupérer dans les supermarchés Coop des denrées alimentaires qui ne sont plus vendables le lendemain mais encore tout à fait consommables. Chaque année, environ 12.4 millions d'assiettes-repas contenant chacune 200 g de nourriture sont ainsi distribuées à des personnes dans le besoin. Coop soutient les deux organisations non seulement par des dons alimentaires, mais aussi par une contribution financière. Afin d'intégrer de nouveaux magasins dans le circuit, mais aussi pour pouvoir donner davantage de fruits et de légumes, un projet pilote de tri préalable a été lancé en 2017 dans certains supermarchés:

le soir, avant la fermeture, fruits et légumes sont triés en fonction de leur état en deux catégories, "peut encore être consommé" et "ne peut plus être consommé". Ils sont ensuite transportés d'abord jusqu'à la centrale de distribution avec les moyens de transport Coop habituels puis jusque dans les locaux de l'organisation Table couvre-toi, qui se charge ensuite de les redistribuer aux personnes dans le besoin. Ce projet pilote a remporté un grand succès et a donc été déployé en 2019. Il a permis de collecter et de distribuer 80 tonnes de denrées alimentaires supplémentaires (fruits et légumes) en 2019.

12.4 Mio
de repas distribués

Du coton sans OGM, fruit de longues recherches

Le coton bio utilisé pour fabriquer les produits Naturaline provient depuis le début des sites de production bioRe en Inde et en Tanzanie, deux projets que Coop soutient depuis de nombreuses années. Avec l'introduction, en 2002, de semences génétiquement modifiées en Inde, la culture de coton bio sans OGM est devenue un véritable défi. En 2013, 95% des semences de coton disponibles en Inde étaient génétiquement modifiées. Dans le cadre d'un projet de recherche sur les semences, des semences de coton sans OGM ont pu être identifiées et multipliées. Parmi les semences de coton bio issues de ce projet de recherche bioRE, six ont obtenu l'autorisation nécessaire pour être commercialisées et peuvent être utilisées pour la culture en sol à grande échelle. C'est une étape très importante qui a été franchie après neuf années d'intenses recherches. Pionnier en matière de culture de coton bio, le site bioRe en Inde est désormais prêt à fournir aux paysans les premières quantités de semences de coton bio. Le Fond Coop pour le développement durable soutient le projet de recherche sur les semences de bioRe par des contributions substantielles, permettant ainsi de poursuivre la culture de coton bio en Inde.

Engagement en faveur de la formation économique des jeunes

Dans le cadre du "Company Programme" de YES (anc. Young Enterprise Switzerland), Coop a récompensé, cette année aussi, un projet durable. Le principe du concours est le suivant: des équipes de jeunes développent une idée innovante et la transforment en une véritable entreprise avec l'aide de spécialistes. Objectif: découvrir, sur la base d'un exemple pratique, les principales interrelations existant dans le monde des affaires.

Le Parrainage Coop pour les régions de montagne soutient l'alpage Frid en versant 382 000 francs

Le Parrainage Coop pour les régions de montagne s'emploie à améliorer les conditions de vie et de travail des populations de montagne en Suisse, tout particulièrement des familles de paysans. Il a consacré environ 4.8 millions de francs à 159 projets d'aide à l'initiative individuelle en 2019. L'action des pains du 1^{er} Août organisée à l'occasion de la Fête nationale mérite une mention toute particulière. Une partie du produit de la vente de ces pains, mais aussi d'autres articles, est reversée au Parrainage Coop. Plus de 300 000 francs ont ainsi été récoltés en 2019, somme que le Parrainage Coop a porté à 382 000 francs, qui seront utilisés pour la rénovation, devenue urgente, de l'alpage Frid dans le canton du Valais. Au cours de l'année sous revue, le Parrainage Coop pour les régions de montagne s'est vu renouveler son label Zewo, qui garantit que les dons sont utilisés dans le but pour lequel ils ont été consentis, dans une optique d'efficacité.

Insertion des personnes handicapées dans le monde du travail

Coop encourage l'insertion des personnes handicapées dans le monde du travail en achetant des produits fabriqués dans des ateliers protégés. En 2019, elle a passé des commandes pour plus de 4.3 millions de francs à ces institutions.

Partenariat avec la Croix-Rouge suisse

Coop est partenaire de la Croix-Rouge suisse (CRS). Au cours de l'année sous revue, elle a fait un don de 100 000 francs pour aider rapidement et simplement les victimes de la tempête tropicale Idai au Malawi et un don du même montant après le séisme en Albanie. Dans le cadre de l'opération "2x Noël", elle a également fait un don de produits alimentaires pour une valeur de 384 000 francs. Elle a aussi organisé une campagne de dons "Bonshommes de Saint-Nicolas", qui a permis de récolter 108 000 francs pour les familles dans le besoin en Suisse. Dans le cadre de la "Journée de la bonne action", la CRS et Coop ont accompli une action tout à fait exceptionnelle: elles ont encouragé la population à faire un don de sang ou de cellules souches.

Promotion de l'activité physique et d'une alimentation saine auprès des enfants et des jeunes

Coop soutient les organisations "Fit4future" et "Gorilla", qui s'emploient à inciter enfants et jeunes à manger mieux et à bouger plus dans le cadre d'ateliers organisés dans les écoles. Présente dans un tiers des écoles primaires, "Fit4future" fournit des conteneurs remplis de jeux pour la cour de récréation et organise des cours de cuisine et des camps de sport. "Gorilla" encourage les jeunes dans les écoles à bouger plus en pratiquant un sport freestyle comme le streetskate ou le breakdance et organise des ateliers pour leur apprendre à cuisiner avec des ingrédients sains. Au cours de l'année sous revue, plus de 21 000 enfants et jeunes ont pu profiter des activités proposées par les deux organisations.

Communication et publicité

Le Service clients sollicité environ 800 000 fois

Le Service clients a été sollicité environ 800 000 fois en 2019. Les demandes traitées ont porté sur des thèmes généraux concernant Coop, Coopération et la Supercard, mais aussi et surtout sur le développement durable. La campagne "Des paroles aux actes" et le thème du plastique, notamment, figuraient clairement au cœur des préoccupations. Les clients se sont, par ailleurs, intéressés aux différentes opérations marketing qui ont été organisées, comme Emoji, Bee Happy et Sea Happy, aux campagnes publicitaires et à la structure des prix et de l'offre.

Campagnes d'image pour les supermarchés

Coop a dévoilé en avril sa nouvelle campagne d'image. Tous centrés sur les clients de Coop et la diversité de leurs besoins, les spots publicitaires mettent aussi sous les projecteurs les collaborateurs de Coop, qui interviennent de façon drôle et sympathique pour aider les clients dans leurs achats. Cette nouvelle campagne, qui a suscité beaucoup d'intérêt, sera poursuivie en 2020.

Les familles profitent des programmes de fidélisation

Comme les années précédentes, Coop a organisé plusieurs opérations pour récompenser la fidélité de ses clients. Elles étaient, cette année, au nombre de quatre et centrées à nouveau sur les familles avec enfants, qui ont pu profiter de produits gratuits. Deux d'entre elles, "Bee happy" et "Sea happy", ont fait la part belle au développement durable. Une autre était consacrée aux émojis, qui ont fait un comeback réussi pendant l'été. Une opération dédiée à la Reine des Neiges a également été organisée dans le cadre d'un partenariat avec Disney quelques semaines avant Noël, à l'occasion de la sortie du film "La Reine des Neiges 2". Ces opérations fidélité ont toutes les quatre rencontré un grand succès auprès des clients avec, à la clé, des retombées positives en termes de chiffre d'affaires.

La carte de crédit Supercard dépasse les attentes

En 2019, plus de 3.2 millions de foyers dans toute la Suisse ont utilisé la Supercard, la carte de fidélité la plus populaire de Suisse. L'utilisation de l'appli Supercard et des services numériques a, une nouvelle fois, fortement progressé. Pour encourager cette évolution, la procédure de connexion a été revue et simplifiée grâce à la mise en place du nouvel identifiant Supercard, qui offre désormais un accès facile et sécurisé à tous les services de la Supercard. Lancée en novembre 2018, la nouvelle carte de crédit Supercard dorée rencontre un grand succès: plus de 167 000 cartes actives étaient en circulation fin 2019. Coop a ainsi largement dépassé l'objectif ambitieux qu'elle s'est fixé. Cette nouvelle carte de crédit se décline dans les deux versions Mastercard et Visa. A noter que Coop propose également une carte prépayée Visa, qui permet de garder l'entière maîtrise de ses dépenses.

Coop Mobile: bon départ dans le réseau Swisscom et objectifs dépassés

Depuis janvier, Coop Mobile utilise le réseau Swisscom, considéré comme le meilleur de Suisse. Un changement qui a d'ores et déjà permis à Coop Mobile de signer de très bons résultats et de gagner de nombreux nouveaux clients. Les trois grands points forts de Coop Mobile sont le prix, la flexibilité et l'assistance.

Mondovino, le club des amateurs de vin

Mondovino, le club des amateurs de vin de Coop, est toujours aussi populaire: il compte environ 160 000 membres et plus de 6 000 fans sur Facebook, ce qui représente 10 000 clients de plus que l'année précédente. Sa stratégie: jouer la carte de l'omnicanal en allant à la rencontre des clients non seulement sur Internet, mais aussi dans plus de 820 magasins Coop et lors des foires annuelles Mondovino. Pour renforcer encore sa notoriété, le club Mondovino s'est rendu en 2019 au grand événement œnologique

"Matter of Taste" et a participé activement au festival "Food Zurich". L'assortiment de vins de Mondovino compte désormais plus de 2 200 références, complétées par des vins en souscription et des spécialités signées Casa del Vino et Riegger. Les membres du club Mondovino profitent d'avantages tels que des offres club hebdomadaires et des bons numériques.

Environ **160 000** membres
dans le club Mondovino

Les réseaux sociaux continuent de miser sur les contenus animés et les plate-formes de réseautage

L'année 2019 a été entièrement placée sous le signe de la campagne d'image de Coop et du développement durable dans les réseaux sociaux. La "Journée de la bonne action", notamment, a eu de très bons échos. Les bonnes actions réalisées dans toute la Suisse à cette occasion ont été partagées sous le hashtag #JournéeDeLaBonneAction. La mise en place de canaux ciblant des groupes spécifiques a elle aussi progressé: Coop a ainsi renforcé sa présence en créant une page Facebook pour Mondovino ainsi qu'un compte Instagram consacré à la formation initiale chez Coop. Sur sa chaîne Instagram TV, elle a par ailleurs publié une série de vidéos dans laquelle des collaborateurs de divers secteurs présentent leur quotidien professionnel chez Coop.

Le Content House, avec son produit phare Coopération, devient une agence interne

Rebaptisée "Content House" en 2018, la Presse Coop a été transformée en une véritable agence interne. Les journaux de Coop et les magazines du personnel restent les publications corporate phares éditées par le Content House.

Avec un tirage total de plus de 2.5 millions d'exemplaires, les trois hebdomadaires Coopzeitung, Coopération et Cooperazione, publiés dans les trois langues nationales, sont lus chaque semaine par environ 3.3 millions de personnes. Ils affichent ainsi le plus grand tirage et le plus fort lectorat de la presse écrite suisse. C'est ce qui ressort du relevé annuel de l'institut suisse indépendant Recherches et études des médias publicitaires SA (REMP). Au cours de l'année sous revue, Coopération a poursuivi sa régionalisation: des éditions spéciales, portant sur les thèmes du fromage, de la bière et du vin, ont été publiées dans 21 sous-régions, avec des couvertures et des articles à la une chaque fois différents. La première "Journée de la bonne action" lancée par Coop a, elle aussi, fait l'objet d'une édition spéciale ainsi que de compte-rendus en direct sous diverses formes.

Divers contenus multimédias ont, en outre, été élaborés par des collaborateurs du Content House dans le cadre de mandats internes. Au cours de l'année sous revue, le Content House a continué de développer son éventail de prestations et mis en œuvre plus de 110 projets pour de nombreuses unités d'organisation du groupe Coop. Il a notamment créé le magazine Mondovino dans le domaine des publications, ainsi que diverses plaquettes de présentation et d'information dans celui de la conception éditoriale. Côté vidéos et canaux numériques, le Content House a élargi ses compétences et produit des courts-métrages, des vidéos d'informations et des reportages d'événements pour divers clients internes.

Le sponsoring orienté vers le grand public

Coop a remanié son concept de sponsoring en 2019 et choisi de donner dorénavant plus de poids aux projets où elle est sponsor en titre, ainsi qu'aux activités locales qui ont des retombées jusque dans les magasins. Les projets dédiés aux familles restent une autre de ses priorités stratégiques. Parmi les grands projets que Coop a soutenus en 2019 figure la Fête fédérale de gymnastique, organisée cette année à Aarau, qui permet aux clubs suisses de se mesurer les uns aux autres. Rassemblant environ 70 000 gymnastes, cette fête, qui a lieu tous les six ans, est la plus grande manifestation sportive grand public de Suisse. Coop est le sponsor principal de la Fête fédérale de gymnastique depuis de nombreuses années et soutient aussi des fêtes de gymnastique cantonales et régionales. Elle a également démontré son engagement en faveur du sport grand public en Suisse en organisant 160 duels intercommunaux Coop et sept manifestations Coop Andiamo.

Service médias: le développement durable sur le devant de la scène

Le Service médias de Coop, qui est l'un des plus grands services de presse de Suisse, a encore renforcé le dialogue avec les professionnels des médias en 2019. De nombreux thèmes d'actualité concernant Coop ont ainsi été traités dans les médias au courant de l'année. L'ouverture du nouveau centre logistique de Fust à Oberbüren et la toute première "Journée de la bonne action", notamment, ont eu un écho médiatique particulièrement important. Dans le domaine de l'action pour le climat, l'année a été marquée par un intérêt particulièrement vif pour les thèmes portant sur la réduction du plastique. Parmi les sujets traités dans ce domaine figuraient, par exemple, la réduction des emballages des fruits et légumes bio, de nouvelles solutions d'emballage pour les produits de boulangerie, ainsi que des produits alternatifs durables comme les brosses à dents en bois, la vaisselle en feuilles de palmier et les pailles en papier. Le Service médias Coop a publié plus de 40 communiqués de presse et répondu à plus de 1 600 questions de journalistes au cours de l'année sous revue.

Domaine d'activité Commerce de gros/Production

Groupe Transgourmet	37
Multicanal: un système informatique harmonisé à l'échelle du groupe	37
Des prestations numériques sur mesure	38
Elargissement de l'offre de produits frais	38
Des normes transnationales pour un approvisionnement durable	39
Mesures déployées dans le domaine des emballages durables	39
Transgourmet Österreich: un rachat et un changement de nom pour quatre magasins cash and carry	39
Faits marquants des sociétés du groupe Transgourmet	40
Production	45
Bell Food Group	45
Hausse du prix des matières premières issues du porc	45
Abandon du secteur des saucisses en Allemagne	45
Nouveau site de production de jambon Serrano en Espagne	45
Le marché des produits convenience continue de progresser	45
Faits marquants de Bell Food Group	46
Entreprises de production Coop	47
Chocolats Halba forme des producteurs de cacao au Ghana	47
Reismühle Brunnen/Nutrex mise sur l'approvisionnement durable	47
Les Boulangeries Coop investissent au Tessin	47
Faits marquants des entreprises de production Coop	47

Domaine d'activité Commerce de gros/Production

Le groupe Transgourmet développe son offre de produits frais et harmonise les systèmes informatiques à l'échelle transnationale pour pouvoir offrir à ses clients des services numériques sur mesure. Bell renforce sa position sur le marché des produits convenience. Les entreprises de production Coop investissent de plus en plus dans les produits durables.

14.1 Mrd CHF

Produit net dans le Commerce de gros/Production

Le domaine d'activité Commerce de gros/Production du groupe Coop a généré en 2019 un produit net de plus de 14.1 milliards de francs, en progression de 2.5% en devises internes.

Groupe Transgourmet

Avec sa filiale Transgourmet Holding AG spécialisée dans la livraison et le libre-service en gros, le groupe Coop est présent en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Russie, en France, en Autriche et en Suisse. En 2019, le groupe Transgourmet a réalisé, avec ses 145 magasins cash and carry et la livraison en gros, un produit net de plus de 9.7 milliards de francs, en hausse de 3.7% en devises internes par rapport à 2018. Il a ainsi pu consolider sa position de numéro deux du commerce de gros en Europe. Dans l'année sous revue, ses assortiments durables ont généré un chiffre d'affaires de 341.5 millions de francs, résultat qu'il n'aurait pas obtenu sans un engagement sans faille dans un secteur où les produits durables sont loin d'être aussi représentés que dans le commerce de détail, par exemple.

Multicanal: un système informatique harmonisé à l'échelle du groupe

Les processus-clés traditionnels sont désormais largement numérisés dans le commerce de gros du groupe Transgourmet. Dans une prochaine étape, ce dernier entend exploiter les possibilités technologiques dont il dispose pour améliorer résolument son offre de services et devenir le nouveau leader dans ce domaine. Il est tributaire, pour cela, d'une infrastructure informatique harmonisée pour toutes les sociétés nationales. Pour pouvoir apporter à ses clients une réponse optimale et personnalisée, Transgourmet est en train de mettre sur pied une nouvelle gestion des marchandises intégrant des processus automatisés dans le cadre de son projet multicanal. Celles des solutions multifonctionnelles de SAP qu'il peut exploiter lui permettent à tout moment de réagir avec rapidité, simplicité et flexibilité, tout en couvrant les besoins spécifiques des différents pays. Le coup d'envoi a été donné par Transgourmet Deutschland: au total, trois centrales de distribution et cinq magasins Selgros ou cash and carry ont ainsi basculés sur SAP en Allemagne en 2019, en intégrant en permanence les expériences faites avec SAP dans d'autres pays et en profitant du savoir-faire issu du commerce de détail Coop. La mise en place de SAP dans tout le groupe sera achevée d'ici à 2024.

Des prestations numériques sur mesure

Transgourmet entend proposer à ses clients restaurateurs une offre complète à 360° dotée de prestations complémentaires et de solutions logicielles spécifiques. Avec le rachat de la majorité des parts de la start-up allemande Gastronomi en 2017, la holding a acquis pour ce faire une expertise précieuse. Gastronomi Office offre aux restaurateurs une solution complète et sur mesure, englobant gestion des marchandises, système de caisse, système de commandes et réservation des tables. Autre exemple: Gastivo, une place de marché en stand-alone pour le secteur de la restauration. Filiale de Team Beverage AG, autre entreprise acquise par Transgourmet, Gastivo soutient le commerce de gros de boissons dans son processus de numérisation en offrant à tous les fournisseurs et prestataires de services une solution “one-stop shopping” (tout sous un seul et même toit).

Parmi les prestations offertes par Transgourmet Deutschland figure le MenüManager qui, doté d'un accès au magasin en ligne, permet par exemple aux hôpitaux et aux établissements médico-sociaux de planifier facilement repas et achats.

Transgourmet France dispose, depuis février 2019, d'un nouveau magasin en ligne proposant une fonctionnalité de paiement. Ce qui était au départ un simple site de commande est ainsi devenu un véritable site d'e-commerce. Autre nouveauté, après la mise en place en 2018 de l'outil en ligne “e-Quilibre Hygiène” dédié au management de l'hygiène: le lancement de “Jardins de Pays”. Cette plate-forme permet aux clients de sélectionner, parmi les fruits et légumes proposés, ceux qui sont régionaux, et de les commander en passant par Transgourmet. La nouvelle version de l'Intranet du groupe (Adobe Intranet) a, par ailleurs, été mis en place.

Transgourmet Österreich propose en exclusivité le nouveau service “Transgourmet Click&Carry”: les commandes, qui peuvent être passées dans le magasin en ligne ou via une application, sont prêtes deux heures plus tard et peuvent être retirées à la date, à l'heure et dans le site sélectionnés.

Transgourmet Deutschland a racheté Sanalogic GmbH avec effet au 1^{er} mai 2019. Cette entreprise fait partie des leaders dans le développement, l'implémentation et le suivi de solutions logicielles complètes permettant la gestion informatisée de la restauration dans les établissements socio-médicaux. Elle conseille des clients en Allemagne, en Autriche, dans le Nord de l'Italie et en Suisse. Grâce à ce rachat, Transgourmet Deutschland pourra développer la collaboration qu'elle entretient avec l'entreprise depuis de longues années, aussi bien dans la distribution que dans le développement, mais aussi participer activement aux avancées techniques et à l'automatisation des processus au profit des clients. Sanalogic continuera d'opérer sur le marché en tant que fournisseur autonome de logiciels informatisant l'ensemble du processus de restauration, de la planification des menus aux achats, en passant par l'enregistrement des plats souhaités, le pilotage de la production et la livraison.

Elargissement de l'offre de produits frais

Au cours de l'année sous revue, Transgourmet Suisse a repris Emmi Frisch-Service AG, une entreprise commerciale suisse formée par les sociétés Burra et Interfrais. Ce rachat permet de proposer aux clients un assortiment encore plus large, de tirer profit de synergies dans la logistique nationale et de renforcer les compétences dans le domaine des produits laitiers. L'entreprise compte parmi ses clients environ 700 sites des secteurs du foodservice, des hôpitaux et des établissements médico-sociaux, ainsi que des grossistes. Grâce au regroupement des activités d'Emmi Frisch-Service AG avec les activités de livraison de Transgourmet, les clients ont désormais accès à tout l'assortiment de produits frais, de denrées alimentaires et de boissons proposé par Transgourmet. Les employés ont tous été repris, le site central d'Interfrais à Schlieren est maintenu et la marque Burra est conservée.

La collaboration avec l'Autrichien Eisberg a permis à Transgourmet d'élargir en 2019 son offre de produits ultra-frais, qui s'est ainsi étoffée de 63 produits dans le domaine des salades et légumes convenance et de 11 salades traiteur, proposés sous la marque propre Transgourmet Quality. Les produits frais découpés font l'objet d'arrivages quotidiens et sont livrés aux professionnels de la restauration le jour même. Les clients sont séduits par la qualité exceptionnelle des produits et la grande diversité de l'offre, capable de répondre aussi à des besoins spécifiques: 189 tonnes de produits ont été vendues dès les quatre premiers mois.

Frischeparadies est, en Allemagne, le plus grand magasin spécialisé et fournisseur de produits alimentaires frais et de qualité s'adressant à la fois aux clients particuliers et aux professionnels de la restauration. En 2019, Transgourmet Suisse a lancé un concept similaire, mais légèrement remanié, à Bâle et à Zurich. L'implémentation d'un tel concept alliant B2B et B2C et doté d'un bistro est une première en Suisse.

Des normes transnationales pour un approvisionnement durable

Les sociétés nationales de Transgourmet ont défini des normes minimales à respecter en matière de qualité et de développement durable, bien-être animal compris, pour les produits de marque propre qu'elles achètent en commun. Ainsi, l'huile de palme utilisée dans ces produits doit au moins être conforme à la norme RSPO "Mass Balance". Plusieurs sociétés nationales Transgourmet ont, par ailleurs, déjà élaboré leurs propres directives pour garantir un approvisionnement durable, inspirées de la directive Coop en la matière. L'objectif est que toutes les sociétés nationales de Transgourmet adoptent leurs propres directives pour un approvisionnement durable d'ici à 2021.

Mesures déployées dans le domaine des emballages durables

Un projet pluriannuel de grande envergure a été lancé en 2019 par Transgourmet Deutschland en collaboration avec des experts externes dans le but de développer une stratégie globale pour le plastique et

292 produits

de la marque propre durable
Origine référencés dans l'assortiment de Transgourmet Suisse

les emballages. Le projet se concentre sur l'utilisation de ces produits pour les marques propres dans le secteur frais des magasins cash and carry et dans l'assortiment "to go". Il s'agit d'élaborer des bases en vue d'une mise en œuvre progressive de la stratégie, mais aussi de tester régulièrement des solutions d'emballage alternatives. La mise en œuvre de la stratégie sur le terrain aide avant tout le service des achats et le category management à identifier des concepts d'emballage plus durables au sein du pool de fournisseurs.

Depuis fin 2019, Transgourmet Österreich conditionne les fruits et les légumes dans des barquettes en carton certifiées FSC. Cette mesure lui permet d'économiser chaque année plus de 600 000 barquettes en polystyrène, ce qui constitue un grand pas vers son objectif, à savoir devenir le grossiste en restauration le plus durable d'Autriche. Le film étirable en plastique utilisé pour protéger les produits est conservé pour l'instant, mais il est prévu de le remplacer, lui aussi, par une alternative durable.

Transgourmet Österreich: un rachat et un changement de nom pour quatre magasins cash and carry

Au cours de l'année sous revue, Transgourmet Österreich a racheté au groupe Hochreiter 100% de la société Gastro Profi GmbH, un grossiste alimentaire dont le siège se trouve à Alkoven, en Haute-Autriche. Gastro Profi reste indépendante mais peut bénéficier du savoir-faire de Transgourmet et exploiter des synergies. La société propose 800 produits et emploie 80 collaborateurs dans le secteur en plein essor de la restauration ethnique (pizzerias, restaurants kebab). Grâce à cette reprise, Transgourmet Österreich se tourne vers un nouveau groupe de clients, dont elle peut couvrir les besoins de manière ciblée.

Les quatre magasins cash and carry "mein c+c", situés à Graz, Bruck an der Mur, Feldbach et Oberwart, ont changé de nom en juin 2019 pour devenir "Transgourmet Cash & Carry". Solidement ancrés dans le secteur de la restauration à l'échelle locale, ces magasins à desserte régionale proposent désormais un assortiment plus vaste et encore plus de prestations de services. Cette offre régionale est renforcée par le service "Transgourmet Click&Carry".

Faits marquants des sociétés du groupe Transgourmet

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les temps forts de l'exercice écoulé pour les sociétés nationales et les entreprises spécialisées du groupe Transgourmet, ainsi qu'une fiche d'informations pour chaque société nationale. Pour en savoir plus sur le groupe Transgourmet, rendez-vous sur www.transgourmet.com.



Transgourmet Central and Eastern Europe

▼ Fiche d'informations

Allemagne



- Sanalogic GmbH devient une filiale à 100% de Transgourmet Deutschland le 1^{er} mai 2019
- Construction d'un centre logistique à Cologne, dans le quartier de Langel
- Développement de l'assortiment de produits durables "Ursprung" avec renforcement de la communication
- Lancement d'une gamme d'épices de marque propre composée d'environ 100 produits chez Transgourmet et Selgros
- "Plant-based food" (alimentation sans viande): projet pilote dans le magasin Selgros
- Premières expériences avec le système SAP, introduit dans des sites Transgourmet et des magasins cash and carry Selgros
- Déploiement des camions au gaz chez Transgourmet et démarrage de l'utilisation de biogaz
- Développement de l'utilisation de vélos cargos sur les derniers kilomètres chez Transgourmet comme chez Selgros Cash & Carry
- Ouverture, à Stuttgart-Feuerbach, d'un magasin Selgros doté d'un bistro, d'une armoire de maturation à sec pour la viande de bœuf et d'un nouveau rayon Poissonnerie Frischeparadies
- Premier magasin cash and carry avec installation solaire (Selgros Ingolstadt)
- Nombreuses actions dans les magasins à l'occasion des 60 ans de Selgros et lancement de l'appli Selgros
- Lancement de la première action "poisson" d'Allemagne (premier projet de crowdfunding pour la restauration individuelle et collective)
- Poursuite du projet "Cuisiner pour les seniors": publication d'un livre de cuisine et d'un guide s'appuyant sur les pratiques dans les maisons de retraite allemandes
- Promotion de l'opération "Bio-Brotbox": distribution aux nouveaux écoliers de boîtes à goûter contenant des aliments durables

Pologne



- Développement de la numérisation des activités opérationnelles dans le secteur de la livraison à la restauration et extension des fonctions de l'appli
- Adoption d'un format compact pour les petites villes comme Siedlce, Slupsk, Gorzów Wielkopolski; démarrage de la construction du premier petit magasin à Siedlce
- Première collaboration avec des écoles professionnelles pour renforcer et assurer les emplois pour les nouveaux collaborateurs
- Réorientation de la stratégie marketing vers une communication axée sur les groupes de clients, renforcée par une campagne TV

Roumanie



- Ouverture du nouveau magasin cash and carry à Baia Mare en novembre 2019
- Elargissement des activités de livraison dans le secteur de la restauration
- Poursuite du programme de fidélisation de la clientèle des particuliers/système de bonus
- Elargissement de l'assortiment avec les marques propres Economy, Quality, Premium
- Lancement de la marque propre "TopSeller" dans le segment d'entrée de gamme
- Passage à l'éclairage LED dans tous les magasins
- Mesures pour économiser de l'énergie: remplacement des installations frigorifiques et des meubles réfrigérés à Pantelimon
- Poursuite et développement du programme "La santé commence dans l'assiette"
- Programme de formation et de perfectionnement complet englobant tous les niveaux et domaines
- Développement de la formation duale dans les villes de Iasi, Cluj, Brasov, Constanta et Bucarest
- Renforcement des compétences culinaires des jeunes cuisiniers et des cuisiniers seniors dans le cadre des "Arena Bucatarilor Cooking Contests"

Russie



- Transformation du magasin de Moscou-Kotelniki: développement du secteur frais, éclairage LED et nouveau concept avec bistro
 - Suivi commun par Selgros et Globalfoods de la clientèle professionnelle du secteur de la restauration collective, élargissement de l'assortiment et optimisation de la logistique
 - Lancement d'un nouveau module de gestion de la relation client pour la vente orientée client et développement de l'appli pour smartphones
 - Location-gestion des palettes avec la société Chep, réduction des émissions polluantes et des déchets
-

Spécialistes

- Prise de participation de Food & Beverage Services GmbH à hauteur de 51% dans la GEVA, un fournisseur de solutions dans l'industrie des boissons
- Transgourmet Seafood reçoit le Seafood Star 2019 dans les catégories "produits street food" et "poisson fumé"
- Construction et extension d'EGV AG à Eberswalde avec nouvelles zones pour les surgelés et nouvelles zones de regroupement
- Team Beverage compte désormais dix nouveaux partenaires sur sa plate-forme de commerce de gros: les grossistes en boissons Vendis (Hombourg) et Bierhalter (Karlsruhe), qui fournissent près de 21 800 établissements de restauration
- Team Beverage intègre la société VfG-Vertriebsgesellschaft, spécialisée dans la distribution aux établissements de restauration (grossiste en boissons du groupe Radeberger)
- La Markt-Aktiv-Gruppe avec ses 191 magasins cash and carry spécialisés dans les boissons rejoint Team Beverage GmbH
- Team Beverage démarre la livraison de boissons à la Deutsche Bahn, la compagnie ferroviaire allemande, pour la restauration à bord des trains et les salons lounge
- Le portail des restaurateurs Gastico dépasse en septembre la barre des 13 000 commandes, générant un chiffre d'affaires de plus de 10 millions d'euros avec les commandes – un succès qu'il doit principalement au lancement de l'appli de commande Gastico
- Après l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse, Gastronomi s'implante en France
- Gastronomi organise pour la première fois des opérations de publicité et de distribution communes avec Selgros C&C et Transgourmet Deutschland, Suisse et Österreich
- Gastronomi ouvre un nouveau bureau à Würzburg
- Sump & Stammer renforce la coopération d'achat avec des entreprises des groupes Coop et Transgourmet.
- Sump & Stammer enregistre à nouveau une croissance à deux chiffres dans le secteur des croisières
- Niggemann introduit une nouvelle gestion des marchandises
- Niggemann instaure une transparence maximale en matière de traçabilité de la viande fraîche, avec des exigences allant au-delà de celles fixées par la loi pour le bœuf, et ce aussi pour toutes les autres viandes (volaille, porc et agneau)
- Frischeparadies lance un nouveau logo
- Frischeparadies remanie sa marque propre "Frische Paradies" ainsi que son label de qualité éponyme et élargit son offre avec du poisson et des produits de la mer provenant de Galice
- Frischeparadies développe son offre ASC, MSC, Friend of the Sea et Label Rouge, augmentant ainsi considérablement le chiffre d'affaires réalisé avec les produits durables
- Le magasin Frischeparadies de Munich reçoit le Seafood Star 2019
- Frischeparadies déploie son nouveau système de gestion de la relation client
- Frischeparadies est partenaire officiel de Jeunes Restaurateurs, des Romantik Hotels et de la maison d'édition Busche (guide des restaurants "Schlemmer Atlas")





Transgourmet France

▼ Fiche d'informations

France



- Implémentation du paiement sur le site en ligne de Transgourmet en février 2019; le simple site de commande devient ainsi un véritable site de vente en ligne
- Déploiement de la gamme de produits "Premium"
- Extension de l'assortiment "Origine" (ajout d'environ 35 produits en 2019)
- Lancement d'assortiments Transgourmet composés de produits locaux
- Développement du modèle de commercialisation/distribution "Premium" dans les villes de Nantes, Strasbourg et Toulouse
- Lancement d'un nouvel assortiment exclusif de glace en pots individuels sous la marque "L'Atelier des Ecrins"
- Lancement d'un système à commande vocale pour la préparation des commandes avec Personal Digital Assistant (PDA) et système de guidage lumineux sur les chariots de préparation
- Equipement des conducteurs avec de nouveaux PDA (avec scanner et appareil photo): amélioration de la traçabilité des supports de marchandises et des produits des clients, validation de la livraison par photo ou signature, GPS poids lourds avec informations sur le trafic, suivi en temps réel de l'itinéraire et de l'état d'avancement de la tournée
- Extension de l'entrepôt de marchandise et achèvement du réaménagement de Transgourmet Cash & Carry à Schiltigheim
- Développement de la flotte de camions dotés de systèmes de motorisation alternatifs; objectif d'ici à 2025: augmenter à au moins 40% la part des énergies renouvelables et/ou des carburants alternatifs
- Obtention de la certification selon la norme BREEAM (Building Research Establishment's Environmental Assessment Method) pour le site Transgourmet Aquitaine (Saint-Loubès)
- Obtention de la certification ISO 14001 pour le siège de Transgourmet France
- Obtention de la certification ISO 22000 pour tous les sites de Transgourmet Operations (sauf Transgourmet Seafood, Transgourmet Laplace et Transgourmet BP Est)
- Campagne de prévention et de sensibilisation à la sécurité routière à l'intention des collaborateurs
- Campagne renforcée pour l'intégration des personnes handicapées dans le monde du travail

Spécialistes

- Lancement de Gastronomi en France au sein de Transgourmet Solutions
- Renouvellement de la certification ISO 14001 pour Transgourmet Fruits & Légumes





Transgourmet Österreich

▼ Fiche d'informations

Autriche



- Lancement du service "Click&Carry": la commande, qui peut être passée dans le magasin en ligne ou via une application, est prête deux heures plus tard et peut être retirée par le client à la date, à l'heure et dans le site qu'il a sélectionnés.
- Renouvellement de la certification ISO 14001
- Remplacement des barquettes en polystyrène par des barquettes en carton certifiées FSC pour les fruits et légumes
- Déploiement continu des habillages durables pour rolls: basculement du site de Villach en octobre 2019
- Formation sur les thèmes de l'environnement et de l'énergie pour tous les collaborateurs

Spécialistes

- Reprise de Gastro Profi GmbH, une société spécialisée dans la restauration ethnique
- Intégration des anciens magasins "mein c+c" dans la marque-ombrelle Transgourmet Österreich sous le nom de "Transgourmet Cash & Carry" avec élargissement de l'assortiment



Transgourmet Suisse

▼ Fiche d'informations

Suisse



- Rachat de Emmi Frisch-Service AG avec renforcement des compétences dans les domaines de la vente et de la logistique
- Hausse du chiffre d'affaires dans le secteur de la livraison en gros: gain de parts de marché et forte croissance de la clientèle et des assortiments régionaux
- Ouverture d'un magasin Prodega à Kriens et mise en service du huitième entrepôt régional de Transgourmet: développement des capacités logistiques, circuits de livraison plus courts en Suisse centrale
- Hausse soutenue du chiffre d'affaires réalisé avec les marques propres Economy, Quality et Premium dans le secteur de la livraison en gros
- Développement de l'assortiment de produits proposés sous la marque propre durable Origine: ajout de nombreux produits dans tous les groupes de marchandises
- Hausse importante du chiffre d'affaires réalisé avec la marque de différenciation Cook pour un groupe de client spécifique
- Lancement du "Live Cooking" dans les magasins Prodega francophones (des cuisiniers du Centre de compétences Cuisine cuisinent en utilisant des produits Transgourmet)

Spécialistes

- Ouverture d'un Frischeparadies avec renforcement des compétences dans le domaine du poisson frais à Bâle et à Zurich, intégration réussie de Polar Comestibles et Braschler's Comestibles, des sociétés spécialisées dans le poisson frais



Production

De nombreuses entreprises de production font également partie du groupe Coop, à commencer par Bell Food Group. Acteur majeur du marché européen de la transformation de viande et de produits convenience, Bell Food Group procure à Coop, son actionnaire majoritaire, un appui d'envergure internationale.

Plus de **6.7%**
**Hausse du chiffre d'affaires
réalisé avec les produits
durables dans la production**

Le produit net du domaine d'activité Coop Société Coopérative Production a augmenté en 2019 pour s'établir à 815 millions de francs. A cela s'ajoute la progression de Bell Food Group, qui affiche un produit net de 4 milliards de francs. Le chiffre d'affaires global réalisé avec les produits durables dans le secteur de la production a atteint environ 1.32 milliard de francs, soit 6.79% de plus qu'en 2018.

Bell Food Group

L'année 2019 a été marquée par quatre grands thèmes: la très forte hausse du prix des matières premières issues du porc en Europe, la réorganisation de Bell Allemagne, la mise en service du site de produits convenience le plus moderne d'Europe à Marchtrenk, en Autriche et un bon deuxième semestre en Suisse.

Hausse du prix des matières premières issues du porc

L'épidémie de peste porcine africaine et la pénurie de matières premières qui en est résultée, ainsi que les différends commerciaux entre les Etats-Unis et la Chine, ont entraîné une hausse de plus de 40% du prix du porc en Europe en 2019. Des négociations ont rapidement été engagées pour répercuter cette hausse des prix, mais elles n'ont été que partiellement concluantes. Cette situation a eu un impact significatif sur le résultat dans le domaine d'activité Bell International.

Abandon du secteur des saucisses en Allemagne

Diverses réorganisations ont été opérées au sein de la Division Bell Allemagne en 2019. Fin juin, Bell Food Group a annoncé qu'elle se retirait du secteur des saucisses en Allemagne. Ses sites de Suhl et de Börger ont été vendus sous la forme d'un transfert d'entreprise et celui de Bad Wünnenberg a été transformé jusqu'à la fin de l'année 2019 en un site de production dédié aux produits convenience frais. Bell Allemagne se concentre désormais sur la position solide qu'elle occupe sur le marché du jambon cru, qu'elle entend encore renforcer.

Nouveau site de production de jambon Serrano en Espagne

Au cours du premier semestre 2019, un nouveau site de production de jambon Serrano a été mis en service près de Madrid, dans la société espagnole qui dépend administrativement de Bell Allemagne. Ce site forme, avec les deux sites existants, une base idéale sur le marché en pleine croissance des charcuteries espagnoles.

Le marché des produits convenience continue de progresser

Le domaine d'activité Convenience a le vent en poupe sur un marché qui ne cesse de croître. Les produits ultra-frais et prêts à consommer, notamment, ont enregistré des taux de croissance exceptionnels. A Marchtrenk, Bell Food Group a mis en service un site de production ultramoderne où sont fabriqués, pour la première fois sous un même toit, les produits convenience frais et ultra-frais de Bell, d'Eisberg et de Hilcona pour les marchés allemands et autrichiens. Le nouveau site de production a été mis en service progressivement à partir du printemps 2019.

Faits marquants de Bell Food Group

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les faits marquants de l'exercice écoulé de Bell Food Group SA. Pour en savoir plus sur Bell Food Group, consultez la fiche d'informations ci-dessous ou bien rendez-vous sur www.bellfoodgroup.com.

BELL
FOOD
GROUP



Bell Food Group SA

 Fiche d'informations



Domaine d'activité Bell Suisse

- Bell Suisse a fêté ses 150 ans en 2019 et lancé, spécialement pour cette occasion, la ligne de produits "Samuel Bell 1869", qui s'est très bien développée.
- Après une année 2018 difficile et un début d'année 2019 en demi-teinte, la situation s'est améliorée pour Bell Suisse au cours du deuxième semestre 2019.
- Toutes les entités commerciales ont contribué à cette amélioration; les secteurs de la volaille et des produits de la mer se sont particulièrement bien développés.

Domaine d'activité Bell International

- La situation est restée tendue en 2019 en raison de la crise porcine qui a fait grimper le prix des matières premières.
- L'abandon du secteur des saucisses en Allemagne et la transformation du site de production de Bad Wünnenberg ont entraîné une baisse significative du chiffre d'affaires chez Bell Allemagne.
- A Fuensalida, près de Madrid, un nouveau site de production affichant une capacité annuelle d'environ un million de jambons Serrano a été mis en service.
- La progression chez Hubers se poursuit. Les ventes en Autriche ont augmenté grâce à l'acquisition de nouveaux clients; celles de produits bio et de spécialités durables comme le poulet nourri au maïs, notamment, ont connu une évolution favorable.
- Les sociétés polonaises et hongroises se sont bien développées et ont poursuivi avec succès la politique menée en matière de volumes de ventes.



Domaine d'activité Convenience

- Avec la pénurie de main-d'œuvre qualifiée dans la restauration, les concepts d'alimentation innovants gagnent en importance; Bell Food Group, qui entend occuper dans ce domaine une place de leader, investit dans de nouvelles technologies de production pour proposer des solutions adaptées aux clients dans le secteur du foodservice.
- En raison de l'été chaud et sec, la situation était tendue sur le marché des matières premières pour les salades et les légumes provenant d'Europe.
- Malgré une relative saturation du marché suisse, Eisberg a réalisé une bonne année 2019 grâce à des produits innovants et à de forts taux de croissance en Europe de l'Est. La tendance vers des concepts de produits offrant un degré de convenance élevé (salades en bol, shakers) se poursuit.
- Hilcona a encore progressé en 2019. Le nouveau site de production pour le marché allemand à Bad Wünnenberg a été mis en service en décembre 2019. En lançant le Green Mountain Burger, Hilcona a fait ses premiers pas sur le marché en pleine expansion du burger sans viande.
- Hügli a enregistré de bonnes ventes dans le secteur du foodservice et profite encore plus d'effets de synergie au sein du groupe. La société reprend ainsi, à la fin de l'année, le remplissage d'épices de Sunray, une entreprise de production Coop. La tendance est encore et toujours aux produits frais et liquides.



Entreprises de production Coop

Chocolats Halba forme des producteurs de cacao au Ghana

Chocolats Halba a lancé en 2019 un projet baptisé Sankofa, le premier au monde à combiner culture du cacao selon les principes de l'agroforesterie dynamique et compensation du CO₂ selon le "Gold Standard". Sur les parcelles de ce projet, les producteurs plantent des arbres qui, en plus d'absorber les gaz à effet de serre, fournissent aux cacaoyers de l'ombre, des éléments nutritifs et de l'eau. A travers ce projet, Coop compensera environ 75 000 tonnes de CO₂ d'ici à 2023. Chocolats Halba et Coop apportent une contribution importante au projet Sankofa en formant 2 900 paysans et en leur montrant comment passer de la monoculture à la culture associée pour améliorer leurs conditions de vie à long terme. Envi-

Près de **75 000** tonnes
de CO₂ compensées au Ghana

ron 400 hectares de terres sont cultivées selon les principes de l'agroforesterie dynamique. Le cacaoyer y pousse presque comme dans la forêt tropicale avec nombre d'autres plantes comme le maïs, le manguier ou l'acajou. Résultat: une meilleure fertilité des sols, une meilleure biodiversité, des récoltes de cacao plus abondantes et une source de revenus supplémentaire pour les producteurs grâce aux cultures associées.

Reismühle Brunnen/Nutrex mise sur l'approvisionnement durable

Reismühle Brunnen/Nutrex achète ses produits en tenant compte de critères non seulement économiques, mais également sociaux, éthiques et écologiques. En 2019, 453 paysans ont suivi une formation et un entraînement pour apprendre à utiliser un niveau laser dans le cadre des projets mis sur pied en Inde et en Thaïlande. Ils savent maintenant mesurer leurs champs à l'aide d'un télémètre laser et niveler le sol pour que leurs plantations soient toutes à la même hauteur. Grâce à cette technique, les cultures nécessitent moins d'eau, une denrée rare dans ces pays. Résultat: les paysans consomment 42% moins d'eau par kg de riz (sauf pendant la mousson), ce qui fait qu'il y a assez d'eau pour tous. En 2019, Reismühle Brunnen/Nutrex a décidé de remplacer ses conteneurs IBC par des conteneurs pliables dotés d'une garniture intérieure pour le conditionnement du vinaigre. Une mesure qui présente un double avantage pour l'environnement: d'une part, ces nouveaux conteneurs sont réutilisables, d'autre part, ils peuvent être pliés et empilés après utilisation et prennent ainsi moins de place lors du transport et dans l'entrepôt du client.

Les Boulangeries Coop investissent au Tessin

En 2019, Coop a investi dans sa boulangerie de Castione, qui produit des panettone et du pain cuit au feu de bois pour ses magasins: elle a installé une ligne de cuisson spéciale à la pointe de la technologie pour la production de panettone ainsi que trois fours à bois dotés chacun de six chambres de cuisson pour la production de pain. Les premiers produits seront vendus en mars 2020.

Faits marquants des entreprises de production Coop

Vous trouverez dans le tableau ci-après les faits marquants de l'exercice écoulé ainsi qu'une fiche d'informations pour chaque entreprise de production de Coop. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.coop.ch/production.



Farines, mélanges de farines, semoule de blé dur, polenta, flocons d'avoine, produits d'extrusion

- Augmentation de la productivité, qui atteint désormais plus de 210 000 tonnes, et nouvelle hausse des parts de marché détenues dans le secteur des céréales pour l'alimentation humaine transformées en Suisse
- Travail en tandem réussi avec Hilcona et Transgourmet
- Diversification systématique de l'offre et fin des optimisations de processus entreprises dans les segments de l'avoine et de l'épeautre
- Mise en service réussie de la deuxième installation d'extrusion, suivie du lancement de nouveaux produits (agents de charge et additifs)
- Poursuite des travaux de rénovation complexes du silo 1924
- Mise en œuvre réussie de la compensation, sur une base de droit privé, du prix des matières premières pour les clients étrangers

▼ Fiche d'informations



Chocolat en plaque, articles de confiserie, assortiments de fête, chocolat industriel

- Hausse de plus de 20% du chiffre d'affaires à l'exportation; entrée réussie sur le marché chinois avec le lancement de chocolat sans sucre de qualité
- Gains de part de marché en Suisse dans le domaine des produits bio/équitables; élargissement de l'offre de chocolats issus de projets équitables pour Coop avec le lancement du chocolat de Madagascar
- Diversification des sources d'approvisionnement directes et certifiées
- Lancement au Ghana d'un projet unique au monde combinant production durable de cacao et compensation carbone
- Production entièrement neutre en CO₂; plus de 90% des énergies utilisées sont renouvelables; plantation d'environ 133 arbres chaque jour pour compenser les émissions de CO₂



Fruits secs, noix et autres graines, champignons et légumes séchés, légumineuses, sucres, huiles comestibles, préparations pour desserts et pâtisseries

▼ Fiche d'informations



Produits cosmétiques, lessives et détergents, produits d'hygiène

- Hausse de plus 2% du chiffre d'affaires dans tous les segments de clientèle, en Suisse comme à l'étranger
- Progression de l'avance acquise avec les assortiments durables, hausse de 11% des chiffres d'affaires réalisés avec les produits durables, tous segments de clientèle confondus
- Commercialisation de six nouveaux produits Naturaline Sensitive certifiés aha
- Bouteilles des détergents Oecoplan désormais en PET 100% recyclé
- Lancement réussi chez un grand nombre de clients du système de dosage commandé par appli pour le lavage professionnel de la vaisselle
- Obtention de la certification halal, condition requise pour pouvoir accéder au marché des pays d'Asie du Sud-Est

▼ Fiche d'informations

Boulangeries Coop

Pains frais (pains, petits pains, tresses), produits surgelés, gâteaux et biscuits, tourtes et pâtisseries, pâtes destinées à la vente

- Panettone: nouvelle ligne de production, nouvelles recettes, nouveau design pour les emballages
- Intégration d'une nouvelle ligne de cuisson au four à bois sur le site de Castione
- Déploiement des magasins utilisant de la pâte fraîche, désormais au nombre de 41
- Pâtes destinées à la vente: nouvelles recettes et nouvel emballage
- Développement de l'automatisme
- Certification IFS de la boulangerie de Schafisheim

▼ Fiche d'informations



Riz bio et équitable, spécialités de riz et mélanges de riz

- Progression de plus de 25% dans le segment industriel en Suisse
- Hausse durable à l'exportation avec SC Swiss: gain de nouveaux clients dans le commerce de détail et le commerce en ligne et lancement de spécialités chez Transgourmet Österreich et Transgourmet France
- Commercialisation de deux nouveaux riz Fine Food: le riz japonais Sushi Koschihikari et le riz iranien Sadri
- Très forte progression du vinaigre bio, qui représente désormais 30% du volume total (+25%)
- Obtention du prix "Chapeau", qui récompense l'entreprise pour son engagement en faveur de la réintégration de bénéficiaires de rentes de l'assurance-invalidité dans le monde du travail

▼ Fiche d'informations



Eaux minérales et limonades sucrées

- Réduction de 10% de la teneur en sucres de toutes les boissons sucrées
- Lancement du lemon water 1 l et du mint water 0.5 l; évolution réjouissante en termes de quantités
- Grand succès et belle progression sur le marché pour le lemon water 0.5 l
- Augmentation des volumes de vente pour Aquina chez Transgourmet
- Obtention de l'autorisation de construire requise pour la réalisation de forages sur le site de Coop; exploitation d'autres sources en préparation
- Réduction des matériaux d'emballage (films rétractables, étiquettes et certaines préformes)

▼ Fiche d'informations

Cave

Vins blancs, rosés et rouges, vins doux, vins mousseux

- Nette hausse des ventes pour les produits vinifiés par nos soins et amélioration du rendement global
- Développement du portefeuille de produits chez Transgourmet Suisse, référencement d'articles supplémentaires
- Introduction de vins, couronnée de succès, dans les Trophées printemps/été et automne/hiver
- Développement de la production de vins mousseux
- Réalisation d'une édition spéciale pour le compte de "Swiss International Air Lines" pour "La Fête des Vignerons 2019"

▼ Fiche d'informations

Mûrisserie de bananes

Bananes et autres fruits exotiques (ananas, kiwis, etc.), fruits secs

- Remplacement de deux robots pour augmenter l'efficacité
- Adaptation de tous les processus au carton de format standard international

▼ Fiche d'informations

Collaborateurs

Un employeur attractif	51
Evolution réjouissante pour la CPV/CAP Caisse de pension Coop	51
Coop et Transgourmet France récompensées comme employeur	52
Formation et évolution professionnelle	52
Investir dans la formation et le perfectionnement	52
Bilan positif pour les apprentis	52
Bilan positif pour le préapprentissage d'intégration	52
Coop Campus: coup d'envoi du CAS en Management et Leadership	52
La formation professionnelle initiale Coop Campus dans les starting-blocks	53
Digital Recruiting et lancement de SuccessFactors	53
Echange de gérants entre Edeka et Coop	53
Des séminaires sur la résilience pour les filiales	53

Collaborateurs

Coop améliore l'efficacité du recrutement à l'aide de solutions numériques. Dans le domaine de la formation, elle mise sur la combinaison: contenus en ligne et expérience pratique. Avec le lancement du CAS Management et Leadership, Coop propose, pour la première fois, une formation pour les cadres certifiée, de niveau haute école spécialisée.

Le groupe Coop employait fin 2019 90 307 collaborateurs au total, dont 3 455 apprentis, dans les domaines d'activité Commerce de détail et Commerce de gros/Production. 62.7% des postes se trouvent en Suisse. Coop remplit dans la société une fonction d'intégration importante en employant des personnes de tous niveaux de formation et de toutes nationalités.

90 307
collaborateurs
au sein du groupe Coop

Dans le contexte actuel du marché du travail, la gestion des ressources humaines sur le long terme devient un défi de taille. Le secteur doit faire face non seulement à la pénurie de talents et, partant, à une concurrence accrue pour trouver du personnel qualifié, mais aussi à l'essor des nouvelles technologies et aux mutations démographiques liées à la baisse de la natalité et au départ à la retraite des baby-boomers. Ce sont autant de facteurs qui exigent des entreprises une grande capacité d'adaptation. Autres éléments venant changer la donne sur le marché du travail: l'importance grandissante de l'activité professionnelle

des femmes, la nouvelle diversité culturelle dans le monde du travail et l'aménagement de modèles de travail plus souples. Le groupe Coop se positionne dans ce contexte comme un employeur diversifié, attractif et durable. Or avoir une bonne image en tant qu'employeur est essentiel pour attirer et conserver les meilleurs talents.

La gestion des ressources humaines du groupe Coop repose sur trois grands axes: l'attractivité en tant qu'employeur, l'esprit d'entreprise et le style de conduite, et la gestion du changement. L'un des principaux objectifs de Coop dans ce domaine, mis à part le recrutement de nouvelles forces, est de qualifier ses collaborateurs et de faire en sorte qu'ils s'enthousiasment pour les mutations technologiques et le développement du numérique.

Un employeur attractif

Evolution réjouissante pour la CPV/CAP Caisse de pension Coop

Malgré un contexte toujours très difficile, la CPV/CAP Caisse de pension Coop a pu réaliser un rendement de 9.1%, un chiffre très réjouissant. Le taux de couverture s'élevait à 116% le 31 décembre 2019. La valeur cible de 116% a été atteinte et des fonds libres ont été constitués.

Compte tenu de ce résultat réjouissant, les avoirs de vieillesse des assurés actifs ont pu être rémunérés à 2% en 2019, soit deux fois plus que le taux d'intérêt minimal LPP. Le taux d'intérêt provisoire pour 2020 se situe à 2%. Les retraites sont restées inchangées en 2019 et le resteront aussi en 2020. Les retraités percevront toutefois en mai 2020 une prestation spéciale unique de 500 francs. Le nombre d'assurés actifs a légèrement augmenté, passant de 37 181 l'année précédente à 37 266 en 2019. Le nombre de retraités a augmenté de 346 personnes, passant à 20 488.

Coop et Transgourmet France récompensées comme employeur

Les investissements systématiques réalisés par Coop depuis de nombreuses années dans l'évolution professionnelle du personnel lui ont valu d'obtenir, pour la deuxième fois consécutive, le "Prix des Meilleurs Employeurs" dans la catégorie "grandes entreprises" en 2019.

Transgourmet France, quant à elle, s'est vue classée parmi les meilleurs employeurs de France en 2019 par le magazine français "Capital". L'entreprise a obtenu la onzième place au sein du classement des entreprises du secteur d'activité "Commerce de gros". Ce classement est le résultat d'une étude menée par un institut de sondages indépendant, qui a interrogé, dans toute la France, un panel de 20 000 personnes travaillant dans des entreprises de plus de 500 salariés.

Formation et évolution professionnelle

Investir dans la formation et le perfectionnement

En 2019, les collaborateurs de Coop ont participé à environ 4 200 activités internes de formation continue pour développer leurs compétences et leurs connaissances, ce qui représente en tout plus de 422 000 heures. Ils ont consacré au moins le même nombre d'heures à se former sur leur lieu de travail dans le cadre d'e-learning, de formations instructives ou du training on the job. Coop a investi à nouveau environ 45 millions de francs dans ce domaine. Proposant environ 350 cours internes, elle offre à ses collaborateurs un grand éventail de possibilités pour se former. Quelque 65 000 e-learning ont ainsi été organisés sur des thèmes comme la protection de la jeunesse, la sécurité au travail, l'hygiène, la protection incendie et la chaîne du froid. Coop a également financé, pour un montant d'environ 3.8 millions de francs, des formations externes sortant du cadre de Coop Campus et débouchant sur des diplômes aussi divers et variés que manager en commerce de détail, technicien(ne) diplômé(e) ES en agroalimentaire et éthicien(ne) économique avec CAS.

Bilan positif pour les apprentis

En 2019, 98.6% des apprentis de tout le groupe Coop ont réussi leur examen final. 69.7% d'entre eux ont pu trouver un poste fixe dans l'une des Directions de Coop. Coop reste un employeur très attractif pour les apprentis, comme en témoignent les chiffres: 1 083 jeunes ont commencé leur formation le 1^{er} août 2019 au sein du groupe Coop. Deuxième plus grand employeur d'apprentis en Suisse, Coop propose chaque année 3 505 places d'apprentissage dans 32 professions, dans des secteurs aussi divers et variés que la vente, la logistique, l'administration, la restauration de système, la production et les transports. Les apprentis sont encadrés par 2 000 formateurs et 30 conseillers en apprentissage à temps plein.

Bilan positif pour le préapprentissage d'intégration

Au début de l'année d'apprentissage 2019, environ 40 jeunes ont commencé chez Coop leur préapprentissage d'intégration, un programme spécial dont le but est d'aider les jeunes réfugiés à intégrer le marché du travail en Suisse. Une trentaine de jeunes avaient déjà été embauchés chez Coop en août 2018 dans le cadre de ce programme d'une durée d'un an. Près de 70% d'entre eux ont ensuite pu débiter un apprentissage de deux ou de trois ans en août 2019. Ce sont leur motivation, les progrès réalisés dans l'apprentissage de la langue, leur volonté de s'intégrer et leur enthousiasme pour le métier qui leur ont ouvert la voie vers un apprentissage classique.

Coop Campus: coup d'envoi du CAS en Management et Leadership

Après avoir remanié en profondeur contenus et méthodes, Coop a revisité la formation destinée aux cadres dans la vente. Quelque 33 journées de cours sur quatre niveaux ont été repensées et le profil de formation pour les groupes cibles a été affiné. Les cadres travaillant dans la logistique et la restauration bénéficient, eux aussi, d'un cursus plus moderne, qui s'appuie sur des plates-formes de formation en ligne et de nouveaux cours inscrits dans la philosophie "Management et Leadership". Au cours de l'été 2019, un cours pouvant déboucher sur un Certificate of Advanced Studies (CAS) a notamment été lancé.

La formation professionnelle initiale Coop Campus dans les starting-blocks

Afin de répondre au mieux aux nouvelles exigences du commerce de détail, Coop a entrepris de moderniser totalement la formation de gestionnaire du commerce de détail en 2019. Dans le cadre de sa nouvelle formation professionnelle initiale Coop Campus, Coop proposera des contenus en ligne à partir d'août 2020. En outre, jusqu'à douze apprentis seront formés à leur nouveau métier de manière approfondie et ciblée dans de grands magasins dédiés à l'enseignement des bases. Autre changement: à partir de leur deuxième année d'apprentissage, les apprentis devront dorénavant assumer des tâches de manière autonome et professionnelle dans de petits magasins Coop.

Digital Recruiting et lancement de SuccessFactors

Après avoir centralisé en 2018 l'établissement des certificats de travail, la publication des offres d'emploi et la présélection des dossiers de candidature au sein du Shared Service Center (SSC), Coop a lancé en 2019 le nouveau système SAP "SuccessFactors". Ce logiciel permet à l'équipe "Centralisation de la publication des offres et de la présélection" du SSC de publier une annonce sur des canaux prédéfinis lorsqu'un poste est vacant.

Il englobera aussi, à terme, des étapes comme l'accueil des nouveaux collaborateurs, la formation, les entretiens d'évaluation, les entretiens d'appréciation des prestations et des résultats, la rémunération, la planification de la relève et l'administration du personnel. A relever également que les tâches de gestion du personnel peuvent désormais aussi être traitées depuis un appareil mobile.

Autre fait marquant en 2019: en collaboration avec des prestataires externes, Coop a remanié son Branding employeur et s'est lancée dans l'active sourcing, qui consiste à rechercher et à contacter des candidats potentiels via des réseaux sociaux comme LinkedIn ou Xing. Cette démarche lui permet d'élargir son vivier de candidats pour les postes qui sont difficiles à pourvoir en raison du profil exigé. Par ailleurs, Coop publie désormais régulièrement des informations sur des thèmes d'actualité ainsi que des vidéos et des photos sur les réseaux sociaux comme sur ses pages "Carrière".

Echange de gérants entre Edeka et Coop

Coop et Edeka ont organisé en 2019 un échange de gérants: dix gérants de Coop se sont ainsi rendus chez leurs homologues travaillant pour ce partenaire allemand, membre de la même alliance d'achat. A l'occasion de cet échange d'une semaine, les participants ont pu discuter de sujets relatifs à la vente, approfondir des questions concernant la gestion et partager leurs idées de présentation des produits. L'échange sera renouvelé l'année prochaine.

Des séminaires sur la résilience pour les filiales

Depuis 2017, Coop a organisé environ 70 séminaires sur le thème de la résilience pour ses cadres. Elle en proposera dorénavant aussi dans ses filiales Transgourmet et Coop Mineralöl AG, ainsi que chez Bell Food Group. Un séminaire test d'une durée de deux jours a été organisé en juin 2018 avec des responsables de ces entreprises: les participants ont pu découvrir les sept piliers de la résilience et appris des méthodes pour gérer les émotions. Coop a prévu d'organiser une trentaine de séminaires de ce type en 2020 et en 2021 pour les cadres travaillant chez Transgourmet, Bell Food Group et Coop Mineraloel AG.

Gouvernement d'entreprise

Structure du groupe	56
Structure du capital	57
Conseil d'administration	58
Membres du Conseil d'administration	58
Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt	58
Élection du Conseil d'administration et durée du mandat	62
Organisation interne	62
Répartition des tâches au sein du Conseil d'administration	62
Répartition des compétences	62
Instruments d'information et de contrôle pour la Direction générale	63
Direction générale	64
Membres de la Direction générale	64
Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt	64
Contrats de management	67
Rémunérations	68
Droits de participation	68
Prises de contrôle et mesures de défense	68
Organe de révision	69
Politique d'information	69
Management du groupe Coop	70
Coop Société Coopérative	70
Autres filiales	72

Gouvernement d'entreprise

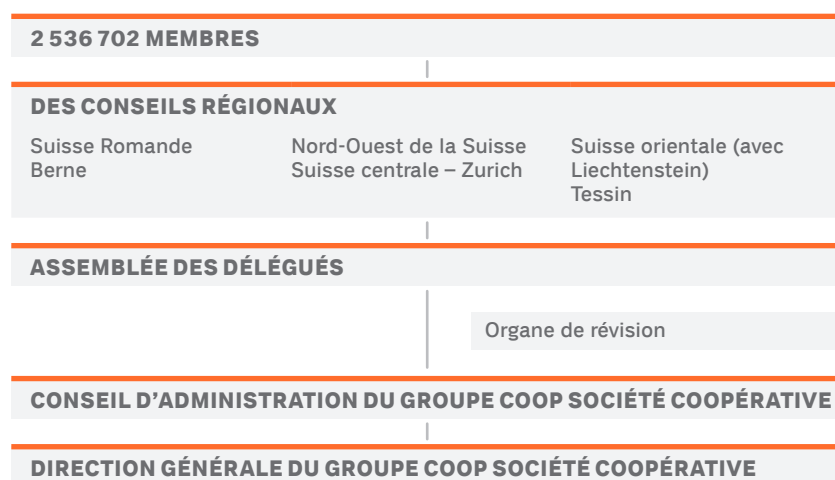
Le gouvernement d'entreprise est fondé sur la transparence et la franchise de la direction vis-à-vis de ses collaborateurs et du public. La structure de Coop est présentée dans les pages qui suivent.

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

Structure du groupe

Le Groupe Coop Société Coopérative est une société coopérative sise à Bâle qui, fin 2019, comptait plus de 2.5 millions de sociétaires. Toute personne domiciliée en Suisse ou au Liechtenstein peut devenir sociétaire. Le Groupe Coop Société Coopérative détient des participations dans différentes entreprises en Suisse et à l'étranger. La structure du groupe apparaît aux pages 110–113 (périmètre de consolidation) du présent rapport de gestion. Il n'existe pas de participations croisées au sein du groupe Coop. Le Groupe Coop Société Coopérative assure la direction du groupe Coop. Il est constitué des organes suivants: Conseils régionaux, Assemblée des délégués, Conseil d'administration, Direction générale et organe de révision.

Organisation



Conseils régionaux

Le Groupe Coop Société Coopérative comprend six Régions: Suisse romande, Berne, Nord-Ouest de la Suisse, Suisse centrale – Zurich, Suisse orientale avec Liechtenstein, Tessin. Ces Régions, quoique dépourvues de personnalité juridique propre, font partie de la structure d'organisation coopérative du groupe Coop. Dans chacune d'elles, les sociétaires élisent un Conseil régional, qui compte entre 60 et 120 membres (30 au maximum pour le Tessin) et dont la mission est de maintenir le contact avec les sociétaires et avec le public. Chaque Conseil régional élit en son sein un comité composé de 12 membres (Tessin: 6). Le comité se constitue lui-même et propose l'un de ses membres à l'Assemblée des délégués en vue de son élection au Conseil d'administration; une fois élue, cette personne assumera la présidence à la fois du Conseil régional et de son comité. Les autres membres du Comité du Conseil régional sont les délégués, c'est-à-dire qu'ils représentent les membres de la Région à l'Assemblée des délégués du Groupe Coop Société Coopérative. La composition actuelle de l'Assemblée des délégués est détaillée dans le paragraphe "Assemblée des délégués".

Les Conseils régionaux et leurs Comités sont mandatés pour quatre ans. La mandature actuelle court de 2017 à 2021. Les statuts limitent la durée totale des mandats à 20 ans et fixent une limite d'âge (65^e anniversaire). A partir du mandat 2021-2025, la limite d'âge sera portée à 70 ans.

Assemblée des délégués

L'Assemblée des délégués dispose des pouvoirs attribués par la loi à l'assemblée générale. Ses tâches lui sont conférées par les statuts. Elle a notamment la compétence de fixer les statuts, d'élire et de révoquer le Conseil d'administration et l'organe de révision, d'approuver le rapport de gestion, de donner décharge au Conseil d'administration et de dissoudre la société. Elle peut en outre statuer sur d'autres sujets qui lui sont soumis par le Conseil d'administration.

Des informations détaillées sur le Conseil régional et l'Assemblée des délégués figurent dans les statuts et le règlement électoral du Groupe Coop Société Coopérative. Ces documents peuvent tous deux être consultés en ligne sur Internet.

➔ www.coop.ch/organes

Le 31 décembre 2019, l'Assemblée des délégués se composait des personnes suivantes:

Région Suisse romande	Région Berne	Région Nord-Ouest de la Suisse	Région Suisse centrale – Zurich	Région Suisse orientale (avec Liechtenstein)	Région Tessin
Vincent Albasini	Sabine Boschung	Alexandra Abbt-Mock	Silvia Banfi Frost	Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Patrick Csikos	Patrick Bruni	Sibylle Bader Biland	Stefan Baumann	Fridolin Eberle	Carlo Frigerio
Yvan Délèze	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Beatrice Bertschinger	Markus Eugster	Fiorenzo Robbiani
Olivier Grangier	Sandra Ghisoni Schenk	André Dalla Vecchia	Kilian D'Alberto	Christa Flückiger	Gabriella Rossetti
Doris Grobéty	Fränzi Grunder	Sandra Nicole Engeler	Anna Maria Forlano	Michael Fuhrer	Raffaele Sartori
Nicole Hosseini	Jürg Kradolfer	Adrian Fankhauser	Alexander Gossauer	Kurt Gansner	
Nadine von Büren-Maier	Corinne Lehmann	Susanne Jäger	Ronald Hauser	Roberto Godenzi	
Zohra Ottoz	Sibylle Miescher	Peter Jossi	Evelyn Hofer	Hedwig Kohler	
Benoît Santschi	Felix Truffer	Pascal Konrad	Cornelia Luchsinger	Richard Kübler	
Catherine Stern	Annette Wisler Albrecht	Daniel Mürger	Alex Rutz	Leonardo Longaretti	
Marc Vauthey	Zippora Wüthrich	Heidi Straumann	Beda Schlumpf	Gabi Senn	

Structure du capital

La structure du capital du groupe Coop ressort du bilan consolidé (page 89 du présent rapport de gestion) et des explications correspondantes (pages 92–97). Les fonds propres du Groupe Coop Société Coopérative sont exclusivement constitués de moyens qui lui sont propres. Les sociétaires n'ont pas de parts dans les fonds propres.

Conseil d'administration

Membres du Conseil d'administration

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

Le 31 décembre 2019, le Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative se composait des personnes suivantes:

Nom	Année de naissance	Fonction actuelle	Début du mandat	Fin du mandat
Hansueli Loosli ²	1955	Président	2011	2021
Peter Eisenhut	1955	Membre, représentant de la Région Suisse orientale/Liechtenstein	2009	2021
Michela Ferrari-Testa	1963	Membre, représentante de la Région Tessin	2006	2021
Susanne Giger	1970	Membre, représentante de la Région Suisse centrale – Zurich	2018	2021
Petra Jörg Perrin	1964	Membre, représentante de la Région Berne	2017	2021
Hans-Jürg Käser	1956	Membre, représentant du personnel	2009	2021
Irene Kaufmann ¹	1955	Vice-présidente	2001	2021
Roman Kuhn	1955	Membre, représentant de la Région Nord-Ouest de la Suisse	2010	2021
Doris Leuthard ²	1963	Membre	2019	2021
Bernard Rüeger	1958	Membre, représentant de la Région Suisse romande	2009	2021

¹ Présidente du comité de contrôle

² Membre du comité de contrôle

Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt

(état au 31.12.2019)

Le Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative est en même temps le conseil d'administration de Coop Société Coopérative et celui de Coop Immobilien AG.



Hansueli Loosli

Nationalité suisse

Formation:

Expert diplômé en finance et controlling, KV Zurich

Parcours professionnel:

1982–1985: contrôleur, directeur-adjoint de Mövenpick Produktions AG, Adliswil; 1985–1992: Waro AG, Volketswil (dernier poste: directeur); 1992–1996: directeur du service Approvisionnement Non Food Coop Suisse, Wangen; 1992–1997: directeur de Coop Zurich, Zurich; 1997–2000: président de la Direction générale et de la Direction du groupe de Coop Suisse, Bâle; janvier 2001–août 2011: président de la Direction générale de Coop Société Coopérative, Bâle; depuis septembre 2011: président du Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative, Bâle

Autres mandats d'administrateur:

Bell Food Group AG, Bâle (président); Coop Mineraloel AG, Allschwil (président); Swisscom AG, Ittigen (président); Transgourmet Holding AG, Bâle (président)

Autres fonctions et mandats:

Membre du conseil consultatif de Deichmann SE



Peter Eisenhut

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

1981–1991: professeur de sciences économiques à l'école cantonale de Heerbrugg; 1987–1998: chargé de cours en économie à l'université de St-Gall; 1990–1993: membre du comité directeur du Zentrum für Zukunftsforschung de St-Gall; 1993–1996: conseiller en économie indépendant; 1997–2007: chef économiste de l'IHK St-Gall-Appenzell; depuis 2008: gérant associé de Ecopol AG à St-Gall

Autres mandats d'administrateur:

Rofima Holding AG, Horn; Säntis-Schwebbahn AG, Schwägalp

Autres fonctions et mandats:

Société d'encouragement et comité directeur de l'Institut suisse pour les PME de l'Université de St-Gall; Fondation Zukunft.li (président); président de Winterhilfe Appenzell AR



Michela Ferrari-Testa

Nationalité suisse

Formation:

Lic. en droit de l'Université de Zurich, avocate et notaire

Parcours professionnel:

Depuis 1990: avocate et notaire dans sa propre étude à Capriasca

Autres mandats d'administrateur:

avanex Versicherungen AG, Dübendorf; Helsana AG, Dübendorf; Helsana Unfall AG, Dübendorf; Helsana Versicherungen AG, Dübendorf; Helsana Zusatzversicherungen AG, Dübendorf; Progrès Versicherungen AG, Dübendorf; sansan Versicherungen AG, Dübendorf; Mobilière Suisse Société Coopérative, Berne

Autres fonctions et mandats:

Conseil de fondation de la Fondation Sana



Susanne Giger

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

1995–1998: cheffe de projet chez B+R Event AG, Glattbrugg; 1998–2000: responsable Sponsoring & Events chez Zurich Compagnie d'assurances, Zurich; 2001–2007: rédactrice économique à la Schweizer Fernsehen und Schweizer Radio DRS, Zurich et Berne; 2008: auteure et journaliste freelance; 2009–2017: rédactrice économique et animatrice à la Schweizer Radio und Fernsehen SRF, Berne et Zurich; depuis 2018: chef de l'entreprise "Susanne Giger GmbH", Uetikon am See

Autres mandats d'administrateur:

Conseil de fondation de la Chartreuse d'Ittingen, Warth-Weiningen, conseil de fondation de Zewo, Zurich

Autres fonctions et mandats:

Membre du comité directeur de HSG Alumni Women's Chapter, membre du conseil de Lassalle-Institut



Petra Jörg Perrin

Nationalité suisse

Formation:

Dr ès sc. économiques de l'Université de Berne

Parcours professionnel:

Depuis 1989 rédactrice, auteure, chargée de cours et chef de projets; depuis 2006 managing director et depuis 2015 CEO chez Rochester-Bern Executive Programs

Autres fonctions et mandats:

Professeure titulaire et chargée d'enseignement à l'Université de Berne



Hans-Jürg Käser

Nationalité suisse

Formation:

Apprentissage de monteur-électricien

Parcours professionnel:

1980–1991: responsable de la Sortie des marchandises Coop Suisse; depuis 1999: responsable du Pool des auxiliaires de transport Coop, Bâle

Autres fonctions et mandats:

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



Irene Kaufmann

Nationalité suisse

Formation:

Dr ès sc. économiques de l'Université de Zurich

Parcours professionnel:

1980–2002: mandats de révision et de conseil pour des entreprises privées pour Dr. Nabholz Treuhand AG, Zurich; 1985–2008: Nabholz Beratung, Zurich: chef de projets de conseil en finances et en organisation à des administrations et des entreprises publiques; 2000–2009: vice-présidente du Conseil d'administration de Coop Société Coopérative, Bâle; 2009–2011: présidente du Conseil d'administration de Coop Société Coopérative, Bâle; depuis 2011: vice-présidente du Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative, Bâle

Autres mandats d'administrateur:

Bell Food Group AG, Bâle; Coop Mineraloel AG, Allschwil; Parrainage Coop pour les régions de montagne, société coopérative, Bâle (présidente); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich AG, Zurich; Mobilière Suisse Société Coopérative, Berne; Schweizerische Mobiliar Holding AG, Berne; Transgourmet Holding AG, Bâle

Autres fonctions et mandats:

Conseil de fondation de la caisse de pension CPV/CAP de Coop (présidente); conseil de fondation EPF Zurich Foundation; conseil de fondation des écoles Juventus de Zurich (présidente)



Roman Kuhn

Nationalité suisse

Formation:

Executive MBA de l'Université de Zurich

Parcours professionnel:

1980–1986: directeur de Neumühle Alb. Kuhn & Cie, Wohlen; 1988–1995: UBS, Zurich et Brugg; 1995–2000: responsable du Private Banking à la Banque cantonale d'Argovie, Brugg; 2000–2018: responsable Institutional Banking et membre de la direction de la Banque cantonale d'Argovie, Aarau

Autres mandats d'administrateur:

Circus Monti AG, Wohlen; thecompacts GmbH, Aarau

Autres fonctions et mandats:

Association des Amis du château de Hallwyl (président); association Melodyaarau (président)



Doris Leuthard

Nationalité suisse

Formation:

Lic. en droit de l'Université de Zurich, avocate

Parcours professionnel:

1991–2006: avocate et associée de l'étude Fricker, Wohlen. Siège également dans plusieurs conseils d'administration (Neue Aargauer Bank AG, Electricité de Laufenbourg SA, Baugenossenschaft Merenschwand). Activité politique: membre du conseil scolaire du district de Muri (1993–2000), députée au Grand Conseil du canton d'Argovie (1997–2000), conseillère nationale (1999–2006) et présidente du PDC Suisse (2004–2006). 2006–2018: conseillère fédérale, d'abord à la tête du Département fédéral de l'économie (DFE) puis, à partir de novembre 2010, du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), présidente de la Confédération en 2010 et 2017

Autres mandats d'administrateur:

Bell Food Group AG, Bâle; Transgourmet Holding AG, Bâle

Autres fonctions et mandats:

Fondation Ulrico Hoeppli (présidente), fondation Swiss Digital Initiative (présidente), Steering Committee Europa Forum (co-présidente), conseil de fondation de l'EPF Zurich Foundation



Bernard Rüeger

Nationalité suisse

Formation:

MBA, Lausanne

Parcours professionnel:

Depuis 1986: employé de la société Rüeger SA, Crissier (directeur de 1992 à 2012); 2013–2019: président de Rüeger Holding SA, Paudex

Autres mandats d'administrateur:

Alpsens Technologies SA, Crissier (président); CSS Holding AG, Lucerne; Lyncée Tec SA, Ecublens; Precitherm SA, Paudex; Socorex Isba SA, Ecublens

Autres fonctions et mandats:

Economiesuisse (vice-président); conseil de fondation de la Fondation de Beaulieu

Élection du Conseil d'administration et durée du mandat

Mode d'élection: principes

Le Conseil d'administration est élu par l'Assemblée des délégués. La durée du mandat, identique pour tous les membres, est de quatre ans. Une réélection est possible. Les statuts limitent toutefois la durée totale des mandats à 20 ans et fixent une limite d'âge (expiration du mandat à la date de la première Assemblée ordinaire des délégués de l'année qui suit le 65^e anniversaire).

Première élection et durée restante du mandat

Le début du mandat des conseillers résultant de la première élection est défini au point "Membres du Conseil d'administration". Le mandat actuel a commencé au printemps 2017 et se terminera au printemps 2021.

Organisation interne

Répartition des tâches au sein du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration se constitue lui-même en désignant en son sein un président et un vice-président. Les membres assument à parts égales la responsabilité de ses missions.

Comité de contrôle

Le Conseil d'administration s'est adjoint le soutien d'un comité de contrôle qu'il a constitué en son sein. Ce dernier le conseille dans le cadre de la présentation des comptes et de la rédaction de comptes-rendus, des activités des organes de révision interne et externe, du système de contrôle interne et de la gestion des risques (compliance comprise). Ses membres sont Irene Kaufmann (présidente), Hansueli Loosli et Doris Leuthard.

Le comité de contrôle tient chaque année au moins trois réunions, qui durent en général une demi-journée. Le président de la Direction générale, le chef de la Direction Finances et le responsable de la Révision interne y prennent généralement part avec voix consultative. Les réviseurs externes sont également conviés aux séances en fonction des points à l'ordre du jour. Les membres du Conseil d'administration sont régulièrement informés du travail effectué par le comité de contrôle. La Révision interne est subordonnée à la présidente du comité de contrôle. Le comité de contrôle s'est réuni quatre fois en 2019.

Mode de fonctionnement du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration siège au moins quatre fois par an et aussi souvent que les circonstances l'exigent. Y participent généralement, avec voix consultative, le président, le vice-président (pour tous les points inscrits à l'ordre du jour) et, selon les affaires traitées, les autres membres de la Direction générale. Le quorum est atteint lorsque la majorité des membres du Conseil d'administration sont présents. Pour être valable, une décision doit recueillir la majorité des voix exprimées. En cas d'égalité des voix, la voix du président du Conseil d'administration est prépondérante.

En 2019, il s'est réuni sept fois pendant une ou deux journées. Il a également effectué un déplacement de quatre jours en Suisse et à l'étranger pour visiter des sites de filiales de Coop. Il n'a été fait appel à aucun consultant externe.

Répartition des compétences

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

Instruments d'information et de contrôle pour la Direction générale

Systeme intégré de gestion

Le président du Conseil d'administration et le président de la Direction générale se rencontrent une à deux fois par mois pour discuter des questions fondamentales concernant le groupe Coop. Le président du Conseil d'administration prend régulièrement part aux séances de la Direction générale. A chaque séance ordinaire du Conseil d'administration, le président de la Direction générale informe en détail le Conseil d'administration sur la marche des affaires, les projets et événements importants, et les mesures prises. Le Conseil d'administration reçoit chaque mois un rapport écrit, chiffres-clés et informations importantes à l'appui, sur la marche des affaires dans tous les domaines d'activité de l'entreprise. Le Conseil d'administration reçoit en outre des rapports et boucléments quadrimestriels écrits, qui sont présentés et débattus lors des séances.

Processus de planification et de fixation des objectifs/Balanced Scorecard

Coop applique un processus de planification et de fixation des objectifs très élaboré et bien rodé, qui inclut un reporting adressé régulièrement au Conseil d'administration et qui s'appuie notamment sur le système du Balanced Scorecard.

Gestion des risques

Le groupe Coop dispose d'un système standardisé de gestion des risques. La Direction générale et le Conseil d'administration identifient et analysent tous les trois ans (la dernière fois en 2018) les risques majeurs et les scénarios qui en découlent, et définissent les mesures à prendre. L'état d'avancement des différentes mesures est contrôlé une fois par an. Par "risques majeurs", on entend les risques qui, dans les trois ans, peuvent générer un impact négatif supérieur à 15 millions de francs sur l'EBIT du groupe Coop.

Systeme de contrôle interne

Les évaluations annuelles institutionnalisées de la qualité du système de contrôle interne au niveau des processus de gestion incluent une évaluation des risques opérationnels et de ceux liés à l'élaboration des rapports financiers et aux exigences de conformité. Elles comprennent également une évaluation de l'efficacité des contrôles effectués pour couvrir lesdits risques. Ces évaluations portent notamment sur les contrôles informatiques généraux.

La qualité des contrôles effectués dans l'entreprise est évaluée tous les deux ans (la dernière fois en 2019) par les membres de la Direction générale. Les résultats de ces évaluations sont consignés chaque année dans un rapport complet.

Révision interne

Agissant en tant qu'organe indépendant et objectif mandaté par le Conseil d'administration et le comité de contrôle, la Révision interne veille, entre autres, au respect des directives et des règlements ainsi qu'à l'adéquation et à l'efficacité du système de contrôle interne. Elle assume un double rôle de conseil et de contrôle lors de la mise en place de nouveaux processus ou de la modification de processus existants dans l'entreprise; elle apporte également son soutien à la Direction générale dans la réalisation des objectifs en proposant des mesures d'amélioration des processus. La Révision interne adopte pour ce faire une approche fondée sur le risque. Les résultats des audits effectués sont communiqués par écrit à la présidente du comité de contrôle, au président du Conseil d'administration et au président de la Direction générale. La mise en œuvre des mesures prises est étroitement contrôlée. La Révision interne coordonne ses activités de surveillance avec l'organe de révision statutaire et veille à un échange étroit d'informations. Elle est membre de l'Association suisse d'audit interne (ASAI).

Compliance

Le nouveau Code de conduite du groupe Coop, récemment adopté, concrétise les règles énoncées dans les Lignes directrices de Coop. Applicable par l'ensemble du personnel, il définit le comportement à adopter dans les relations entre collaborateurs, ainsi qu'avec les clients et tous les partenaires commerciaux. La non-discrimination, l'honnêteté, l'intégrité et le respect en sont les valeurs centrales. L'observation des prescriptions légales et des directives internes en fait également partie. Toute infraction au Code de conduite doit être signalée en premier lieu au supérieur hiérarchique. Si cela s'avère impossible, la personne souhaitant signaler une infraction peut le faire auprès du service des signalements, qui traitera toutes les informations dans la plus stricte confidentialité.

Direction générale

Membres de la Direction générale

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

Le 31 décembre 2019, la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative se composait des personnes suivantes:

Nom	Année de naissance	Fonction actuelle	Membre depuis
Joos Sutter	1964	Président de la Direction générale	2010
Reto Conrad	1966	Membre	2012
Christian Coppey	1965	Membre	2017
Daniel Hintermann	1970	Membre	2017
Daniel Stucker	1964	Membre	2011
Adrian Werren	1969	Membre	2016
Philipp Wyss	1966	Vice-président de la Direction générale	2009

Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt

(état au 31.12.2019)

La Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative est en même temps la Direction générale de Coop Société Coopérative et de Coop Immobilien AG.



Joos Sutter

Nationalité suisse

Formation:

Lic. ès sc. économiques de l'Université de St-Gall; dipl. féd. d'expert-comptable, école de la Chambre fiduciaire suisse, Zurich

Parcours professionnel:

1991–1996: expert-comptable chez PricewaterhouseCoopers, Zurich;
1996–1999: responsable des Finances/Personnel chez Import Parfümerien AG, Zurich; 1999–2005: différentes fonctions telles que responsable des Finances/Services et responsable des Ventes chez Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2009: responsable de la division Interdiscount; 2010–2011: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Trading de Coop Société Coopérative, Bâle; depuis septembre 2011: président de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Retail de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

AgeCore SA, Genève (président); Transgourmet Holding AG, Bâle;
Two Spice AG, Zurich

Autres fonctions et mandats:

Communauté d'intérêts du commerce de détail suisse (président)



Reto Conrad

Nationalité suisse

Formation:

Lic. ès sc. économiques de l'Université de St-Gall; dipl. féd. d'expert-comptable, école de la Chambre fiduciaire suisse, Bâle

Parcours professionnel:

1990–1992: contrôleur à l'UBS, Bâle; 1992–2001: différentes fonctions dans le domaine des audits chez PricewaterhouseCoopers, Bâle et San Francisco; 2001–2005: CFO et membre de la direction générale du groupe Bachem, Bubendorf; 2006–2012: CFO et membre de la direction générale du groupe Emmi, Lucerne; depuis 2012: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative; 2012–2016: chef de la Direction Finances/Services de Coop Société Coopérative, Bâle; depuis mai 2016: chef de la Direction Informatique/Production/Services de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (président); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Panflor AG, Zurich; Siroop Trading AG, Bâle; Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny (président); Update Fitness AG, Uzwil (président)

Autres fonctions et mandats:

Conseil de fondation du Centre de séminaires Coop, MuttENZ (président); conseil de fondation CPV/CAP Caisse de pension Coop, Bâle



Christian Coppey

Nationalité suisse

Formation:

Architecte dipl. de l'EPF de Zurich, Advanced Master in Urban Planning ENPC Paris

Parcours professionnel:

1992–1995: assistant du professeur D. Schnebli, EPF Zurich; 1993–2005: chef de projet chez Coppey & Coppey Architectes, Martigny; 2003–2006: responsable du Corporate Real Estate Suisse romande chez Credit Suisse, Lausanne; 2006–2016 responsable du Real Estate & Shopping Management Maus Frères SA, Genève ; depuis 2017: membre de la Direction générale du groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Immobilier de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (président); Robix AG, Baden (président)



Daniel Hintermann

Nationalité suisse

Formation:

Lic. sc. pol. de l'Université de Berne; dipl. féd. de responsable logistique

Parcours professionnel:

1997–2001: conseiller et chef de projet chez Abegglen Management Consultants AG, Volketswil; 2001–2005: responsable du Service après-vente chez Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2010: responsable de l'Informatique/Logistique/SAV chez Interdiscount; 2010–2016: responsable de la Région logistique Coop Nord-Ouest de la Suisse, Schafisheim;

depuis 2017: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Logistique de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

Cargo Sous Terrain AG, Bâle; Railcare AG, Härkingen (président)



Daniel Stucker

Nationalité suisse

Formation:

Ing. dipl. en informatique de gestion, école d'ingénieurs de Bienne; executive MBA, Université de Zurich

Parcours professionnel:

1985–1986: ingénieur logiciel PTT, Berne; 1989–1992: consultant en management et directeur de succursale chez Bern AF Consulting, Berne; 1992–1994: responsable du Service center chez RESO, Soleure; 1994–1999: responsable de l'IT/Organisation à l'UEFA (Union of European Football Association), Nyon; 1999–2007: responsable de l'Informatique/Logistique puis des Finances/Services puis des Achats chez Interdiscount, Jegenstorf; 2007–2011: responsable de la division Import Parfumerie/Christ Montres et Bijoux, Winterthour;

depuis 2011: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Trading de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

Coop Vitality AG, Berne (président); Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp (président de la Direction générale); Coop Vitality Management AG, Berne (président); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren (président); Elektronik Distribution AG, Bâle (président); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong; Nettoshop AG, St-Gall (président); Retail Marketing Switzerland AG, Bâle; RS Vertriebs AG, St-Gall (président); Service 7000 AG, Netstal (président); Siroop Trading AG, Bâle (président); The Body Shop Switzerland AG, Uster (président)



Adrian Werren

Nationalité suisse

Formation:

Lic. sc. pol. de l'Université de Bâle

Parcours professionnel:

1995–1996: organe de révision Coop Suisse, Bâle; 1997–2000: chef de projet Coop Suisse, Bâle; 2001–2008: chef d'équipe au sein du Controlling Coop, Bâle; 2009–2010: responsable du Controlling Coop, Bâle; 2011–2016: responsable du Controlling Coop et responsable de la Gestion/Controlling Transgourmet u.p.;

depuis 2016: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Finances de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

Coop Vitality AG, Berne; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp; Coop Vitality Management AG, Berne; Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren; Marché Restaurants Suisse SA, Dietlikon; nettoShop AG, St-Gall; RS Vertriebs AG, St-Gall; Railcare AG, Härkingen; Retail Marketing Switzerland AG, Bâle (président); The Body Shop Switzerland AG, Uster; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Bâle; Transgourmet Holding AG, Bâle; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Suisse SA, Bâle



Philipp Wyss

Nationalité suisse

Formation:

Apprentissage d'employé de commerce et apprentissage de boucher

Parcours professionnel:

1990–1992: responsable des ventes chez Sempione Gehrig AG, Klus; 1993–1997: Senior Product Manager à la Fédération des coopératives Migros, Zurich; 1997–2003: Category Manager Viande, Poisson, Produits convenience frais chez Coop, Bâle; 2004–2008: responsable du Coop Category Management Produits frais chez Coop, Bâle; 2008–2009: chef de vente de la Région Suisse centrale – Zurich chez Coop; depuis 2009: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative, Bâle; 2009–2011: chef de la Direction Retail et directeur de la Région de vente Suisse centrale – Zurich de Coop Société Coopérative, Bâle; depuis 2012: chef de la Direction Marketing/Achats et vice-président de la Direction générale de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

AgeCore SA, Genève; Betty Bossi SA, Zurich (président); Casa del Vino SA, Zurich; Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (président); Hilcona AG, FL-Schaan; Marché Restaurants Suissa SA, Dietlikon (président); Peter Riegger Holding AG, Zoug; Transgourmet Holding AG, Bâle; Two Spice AG, Zurich; Zanini Vinattieri SA, Mendrisio

Autres fonctions et mandats:

Société suisse pour le marketing GfM (membre du comité directeur); conseil de fondation de la fondation Biore

Contrats de management

Aucun contrat de management n'a été conclu avec des tiers.

Rémunérations

Contenu et procédure de fixation des rémunérations et des programmes de participation

Les rémunérations versées aux membres du Conseil d'administration et à ceux de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative sont fixées par le Conseil d'administration sur la base de la proposition du président et de la vice-présidente du Conseil d'administration.

Les rémunérations versées pour les activités exercées par le Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative se composent d'un montant de base fixe lié à la fonction (présidence, vice-présidence, présidence du Conseil régional, membre) et d'une part variable, sous la forme de jetons de présence. Font exception le président et la vice-présidente du Conseil d'administration et le troisième membre du comité de contrôle, qui perçoivent une rémunération fixe (forfaitaire annuelle).

Les rémunérations versées aux membres de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative se composent d'un salaire brut de base fixé contractuellement et d'une part variable en espèces liée aux résultats (participation aux bénéfices). Celle-ci, basée sur le degré de réalisation du budget, ne peut excéder 20% du salaire brut.

Les rémunérations versées pour les activités exercées par le Conseil d'administration de Groupe Coop Société Coopérative, de Coop Société Coopérative et de Coop Immobilien AG se sont élevées en 2019 à 1.3 million de francs (année précédente: 1.3 million de francs). Les salaires bruts versés à la Direction générale ont totalisé 4.2 millions de francs en 2019 pour sept unités de personnel (année précédente: 4.1 millions de francs pour 7 unités de personnel). Les honoraires versés pour les activités exercées par le président et la vice-présidente du Conseil d'administration et par les membres de la Direction générale dans les filiales reviennent au Groupe Coop Société Coopérative ou à Coop Société Coopérative.

Il n'existe pas de dispositions spéciales en matière de caisse de pension pour le président ou la vice-présidente du Conseil d'administration, ni pour les membres de la Direction générale.

Droits de participation

Droits de vote

Les membres du Groupe Coop Société Coopérative sont représentés par les délégués de leur Région. Le droit de vote des délégués est attribué sur la base du nombre de membres Coop recensés dans les Régions concernées.

Quorums statutaires

A l'Assemblée des délégués, les décisions sont prises et les élections se font à la majorité absolue des voix valablement exprimées.

Convocation de l'Assemblée des délégués

Le Conseil d'administration convoque l'Assemblée des délégués au moins 20 jours à l'avance; la convocation doit mentionner les objets inscrits à l'ordre du jour et les propositions du Conseil d'administration. Une Assemblée extraordinaire peut être convoquée sur demande de plus d'un tiers des délégués.

Inscription d'objets à l'ordre du jour

Les délégués souhaitant faire inscrire un objet à l'ordre du jour d'une Assemblée ordinaire doivent adresser une demande au Conseil d'administration au moins 45 jours à l'avance.

Prises de contrôle et mesures de défense

Le Groupe Coop Société Coopérative n'a pas émis de parts sociales. Il n'existe pas de restrictions ou de dispositions statutaires.

Organe de révision

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

L'organe de révision étant investi du mandat pour une durée limitée à un an, sa réélection est soumise chaque année à l'Assemblée des délégués. Le mandat de révision est exercé depuis 2019 par KPMG pour le Groupe Coop Société Coopérative et pour la vérification des comptes annuels consolidés du groupe Coop. Le réviseur responsable, M. Jürg Meisterhans, a pris ses fonctions en 2019.

Honoraires des réviseurs

Pour ses prestations exécutées dans le cadre du mandat légal, l'organe de révision a facturé des honoraires pour un montant total de 3.5 millions de francs pendant l'exercice sous revue.

Honoraires supplémentaires

Pour ses prestations dépassant le cadre du mandat légal, l'organe de révision a facturé des honoraires pour un montant total de 0.6 millions de francs pendant l'exercice sous revue.

Outils d'information de l'organe de révision externe

Sur mandat du Conseil d'administration, le comité de contrôle vérifie les qualifications, l'indépendance et les prestations de l'organe de révision externe, et informe le Conseil d'administration du résultat de ses évaluations. Par ailleurs, il formule une recommandation à l'intention du Conseil d'administration et de l'Assemblée des délégués concernant l'élection ou la réélection de l'organe de révision externe.

Le réviseur responsable a participé à trois réunions du comité de contrôle en 2019, qui ont porté sur la planification de l'audit, les constatations faites par l'organe de révision externe et les mesures qui en ont découlé. Le réviseur responsable présente en outre chaque année un rapport à tous les membres du Conseil d'administration. L'organe de révision externe et la Révision interne se concertent par ailleurs au sujet de la méthodologie et du perfectionnement du système de contrôle interne.

Politique d'information

Le Groupe Coop Société Coopérative informe ses sociétaires par l'intermédiaire de ses trois hebdomadaires, Coopzeitung, Coopération et Cooperazione, ainsi que des sites Internet de Coop. Les sociétaires ont également à disposition le rapport de gestion du groupe Coop en version électronique sur Internet.

➔ report.coop.ch

L'Assemblée des délégués a lieu chaque année au printemps et à l'automne. Elle est l'occasion de faire le point sur la marche des affaires et d'approfondir des sujets d'actualité. Les délégués reçoivent le rapport de gestion du groupe Coop en même temps que l'invitation à l'Assemblée de printemps. Les comptes annuels du Groupe Coop Société Coopérative font partie intégrante de ce rapport de gestion. Les délégués reçoivent, par ailleurs, un rapport quadrimestriel écrit sur la marche des affaires.

En outre, une conférence de presse sur le bilan est organisée chaque année en février afin de communiquer au public les principaux chiffres d'affaires réalisés par le groupe Coop l'année précédente. Les événements importants qui se produisent au sein du groupe Coop font l'objet par ailleurs de communiqués de presse tout au long de l'année.

➔ www.coop.ch/medias

Management du groupe Coop

Coop Société Coopérative

Etat au 1^{er} avril 2020

Direction générale (DG)

Joos Sutter, président de la Direction générale
Reto Conrad, chef de la Dir. Informatique/Production/Services
Christian Coppey, chef de la Direction Immobilier
Daniel Hintermann, chef de la Direction Logistique
Daniel Stucker, chef de la Direction Trading
Adrian Werren, chef de la Direction Finances
Philipp Wyss, chef de la Direction Marketing/Achats

Direction Présidence de la Direction générale

Joos Sutter, président de la Direction générale
Frank Bertisch, responsable de la Révision interne
Luc Pillard, responsable des Ressources humaines Coop
Alfred Hubler, responsable du Secrétariat général
Jörg Ledermann, responsable de la Communication/Qualité/
Développement durable

Direction Retail

Joos Sutter, chef de la Direction Retail
Stefano Alberucci, directeur de la Région de vente BE
Ivo Dietsche, directeur de la Région de vente OT
Philippe Huwyler, responsable de Coop@home
Sissigno Murgia, directeur de la Région de vente SR
Peter Schmid, directeur de la Région de vente NWZZ
Roberto Villoria, responsable de Total Store national

Région de vente Suisse romande (SR)

Sissigno Murgia, directeur de la Région de vente SR
Claudia Schreen, responsable de la Vente Région Est
Stefan Silvestri, responsable de la Gestion/Controlling
Jean-Claude Chapuisat, responsable des Ressources humaines
Thierry Boudol, chef de vente VD/FR
Claudio Marra, chef de vente GE
Bertrand Pasteur, chef de vente VD/GE
Jean-Luc Peulet, chef de vente VS/VD
Laurent Voelin, chef de vente NE/JU/BE
Frederik Heller, chef de vente VD/FR/NE

Région de vente Berne (BE)

Stefano Alberucci, directeur de la Région de vente BE
Peter Jacobian, chef de vente Berne/Berthoud
Philippe Ziörjen, chef de vente Seeland/FR
Oliver Hasler, chef de vente Emmental/Thoune
Marcel Maurer, chef de vente Oberland bernois/Valais
Willy Kuhn, chef de vente SO/Haute-Argovie
Bruno Piller, responsable des Ressources humaines
André Wenger, responsable de la Gestion/Controlling

Région de vente Nord-Ouest de la Suisse-Suisse centrale-Zurich (NWZZ)

Peter Schmid, directeur de la Région de vente NWZZ
Dominique Vela, responsable de la Gestion/Controlling
André Aerne, chef de vente Lac de Zurich Nord
Urs Barmettler, chef de vente ZG/SZ
Christian Rüttimann, chef de vente AG Ouest/Olten
Marc Ellena, chef de vente Lac de Zurich Sud
Martin Fürst, chef de vente AG Est
Sandro Janko, chef de vente BL et environs

Herbert Müller, chef de vente LU
Isabelle Moesch, responsable des Ressources humaines
Jean-Claude Prosdocimo, chef de vente Zurich Nord
Besim Ramadani, chef de vente Zurich Ville
Christine Keller, cheffe de vente BS et environs

Région de vente Suisse orientale-Tessin (OT)

Ivo Dietsche, directeur de la Région de vente OT
Johannes Hummel, responsable de la Gestion/Controlling
Patrick Wiler, responsable des Ressources humaines
Mario Colatrella (jusqu'au 30.06.2020), chef de vente
Dario a Marca (à partir du 01.01.2020), chef de vente TI
Rolf Gurtner, chef de vente SG Est/Al/AR/FL/GL
Shenasi Haziri, chef de vente SG Ouest/TG
Sven Herzog, chef de vente Winterthour/SH
Annatina Mehli (à partir du 01.03.2020), cheffe de vente GR

Direction Trading

Daniel Stucker, chef de la Direction Trading
Martin Meier, responsable de la Gestion/Controlling
Claudia Aeschlimann, responsable des Ressources humaines
Antonella Catellani, responsable de Total Store/Développement
des PdV

Coop City

Christian Staub, responsable des Coop City
Rita Zicola, responsable de la Vente Région Centre
Daniel Tona, responsable de la Vente Région Ouest

Coop Brico+Loisirs

Andreas Siegmann, responsable des Brico+Loisirs
Walter Rüegg, responsable du CM/Achats Brico+Loisirs
Marco Bertoli, CM Plantes
Marc Rheia, CM Loisirs/Sport/Décoration
Gabriele Vassena, CM Bricolage/Outils et matériel électriques
Dario Oemeroglu, CM Construction/Aménagement intérieur
Lukas Frey, CM Jardinage

Interdiscount/Microspot.ch

Pierre Wenger, responsable de la division Interdiscount/Microspot
Vito Armetta, responsable de la Vente
Martin Koncilja, responsable du Marketing
Peter Späni, responsable du CM/Achats
Ingo Arnold, responsable du CM Non Food
Georg Weinhofer, responsable de la Place de marché/Logistique/
Services
Marc Zesiger, responsable de l'Informatique
Roland Frefel, responsable du CCM

Livique / Lumimart

Oliver Roth, responsable de la division Livique/Lumimart

Import Parfumerie

Michael Susta, responsable de la division Import Parfumerie

Christ Uhren & Schmuck

Poste vacant

Coop Vitality AG

Daniel Stucker, président du Conseil d'administration
Virginie Emmanuelle Pache Jeschka, responsable de Coop Vitality

Ing. dipl. Fust SA

Daniel Stucker, président du Conseil d'administration
Thomas Giger, responsable d'Ing. dipl. Fust SA
Marc Haselbach, responsable de la Vente Commerce de détail
Silvio Cioffi, responsable du secteur Entreprise générale Novacasa
Giovanni De Mieri, responsable du secteur Multimédia
Peter Fankhauser, responsable des Finances & Services
Susanne Benz, responsable du secteur Electroménager
Manfred Spiller, responsable du secteur Cuisine/Salle de bains

RS Vertriebs AG

Daniel Stucker, président du Conseil d'administration
Peter Rothenbühler, responsable de RS Vertriebs AG

The Body Shop Switzerland AG

Daniel Stucker, président du Conseil d'administration
Adrian Känel, responsable de The Body Shop Switzerland SA

Direction Marketing/Achats

Philipp Wyss, chef de la Direction Marketing/Achats

Restaurants

Kaspar Wittwer, responsable des Restaurants Coop

CM/Achats Produits frais 1

Silvio Baselgia, responsable du CM/Achats Produits frais 1
Andreas Allenspach, CM/Achats Fruits et légumes/Fleurs coupées
Marc Helfenstein, CM/Achats Produits convenance frais
Oliver Krüsi, CM/Achats Pain/Produits de boulangerie

CM/Achats Produits frais 2

Marc Muntwyler, responsable du CM/Achats Produits frais 2
Yves Grüninger, CM/Achats Produits laitiers/Œufs
Fabian Schneider, CM/Achats Viande
Matthias Hofer, CM/Achats Produits surgelés/Poisson

CM/Achats Aliments de base/Produits d'entretien

Andrea Kramer, responsable du CM/Achats Aliments de base/
Produits d'entretien
Daniel Böni, CM/Achats Biscuits et confiseries/Snacks salés
Olivier Compagnon, CM/Achats Lessives et produits d'entretien/
Hygiène
Philipp Nyffenegger, CM/Achats Petit-déjeuner/Pâtisserie
Pascal Seiler, CM/Achats Produits convenance non périssables/
Féculents

CM/Achats Boissons/Produits spéciaux

Simon Grieder, responsable du CM/Achats Boissons/Produits
spéciaux
Sylvia Berger, CM/Achats Vins/Vins mousseux
Tobias Schuler, CM/Achats Animalerie
Laura Schmidt, CM/Achats Boissons rafraîchissantes/Bières/
Spiritueux
Daniel Vonach, CM/Achats Produits spéciaux/Kiosque

CM/Achats Near Food/Non Food

Pia Bracher, responsable du CM/Achats Near Food/Non Food
Karena Breitenbach, CM/Achats Produits cosmétiques/Vitashop
Pascal Probst, CM/Achats Papeterie/Articles de voyage/Linge de
maison/Articles de fête
Christian Jochberg, CM/Achats Electroménager/Cuisine/Arts de
la table
Roy Mor, CM/Achats Confection/Bijoux
Patrick Steiner, CM/Achats Articles pour bébés/Confection enfant/
Jouets/F&F

Services CM/Achats

Andreas Olloz, responsable des Services CM/Achats
Rico Bossi, responsable de SBO/SCM Points de vente
Mauro Manacchini, responsable de projet Food

Marketing/Services numériques

Thomas Schwetje, responsable du Marketing/Services numériques
Philipp Schenker, responsable de la Promotion des ventes/Études
de marché

Betty Bossi AG

Philipp Wyss, président du Conseil d'administration
Lars Feldmann, directeur

Marché Restaurants Suisse SA

Philipp Wyss, président du Conseil d'administration
Raoul König, directeur

Alifresca AG

Philipp Wyss, président du Conseil d'administration
Vladimir Cob, directeur
Mauro Manacchini, responsable de projet

Eurogroup Far East Ltd.

Philipp Wyss, président du Conseil d'administration
Peter Hauser, directeur

Direction Logistique

Daniel Hintermann, chef de la Direction Logistique et responsable
de la Région logistique BE
Christoph Eigenmann, responsable de la Région logistique OT
Sébastien Jacquet, responsable de la Région logistique SR
Domenico Repetto, responsable de la Région logistique NWZZ
Beat Zaugg, responsable de la Logistique nationale

Railcare AG

Daniel Hintermann, président du Conseil d'administration
Philipp Wegmüller, président de la Direction générale

Direction Finances

Adrian Werren, chef de la Direction Finances et responsable des
Services financiers
Hansjörg Klossner, responsable de la Comptabilité
Yves Krätli, responsable du Controlling
Martin Meier, responsable du Shared Service Center de gestion
d'entreprise

Direction Immobilier

Christian Coppey, chef de la Direction Immobilier
Claudio Casal, responsable de la Région immobilière SR
Stefano Donzelli, responsable de la Gestion/Controlling
Victor Manuel Martinez, responsable de la Région immobilière BE
Klaus Sedlmeyer, responsable de la Région immobilière NWZZ
Philippe Sublet, responsable des Centres commerciaux National
Fritz Ulmann, responsable de la Région immobilière OT

Direction Informatique/Production/Services

Reto Conrad, chef de la Direction Informatique/Production/
Services
August Harder, responsable de l'Informatique
Martin von Bertrab, responsable de BâleHotels
Stephan Rupprecht, responsable des Projets
Romeo Sciaranetti, responsable de Swissmill
Andreas Hasler, responsable de Chocolats Halba/Sunray
Christian Koch, responsable de Steinfels Swiss
Gerhard Marty, responsable de Reismühle Brunnen/Nutrex

Update Fitness AG

Reto Conrad, président du Conseil d'administration
Michael Ammann, directeur

Coop-ITS-Travel AG

Reto Conrad, président du Conseil d'administration
Andreas Restle, directeur

Centre de séminaires Coop

Reto Conrad, président du conseil de fondation
Martin von Bertrab, délégué du conseil de fondation

Société coopérative Centre de Séminaires "du Léman"

Reto Conrad, président du Conseil d'administration
Martin von Bertrab, délégué du Conseil d'administration

Maison tropicale de Frutigen

Marcel Baillods, directeur

Autres filiales

Coop Mineraloel AG

Hansueli Loosli, président du Conseil d'administration
Roger Oser, président de la Direction générale
Dominik Köppel, responsable de la Distribution
Andreas Parpart, responsable du Marketing & Achats
Jörg Biermann, responsable de l'Approvisionnement & Commerce
Marc Salathe, responsable des Finances & Informatique

Transgourmet Holding AG

Hansueli Loosli, président du Conseil d'administration

Transgourmet Central and Eastern Europe

John Matthew, président de la Direction générale Europe de l'Est,
Finances, Administration
Frank Seipelt, président de la Direction générale Allemagne
Manfred Hofer, directeur des Achats, des Entreprises de
production et du Numérique

Transgourmet Pologne

Alexander Orlowski, président de la Direction générale
et directeur Cash & Carry
Piotr Kolodziejczak, directeur des Finances/Controlling
Piotr Sklodowski, directeur des Achats/Marketing
Christian Alberty, directeur du Foodservice

Selgros Roumanie

Robert Hellwagner, président de la Direction générale
Herwig Arvay, directeur des Finances/Informatique
Robert Hellwagner, directeur des Achats/Marketing & Distribution

Selgros Russie

Michael Zipfel, président de la Direction générale
Jens Frerichs, directeur des Achats
Maximilian von Blanquet, directeur des Finances
Sergej Kuropatov, directeur de la Distribution

Transgourmet France

Eric Decroix, président de la Direction générale
Caroline Besselièvre, responsable des Ressources humaines
Yves Cebron, directeur Commercial et de l'Offre
Edith Hertz, vice-présidente de la Direction générale

Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, président de la Direction générale et directeur
des Finances
Thomas Panholzer, président de la Direction générale et directeur
de la Vente
Manuel Hofer, directeur des Achats/Marchandises
Jürgen Krizmanich, directeur de l'Implantation
Michael Steinmair, directeur de la Logistique

Transgourmet Suisse

Philipp Dautzenberg, président de la Direction générale
Patrick Lobsiger, responsable du Marketing et des Achats
Stefan Tschumi, responsable des Ressources humaines
Andrea Pellizzari, responsable des Finances/Controlling/
Construction/Immobilier
Michael Kocher, responsable de l'Informatique (depuis T1 2019)
Ralph Zigerlig, responsable de la Vente Suisse

Bell Food Group SA

Hansueli Loosli, président du Conseil d'administration
Lorenz Wyss, président de la Direction du groupe, CEO
Volker Baltes, membre de la Direction du groupe
Xavier Buro, membre de la Direction du groupe, CFO
Marco Tschanz, membre de la Direction du groupe

Services communs

Davide Elia, responsable du Corporate Marketing/Communication
Michael Gloor, responsable de la Révision interne/Compliance
Bernhard Lengacher, responsable des Ressources humaines Bell
Food Group
Etienne Petitjean, responsable du Secrétariat général
Marco Tschanz, responsable de l'Informatique Bell Food Group

Domaine d'activité Convenience

Volker Baltes, responsable du domaine d'activité Convenience
Thomas Bodenmann, responsable de la division Hügli
Martin Henck, responsable de la division Hilcona
André von Steiger, responsable de la division Eisberg

Bell Suisse

Lorenz Wyss, responsable de la division Bell Suisse
Philipp Allemann, responsable de la Production/Achats
Johannes Meister, responsable des Ressources humaines de Bell
Suisse
Marko Pirc, responsable des Finances/Controlling Bell Suisse
Christoph Schatzmann, responsable du Management de la qualité/
Développement durable
Christine Schlatter, responsable de la Vente/Marketing

Bell International

Marco Tschanz, responsable du domaine d'activité Bell
International
Daniel Böhny, responsable de la division Bell Europe de l'Ouest/
de l'Est
Johannes Huber, responsable de la division Hubers/Sütæg
Christian Schröder, responsable de la division Bell Allemagne

Domaine d'activité Finances/Services

Xavier Buro, domaine d'activité Finances/Services

Le groupe Coop en chiffres

Chiffres-clés	74
Les principaux chiffres-clés	74
Evolution du groupe Coop	75
Produit net	76
Points de vente/Magasins	77
Investissements (flux financiers)	78
Compte de la valeur ajoutée	79
Personnel	80
Développement durable	84
Rapport sur l'exercice	86
Comptes annuels consolidés	88
Compte de résultat consolidé	88
Bilan consolidé	89
Tableau de flux de trésorerie consolidé	90
Tableau de variation des fonds propres	91
Annexe aux comptes annuels consolidés	92
Rapport de l'organe de révision	114

Tous les chiffres sont arrondis individuellement

Chiffres-clés

Les principaux chiffres-clés

Chiffre d'affaires total

30 669 Mio CHF

Produit net Groupe

29 633 Mio CHF

dont

20 159 Mio CHF Suisse

9 474 Mio CHF Etranger

Produit net Secteurs

17 986 Mio CHF Commerce de détail

14 148 Mio CHF Commerce de gros/
Production

Produit net Commerce en ligne

913 Mio CHF Commerce de détail

1 691 Mio CHF Commerce de gros/
Production

Effectifs au 31.12

47 455 Commerce de détail

42 852 Commerce de gros/Production

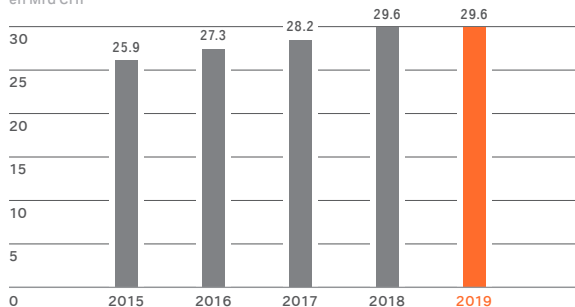
Apprentis au 31.12

2 459 Commerce de détail

996 Commerce de gros/Production

Produit net

en Mrd CHF



Résultat d'exploitation

2 046 Mio CHF EBITDA

6.9% du produit net

782 Mio CHF EBIT

2.6% du produit net

Résultat de l'exercice

531 Mio CHF

1.8% du produit net

Fonds propres

10 265 Mio CHF

50.2% Part des fonds propres

Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation

1 877 Mio CHF

Investissements en immobilisations corporelles

888 Mio CHF Suisse

360 Mio CHF Etranger

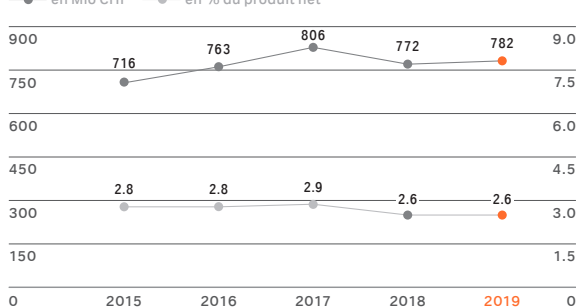
Nombre de points de vente/magasins

2 333 Commerce de détail

145 Commerce de gros/Production

Résultat d'exploitation (EBIT)

● en Mio CHF ● en % du produit net



Evolution du groupe Coop

en Mio CHF ou selon indication	2015	2016	2017	2018	2019
Chiffre d'affaires total	26 932	28 322	29 207	30 662	30 669
Commerce de détail	17 253	17 162	17 405	17 743	17 986
Commerce de gros/Production	10 611	12 248	13 006	14 170	14 148
Consolidation	-1 969	-2 151	-2 259	-2 348	-2 502
Produit net résultant de livraisons et de prestations	25 895	27 259	28 152	29 565	29 633
dont produit net Suisse	19 252	19 251	19 476	19 931	20 159
en % du produit net	74.3	70.6	69.2	67.4	68.0
dont produit net Etranger	6 643	8 008	8 676	9 634	9 474
en % du produit net	25.7	29.4	30.8	32.6	32.0
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)	1 933	2 044	1 994	2 103	2 046
en % du produit net (marge EBITDA)	7.5	7.5	7.1	7.1	6.9
Résultat d'exploitation (EBIT)	716	763	806	772	782
en % du produit net (marge EBIT)	2.8	2.8	2.9	2.6	2.6
Résultat de l'exercice	416	475	485	473	531
en % du produit net (marge bénéficiaire)	1.6	1.7	1.7	1.6	1.8
Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation	1 653	1 582	1 453	1 701	1 877
en % du produit net (marge cash-flow)	6.4	5.8	5.2	5.8	6.3
Flux financiers provenant de l'activité d'investissement	-1 477	-1 939	-1 473	-1 792	-1 391
en % du produit net	5.7	7.1	5.2	6.1	4.7
Flux financiers provenant de l'activité de financement	-301	238	-238	325	-536
Free cash-flow¹	234	61	99	218	533
Total du bilan	17 654	18 663	19 482	20 364	20 456
Fonds propres avec parts des minoritaires	8 401	8 928	9 339	9 754	10 265
Part des fonds propres avec parts des minoritaires en %	Objectif > 40.0	47.6	47.8	47.9	50.2
Dettes financières	4 700	5 043	5 096	5 781	5 348
Dettes financières nettes	3 614	4 061	4 368	4 832	4 427
Facteur d'endettement	Objectif < 3.0	1.9	2.0	2.2	2.2
Facteur de couverture des intérêts²	Objectif > 8.0	25.4	33.8	40.2	42.7
EPT (apprentis inclus) au 31.12	69 039	73 451	74 638	77 448	78 264
Effectifs (apprentis inclus) au 31.12	79 954	85 001	86 424	89 579	90 307
Apprentis au 31.12	3 410	3 505	3 486	3 449	3 455
Commerce de détail, nombre points de vente/magasins au 31.12	2 198	2 254	2 296	2 313	2 333
Commerce de détail, surface de vente en m² au 31.12	1 814 469	1 852 653	1 869 362	1 882 500	1 891 825
Commerce de gros/Production, nombre points de vente/magasins au 31.12	214	226	142	145	145
Commerce de gros/Production, surface de vente en m² au 31.12	938 768	1 004 472	1 007 100	1 008 731	1 004 633
Nombre de membres	2 536 800	2 542 848	2 582 309	2 547 851	2 536 702

Chiffres des années précédentes adaptés

¹ Définition du free cash-flow: flux financiers provenant de l'activité d'exploitation, déduction faite des investissements nets dans les immobilisations corporelles et incorporelles

² Définition du facteur de couverture des intérêts: EBITDA/Charges d'intérêts et autres charges financières

Produit net

en Mio CHF	2019	2018			
Supermarchés Coop	10 452	10 408			
Coop@home	159	151			
Interdiscount	1 048	1 014			
Coop City	764	769			
Coop Brico+Loisirs	630	629			
Livique/Lumimart	201	197			
Import Parfumerie	147	146			
Christ Montres & Bijoux	78	81			
Ing. dipl. Fust SA	1 051	1 031			
Coop Vitality AG	213	202			
The Body Shop Switzerland SA	27	29			
Coop Mineraloel AG	2 478	2 476			
Betty Bossi SA	81	75			
Marché Restaurants Suisse SA	113	111			
Coop Restaurants	245	245			
Autres sociétés et effets liés à la consolidation du secteur	298	179			
Formats spécialisés	7 534	7 335			
Commerce de détail	17 986	17 743			
	en Mio EUR	2019	2018		
Transgourmet France		1 233	1 190	1 372	1 375
Transgourmet Central and Eastern Europe		5 410	5 302	6 019	6 124
Transgourmet Suisse				1 713	1 598
Transgourmet Österreich		566	529	630	611
Autres sociétés et effets liés à la consolidation Transgourmet				2	2
Groupe Transgourmet				9 737	9 710
Bell Food Group				4 013	4 059
Coop Société Coopérative Production				815	802
Autres sociétés et effets liés à la consolidation du secteur				-417	-401
Commerce de gros/Production				14 148	14 170
Consolidation Groupe Coop				-2 502	-2 348
Produit net				29 633	29 565
Autres produits d'exploitation				1 036	1 097
Chiffre d'affaires total				30 669	30 662
dont produit net Commerce en ligne				2 605	2 329
Commerce en ligne Electronique domestique				602	512
– Microspot.ch				279	242
– Nettoshop.ch				91	88
– Autres				231	181
Coop@home				159	151
Autre Commerce en ligne, Commerce de détail				153	122
Commerce en ligne, Commerce de détail				913	785
Commerce en ligne, Commerce de gros/Production				1 691	1 544
dont produit net Suisse				20 159	19 931
dont produit net Etranger				9 474	9 634

Chiffres des années précédentes adaptés

Points de vente/Magasins

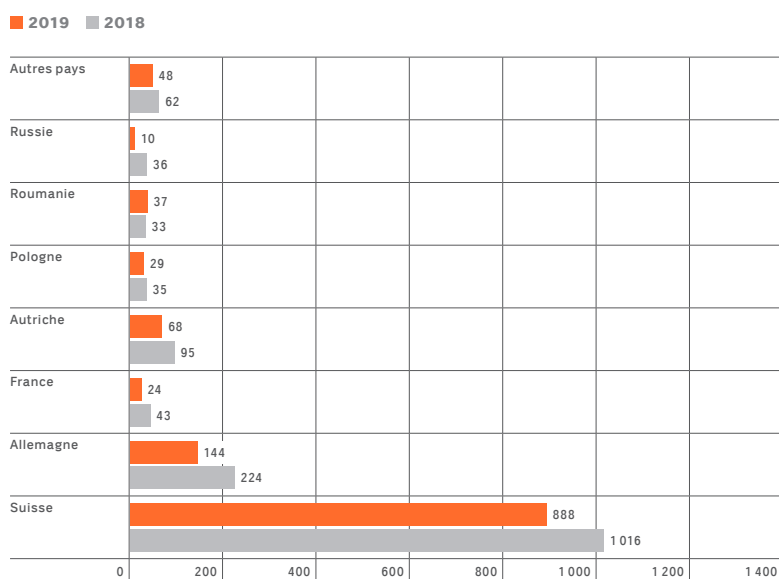
	2019	Nombre au 31.12 2018	Surface de vente en m ² au 31.12 2019	Surface de vente en m ² au 31.12 2018
Supermarchés Coop	931	918	998 966	988 896
Interdiscount	179	186	56 418	62 467
Coop City	31	30	130 600	126 031
Coop Brico+Loisirs	73	74	307 197	309 920
Livique/Lumimart	44	46	118 466	123 965
Import Parfumerie	115	118	9 593	9 864
Christ Montres & Bijoux	64	65	5 254	5 395
Ing. dipl. Fust SA	159	155	87 893	87 988
Coop Vitality AG	84	78	10 100	9 623
The Body Shop Switzerland SA	45	45	2 610	2 659
Coop Mineraloel AG	322	318	37 897	37 329
Marché Restaurants Suisse SA	35	33	15 673	15 481
Coop Restaurants	198	201	60 963	59 510
BâleHotels	4	4	0	0
update Fitness AG	48	40	50 195	43 372
Tropenhäuser	1	2		
Formats spécialisés	1 402	1 395	892 859	893 604
Commerce de détail	2 333	2 313	1 891 825	1 882 500
Transgourmet Central and Eastern Europe	101	102	821 592	829 831
Transgourmet Suisse	31	30	127 560	123 419
Transgourmet Österreich	13	13	55 481	55 481
Groupe Transgourmet	145	145	1 004 633	1 008 731
Commerce de gros/Production	145	145	1 004 633	1 008 731
Groupe Coop	2 478	2 458	2 896 458	2 891 231

Chiffres des années précédentes adaptés

Investissements (flux financiers)

en Mio CHF	2015	2016	2017	2018	2019
Suisse	1 202	992	920	1 016	888
Allemagne	94	160	161	224	144
France	34	27	27	43	24
Autriche		191	58	95	68
Pologne	74	36	32	35	29
Roumanie	17	40	23	33	37
Russie	13	47	38	36	10
Autres pays	20	20	22	62	48
Etranger	253	517	361	527	360
Investissements immobilisations corporelles	1 455	1 509	1 281	1 544	1 248
Désinvestissements immobilisations corporelles	105	107	59	198	41
Investissements nets immobilisations corporelles	1 350	1 402	1 222	1 346	1 206
Autres investissements nets	127	537	251	446	184
Investissements nets	1 477	1 939	1 473	1 792	1 391

Investissements immobilisations corporelles par pays en Mio CHF



Compte de la valeur ajoutée

en Mio CHF	2019	2018	Indice %
Produit net résultant de livraisons et de prestations	29 633	29 565	100.2
Autres prestations d'exploitation	1 078	1 139	94.6
Charges de marchandises et autres prestations en amont	22 418	22 475	99.7
Valeur ajoutée brute	8 292	8 230	100.8
Amortissements/autres	1 275	1 315	96.9
Valeur ajoutée de l'entreprise	7 017	6 914	101.5
Personnel			
Salaires et honoraires	3 884	3 821	101.7
Charges sociales/autres prestations	1 259	1 232	102.2
Collectivité publique	1 196	1 213	98.6
Prêteurs	41	49	83.3
Parts des minoritaires	105	126	83.7
Bénéfices accumulés (autofinancement)	531	473	112.4
Répartition de la valeur ajoutée	7 017	6 914	101.5

Chiffres des années précédentes adaptés

Le compte de la valeur ajoutée du groupe Coop présente la valeur ajoutée créée par le groupe et l'utilisation qu'il en a faite. L'objectif du groupe Coop est de créer une valeur ajoutée durable afin d'assurer la pérennité des entreprises du groupe et de préserver les emplois.

La plus grande partie de la valeur ajoutée créée, à savoir 73.3% (année précédente 73.1%), est distribuée aux collaborateurs du groupe Coop. Le groupe Coop comptait 78 264 EPT (année précédente: 77 448).

17.0% (année précédente 17.5%) de la valeur ajoutée sont versés à la collectivité publique sous forme d'impôts, de droits de douane et de taxes.

La part versée aux prêteurs sous forme d'intérêts s'établit à 0.6% (année précédente 0.7%). En raison du bas niveau des taux d'intérêt, cette part reste assez faible.

L'affectation d'une part appropriée des bénéfices à l'autofinancement permet à l'entreprise d'assurer sa pérennité, de préserver les emplois et de répercuter ses résultats sur le client de manière conforme au marché.

Personnel

EPT

	2019	2018
Supermarchés Coop	18 945	18 833
Coop@home	158	151
Interdiscount	1 679	1 658
Coop City	2 028	2 016
Coop Brico+Loisirs	1 603	1 601
Livique/Lumimart	561	561
Import Parfumerie	502	503
Christ Montres & Bijoux	281	296
Ing. dipl. Fust SA	2 173	2 129
Coop Vitality AG	686	649
The Body Shop Switzerland SA	152	166
Coop Mineraloel AG	116	107
Betty Bossi SA	99	102
Marché Restaurants Suisse SA	616	627
Coop Restaurants	1 568	1 581
Autres sociétés	1 000	999
Logistique/Services communs	5 547	5 517
Commerce de détail	37 714	37 497
Transgourmet France	2 992	3 101
Transgourmet Central and Eastern Europe	21 329	20 713
Transgourmet Suisse	2 016	1 775
Transgourmet Österreich	1 616	1 658
Groupe Transgourmet	27 953	27 246
Bell Suisse	4 771	4 848
Bell Etranger	6 022	6 007
Bell Food Group	10 793	10 855
Coop Société Coopérative Production	1 792	1 838
Autres sociétés	12	12
Commerce de gros/Production	40 550	39 952
EPT (apprentis inclus) au 31.12	78 264	77 448

Effectifs

	2019	2018
Supermarchés Coop	24 893	24 782
Coop@home	161	155
Interdiscount	1 753	1 792
Coop City	2 519	2 518
Coop Brico+Loisirs	2 013	2 003
Livique/Lumimart	644	640
Import Parfumerie	657	672
Christ Montres & Bijoux	386	401
Ing. dipl. Fust SA	2 248	2 208
Coop Vitality AG	949	893
The Body Shop Switzerland SA	210	220
Coop Mineraloel AG	119	110
Betty Bossi SA	120	127
Marché Restaurants Suisse SA	922	898
Coop Restaurants	2 049	2 050
Autres sociétés	1 797	1 754
Logistique/Services communs	6 015	5 972
Commerce de détail	47 455	47 195
Transgourmet France	3 058	3 115
Transgourmet Central and Eastern Europe	22 501	22 145
Transgourmet Suisse	2 205	1 963
Transgourmet Österreich	1 727	1 764
Groupe Transgourmet	29 491	28 987
Bell Suisse	5 175	5 241
Bell Etranger	6 302	6 224
Bell Food Group	11 477	11 465
Coop Société Coopérative Production	1 872	1 920
Autres sociétés	12	12
Commerce de gros/Production	42 852	42 384
Effectifs (apprentis inclus) au 31.12	90 307	89 579

Apprentis

	2019	2018
Supermarchés Coop	1 295	1 359
Interdiscount	325	345
Coop City	157	155
Coop Brico+Loisirs	121	117
Livique/Lumimart	35	35
Import Parfumerie	45	42
Christ Montres & Bijoux	23	29
Ing. dipl. Fust SA	87	92
Coop Vitality AG	135	132
The Body Shop Switzerland SA	1	1
Coop Mineraloel AG	4	4
Betty Bossi SA	1	1
Marché Restaurants Suisse SA	15	10
Coop Restaurants	15	22
Autres sociétés	32	40
Logistique/Services communs	168	165
Commerce de détail	2 459	2 549
Transgourmet France	89	87
Transgourmet Central and Eastern Europe	565	467
Transgourmet Suisse	83	84
Transgourmet Österreich	73	80
Groupe Transgourmet	810	718
Bell Suisse	81	80
Bell Etranger	74	75
Bell Food Group	155	155
Coop Société Coopérative Production	31	27
Commerce de gros/Production	996	900
Apprentis au 31.12	3 455	3 449

Chiffres des années précédentes adaptés

Diversité collaborateurs

en %	Commerce de détail 2019	Commerce de détail 2018	Commerce de gros/Production 2019	Commerce de gros/Production 2018	2019	Groupe Coop 2018
Conditions d'engagement						
Collaborateurs à temps plein	56.5	56.7	81.0	81.8	68.1	68.6
Collaborateurs à temps partiel	43.5	43.3	19.0	18.2	31.9	31.4
Proportion de femmes						
parmi les collaborateurs à temps plein	43.9	44.0	37.3	38.0	40.1	40.6
parmi les collaborateurs à temps partiel	86.2	86.1	62.6	63.3	79.5	79.9
dans le management	42.1	41.4	26.3	25.6	35.8	35.3
dans le CA et la DG du Groupe Coop Société Coopérative					29.4	29.4
Proportion d'actifs de plus de 50 ans	25.7	26.6	27.1	26.6	26.4	26.6
Apprentis						
Vente	85.9	86.2	28.4	26.9	69.3	70.7
Commerce	5.0	5.1	38.8	42.1	14.8	14.7
Arts et métiers/autres	9.1	8.7	32.8	31.0	15.9	14.6
Pays d'emploi						
Suisse	99.6	99.7	21.6	21.5	62.6	62.7
Allemagne			31.3	31.4	14.9	14.9
Pologne			11.5	11.3	5.5	5.3
Roumanie			10.9	11.1	5.2	5.2
France			8.1	8.3	3.8	3.9
Autriche			7.3	6.9	3.5	3.3
autres	0.4	0.3	9.3	9.5	4.5	4.7
Nationalité¹						
Suisse	67.3	67.8	43.9	44.2	63.6	64.3
Etranger	32.7	32.2	56.1	55.8	36.4	35.7

Chiffres des années précédentes adaptés

¹ Employés des sociétés domiciliées en Suisse uniquement

Développement durable

Produits durables

	2015	2016	2017	2018	2019
Chiffre d'affaires des produits durables					
en Mio CHF					
Chiffre d'affaires des produits durables Groupe Coop	3 543	3 855	4 256	4 671	4 711
dont bio	1 174	1 255	1 389	1 653	1 793
dont Fairtrade ¹	373	462	514	755	760

Chiffres des années précédentes adaptés

¹Hors UTZ et Rainforest Alliance jusqu'en 2017

Emballages

en tonnes

Réduction et optimisation des emballages Commerce de détail	85	230	145	336	273
Réduction et optimisation des emballages Commerce de gros/Production	145	334	287	605	277
Réduction et optimisation des emballages Supermarchés depuis 2012					24 000

Protection du climat et de l'environnement

	2015	2016	2017	2018	2019
Consommation d'énergie					
en mégawattheures					
Commerce de détail	1 127 499	1 134 156	1 167 296	1 115 086	1 125 824
Commerce de gros/Production ¹	1 441 986	1 527 834	1 602 460	1 593 851	1 610 206
Consommation totale d'énergie	2 569 485	2 661 990	2 769 756	2 708 937	2 736 030

Chiffres des années précédentes adaptés

¹Hors groupe Hügli jusqu'en 2018

Energies renouvelables

Part en %

Commerce de détail	66.8	68.0	68.5	71.5	70.5
Commerce de gros/Production ¹	37.0	36.3	39.6	40.1	37.4
Part d'énergies renouvelables	50.1	49.8	51.8	53.7	51.6

Chiffres des années précédentes adaptés

Emissions de dioxyde de carbone (CO₂)

en tonnes

Commerce de détail	107 135	103 849	105 751	97 983	97 393
Commerce de gros/Production ¹	350 062	367 049	309 806	322 224	363 463
Emissions globales de dioxyde de carbone (CO ₂)	457 197	470 898	415 557	420 207	460 855

Chiffres des années précédentes adaptés

¹Hors groupe Hügli jusqu'en 2018

2015 2016 2017 2018 2019

Consommation d'eau

en milliers de mètres cubes

Commerce de détail	1 060	1 282	1 300	1 378	1 313
Commerce de gros/Production ¹	5 632	5 902	6 115	6 756	6 069
Consommation d'eau totale	6 692	7 184	7 415	8 134	7 382

¹ Hors groupe Hügli jusqu'en 2018

Déchets

Taux de valorisation

en %

Commerce de détail	80.0	80.2	80.7	80.5	81.2
Commerce de gros/Production ¹	70.1	73.4	76.9	78.6	79.7

Volume des déchets

en tonnes

Commerce de détail	129 896	134 145	139 445	136 665	132 710
Commerce de gros/Production ¹	65 409	84 085	109 551	124 073	139 143
Volume total des déchets	195 305	218 230	248 996	260 738	271 853

¹ Hors groupe Hügli jusqu'en 2018

Engagement sociétal

2015 2016 2017 2018 2019

Engagement sociétal

en milliers de CHF

Fonds Coop pour le développement durable	17 000	18 655	17 511	17 146	16 850
Parrainage Coop pour les régions de montagne	860	827	700	606	597
Autres contributions à des projets de société	6 496	6 053	5 782	6 952	7 176
Engagement sociétal total	24 356	25 535	23 993	24 704	24 623

Rapport sur l'exercice

Compte de résultat

Produit net résultant de livraisons et de prestations

Le produit net du groupe Coop se compose des produits nets générés par les secteurs Commerce de détail et Commerce de gros/Production. En 2019, il a augmenté de 0.2%, atteignant 29 633 millions de CHF (année précédente: 29 565 millions de CHF). Le chiffre d'affaires total du groupe Coop s'est établi à 30 669 millions de CHF (année précédente: 30 662 millions de CHF). Les magasins en ligne du groupe ont généré un produit net de 2 605 millions de CHF (année précédente: 2 329 millions de CHF), soit une hausse de 11.8%, hausse à laquelle les deux secteurs ont contribué.

Résultat d'exploitation (EBIT)

Les frais de personnel et les autres charges d'exploitation ont atteint respectivement 5 102 et 3 205 millions de CHF. Le résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissement (EBITDA) s'est établi à 2 046 millions de CHF (année précédente: 2 103 millions de CHF) et la marge EBITDA, à 6.9%, légèrement inférieure à celle de l'année précédente.

Les amortissements, d'un montant total de 1 264 millions de CHF, se sont composés d'amortissements sur les terrains, bâtiments et installations de 567 millions de CHF, d'amortissements sur les autres immobilisations corporelles de 464 millions de CHF, d'amortissements sur le goodwill de 102 millions de CHF et d'amortissements sur les autres immobilisations incorporelles de 131 millions de CHF. Le résultat d'exploitation (EBIT) s'est inscrit à 782 millions de CHF (année précédente: 772 millions de CHF) pour une marge EBIT de 2.6%, inchangée par rapport à l'année précédente.

Résultat de l'exercice

Le résultat des comptabilisations en monnaies étrangères et le résultat financier affichent une perte totale de 47 millions de CHF (année précédente: perte de 40 millions de CHF). Après prise en compte d'une perte hors exploitation de 6 millions de CHF, des impôts sur les bénéfices de 93 millions de CHF (année précédente: 140 millions de CHF) et des parts des minoritaires de 105 millions de CHF (année précédente: 126 millions de francs), le résultat de l'exercice a atteint 531 millions de CHF, soit 59 millions de plus que l'année précédente.

Secteurs

Commerce de détail

Dans le Commerce de détail, Coop affiche un produit net de 17 986 millions de CHF, soit une progression de 1.4%. Les supermarchés Coop ont vu leur fréquentation augmenter de 2.5% et leur produit net grimper à 10 452 millions de CHF, dépassant le niveau de l'année précédente de 0.4%.

Les formats spécialisés ont vu leur produit net s'améliorer de 2.7% pour s'établir à 7 534 millions de CHF. Les enseignes du domaine de l'électronique domestique ont réalisé un produit net de 2 099 millions de CHF, soit 2.6% de plus que l'année précédente, renforçant ainsi leur position de leader dans leur secteur.

Livique/Lumimart a une nouvelle fois gagné des parts de marché; son produit net a progressé de 2.0% pour s'établir à 201 millions de CHF. Coop Brico+Loisirs, qui a réalisé un produit net de 630 millions de francs, quasi identique à celui de l'année précédente, reste numéro un du marché du bricolage.

Les Grands Magasins Coop City ont vu leur produit net reculer de 0.6% pour s'établir à 764 millions de francs – une baisse liée à la réalisation de deux grands projets de réaménagement. Ils ont malgré tout réussi à gagner des parts de marché dans un contexte économique difficile.

Coop Mineraloel AG reste numéro un avec un produit net s'établissant à 2 478 millions de CHF, soit au niveau de l'année précédente, tandis que les Coop Pronto ont progressé de 1.9%.

Coop Vitality AG a continué de se développer de manière favorable, avec un produit net atteignant 213 millions de CHF, en augmentation de 5.8%.

Les magasins en ligne du Commerce de détail ont vu leur produit net s'accroître de 16.3% pour s'établir à 913 millions de CHF – une progression à laquelle Microspot.ch et Coop@home ont contribué de manière déterminante. Le supermarché en ligne Coop@home affiche une croissance de 5.4%; il a réalisé 159 millions de CHF de produit net et gagné encore des parts de marché.

Le résultat d'exploitation (EBIT) du Commerce de détail a augmenté de 79 millions de CHF pour s'établir à 540 millions de CHF (année précédente: 462 millions de CHF). Le nombre de points de vente dans ce secteur (restaurants compris) a progressé de 20 pour atteindre 2 333. Fin 2019, le groupe Coop employait 47 455 personnes dans le Commerce de détail (année précédente: 47 195).

Commerce de gros/Production

Dans le secteur Commerce de gros/Production, le produit net s'est monté à 14 148 millions de CHF (année précédente: 14 170 millions de CHF). En devises internes, ce secteur enregistre une croissance de 2.5%.

Le groupe Transgourmet, spécialisé dans le libre-service et la livraison en gros en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Russie, en France, en Autriche et en Suisse, a réalisé un produit net de 9 737 millions de CHF (année précédente: 9 710 millions de CHF), en hausse de 3.7% en devises internes, renforçant encore sa position de numéro deux européen du libre-service et des livraisons en gros. A la fin de l'exercice en revue, Transgourmet comptait 145 magasins cash and carry (année précédente: 145) et employait 29 491 personnes (année précédente: 28 987).

Le produit net des entreprises de production s'est monté à 4 835 millions de CHF (année précédente: 4 867 millions de CHF). En devises internes, la Production enregistre une croissance de 0.5%.

Bell Food Group compte parmi les leaders européens du secteur de la transformation de viande et de produits convenience. Avec ses marques Bell, Hilcona, Eisberg et Hügli, le groupe répond aux diverses attentes de ses clients, issus de secteurs aussi variés que le commerce, le foodservice et l'industrie alimentaire. Son produit net a diminué de 1.1% pour s'inscrire à 4 013 millions de CHF (année précédente: 4 059 millions de CHF). Fin 2019, le groupe Bell employait 11 477 collaborateurs (année précédente: 11 465).

Le résultat d'exploitation (EBIT) du secteur Commerce de gros/Production a baissé de 69 millions de CHF pour s'établir à 242 millions de CHF (année précédente: 311 millions de CHF).

Situation financière et patrimoniale

Bilan

Le total du bilan du groupe Coop a augmenté de 92 millions de CHF par rapport à l'exercice précédent. Dans les actifs, les actifs circulants se sont accrus de 30 millions de CHF sous l'effet d'une augmentation des comptes de régularisation actifs et d'une augmentation des stocks, s'établissant à 6 429 millions de CHF. Les actifs immobilisés ont augmenté de 61 millions de CHF, passant à 14 027 millions de CHF. Parallèlement aux amortissements s'inscrivent des investissements plus élevés et des entrées liées aux acquisitions effectuées au cours de l'exercice. Les fonds étrangers ont baissé de 419 millions de CHF, pour atteindre 10 191 millions de CHF: ceux à court terme ont diminué de 133 millions de CHF, passant à 4 776 millions de CHF, et ceux à long terme de 287 millions de CHF, passant à 5 415 millions de CHF. Les fonds étrangers à long terme du groupe Coop ont été financés par des emprunts et des dépôts. Les fonds propres, y compris les parts des minoritaires, ont augmenté pour passer à 10 265 millions de CHF. La part des fonds propres est ainsi nettement supérieure à l'objectif stratégique de 40% (50.2% au 31 décembre 2019).

Tableau de flux de trésorerie

Les flux financiers provenant de l'activité d'exploitation ont augmenté de 176 millions de CHF pour s'inscrire à 1 877 millions de CHF tandis que les flux financiers provenant de l'activité d'investissement ont baissé de 401 millions de CHF pour s'établir à 1 391 millions de CHF. Une évolution qui s'explique par la baisse des dépenses liées aux acquisitions comme par celle des investissements nets dans les immobilisations corporelles. Les investissements dans les immobilisations corporelles et incorporelles ont atteint un montant net de 1 344 millions de CHF, et ceux dans les acquisitions, 45 millions de CHF. Les investissements dans les immobilisations financières/titres ont atteint un montant net de 2 millions de CHF. Il en ressort un free cash-flow de 533 millions de CHF. Les flux financiers provenant de l'activité de financement s'inscrivent à 536 millions de CHF. Le Groupe Coop Société Coopérative a effectué un remboursement d'emprunt de 250 millions de CHF. Les dettes financières à court et long termes ont diminué d'un montant net de 209 millions de CHF. Parallèlement, un apport de fonds de 12 millions de CHF provenant de la vente de parts de F&B – Food and Beverage Services GmbH a été enregistré et 89 millions de CHF ont été dépensés comme dividendes aux minoritaires.

Comptes annuels consolidés

Compte de résultat consolidé

en Mio CHF	Explications	2019	2018
Produit net résultant de livraisons et de prestations	1	29 633	29 565
Autres produits d'exploitation	2	1 036	1 097
Charges de marchandises		20 316	20 350
Charges de personnel	3	5 102	5 011
Autres charges d'exploitation	4	3 205	3 198
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)		2 046	2 103
Amortissements des immobilisations corporelles	5	1 031	1 009
Amortissements des immobilisations incorporelles	5	233	322
Résultat d'exploitation (EBIT)	1	782	772
Résultat des entités associées		0	2
Résultat des comptabilisations en monnaies étrangères		-17	-17
Résultat financier	6	-30	-22
Résultat ordinaire		736	735
Résultat hors exploitation	7	-6	4
Résultat avant impôts sur les bénéfices (EBT)		730	739
Impôts sur les bénéfices	8	93	140
Résultat après impôts sur les bénéfices		637	599
Parts des minoritaires		105	126
Résultat de l'exercice		531	473

Chiffres des années précédentes adaptés

Bilan consolidé

en Mio CHF	Explications	31.12.2019	31.12.2018
Liquidités	9	917	945
Titres		4	4
Créances résultant de livraisons et de prestations	10	1 273	1 282
Autres créances à court terme	11	285	297
Comptes de régularisation actifs		565	535
Stocks	12	3 384	3 336
Actifs circulants		6 429	6 398
Immobilisations corporelles	13	12 803	12 675
Immobilisations financières	14	150	158
Immobilisations incorporelles	15	1 074	1 132
Actifs immobilisés		14 027	13 966
Actifs		20 456	20 364
Dettes résultant de livraisons et de prestations		1 793	1 864
Dettes financières à court terme	16	924	1 126
Autres dettes à court terme	17	378	356
Provisions à court terme	18	261	255
Comptes de régularisation passifs		1 420	1 306
Fonds étrangers à court terme		4 776	4 908
Dettes financières à long terme	16	4 425	4 655
Provisions à long terme	18	990	1 047
Fonds étrangers à long terme		5 415	5 702
Fonds étrangers		10 191	10 610
Réserves provenant de bénéfices		9 337	8 916
Réserves provenant de primes		-233	-241
Résultat de l'exercice		531	473
Fonds propres hors parts des minoritaires		9 635	9 148
Parts des minoritaires		630	606
Fonds propres avec parts des minoritaires		10 265	9 754
Passifs		20 456	20 364

Tableau de flux de trésorerie consolidé

en Mio CHF	2019	2018
Résultat après impôts sur les bénéfices	637	599
Amortissements	1 168	1 286
Pertes sur dépréciations de valeur	120	73
Suppression de dépréciations de valeur	-17	-25
Gains (-)/pertes sur cession d'actifs immobilisés	-13	-91
Autres charges/produits sans incidence sur les liquidités	54	48
Résultat des entités associées	0	-2
Dividendes reçus d'entités associées	1	0
Augmentation (-)/diminution des créances résultant de livraisons et de prestations	37	0
Augmentation (-)/diminution des autres créances et des comptes de régularisation actifs	-12	24
Augmentation (-)/diminution des stocks	-79	-44
Augmentation/diminution (-) des dettes résultant de livraisons et de prestations	-95	-88
Augmentation/diminution (-) des autres dettes à court terme et des comptes de régularisation passifs	101	-22
Augmentation/diminution (-) des provisions à court terme	6	-50
Augmentation/diminution (-) des provisions à long terme	-31	-8
Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation	1 877	1 701
Investissements immobilisations corporelles	-1 248	-1 544
Désinvestissements immobilisations corporelles	41	198
Investissements immobilisations financières/titres	-14	-76
Désinvestissements immobilisations financières/titres	12	63
Versements pour l'acquisition d'entités consolidées	-45	-296
Investissements immobilisations incorporelles	-137	-139
Désinvestissements immobilisations incorporelles	0	1
Flux financiers provenant de l'activité d'investissement	-1 391	-1 792
Emission d'emprunts	0	650
Remboursement d'emprunts	-250	-175
Augmentation/réduction de capital	6	198
Dividendes aux minoritaires	-89	-88
Acquisition/vente parts des minoritaires	6	-389
Augmentation/diminution (-) des dettes financières à court terme	-333	76
Augmentation/diminution (-) des dettes financières à long terme	124	53
Flux financiers provenant de l'activité de financement	-536	325
Solde des flux financiers	-50	234
Liquidités au début de la période de référence	945	722
Solde des flux financiers	-50	234
Impact des variations monétaires en liquidités	23	-11
Liquidités à la fin de la période de référence	917	945

Tableau de variation des fonds propres

en Mio CHF	Bénéfice accumulé	Différences de change cumulées	Réserves provenant de primes	Résultat de l'exercice	Fonds propres hors parts des minoritaires	Parts des minoritaires	Fonds propres avec parts des minoritaires
Fonds propres au 01.01.2019	9 448	-532	-241	473	9 148	606	9 754
Augmentation/réduction de capital						6	6
Variations du périmètre de consolidation						8	8
Acquisition/vente parts des minoritaires			8		8	-2	6
Affectation du résultat de l'exercice précédent	473			-473			
Résultat de l'exercice				531	531	105	637
Dividendes						-89	-89
Impact des variations monétaires		-52			-52	-4	-56
Fonds propres au 31.12.2019	9 921	-584	-233	531	9 635	630	10 265

Fonds propres au 01.01.2018	8 963	-391	-145	485	8 912	427	9 339
Augmentation/réduction de capital			-6		-6	204	198
Variations du périmètre de consolidation						85	85
Acquisition/vente parts des minoritaires			-90		-90	-139	-229
Affectation du résultat de l'exercice précédent	485			-485			
Résultat de l'exercice				473	473	126	599
Dividendes						-88	-88
Impact des variations monétaires		-141			-141	-8	-148
Fonds propres au 31.12.2018	9 448	-532	-241	473	9 148	606	9 754

Les hausses et baisses du taux de participation dans les sociétés intégralement consolidées sont considérées comme des transactions effectuées avec des propriétaires. La différence entre le prix de la transaction et la part des minoritaires correspondante est compensée par les fonds propres et apparaît dans les réserves provenant de primes. En 2019, 49% des parts de F&B - Food & Beverage Services GmbH ont été vendues au groupe Oetker. En 2018, après le rachat de la majorité des parts de Hügli, la prise de participation dans le groupe a été progressivement augmentée. Les parts restantes de Service 7000 AG ont, par ailleurs, été rachetées.

Annexe aux comptes annuels consolidés

Principes de la consolidation et de l'établissement des comptes

Principes de présentation des comptes

Les comptes annuels consolidés sont basés sur les comptes annuels au 31 décembre 2019 des sociétés consolidées, tous établis selon les mêmes principes, et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats du groupe. Les comptes du groupe Coop ont été établis conformément à l'ensemble des directives des recommandations relatives à la présentation des comptes Swiss GAAP RPC et aux dispositions de la législation suisse.

Les actifs sont évalués aux coûts d'acquisition ou de revient, les passifs aux valeurs historiques. Le compte de résultat est établi selon la méthode de l'affectation des charges par nature. Les principes d'évaluation restent inchangés par rapport à l'année dernière.

Les comptes annuels consolidés du groupe Coop sont présentés en francs suisses (CHF). Sauf mention contraire, tous les montants sont indiqués en millions de francs suisses.

Tableau de flux de trésorerie

Le tableau de flux de trésorerie est établi sur la base du fonds "liquidités". Les flux financiers provenant de l'activité d'exploitation sont déterminés selon la méthode indirecte.

Périmètre de consolidation

Les comptes annuels consolidés du groupe Coop englobent les états financiers du Groupe Coop Société Coopérative et ceux de ses participations. Ces participations (les principales sociétés) sont présentées dans l'annexe aux comptes annuels consolidés.

Par "société intégralement consolidée", on entend les sociétés dans lesquelles le groupe Coop détient, directement ou indirectement, plus de 50% des droits de vote.

Par "entités associées", on entend les entreprises dans lesquelles le groupe Coop peut exercer une influence notable, ce qui est généralement le cas lorsqu'il détient entre 20 et 50% des droits de vote.

Les participations inférieures à 20% sont exclues de la consolidation et enregistrées dans les immobilisations financières à leur valeur d'acquisition, après déduction des corrections de valeur économiquement nécessaires.

Méthode de consolidation

Sociétés intégralement consolidées

Les actifs et les passifs ainsi que les charges et les produits sont intégralement repris dans les comptes consolidés, conformément à la méthode de l'intégration globale. La consolidation du capital est effectuée selon la méthode de l'acquisition (purchase method) anglo-saxonne: les fonds propres de la société au moment de son acquisition ou de sa première consolidation sont compensés avec la valeur comptable de la participation dans le bilan de la société mère. Les sociétés nouvellement acquises sont réévaluées à leur juste valeur en conformité avec les principes du groupe et intégrées aux comptes annuels consolidés à partir de la prise de contrôle effective.

L'éventuel excédent du coût d'acquisition sur les actifs nets acquis réévalués est porté au bilan comme goodwill et amorti linéairement. Des modifications de prix d'acquisition en rapport avec des événements futurs sont prévues. Si le prix définitif s'écarte de l'estimation, le goodwill est modifié.

Tout goodwill négatif (badwill) est porté au crédit du compte de résultat de l'année d'acquisition. Les sociétés vendues sont incluses dans les comptes consolidés jusqu'à la cession du contrôle, qui correspond en règle générale au jour de la vente.

Les parts des minoritaires dans les fonds propres consolidés et dans le résultat sont présentées séparément dans le bilan et le compte de résultat. Les hausses et baisses du taux de participation dans les sociétés intégralement consolidées sont considérées comme des transactions effectuées avec des propriétaires. Les gains et pertes attribuables à ces transactions sont, par conséquent, inscrits directement dans les fonds propres. Les transactions et relations internes au groupe, c'est-à-dire les charges et les produits ainsi que les dettes et les créances réalisées entre les sociétés consolidées, sont compensées entre elles et éliminées. Les bénéfices internes résultant de ces transactions sont éliminés dès lors qu'ils sont significatifs.

Entités associées

Les entités associées, pour autant qu'elles aient une certaine importance économique, sont intégrées dans les comptes annuels consolidés selon la méthode de mise en équivalence. La détermination de la part des fonds propres repose sur les comptes de clôture de ces sociétés, établis selon le principe de l'image fidèle (true and fair view).

Conversion monétaire

La conversion en francs suisses s'effectue au cours constaté à la date de clôture du bilan pour les actifs et passifs locaux et au cours moyen pour les comptes de résultat et tableaux de flux de trésorerie locaux. Les différences résultant de l'application des cours de conversion susmentionnés sont imputées directement sur les fonds propres. Lors de la cession de filiales ou d'entités associées étrangères, les différences de change cumulées proportionnelles sont transférées des fonds propres vers le compte de résultat.

Conversion monétaire en CHF

		Cours moyens		Cours à la date de clôture du bilan	
		2019	2018	31.12.2019	31.12.2018
1	EUR	1.113	1.155	1.085	1.127
1	GBP	1.268	1.306	1.276	1.260
1	HKD	0.127	0.125	0.124	0.126
100	HUF	0.342	0.362	0.328	0.351
1	PLN	0.259	0.271	0.255	0.262
1	RON	0.234	0.248	0.227	0.242
1	RUB	0.015	0.016	0.016	0.014
1	USD	0.994	0.978	0.966	0.984

Produit net résultant de livraisons et de prestations

Le produit net résultant de livraisons et de prestations est généré par la vente de biens et la prestation de services dans le cadre de l'activité commerciale habituelle durant la période sous revue. Les produits nets résultant de la vente de biens aux clients sont les produits réalisés dans les supermarchés, les différents formats spécialisés, les magasins cash and carry et le secteur de la livraison ainsi que les produits issus des biens fabriqués dans les entreprises de production propres. Les produits nets résultant de prestations de services proviennent, entre autres, des prestations de transport, de l'hôtellerie et des abonnements dans les centres de fitness. Les produits sont comptabilisés à leur valeur de marché. Les impôts sur le chiffre d'affaires et les taxes sur la valeur ajoutée, ainsi que les diminutions des produits telles que les escomptes, rabais et autres baisses de prix sont déduits. Les produits sont comptabilisés lorsque les avantages et les risques notables liés à la propriété des produits vendus et le pouvoir d'en disposer ont été transmis au client et que le recouvrement des créances qui en découlent est raisonnablement assuré, pour autant qu'il ne s'agisse pas de ventes au comptant. Les produits nets résultant des prestations de services sont enregistrés dans la période au cours de laquelle elles ont été fournies. Dans les relations de mandataires, seule la valeur de la prestation fournie par l'entité pour son propre compte est indiquée.

Liquidités

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

Titres

Les titres sont des valeurs facilement réalisables sur le marché. Ils sont inscrits au bilan à leur valeur de marché. Les titres non cotés en bourse sont portés au bilan à leur valeur d'acquisition après déduction des corrections de valeur économiquement nécessaires.

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

Les créances sont inscrites au bilan à leur valeur nominale. Les corrections de valeur découlant des pertes identifiables et réalisées sont déduites et portées à la charge du compte de résultat.

Stocks

Les stocks sont évalués à leurs coûts d'acquisition ou de revient, ou à la valeur nette de réalisation, si celle-ci est inférieure. Les coûts d'acquisition sont constitués par les prix d'achat nets et les coûts indirects d'acquisition. Les stocks acquis sont évalués au prix d'achat moyen (prix moyen pondéré), les stocks de production propre au coût de revient. Si la valeur nette de réalisation est inférieure aux coûts d'acquisition ou de revient, l'évaluation est effectuée sur la base de la valeur nette de réalisation. Les déductions d'escomptes sont traitées comme des réductions du prix d'acquisition. Les marchandises qui ne sont plus utilisables ou difficilement vendables font l'objet d'une correction de valeur individuelle.

Immobilisations financières

Les immobilisations financières sont constituées des parts dans des entités associées, évaluées selon la méthode de mise en équivalence. Elles comprennent également les prêts à long terme ainsi que les titres acquis en vue d'une détention durable. Les titres et les prêts sont évalués à leur valeur d'acquisition, déduction faite des corrections de valeur économiquement nécessaires.

Sont également portés au bilan sous les immobilisations financières les actifs issus des réserves de cotisations de l'employeur.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles qui comprennent également les immeubles hors exploitation sont évaluées sur la base des coûts d'acquisition avec déduction des amortissements économiquement nécessaires. Les coûts d'acquisition comprennent le prix d'achat augmenté des coûts directement attribuables aux frais engagés pour mettre l'immobilisation en état de fonctionner. Les investissements effectués dans une immobilisation corporelle existante sont inscrits à l'actif lorsqu'ils en augmentent durablement la valeur d'usage ou en prolongent la durée d'utilisation.

Ils sont amortis linéairement sur leur durée d'utilisation.

La durée d'amortissement des immobilisations corporelles se situe, en règle générale, à l'intérieur des fourchettes suivantes:

Terrains et bâtiments

Terrains	pas d'amortissement
Bâtiments	40-67

Installations	15-30
---------------	-------

Mobilier, machines et informatique

Mobilier/outillage	5-10
Équipements des points de vente/magasins	10-15
Machines	3-15
Installations de production	20-30
Informatique	3-8

Véhicules	3-10
-----------	------

Les bâtiments s'amortissent sur une durée allant de 40 ans pour les immeubles d'exploitation exposés à de fortes sollicitations, à 67 ans pour les immeubles mixtes. Les installations sont en règle générale amorties sur 15 à 20 ans. Dans les entreprises de production, certaines installations spécifiques dont la durée d'utilisation est plus longue sont amorties sur une période pouvant aller jusqu'à 30 ans.

L'expérience montre que les équipements utilisés dans les magasins du commerce de détail ont une durée d'utilisation inférieure à celle des installations utilisées dans les magasins du commerce de gros. Les machines ont en règle générale une durée d'utilisation pouvant aller jusqu'à 15 ans. A noter que les installations de production forment une catégorie d'immobilisations séparée et affichent une durée d'utilisation comprise entre 20 et 30 ans. La durée d'amortissement des véhicules utilitaires lourds peut atteindre 10 ans.

Les immobilisations en construction comprennent les coûts de projet encourus pouvant être portés à l'actif. Les coûts de projet ne pouvant pas être activés sont imputés sur le compte de résultat au moment de leur apparition. Des corrections de valeur sur les immobilisations en construction sont réalisées en cas de dépréciation.

A l'entrée d'une entreprise dans le périmètre de consolidation, les actifs immobilisés font l'objet d'une nouvelle évaluation. Celle-ci repose sur les coûts d'acquisition cumulés et les amortissements cumulés des immobilisations acquises, au moment de la reprise. Il est procédé à une correction des amortissements cumulés de manière à ce que les immobilisations acquises soient évaluées, en chiffres nets, à leur valeur actuelle à la date d'acquisition. L'enregistrement dans le tableau des immobilisations est effectué sur une base brute. En outre, la durée d'amortissement est examinée et, si nécessaire, ajustée en tenant compte de la durée d'utilisation économique restante.

Leasing

Les paiements dus au titre du leasing d'exploitation ("operating leasing") sont inscrits au compte de résultat sur une base linéaire pendant toute la durée du leasing. Les immobilisations acquises dans le cadre de contrats de leasing, pour lesquelles le groupe Coop supporte la totalité des risques et des avantages dès la conclusion du contrat, sont considérées comme des leasings financiers. Par conséquent, les actifs correspondants sont portés au bilan sous les actifs immobilisés et sous les dettes de leasing financier, à la valeur la plus basse entre la valeur vénale et la valeur actuelle nette des paiements futurs dus au titre de versements de leasings non résiliables. Les leasings financiers sont amortis en fonction de leur durée économique d'utilisation probable ou de la durée du contrat, si celle-ci est inférieure.

Immobilisations incorporelles

Ce poste englobe les logiciels informatiques, les droits sur les marques, les licences, les brevets et les goodwill issus d'acquisitions. Les immobilisations incorporelles sont portées au bilan si elles sont clairement identifiables, que leur coût peut être déterminé de façon fiable et qu'elles génèrent pour l'entreprise un avantage mesurable sur plusieurs années. Elles sont amorties linéairement sur leur durée d'utilisation.

Par "goodwill issu d'acquisitions", on entend la différence entre le prix payé pour le rachat d'une entreprise et la valeur des actifs nets. Les actifs nets correspondent à la somme des différentes valeurs patrimoniales de l'entreprise acquise, déduction faite des dettes et engagements conditionnels selon les Swiss GAAP RPC au moment du rachat. Tout goodwill est porté à l'actif du bilan et amorti d'une manière linéaire. La durée d'amortissement est basée sur la durée prévue d'exploitation des potentiels de marché et de synergie qui sont à l'origine du goodwill.

La durée d'amortissement des immobilisations incorporelles se situe, en règle générale, à l'intérieur des fourchettes suivantes:

Goodwill	jusqu'à 20
Marques	jusqu'à 20
Brevets/licences	5
Autres immobilisations incorporelles	3-8

Dépréciations de valeur (impairments)

Le groupe Coop réexamine chaque année ses actifs à long terme dès lors qu'apparaissent des signes de dépréciation durable. La valeur réalisable est déterminée sur la base du modèle d'évaluation des actifs financiers (CAPM), en tenant compte de données actualisées et des flux financiers attendus résultant d'une planification pluriannuelle. Si la valeur comptable est supérieure à la valeur réalisable, il est procédé à une adaptation avec effet sur le résultat, comptabilisée au titre des amortissements non planifiés.

Fonds étrangers

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

Coop est financée, entre autres, par la Caisse de dépôts, qui propose aux investisseurs des comptes de dépôts rémunérés. Une fois passée la durée minimale légale de dépôt de 6 mois applicable aux fonds nouvellement déposés, il est possible de prélever CHF 20 000 par mois civil du solde disponible sur le compte de dépôts. Les montants supérieurs à ce plafond nécessitent un préavis de 3 mois. La répartition des comptes de dépôts en dettes financières à court ou à long terme repose sur les données empiriques relatives aux sorties de fonds antérieures (prééminence de la substance sur la forme).

Les dettes à court terme et à long terme sont portées au bilan à leur valeur nominale.

Provisions

Des provisions sont portées au bilan lorsqu'un événement passé peut déboucher sur un engagement, juridiquement ou implicitement fondé, dont le montant et/ou l'échéance ne sont pas connus mais peuvent être estimés. Les provisions sont évaluées sur la base d'une estimation des sorties de fonds vraisemblables, en tenant compte de l'effet de l'escompte s'il est important.

Impôts sur les bénéfices

Les impôts courants sur les bénéfices font l'objet d'une régularisation sur la base des résultats de l'exercice courant conformément au principe de l'imposition selon le revenu acquis.

Les impôts différés sur les bénéfices font l'objet d'une régularisation annuelle sur la base d'une approche "bilan". Cette régularisation porte sur l'ensemble des différences d'évaluation temporaires, imposables ou fiscalement déductibles, entre les valeurs basées sur les principes fiscaux et celles basées sur les principes des Swiss GAAP RPC. Ces impôts différés sont déterminés pour chaque entité fiscale sur la base du taux d'impôt en vigueur à la date du bilan.

Les impôts différés actifs et passifs ne sont compensés que dans la mesure où ils concernent la même entité fiscale et qu'ils sont prélevés par la même administration fiscale.

Instruments financiers dérivés

Le groupe Coop emploie des instruments financiers dérivés à des fins de couverture des risques de change. Les instruments dérivés employés à des fins de couverture de positions du bilan ainsi que ceux qui ne sont pas employés à des fins de couverture sont enregistrés à leur juste valeur. La variation des justes valeurs depuis la dernière évaluation est inscrite dans le résultat de l'exercice. Les instruments employés à des fins de couverture de flux financiers futurs convenus par contrat ne sont pas portés au bilan mais présentés dans l'annexe. Les instruments financiers dérivés non échus à la date du bilan sont présentés dans les explications concernant les comptes annuels consolidés.

Engagements de prévoyance

Par engagements de prévoyance, on entend tous les engagements issus des plans et institutions de prévoyance qui prévoient des prestations de retraite, de décès ou d'invalidité.

Les collaborateurs du groupe Coop perçoivent des prestations de prévoyance ou de rente qui sont allouées conformément aux dispositions et prescriptions légales en vigueur dans le pays concerné. Les plans et institutions de prévoyance sont, en règle générale, financés par des cotisations versées par les employeurs et les employés. Les cotisations versées à ce titre par les entreprises du groupe Coop sont enregistrées dans les charges de personnel, au poste des charges sociales.

En Suisse, les collaborateurs sont affiliés à une institution de prévoyance juridiquement autonome ou à une fondation collective de banques ou de compagnies d'assurance. Leurs règlements prévoient des prestations qui sont, en règle générale, sensiblement supérieures au minimum LPP. La plupart des collaborateurs ont, par ailleurs, la possibilité, au sein de leur institution de prévoyance, d'opter pour un plan permettant des versements supérieurs ou inférieurs.

Chaque année, on examine d'un point de vue organisationnel s'il existe un avantage économique ou un engagement économique dans l'institution de prévoyance.

La base est constituée par les comptes annuels des institutions de prévoyance, qui sont établis conformément à la Swiss GAAP RPC 26 et qui donnent une image fidèle de l'excédent de couverture ou du découvert existant.

Un avantage économique n'est inscrit à l'actif que s'il est licite et envisagé d'utiliser cet excédent pour réduire les cotisations de l'employeur. Les éventuelles réserves de cotisations de l'employeur librement

disponibles sont portées à l'actif. Un engagement économique est inscrit au passif dès lors que les conditions de la constitution d'une provision sont remplies.

En ce qui concerne les sociétés étrangères du groupe, il n'existe pas d'institutions de prévoyance juridiquement autonomes dont les actifs sont présentés séparément. Les engagements issus des plans de prévoyance sont comptabilisés directement dans le bilan.

Transactions avec des parties liées

Par "parties liées", on entend des entités associées, des institutions de prévoyance professionnelle et des personnes physiques telles que des membres de la Direction générale ou du Conseil d'administration.

Les principaux postes d'inventaire sur entités associées et les autres transactions avec des parties liées sont présentés dans les explications concernant les comptes annuels consolidés.

Opérations hors bilan

Les engagements conditionnels tels que cautionnements, garanties et constitutions de gages, ainsi que les autres engagements ne devant pas être portés au bilan, sont évalués à chaque clôture de bilan et indiqués à la valeur nominale. Par "autres engagements ne devant pas être portés au bilan", on entend tous les engagements à long terme qui ne peuvent pas être résiliés dans l'année. Lorsque des engagements conditionnels et d'autres engagements ne devant pas être portés au bilan conduisent à une sortie de fonds sans apport de fonds utilisable et que cette sortie de fonds est probable et estimable, une provision est constituée.

Retraitement des valeurs de l'année précédente

Conformément à la Swiss GAAP RPC 17.17, les coûts d'acquisition des stocks comprennent également des frais annexes tels que des frais de transport ou des frais d'expédition et de déchargement. Les frais de personnel et de transport encourus en interne sont donc pris en compte dans l'évaluation des stocks. Ces frais étaient jusqu'ici présentés de manière globale dans les charges de marchandises. Ils sont désormais enregistrés dans les charges de personnel et dans les autres charges d'exploitation. Le compte de résultat consolidé et les tableaux 3 et 4 dans l'annexe aux comptes annuels consolidés ont, par conséquent, été adaptés pour la période 2018. La variation de stock résultant de la prise en compte de ces frais dans l'évaluation des stocks, en revanche, restera comptabilisée dans les charges de marchandises.

en Mio CHF

1 Produit net résultant de livraisons et de prestations et résultat d'exploitation (EBIT) par secteur

	Produit net résultant de livraisons et de prestations	2019 Résultat d'exploitation (EBIT)	Produit net résultant de livraisons et de prestations	2018 Résultat d'exploitation (EBIT)
Commerce de détail	17 986	540	17 743	462
Commerce de gros/Production	14 148	242	14 170	311
Consolidation	-2 502		-2 348	
Groupe Coop	29 633	782	29 565	772

Le secteur "Commerce de gros/Production" est constitué du groupe Transgourmet, de Bell Food Group et des entreprises de production de Coop Société Coopérative. La ligne Consolidation comprend les livraisons entre secteurs.

Produit net résultant de livraisons et de prestations par marché géographique

	2019	2018
Suisse	20 159	19 931
Etranger	9 474	9 634
Groupe Coop	29 633	29 565

2 Autres produits d'exploitation

	2019	2018
Loyers perçus sur immeubles d'exploitation	189	193
Gains réalisés sur cessions d'immobilisations d'exploitation	5	72
Prestations propres activées	31	27
Autres produits issus des prestations de services	811	805
Total	1 036	1 097

Le poste "Autres produits issus des prestations de services" comprend également les recettes du Toto/Lotto, des parkings, de la publicité et les commissions sur les crédits de conversation téléphonique.

3 Charges de personnel

	2019	2018
Salaires/honoraires	3 884	3 821
Charges sociales	913	869
Autres charges de personnel	305	320
Total	5 102	5 011

Taux des charges sociales en % 23.5 22.7

Chiffres des années précédentes adaptés

4 Autres charges d'exploitation

	2019	2018
Frais de publicité	515	534
Charges locatives	741	737
Frais de bureau et d'administration	292	279
Taxes et assurances choses	86	91
Impôts sur l'exploitation	46	45
Entretien et acquisitions de remplacement	464	461
Energie et matériel d'exploitation	438	450
Frais de transport	416	406
Charges diverses	206	195
Total	3 205	3 198

Chiffres des années précédentes adaptés

Le poste "Impôts sur l'exploitation" comprend l'impôt sur le capital et les droits de mutation, les droits de timbre d'émission et autres redevances fiscales. Le poste "Charges diverses" comprend les dommages non assurés et les pertes de créances, les frais de fermeture non planifiés ainsi que diverses autres charges d'exploitation.

en Mio CHF

5 Amortissements	2019	2018
Goodwill, amortissements planifiés	100	196
Goodwill, amortissements non planifiés	2	21
Autres immobilisations incorporelles, amortissements planifiés	109	105
Autres immobilisations incorporelles, amortissements non planifiés	22	0
Amortissements des immobilisations incorporelles	233	322
Immobilisations corporelles, amortissements planifiés	959	983
Immobilisations corporelles, amortissements non planifiés	89	51
Revalorisation Immobilisations corporelles	-17	-25
Amortissements des immobilisations corporelles	1 031	1 009
Total	1 264	1 331

Des amortissements non planifiés sur immobilisations corporelles et incorporelles et des revalorisations d'immeubles sont comptabilisés en cas de réévaluation du rendement ou d'adaptations des prix au marché.

6 Résultat financier	2019	2018
Dividendes et gains de cours sur titres	0	0
Autres produits financiers	11	27
Produits financiers	11	27
Pertes de cours sur titres	0	0
Charges d'intérêts et autres charges financières	41	49
Corrections de valeur sur immobilisations financières	0	0
Charges financières	41	49
Total	-30	-22

7 Résultat hors exploitation	2019	2018
Loyers perçus	0	1
Gains réalisés sur cessions d'immobilisations hors exploitation	13	6
Produits hors exploitation	13	7
Charges sur immeubles hors exploitation (avec amortissements sur immobilisations hors exploitation)	10	3
Autres charges hors exploitation	9	0
Charges hors exploitation	19	3
Total	-6	4

Le résultat hors exploitation est constitué des charges et produits résultant d'événements ou d'opérations commerciales qui se distinguent clairement de l'activité commerciale habituelle. Cette catégorie comprend principalement les charges hors exploitation et les produits issus d'immeubles hors exploitation.

en Mio CHF

8 Impôts sur les bénéfices	2019	2018
Impôts courants sur les bénéfices	130	145
Variation des impôts différés	-37	-5
Total	93	140

	2019		2018	
	Taux d'impôt en %	Montant de l'impôt en Mio CHF	Taux d'impôt en %	Montant de l'impôt en Mio CHF
Taux d'impôt moyen applicable/Impôts sur les bénéfices prévisionnels	15.9	116	19.4	143
Pertes de l'exercice en cours pour lesquelles aucun impôt différé n'a été inscrit à l'actif		65		15
Utilisation de pertes reportées non enregistrées		-4		-30
Taux d'impôt moyen applicable en prenant en compte les pertes reportées	24.3	177	17.4	129
Autres effets		-84		11
Taux d'impôt effectif/Impôts sur les bénéfices effectifs	12.8	93	18.9	140

Le calcul des impôts sur les bénéfices prévisionnels part du principe que résultat hors exploitation et résultat ordinaire sont imposés de la même manière. Les autres effets en 2019 résultent, pour plus de la moitié, de modifications du taux d'impôt pour les impôts différés et pour le reste, principalement de charges et produits non imposables et d'impôts sur des bénéfices hors période.

Une prétention fiscale différée d'un montant de 223 Mio CHF (31.12.2018: 179 Mio CHF) pour perte fiscale reportée et non encore utilisée n'a pas été inscrite à l'actif.

9 Liquidités	31.12.2019	31.12.2018
Avoirs en caisse, avoirs sur comptes postaux et bancaires	871	910
Chèques/bons d'achat	29	23
Dépôts à terme	17	11
Total	917	945

10 Créances résultant de livraisons et de prestations	31.12.2019	31.12.2018
Créances résultant de livraisons et de prestations	1 324	1 333
Correction de valeur	-51	-51
Total	1 273	1 282

11 Autres créances à court terme	31.12.2019	31.12.2018
Autres créances	276	290
Acomptes aux fournisseurs	10	9
Correction de valeur	-2	-2
Total	285	297

12 Stocks	31.12.2019	31.12.2018
Biens commerciaux	2 793	2 746
Produits finis (production)	233	215
Produits semi-finis, produits en cours de fabrication	186	177
Matières premières	176	187
Matériel auxiliaire et matériel d'emballage	87	82
Acomptes aux fournisseurs	50	68
Correction de valeur	-141	-139
Total	3 384	3 336

en Mio CHF

14 Immobilisations financières

	Réserve de cotisations de l'employeur	Entités associées	Autres immobilisations financières	Total
Immobilisations financières 2019				
Valeur comptable nette au 01.01.2019	11	90	58	158
Variations du périmètre de consolidation			1	1
Investissements/Modifications de prix d'acquisition	0	-10	13	3
Désinvestissements	0		-12	-12
Réévaluations (+)/corrections de valeur (-)		-1	0	-1
Impact des variations monétaires		0	0	0
Valeur comptable nette au 31.12.2019	10	79	61	150
dont goodwill entités associées		8		8

Immobilisations financières 2018

Valeur comptable nette au 01.01.2018	11	80	29	120
Variations du périmètre de consolidation			0	0
Investissements/Modifications de prix d'acquisition		44	39	83
Désinvestissements	0	-36	-10	-46
Réévaluations (+)/corrections de valeur (-)	0	2	0	2
Impact des variations monétaires		-1	0	-1
Valeur comptable nette au 31.12.2018	11	90	58	158
dont goodwill entités associées		18		18

Autres immobilisations financières

	31.12.2019	31.12.2018
Prêts	57	55
Diverses immobilisations financières	10	10
Corrections de valeur sur autres immobilisations financières	-7	-7
Total	61	58

en Mio CHF

15 Immobilisations incorporelles	Goodwill	Marques/ Brevets/ Licences	Logiciels	Autres immo- bilisations incorporelles	Immo- bilisations en cours de développement	Total
Immobilisations incorporelles 2019						
Valeurs d'acquisition 01.01.2019	3 842	646	594	49	138	5 270
Variations du périmètre de consolidation	29	9	2	1		41
Investissements/Modifications de prix d'acquisition	2	0	51	5	84	142
Désinvestissements		-1	-49	-1	0	-51
Impact des variations monétaires	-10	-1	-4	-1	0	-17
Reclassifications		0	12	11	-23	0
Valeurs d'acquisition 31.12.2019	3 862	653	607	65	199	5 386
Amortissements cumulés au 01.01.2019	3 256	387	426	39	30	4 138
Variations du périmètre de consolidation		0	1	0		2
Amortissements planifiés	100	32	71	6		209
Amortissements non planifiés	2	21	1			24
Désinvestissements		-1	-48	-1		-50
Impact des variations monétaires	-5	-1	-4	-1		-11
Reclassifications		0	-3	3		0
Amortissements cumulés au 31.12.2019	3 352	438	444	47	30	4 312
Valeur comptable nette au 31.12.2019	510	215	162	17	169	1 074
Immobilisations incorporelles 2018						
Valeurs d'acquisition 01.01.2018	3 715	638	514	45	101	5 014
Variations du périmètre de consolidation	149	5	38	1	1	195
Investissements/Modifications de prix d'acquisition		2	80	4	53	139
Désinvestissements		0	-48	-2	0	-50
Impact des variations monétaires	-20	-1	-4	-1	0	-26
Reclassifications	-2	3	15	1	-16	0
Valeurs d'acquisition 31.12.2018	3 842	646	594	49	138	5 270
Amortissements cumulés au 01.01.2018	3 082	349	376	36	30	3 873
Variations du périmètre de consolidation	-34	0	36	1		4
Amortissements planifiés	196	36	66	3		301
Amortissements non planifiés	21					21
Désinvestissements		0	-48	-1		-49
Impact des variations monétaires	-7	-1	-4	0		-12
Reclassifications	-1	2	0	0		0
Amortissements cumulés au 31.12.2018	3 256	387	426	39	30	4 138
Valeur comptable nette au 31.12.2018	586	259	168	10	108	1 132

en Mio CHF

16 Dettes financières	Taux d'intérêt en % (pondéré)	31.12.2019	31.12.2018
Comptes courants		3	1
Comptes de dépôts	0.51	1 770	1 754
Obligations de caisse	0.70	310	238
Emprunts		2 805	3 055
Prêts bancaires	0.44	90	431
Hypothèques	3.68	39	67
Leasing financier		0	1
Autres dettes financières		332	233
Total		5 348	5 781
dont dettes financières à court terme		924	1 126
dont dettes financières à long terme		4 425	4 655
dont dettes envers des institutions de prévoyance professionnelle	0.20	216	200

La répartition des dettes résultant des comptes de dépôts repose sur les données empiriques relatives aux sorties de fonds antérieures. Sur un montant total de 1 770 Mio CHF (31.12.2018: 1 754 Mio CHF), 214 Mio CHF (31.12.2018: 227 Mio CHF) sont portés au bilan comme dettes à court terme et 1 556 Mio CHF (31.12.2018: 1 527 Mio CHF) comme dettes à long terme.

Emprunts	Devise	Durée	Taux d'intérêt en % (pondéré)	31.12.2019	31.12.2018
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	juil. 2012–2019	1.250		250
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	juil. 2015–2020	0.250	300	300
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	juin 2014–2021	0.875	200	200
Bell Food Group SA	CHF	mai 2013–2022	1.750	175	175
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	sept. 2016–2022	0.250	200	200
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	sept. 2014–2023	1.000	200	200
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	juil. 2015–2024	0.880	200	200
Bell Food Group SA	CHF	fév. 2018–2024	0.375	200	200
Bell Food Group SA	CHF	mar 2016–2025	0.625	300	300
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	juin 2018–2025	0.750	300	300
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	mai 2016–2026	0.500	380	380
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	sept. 2017–2027	0.500	200	200
Bell Food Group SA	CHF	jan. 2018–2028	0.750	150	150
Total				2 805	3 055

17 Autres dettes à court terme	31.12.2019	31.12.2018
Bons d'achat en circulation	76	74
Acomptes de clients	143	145
Autres impôts	99	86
Autres dettes à court terme	60	51
Total	378	356

en Mio CHF

18 Provisions	Prévoyance professionnelle	Restructurations	Supercard	Impôts différés	Autres provisions	Total
Provisions 2019						
Valeurs comptables 01.01.2019	113	13	164	783	230	1 303
Variations du périmètre de consolidation				0	0	1
Constitution de provisions	26	2	212		56	296
Utilisation de provisions	-20	-5	-201		-33	-260
Dissolution de provisions devenues sans objet	-3	-2	-4		-23	-32
Variation des impôts différés				-37		-37
Impact des variations monétaires	-2	0		-16	-1	-19
Valeurs comptables 31.12.2019	115	7	171	731	228	1 252
dont provisions à court terme	21	5	171		65	261
dont provisions à long terme	94	2		731	163	990
Provisions 2018						
Valeurs comptables 01.01.2018	111	33	180	798	238	1 360
Variations du périmètre de consolidation	1			5	5	10
Constitution de provisions	26	4	206		50	286
Utilisation de provisions	-19	-17	-219		-48	-303
Dissolution de provisions devenues sans objet	-4	-7	-3		-13	-27
Variation des impôts différés				-5		-5
Impact des variations monétaires	-2	0		-15	-2	-18
Valeurs comptables 31.12.2018	113	13	164	783	230	1 303
dont provisions à court terme	20	9	164		62	255
dont provisions à long terme	93	4		783	168	1 047

Les autres provisions comprennent essentiellement les provisions pour personnel pour un montant de 110 Mio CHF (31.12.2018: 102 Mio CHF) et celles pour points de vente pour un montant de 19 Mio CHF (31.12.2018: 25 Mio CHF).

en Mio CHF

19 Institutions de prévoyance professionnelle

Réserve de cotisations de l'employeur 2019

	Valeur nominale	Renonciation à l'utilisation	Valeur figurant au bilan
Valeurs comptables 01.01.2019	11		11
Utilisation (Charges de personnel)	0		0
Valeurs comptables 31.12.2019	10		10

Réserve de cotisations de l'employeur 2018

Valeurs comptables 01.01.2018	11	11
Utilisation (Charges de personnel)	0	0
Valeurs comptables 31.12.2018	11	11

Avantage économique/engagement économique	Fonds libres/découvert		Part économique du groupe Coop	
	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018
Institution de prévoyance avec fonds libres	93	8	0	0
Plan de prévoyance sans actifs propres	0	0	-115	-113
Total	93	8	-115	-113

Charges de prévoyance	Variation poste du bilan 2019		Cotisations ajustées à la période 2019	Charges de prévoyance dans charges de personnel 2019	Variation poste du bilan 2018		Cotisations ajustées à la période 2018	Charges de prévoyance dans charges de personnel 2018
	sans effet sur le résultat ¹	avec effet sur le résultat			sans effet sur le résultat ¹	avec effet sur le résultat		
Institution de prévoyance sans fonds libres/découvert			26	26			252	252
Institution de prévoyance avec fonds libres			268	268			8	8
Plan de prévoyance sans actifs propres	-21	23	0	23	-20	22		22
Institution de prévoyance réassurée			4	4			11	11
Total	-21	23	298	321	-20	22	271	293

¹ Versements, conversion monétaire, variations du périmètre de consolidation

Au 31.12.2019, la CPV/CAP a un taux de couverture de 116.1% (108.4% l'année précédente). Du point de vue de la RPC 16, il y a un excédent de couverture car la réserve de fluctuation de valeur cible est atteinte.

en Mio CHF

20 Opérations hors bilan	31.12.2019	31.12.2018
Cautionnements, obligations de garantie	9	10
Autres engagements quantifiables à caractère conditionnel	10	10
Autres engagements ne devant pas être portés au bilan	72	65
Valeur comptable des actifs mis en gage pour garantir des dettes	63	127

Les engagements envers les minoritaires résultant d'options de vente sur les parts détenues par ces minoritaires dans les entreprises intégralement consolidées du groupe figurent sous "Autres engagements ne devant pas être portés au bilan". Il en va de même des engagements pour l'acquisition de parts dans des organisations associées. Il existe d'autres engagements conditionnels issus de contrats existants qui ne peuvent pas être évalués de manière fiable en raison du manque de clarté concernant le montant de l'éventuelle sortie de fonds et de la faible probabilité de cette dernière. Ces engagements concernent principalement des objets loués.

21 Engagements résultant du leasing d'exploitation non inscrit au bilan	31.12.2019	31.12.2018
Echéance dans l'année	740	766
Echéance comprise entre 1 et 5 ans	2 492	2 562
Echéance supérieure à 5 ans	3 224	3 366

Les engagements issus du leasing d'exploitation non inscrits au bilan résultent principalement de contrats de bail et de contrats de superficie à long terme.

22 Instruments financiers dérivés non échus

Instruments financiers dérivés 2019		Valeurs contractuelles	Valeurs portées au bilan		Valeurs non portées au bilan	
Valeur de base	But		Actifs	Passifs	Actifs	Passifs
Devises	Couverture	1 531	10	4	0	4

Instruments financiers dérivés 2018		Valeurs contractuelles	Valeurs portées au bilan		Valeurs non portées au bilan	
Valeur de base	But		Actifs	Passifs	Actifs	Passifs
Devises	Couverture	1 791	16	2	0	1

23 Transactions avec des parties liées

Transactions avec des entités associées	2019	2018
Produit net résultant de livraisons et de prestations	13	19
Autres produits d'exploitation	1	1
Produits financiers	1	0
Charges de marchandises	9	8
Frais de bureau et d'administration	2	2
Charges locatives	3	3
	31.12.2019	31.12.2018
Créances résultant de livraisons et de prestations	1	1
Autres créances à court terme	3	0
Prêts	39	37
Dettes résultant de livraisons et de prestations	7	7
Dettes financières à court terme	2	0

Par ailleurs, des dettes envers les institutions de prévoyance professionnelle en Suisse sont comprises dans les dettes financières. Il n'existe aucune autre transaction à caractère significatif avec d'autres parties liées.

24 Principales modifications dans le périmètre de consolidation

2019

Société		Modification	Date	31.12.2019 en %	31.12.2018 en %
Centre Commercial Moncor S.A.	CH-Villars-sur-Glâne	Fusion avec Coop Société Coopérative	01/2019	100.0	100.0
Braschler's Comestibles Import AG	CH-Zurich	Fusion avec Transgourmet Suisse SA	01/2019	100.0	100.0
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	Baisse du taux de participation	01/2019	51.0	100.0
Team Beverage AG	DE-Brême	Baisse du taux de participation	01/2019	35.7	70.0
siroop trading AG	CH-Bâle	Cessation d'activité	01/2019	100.0	100.0
Interfrais Frisch-Service AG	CH-Schlieren	Acquisition	04/2019	100.0	
Sanalogic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	Fondation et asset deal	05/2019	100.0	
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	Acquisition	06/2019	100.0	
GEVA Beteiligungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	Acquisition	09/2019	51.0	

2018

Société		Modification	Date	31.12.2018 en %	31.12.2017 en %
Groupe Hügli	CH-Steinach	Acquisition	01/2018	66.3	
Der Milchbauer Grosshandels-gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Fusion avec EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	01/2018	100.0	100.0
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Fusion avec Bell Suisse SA	01/2018	100.0	100.0
Peter Riegger Holding AG	CH-Zoug	Fusion avec Caves Riegger Vins SA	01/2018	100.0	100.0
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Fusion avec update Fitness AG	01/2018	51.0	51.0
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	Acquisition	02/2018	100.0	
Two Spice SA	CH-Hergiswil	Acquisition	03/2018	32.8	
Braschler's Comestibles Import AG	CH-Zurich	Acquisition	04/2018	100.0	
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	Acquisition	05/2018	66.3	
Service 7000 AG	CH-Netstal	Hausse du taux de participation	05/2018	100.0	75.0
siroop AG	CH-Zurich	Hausse du taux de participation et fusion avec Coop Société Coopérative	05/2018	100.0	50.0
Bell Food Group SA	CH-Bâle	Augmentation de capital	06/2018	66.3	66.3
Palink UAB	LT-Vilnius	Vente	09/2018		20.0

Les pourcentages indiqués correspondent aux parts détenues par le groupe Coop.

en Mio CHF

25 Principaux éléments lors de l'acquisition d'entités

2019	Gastro Profi GmbH	Sanalogic Solutions GmbH	Groupe GEVA	Interfräis Frisch-Service AG	Autres entités
Liquidités			5	5	0
Créances et comptes de régularisation actifs	2		52	13	0
Stocks	3			2	0
Immobilisations corporelles	1		3	4	0
Immobilisations financières			1		0
Immobilisations incorporelles (sans goodwill)	0	3		3	3
Dettes et comptes de régularisation passifs	3		50	14	0
Dettes financières	2				0
Provisions	0		0	0	0

2018	siroop AG	Groupe Hügli	Sylvain & CO SA	Niggemann Food	Autres entités
Liquidités	3	11	6	1	1
Créances et comptes de régularisation actifs	3	61	9	7	6
Stocks	3	72	1	3	20
Immobilisations corporelles	1	160	9	4	8
Immobilisations financières		0		0	
Immobilisations incorporelles (sans goodwill)	1	2	0	5	
Dettes et comptes de régularisation passifs	12	45	6	8	3
Dettes financières		84	5	1	0
Provisions	1	7	1	1	1

26 Périmètre de consolidation

		Part du capital ¹		Consolidation
		31.12.2019 en %	31.12.2018 en %	
Groupe Coop				
Groupe Coop Société Coopérative	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Alifresca AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Alifresca Italy S.R.L.	IT-Villafranca di Verona	100.0	100.0	□
Alifresca Spain S.L.	ES-Valencia	100.0	100.0	□
Autobahn-Raststätte Basel-Nord AG	CH-Bâle	38.3	38.3	●
CapCo AG	FL-Vaduz	100.0	100.0	□
Centre de formation "du Léman"	CH-Jongny	100.0	100.0	□
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	75.0	75.0	□
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	50.0	50.0	●
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	51.0	51.0	□
Centre de séminaires Coop	CH-Muttenz	100.0	100.0	□
Coop Vitality AG	CH-Berne	51.0	51.0	□
Coop Vitality Management AG	CH-Berne	51.0	51.0	□
Elektronik Distribution AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Eurogroup Europe AG	CH-Wangen	100.0	100.0	□
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	100.0	100.0	□
Marché Restaurants Suisse SA	CH-Dietlikon	100.0	100.0	□
Panflor AG	CH-Zurich	100.0	100.0	□
railCare AG	CH-Härkingen	100.0	100.0	□
Raststätte Glarnerland AG	CH-Niederurnen	21.3	21.3	□
Raststätte Heidiland AG	CH-Maienfeld	51.5	51.5	□
Relais du St-Bernard Martigny SA	CH-Martigny	68.0	68.0	●
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
SC Swiss commercial GmbH	DE-Constance	100.0	100.0	□
Stazioni Autostradali Bellinzona SA	CH-Bellinzona	68.4	68.4	●
Steinfels Swiss GmbH	DE-Constance	100.0	100.0	□
Tanklager Rothenburg AG	CH-Rothenburg	17.0	17.0	●
Two Spice SA	CH-Zurich	32.8	32.8	●
update Fitness AG	CH-Uzwil	51.0	51.0	□
update akademie GmbH	CH-Uzwil	25.5	25.5	●
Coop Société Coopérative	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Betty Bossi SA	CH-Zurich	100.0	100.0	□
Coop Immobilien AG	CH-Berne	100.0	100.0	□
Ing. dipl. Fust SA	CH-Oberbüren	100.0	100.0	□
Parking des Remparts SA	CH-La Tour-de-Peilz	33.3	33.3	●
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	100.0	100.0	□
RS Vertriebs AG	CH-Saint-Gall	100.0	100.0	□
Service 7000 AG	CH-Netstal	100.0	100.0	□
The Body Shop Switzerland SA	CH-Uster	100.0	100.0	□
Groupe Transgourmet				
Transgourmet Holding AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
gastronovi GmbH	DE-Brême	51.0	51.0	□
Interfruits Frisch-Service AG	CH-Schlieren	100.0		□
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Ahoii GmbH	DE-Hambourg	8.9	17.6	●
Brand Views GmbH	DE-Hambourg	22.3	43.8	●
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	100.0	100.0	□

		Part du capital ¹		Consolidation
		31.12.2019 en %	31.12.2018 en %	
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	51.0	100.0	□
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Francfort	100.0	100.0	□
FRISCHEPARADIES ESPAÑA S.L.U.	ES-Palma de Mallorca	100.0	100.0	□
Fruchthof Handel-GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□
gastivo portal GmbH	DE-Brême	35.7	70.0	□
Gastro Tracking GmbH	DE-Nuremberg	17.9	35.0	●
Geo-Marketing GmbH	DE-Cologne	25.0	25.0	●
GEVA Beteiligungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	51.0		□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH	DE-Frechen	26.0		□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH & Co. KG	DE-Frechen	26.0		□
Hamburger Feinfrost GmbH	DE-Hambourg	100.0	100.0	□
MVF Markenvertriebs- und Förderungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	26.0		□
NEV Nordwest GmbH	DE-Brême	35.7	70.0	□
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	100.0	100.0	□
OOO Basa	RU-Moscou	100.0	100.0	□
OOO Mikotrans	RU-Moscou	100.0	100.0	□
OOO Selgros	RU-Moscou	100.0	100.0	□
OOO Selgros Immobilien	RU-Moscou	100.0	100.0	□
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Moscou	100.0	100.0	□
proGetränkePartner GmbH	DE-Eggenfelden	17.9	35.0	●
Richard Sump GmbH	DE-Hambourg	75.0	75.0	□
Sanalogic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	100.0		□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	100.0	100.0	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hambourg	75.0	75.0	□
Team Beverage AG	DE-Brême	35.7	70.0	□
Team Beverage Category Management und Vermarktung GmbH	DE-Brême	35.7	70.0	□
Team Beverage Convenience GmbH	DE-Rostock	35.7	70.0	□
Team Beverage Dienstleistungen GmbH	DE-Rostock	35.7	70.0	□
Team Beverage Einzelhandel GmbH	DE-Brême	35.7	70.0	□
Team Beverage Einzelhandel Süd GmbH	DE-Eggenfelden	35.7	70.0	□
Team Beverage Großhandel GmbH	DE-Brême	35.7	70.0	□
Team Beverage Marken und Systeme GmbH	DE-Brême	35.7	70.0	□
Team Business IT GmbH	DE-Stralsund	35.7	70.0	□
transCoop GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	100.0	100.0	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Immobilien GmbH & Co. KG	DE-Pullach	100.0	100.0	□
Transgourmet Foodservice Immobilien GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	100.0	100.0	□
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
ALDIS ASP 6 SARL	FR-Valenton	100.0	100.0	□
All Fresh Logistique SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
BSP SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
COFIDA SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	30.8	30.8	●
Locagroup SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-jolie	100.0	100.0	□
SCI Mittelfeld-Knoderer	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Sodiexval SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
SPEIR SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□

		Part du capital ¹		Consolidation
		31.12.2019 en %	31.12.2018 en %	
Transgourmet Immobilier France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Management Gie	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Opérations SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Seafood SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Transgourmet Services SNC	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	100.0	100.0	□
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	100.0		□
immodevelop GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□
Top Team Zentraleinkauf GmbH	AT-Traun	50.0	50.0	●
Transgourmet Suisse SA	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Casa del Vino SA	CH-Zurich	100.0	100.0	□
Domaines & Châteaux Vins Birrhard SA	CH-Birrhard	100.0	100.0	□
Grossopanel AG	CH-Stans	33.3	33.3	●
Caves Riegger Vins SA	CH-Mellingen	100.0	100.0	□
wine AG Valentin & Von Salis	CH-Pontresina	50.0	50.0	●
Zanini Vinattieri SA	CH-Ligornetto	100.0	100.0	□
Bell Food Group				
Bell Food Group SA	CH-Bâle	66.3	66.3	□
Bell Suisse SA	CH-Bâle	66.3	66.3	□
Geiser AG	CH-Schlieren	66.3	66.3	□
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	□
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	66.3	66.3	□
Bell Production Services GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	66.3	66.3	□
Bell Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	66.3	66.3	□
Bell España Alimentación S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	66.3	66.3	□
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	66.3	66.3	□
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	□
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	□
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	□
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	□
Bell Nederland B.V.	NL-Houten	66.3	66.3	□
Bell Logistics N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	□
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	66.3	66.3	□
Bell France SAS	FR-St-André-sur-Vieux-Jonc	66.3	66.3	□
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	66.3	66.3	□
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	66.3	66.3	□
Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	66.3	66.3	□
Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	66.3	66.3	□
Val de Lyon SAS	FR-Valenton	66.3	66.3	□
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	□
Hubers Landhendl GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	□
Süddeutsche Truthahn AG	DE-Ampfing	66.3	66.3	□
Brütere Schlierbach GmbH	AT-Pettenbach	63.0	63.0	□
Frisch Express GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	□
VTE-Beteiligungs GmbH + Co. KG	DE-Ampfing	66.3	66.3	□
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	66.3	66.3	□
ZIMBO Perbal Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbál	66.2	66.2	□

		Part du capital ¹		Consolidation
		31.12.2019 en %	31.12.2018 en %	
Hilcona AG	FL-Schaan	66.3	66.3	□
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	66.3	66.3	□
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden-Echterdingen	66.3	66.3	□
Frostag Food-Centrum AG	CH-Landquart	66.3	66.3	□
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	66.3	66.3	□
Eisberg AG	CH-Dällikon	66.3	66.3	□
Eisberg Österreich GmbH	AT-Marchtrenk	66.3	66.3	□
Eisberg Hungary Kft.	HU-Gyál	66.3	66.3	□
Eisberg Spolka z o.o.	PL-Legnica	66.3	66.3	□
Eisberg srl	RO-Pantelimon	66.3	66.3	□
E.S.S.P. España 2000 SL	ES-Aguilas	66.3	66.3	□
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	66.3	66.3	□
Dr. A. Stoffel Holding AG	CH-Steinach	66.3	66.3	□
Hügli Holding AG	CH-Steinach	66.3	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel AG	CH-Steinach	66.3	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GmbH	AT-Hard	66.3	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel GmbH	DE-Radolfzell	66.3	66.3	□
Granovita S.A.	ES-La Vall d'Uixó	66.3	66.3	□
Hügli UK Ltd.	GB-Redditch	66.3	66.3	□
Bresc B.V.	NL-Sleeuwijk	66.3	59.0	□
Ali-Big Industria Alimentare s.r.l.	IT-Brivio	66.3	66.3	□
Hügli Food s.r.o.	CZ-Zásmuky u Kolína	66.3	66.3	□
Hügli Food Élelmiszeripari Kft.	HU-Budapest	66.3	66.3	□
Hügli Food Polska sp. z o.o.	PL-Lódz	66.3	66.3	□
Hügli Food Slovakia s.r.o.	SK-Trnava	66.3	66.3	□
Centravo Holding AG	CH-Zurich	19.7	19.7	●
GVFI International AG	CH-Bâle	16.4	16.4	●
Baltic Vianco OÜ	EE-Rõuge Vald	22.1	22.1	●

□ = Société intégralement consolidée

● = Société intégrée selon la méthode de mise en équivalence

¹ Les pourcentages indiqués correspondent aux parts détenues par le groupe Coop.

27 Événements postérieurs à la date du bilan

Le Conseil d'administration a approuvé les comptes consolidés du groupe Coop le 12 février 2020. Ils seront soumis à l'approbation des délégués lors de l'Assemblée des délégués du 2 avril 2020.



Rapport de l'organe de révision

A l'assemblée des délégués de Groupe Coop Société Coopérative, Bâle

Rapport sur l'audit des comptes annuels consolidés

Opinion d'audit

Nous avons effectué l'audit des comptes annuels consolidés de Groupe Coop Société Coopérative et de ses filiales (le Groupe), comprenant le bilan consolidé au 31 décembre 2019, le compte de résultat consolidé, le tableau de variation des fonds propres et le tableau de flux de trésorerie consolidés pour l'exercice arrêté à cette date ainsi que l'annexe aux comptes annuels consolidés, y compris un résumé des principales méthodes comptables.

Selon notre appréciation, les comptes annuels consolidés (pages 88 à 113) donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle du patrimoine et de la situation financière du groupe au 31 décembre 2019 ainsi que de sa performance financière et de ses flux de trésorerie pour l'exercice arrêté à cette date conformément aux Swiss GAAP RPC et sont conformes à la loi suisse.

Bases de l'opinion d'audit

Nous avons effectué notre audit en conformité avec la loi suisse dans le respect des Normes d'audit suisses (NAS). Notre responsabilité selon ces dispositions et ces normes est décrite plus en détail dans le paragraphe du présent rapport intitulé «Responsabilité de l'organe de révision pour l'audit des comptes annuels consolidés». Nous sommes indépendants du groupe, conformément aux dispositions légales suisses et aux exigences de la profession et nous avons rempli nos autres obligations professionnelles dans le respect de ces exigences.

Nous estimons que les éléments probants recueillis sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Eléments clés de l'audit au titre de la circulaire 1/2015 de l'Autorité fédérale de surveillance en matière de révision (ASR)



Comptabilisation du chiffre d'affaires



Evaluation des marchandises commerciales

Les éléments clés de l'audit sont les éléments qui, selon notre jugement professionnel, sont les plus importants pour notre audit des comptes annuels consolidés de l'exercice. Nous avons examiné ces éléments dans le cadre de l'audit global du groupe et nous les avons pris en compte lors de la constitution de l'opinion d'audit que nous avons émise; il n'est pas fourni d'opinion d'audit distincte à leur sujet.



Comptabilisation du chiffre d'affaires

Élément clé de l'audit

Le Groupe comptabilise son chiffre d'affaires au moment où les avantages et les risques liés à la vente des produits sont passés à l'acquéreur. Le chiffre d'affaires se compose, d'une part, du chiffre d'affaires du front (caisses) et, d'autre part, du chiffre d'affaires d'approvisionnement (contre facture). Il est présenté net des remises, rabais et autres réductions de prix.

Le chiffre d'affaires constitue une base essentielle pour l'évaluation de la marche des affaires du Groupe. Par conséquent, il figure au centre des objectifs internes ainsi que des attentes du public, des analystes financiers, des investisseurs institutionnels, des principaux créanciers et d'autres parties intéressées concernant l'évolution des affaires. Etant donné que le chiffre d'affaires représente un poste essentiel du compte de résultat, il revêt une grande importance pour le Groupe.

En conséquence, nous nous sommes concentrés, lors de notre audit dans ce domaine, sur l'existence d'opérations générant des revenus et leur comptabilisation sur la période appropriée ainsi que sur la saisie correcte des données

Notre approche

Dans le cadre de notre audit, nous avons évalué le caractère approprié des principes comptables liés à la comptabilisation du chiffre d'affaires du Groupe. Pour l'évaluation de la comptabilisation correcte du chiffre d'affaires, nous avons effectué notamment les procédures d'audit suivantes:

- Nous avons analysé le processus relatif à la comptabilisation du chiffre d'affaires et à la comptabilisation sur la période correcte et évalué si les flux de valeurs sont présentés correctement dans les comptes. A cet égard, nous avons identifié les contrôles clés concernant la comptabilisation du chiffre d'affaires et vérifié leur efficacité au moyen de sondages. Nous avons fait appel à nos spécialistes IT pour soutenir nos opérations d'audit.
- Afin de vérifier l'exactitude des données de base (prix des produits, périodes de promotion, etc.), nous avons réconcilié celles-ci avec les documents de base au moyen de sondages.
- S'agissant du chiffre d'affaires du front, nous avons vérifié le bon fonctionnement des caisses en examinant les paramètres systèmes. De plus, nous avons réconcilié les décomptes de caisse avec les entrées de paiement correspondantes au moyen de sondages.
- S'agissant du chiffre d'affaires d'approvisionnement, nous avons en outre vérifié, en comparant au moyen de sondages les factures, les commandes et les bons de livraison correspondants, que le chiffre d'affaires a été comptabilisé sur la période appropriée. A cet égard, nous nous sommes concentrés notamment sur les transactions de vente peu avant et après la date du bilan.

Par ailleurs, nous avons vérifié si les principes comptables relatifs à la comptabilisation du chiffre d'affaires ont été décrits et publiés de manière appropriée.

Pour plus d'informations concernant la comptabilisation du chiffre d'affaires, voir :

- Principes de consolidation et de présentation des comptes



Evaluation des marchandises commerciales

Élément clé de l'audit

Au 31 décembre 2019, le Groupe présente des stocks de CHF 3.4 milliards (exercice précédent: CHF 3.3 milliards). Les stocks sont évalués au coût d'acquisition ou de revient ou, si celle-ci est inférieure, à la valeur de réalisation nette.

Sur les CHF 3.4 milliards de stocks, CHF 2.7 milliards concernent les marchandises commerciales (exercice précédent: CHF 2.6 milliards). Les marchandises commerciales sont évaluées au prix de revient moyen (prix moyen pondéré) augmenté des suppléments logistiques et diminué des remboursements fournisseurs, rabais, ristournes, etc.

La détermination de l'évaluation correcte des marchandises commerciales comprend des éléments d'appréciation. De plus, il existe un risque de surévaluation en raison de marchandises qui ne sont plus utilisables, de stocks qui sont difficiles à vendre et de la pression sur les prix. Par conséquent, la détermination de la correction de valeur repose sur certaines marges d'appréciation. L'évaluation correcte des marchandises commerciales est donc importante pour la compréhension globale des comptes consolidés.

En conséquence, nous nous sommes concentrés, lors de l'audit de l'évaluation des stocks, sur l'évaluation correcte des marchandises commerciales.

Notre approche

Dans le cadre de notre audit, nous avons évalué le caractère approprié des principes comptables en relation avec l'évaluation des marchandises commerciales du Groupe. Nous avons notamment effectué les opérations d'audit suivantes:

- Nous avons évalué le caractère approprié des processus dans le domaine de l'évaluation des marchandises commerciales. A cet égard, nous avons identifié les contrôles clés et vérifié leur efficacité au moyen de sondages.
- Sur la base de sondages et avec le soutien de nos spécialistes IT, nous avons évalué l'intégrité des contrôles IT généraux et testé l'efficacité des principaux contrôles d'application IT. En particulier, nous avons effectué une vérification dans le domaine de la saisie des commandes en évaluant des champs obligatoires et des séparations de fonctions importantes dans le processus de commande. De plus, nous avons vérifié le calcul correct des prix dans le système à l'aide des paramètres systèmes, des factures fournisseurs ainsi que des entrées et des sorties.
- En complément, nous avons analysé les calculs pour vérifier si les déductions (remboursements fournisseurs, rabais, ristournes, etc.) et les suppléments logistiques ont été effectués correctement.
- Nous avons évalué le caractère approprié des processus de gestion en vue de l'identification des marchandises qui ne peuvent plus être utilisées et des produits qui sont difficiles à vendre et nous avons procédé à une appréciation critique de la base et de la méthode utilisées pour l'évaluation de ces marchandises commerciales.
- Nous avons vérifié mathématiquement le calcul des corrections de valeur sur les marchandises commerciales.

Par ailleurs, nous avons vérifié si les principes comptables ont été décrits et publiés de manière appropriée.

Pour plus d'informations concernant l'évaluation des stocks, voir :

- Principes de consolidation et de présentation des comptes
- Note 12 de l'annexe, Stocks



Autre information

Les comptes annuels consolidés de Groupe Coop Société Coopérative pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2018 ont été audités par un autre organe de révision qui a exprimé une opinion non modifiée sur ces comptes annuels consolidés dans le rapport daté du 13 février 2019.

Responsabilité du conseil d'administration pour les comptes annuels consolidés

Le conseil d'administration est responsable de l'établissement des comptes annuels consolidés donnant une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats en conformité avec les Swiss GAAP RPC et les exigences légales. Le conseil d'administration est en outre responsable des contrôles internes qu'il juge nécessaires pour permettre l'établissement d'comptes annuels consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels consolidés, le conseil d'administration est responsable d'évaluer la capacité du groupe à poursuivre l'exploitation de l'entreprise. Il a en outre la responsabilité de présenter, le cas échéant, les éléments en rapport avec la capacité du groupe à poursuivre ses activités et d'établir le bilan sur la base de la continuité de l'exploitation, sauf s'il existe une intention de liquidation ou de cessation d'activité, ou s'il n'existe aucune autre solution alternative réaliste.

Responsabilité de l'organe de révision pour l'audit des comptes annuels consolidés

Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels consolidés pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, et de délivrer un rapport contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, mais ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé en conformité avec la loi suisse dans le respect des NAS permette toujours de détecter une anomalie qui pourrait exister. Des anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des comptes annuels prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit en conformité avec la loi suisse dans le respect des NAS, nous exerçons notre jugement professionnel et nous faisons preuve d'esprit critique. En outre:

- Nous identifions et nous évaluons les risques d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, nous planifions et mettons en œuvre des mesures d'audit en réponse à ces risques, et nous réunissons les éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant de fraudes est plus élevé que celui de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, des omissions volontaires, des déclarations volontairement erronées faites à l'auditeur ou le contournement de contrôles internes.
- Nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de planifier des mesures d'audit appropriées en la circonstance, mais non dans le but d'exprimer une opinion sur le fonctionnement efficace du contrôle interne du groupe.
- Nous évaluons le caractère approprié des méthodes comptables appliquées et le caractère raisonnable des estimations comptables ainsi que des informations fournies les concernant.
- Nous évaluons si l'établissement du bilan par le conseil d'administration selon le principe de la continuité de l'exploitation est adéquat et si, sur la base des éléments probants recueillis, des incertitudes significatives existent en rapport avec des événements ou des faits, qui pourraient jeter un doute considérable sur les capacités du groupe à poursuivre son exploitation. Si nous arrivons à la conclusion qu'il existe une incertitude significative, nous sommes dans l'obligation d'attirer l'attention dans notre rapport sur les informations correspondantes dans l'annexe aux comptes annuels consolidés ou, si les informations qu'elle contient sont inappropriées, de rendre une opinion d'audit avec réserve ou défavorable. Nous établissons nos conclusions sur la base des éléments probants recueillis jusqu'à la date de notre rapport. Des événements ou faits futurs peuvent toutefois conduire à l'abandon par le groupe de la continuité de l'exploitation.



- Nous évaluons la présentation dans son ensemble, la structure et le contenu des comptes annuels consolidés, y compris les informations données dans l'annexe et nous estimons si les comptes annuels consolidés reflètent les opérations et événements sous-jacents de façon à donner une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats du groupe.
- Nous recueillons des éléments probants suffisants et adéquats sur les informations financières des entités et sur les activités au sein du groupe, afin de délivrer notre opinion d'audit sur les comptes annuels consolidés. Nous sommes responsables de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit du groupe. Nous avons la responsabilité exclusive de notre opinion d'audit.

Nous nous entretenons avec le conseil d'administration ou avec sa commission compétente, notamment sur l'étendue planifiée et sur le calendrier de l'audit, ainsi que sur les constatations d'audit significatives, y compris les faiblesses significatives éventuelles dans les contrôles internes constatées lors de notre audit.

Nous remettons au conseil d'administration ou à sa commission compétente une déclaration, dans laquelle nous confirmons que nous avons respecté les exigences d'indépendance pertinentes, et nous nous entretenons avec eux sur toutes les relations et autres éléments qui peuvent raisonnablement apparaître comme portant atteinte à notre indépendance, ainsi que sur les mesures de sauvetage prises le cas échéant dans ce contexte.

Parmi les éléments sur lesquels nous nous sommes entretenus avec le conseil d'administration ou avec sa commission compétente, nous déterminons ceux qui ont été les plus importants dans l'audit des comptes annuels consolidés de l'exercice et qui constituent ainsi des éléments clés de l'audit. Nous décrivons ces éléments dans notre rapport, sauf si la loi ou d'autres dispositions réglementaires en interdisent la publication. Dans des cas extrêmement rares, nous pouvons parvenir à la conclusion de ne pas communiquer un élément dans notre rapport, car il serait raisonnablement possible de s'attendre à ce que les conséquences négatives qui en seraient liées excéderaient les avantages d'une telle communication pour l'intérêt public.

Rapport sur les autres obligations légales et réglementaires

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

Nous recommandons d'approuver les présents comptes annuels consolidés.

KPMG SA

Jürg Meisterhans
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable

Sandra Terzic
Expert-réviseur agréée

Bâle, 12 février 2020

