

RAPPORT DE GESTION 2016 DU GROUPE COOP



Rapport de gestion 2016 du groupe Coop

Domaines d'activité du groupe Coop	4
Les principaux chiffres-clés	5
Avant-propos	6
Temps forts de l'année 2016	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
Domaine d'activité Commerce de détail	17
Formats et offre	17
Logistique, informatique et immobilier	27
Les prestations en plus	29
Domaine d'activité Commerce de gros/Production	33
Groupe Transgourmet	33
Production	37
Collaborateurs	43
Un employeur attractif	43
Formation et évolution professionnelle	44
Gestion du changement	46
Gouvernement d'entreprise	47
Le groupe Coop en chiffres	65

Domaines d'activité du groupe Coop

Etat au 1^{er} mars 2017



Les principaux chiffres-clés

Chiffre d'affaires total

28 322 mio. de CHF

Produit net Groupe

27 259 mio. de CHF

dont

19 251 mio. de CHF Suisse

8 008 mio. de CHF Etranger

Produit net Secteurs

17 162 mio. de CHF Commerce de détail

12 248 mio. de CHF Commerce de gros/
Production

Produit net Commerce en ligne

565 mio. de CHF Commerce de détail

824 mio. de CHF Commerce de gros/
Production

Effectifs au 31.12

46 637 Commerce de détail

38 364 Commerce de gros/Production

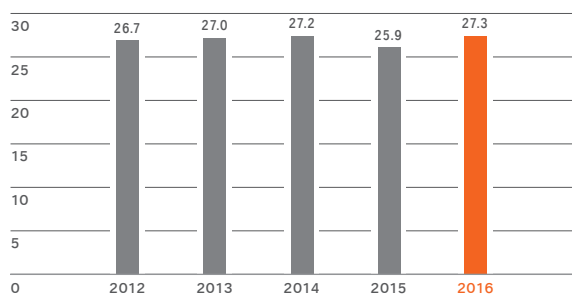
Apprentis au 31.12

2 705 Commerce de détail

800 Commerce de gros/Production

Produit net

en milliards de CHF



Résultat d'exploitation

2 044 mio. de CHF EBITDA
7,5 % du produit net

763 mio. de CHF EBIT
2,8 % du produit net

Résultat de l'exercice

475 mio. de CHF
1,7 % du produit net

Fonds propres

8 928 mio. de CHF
47,8 % Part des fonds propres

Free cash-flow

61 mio. de CHF

Investissements en immobilisations corporelles

992 mio. de CHF Suisse

517 mio. de CHF Etranger

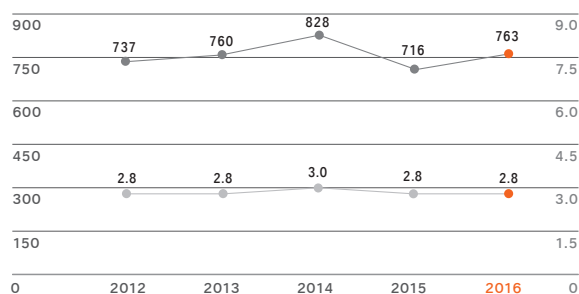
Nombre de points de vente/magasins

2 250 Commerce de détail

226 Commerce de gros/Production

Résultat d'exploitation (EBIT)

● en millions de CHF ● en % du produit net





Hansueli Loosli et Joos Sutter

Avant-propos

Le groupe Coop poursuit son essor

2016 a été une bonne année pour Coop, même si les effets de l'abandon du taux plancher par rapport à l'euro se sont encore faits sentir dans le commerce de détail suisse, le climat de consommation restant tendu et le tourisme d'achat se maintenant à un niveau élevé.

Le groupe Coop a dégagé, dans les secteurs du Commerce de détail et du Commerce de gros/Production, un chiffre d'affaires global de 28,3 milliards de francs, soit une hausse notable de 5,2%. Le chiffre d'affaires généré par la vente de produits durables a grimpé de 8,8% à 3,9 milliards de francs.

Dans le commerce de détail, le produit net est resté stable à 17,2 milliards de francs. Sur l'ensemble des branches, Coop a maintenu son niveau, voire gagné du terrain. Elle a vu la fréquentation augmenter de 2,6% dans ses supermarchés.

L'année 2016 a été riche en innovations, notamment dans le commerce de détail. Nous avons créé la surprise en lançant de nouveaux concepts de restauration rapide comme Zopf & Zöpfli et Marché Express, et déployé Coop to go. Pour consolider encore notre position dans le secteur du commerce de proximité, nous avons racheté, début janvier 2017, le groupe

suisse Aperto, un acteur solide du secteur convenience implanté dans les gares. Autre grande nouveauté en 2016: le lancement d'un concept totalement inédit de supermarché du futur, basé sur la fraîcheur et l'esprit marché. Nos deux premiers magasins aménagés selon ce concept ont ouvert leurs portes fin 2016; leur nombre sera porté à environ 45 d'ici à fin 2017. L'année a également été marquée par l'achèvement du plus gros projet immobilier de notre histoire: la construction de la nouvelle centrale de distribution de Schafisheim, un site novateur notamment sur le plan écologique. Un autre tournant majeur pour l'environnement a été pris avec l'ouverture, en novembre, de la première station-service à hydrogène publique de Suisse.

Le deuxième pilier du groupe Coop, à savoir le Commerce de gros/Production, a connu une évolution particulièrement réjouissante en 2016. Le secteur a vu son produit net grimper de 15,4 % pour s'établir à 12,2 milliards de francs. A souligner en particulier la progression de 14,5 % du groupe Transgourmet, qui a ainsi consolidé sa position de numéro deux européen dans le libre-service et la livraison en gros.

Pour Transgourmet, l'année a été ponctuée par deux événements majeurs: le lancement de la marque propre durable du groupe et l'implantation dans un nouveau pays. Le rachat du numéro un autrichien de l'approvisionnement de la restauration marque un grand pas en avant dans notre stratégie d'expansion.

Dans le secteur de la production, le groupe Bell, acteur majeur du marché européen de la transformation de viande et de produits convenience, s'est lui aussi développé au travers d'acquisitions. Parmi les autres faits marquants de l'année dans ce secteur figurent la construction du nouveau silo à grain de Swissmill et la mise en service de la nouvelle boulangerie-pâtisserie industrielle à Schafisheim.

Nous avons réalisé des investissements importants dans le commerce en ligne en 2016, en misant résolument sur sa connexion avec le commerce sédentaire. Le produit net réalisé à l'échelle du groupe dans ce secteur a augmenté de 14,6 % pour atteindre 1,4 milliard de francs.

Certes, la numérisation offre de nombreuses opportunités, mais elle place aussi l'entreprise et ses collaborateurs devant de grands défis. Pour les relever, nous devons dorénavant sortir des sentiers battus en investissant dans des formats et concepts novateurs et porteurs d'avenir. Si nous avons aujourd'hui toutes les cartes en main pour réussir, c'est grâce à l'engagement de nos quelque 85 000 collaborateurs, et c'est à eux que vont nos remerciements.



Hansueli Loosli
Président du Conseil d'administration



Joos Sutter
Président de la Direction générale

Temps forts de l'année 2016



Janvier

Transgourmet s'implante en Autriche

Transgourmet rachète la totalité de la société autrichienne C+C Pfeiffer, numéro un du commerce de gros pour la restauration dans son pays, et fonde ainsi la nouvelle société Transgourmet Österreich. Le groupe Transgourmet opère désormais dans sept pays.

Février

Coop plusieurs fois récompensée pour son engagement responsable

Pour son objectif Énergie et CO₂, Coop se voit décerner le prix spécial de la «Stratégie d'entreprise» du Watt d'Or 2016. Le célèbre trophée suisse de l'énergie est décerné une fois par an par l'Office fédéral de l'énergie.

Coop est également récompensée pour son engagement en faveur du bien-être animal: elle est le seul détaillant de Suisse à figurer dans le peloton de tête du classement du Business Benchmark on Farm Animal Welfare parmi 90 entreprises d'envergure internationale du secteur alimentaire.

Mars

Bell rachète Hubers

Soucieux de pérenniser sa croissance, le groupe Bell rachète Hubers, une entreprise autrichienne spécialisée dans la production de viande de volaille premium.

Avril

Participation majoritaire dans le groupe Update Fitness

Le groupe Coop prend une participation de 51 % dans le groupe Update Fitness. L'acquisition de cette entreprise leader en Suisse orientale lui permet de prendre pied dans un secteur porteur.



Mai

Bell rachète Eisberg

Le groupe Bell rachète le spécialiste des salades convenance Eisberg, implanté à Dänikon, élargissant ainsi ses propres activités dans ce secteur.

Lancement national de Siroop.ch

Née d'une joint-venture fondée par Coop et Swisscom, Siroop.ch est la première place de marché ouverte de Suisse. Lancée en novembre 2015 dans une région à titre de test, Siroop.ch est désormais opérationnelle dans toute la Suisse alémanique.

La Direction générale de Coop s'élargit

Coop crée la nouvelle Direction Informatique/ Production/Services, offrant ainsi à ces trois domaines une représentation à la Direction générale et un rôle stratégique accru.

Lancement de la marque Veganz et développement de la marque propre Karma

Coop signe un partenariat exclusif avec la société allemande Veganz et élargit encore son assortiment de marque propre Karma, renforçant ainsi son rôle de leader dans l'alimentation vegan et végétarienne.

Juin

Inauguration du plus grand centre logistique

Le nouveau centre logistique de Coop est opérationnel. Situé à Schafisheim, ce site ultramoderne regroupe la plus grande boulangerie-pâtisserie de Suisse, une centrale de distribution de surgelés, désormais nationale, et une centrale de distribution régionale. Avec la création de ce complexe novateur, Coop pose de nouveaux jalons dans les domaines de la logistique et du développement durable.

Remaniement de quatre magasins en ligne

Coop revoit et modernise la présentation de ses magasins en ligne Coop@home, Import Parfumerie, Toptip et Lumimart, élargissant ainsi ses compétences dans le commerce en ligne.



Juillet

Transgourmet Österreich: certification environnementale

Transgourmet Österreich, numéro un du commerce de gros alimentaire pour la restauration en Autriche, est la seule entreprise dans son secteur à avoir obtenu, pour l'ensemble de son activité, la certification ISO 14001 relative aux systèmes de management environnemental.

Août

Taux de réussite record en fin d'apprentissage

99 % des apprentis Coop formés en Suisse, soit 1010 jeunes, ont décroché leur diplôme. Le groupe Coop employait fin 2016 2862 apprentis dans toute la Suisse. Ce chiffre en fait le deuxième plus grand employeur d'apprentis.

Septembre

Trois formats spécialisés fêtent leur anniversaire

Dipl. Ing. Fust AG, l'enseigne d'électroménager, fête ses 50 ans. Coop Brico+Loisirs, le numéro un des magasins de bricolage en Suisse, et Import Parfumerie fêtent leurs 40 ans.

Nouveaux concepts de vente à l'emporter: Zopf & Zöpfli et Marché Express

Betty Bossi et Marché Restaurants Suisse SA lancent Zopf & Zöpfli, un tout nouveau concept de vente à l'emporter axé sur la vente de tresses fraîches dans de multiples variantes. Peu de temps après, Marché réalise avec Marché Express un autre concept innovant de restauration rapide.

Octobre

Bell Suisse rachète Cher-Mignon et Geiser AG
Bell Suisse rachète la société valaisanne Cher-Mignon SA, spécialisée en charcuterie, et la société Geiser AG, spécialisée dans l'approvisionnement des restaurants en Suisse.

Aide d'urgence pour les victimes de l'ouragan

Coop fait un don de 200 000 francs à la Croix-Rouge suisse afin de participer à l'aide d'urgence en Haïti.

La Presse Coop élargit son lectorat

L'hebdomadaire gagne de nouveaux abonnés dans ses trois éditions linguistiques et touche un lectorat toujours plus large. Il reste ainsi le magazine de consommation le plus lu de Suisse.



Novembre

Ouverture de la première station-service à hydrogène publique

Coop investit dans une solution de mobilité avant-gardiste en ouvrant à Hunzenschwil (AG) la première station-service à hydrogène publique de Suisse. L'hydrogène est produit sans émission de CO₂ ni de polluants. Coop se dote dans le même temps de son premier semi-remorque à hydrogène.

Décembre

Supermarché du futur

Coop ouvre à Altstätten et à Zumikon les deux premiers supermarchés aménagés selon le nouveau concept de magasin 2025+, qui offrent encore plus de fraîcheur dans une ambiance typique de marché. Le concept avait pu être testé auparavant par des clients dans un magasin-pilote spécialement aménagé par Coop.

Transgourmet élargit ses compétences en vin

Transgourmet Suisse rachète début janvier 2017 la société Weinkeller Riegger AG, qui propose un assortiment complet de près de mille vins. En mai, elle avait déjà repris Casa del Vino SA, importateur général des meilleures bodegas d'Espagne.

Rachat du groupe Aperto

Pour consolider encore sa position dans le secteur du commerce de proximité, Coop a racheté, début janvier 2017, le groupe suisse Aperto, un acteur solide du secteur convenance implanté dans les gares.

Stratégie et environnement général

Dans le commerce de détail, le groupe Coop se concentre principalement sur une croissance organique, tandis que dans le commerce de gros, il entend poursuivre avec Transgourmet à la fois une croissance organique et son expansion vers de nouveaux marchés. Dans la production, Coop fait le choix de l'intégration verticale pour ses approvisionnements stratégiques.

Profil de l'entreprise

Commerce de détail, commerce de gros et production

Le groupe Coop opère dans les domaines d'activité du commerce de détail, du commerce de gros et de la production. Dans le commerce de détail, qui représente environ les deux tiers du chiffre d'affaires global, le groupe 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 le groupe Bell, qui est actif 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 comptant plus de 2,5 millions de sociétaires. En tant que société coopérative, le groupe Coop 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

Notre vision et nos Lignes directrices communes, ainsi que les missions spécifiques aux différentes entreprises du groupe Coop, inspirent notre action au quotidien et forgent notre culture d'entreprise. Les quelque 85 000 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 vente 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.

Expansion et internationalisation

Le groupe Coop suit deux grands axes en matière d'expansion et d'internationalisation. Dans le commerce de détail, sa priorité est de consolider sa position sur le marché suisse. Pour ce faire, il s'attache, d'une part, à optimiser de façon ciblée son réseau de points de vente national et, d'autre part, à intégrer les nouvelles tendances en faisant évoluer son offre et en lançant de nouveaux

formats. Dans le commerce de gros, le groupe Coop entend développer la position du groupe Transgourmet en gagnant de nouveaux marchés en Europe, ceci tant par une croissance organique qu'au travers d'acquisitions.

Intégration verticale

Coop a fait le choix de l'intégration verticale pour sécuriser l'approvisionnement des matières premières essentielles, que ce soit pour la viande avec le groupe Bell, l'eau avec Pearlwater, les céréales avec Swissmill, le chocolat avec Chocolats Halba ou le riz avec Reismühle Brunnen. L'intégration des activités de production présente un autre avantage: elle permet à Coop de répondre rapidement aux nouvelles tendances. Un exemple: grâce notamment à la participation majoritaire de Bell dans Hilcona, Coop a pu développer sa position de numéro un dans le domaine des produits convenience et lancer sa propre ligne végétarienne. Ses deux domaines d'activité que sont le Commerce de détail et le Commerce de gros/Production travaillent en étroite collaboration, en exploitant les synergies possibles dans l'approvisionnement et la logistique. A relever également que les entreprises de production fabriquent des produits pour le commerce de détail et pour le commerce de gros. L'objectif de Coop dans ce domaine est de s'appuyer sur toutes les synergies possibles afin de gagner encore en efficacité et d'offrir au consommateur des prix plus avantageux.

Stratégie cross canal

Si les consommateurs privilégient le commerce sédentaire pour les produits alimentaires, ils se tournent de plus en plus vers Internet pour les produits non alimentaires. Le groupe Coop a su déceler très tôt cette tendance et mise résolument sur le cross canal en rapprochant les magasins physiques et Internet. Ses formats spécialisés disposent ainsi presque tous de leur propre magasin en ligne. Les commandes passées en ligne sont livrées à domicile ou peuvent être retirées par le client dans un magasin du format concerné ou bien dans un point 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.

Le groupe Coop exploite au total 40 magasins en ligne, dont 24 dans le Commerce de détail et 16 dans le Commerce de gros/Production.

Stratégie d'approvisionnement

Le groupe Coop renforce l'approvisionnement local et régional, en particulier en Suisse, le développement durable revêtant une importance capitale, 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 élevées 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 des fruits et légumes en Espagne et en Italie est confié à Alifresca, une autre filiale de Coop.

Vu l'importance croissante de la coopération internationale en matière d'achats, Coop a rejoint l'alliance internationale Alidis, qui regroupe déjà Edeka (Allemagne), le Groupement des Mousquetaires (France) – plus connu sous le nom d'Intermarché – et Eroski (Espagne). Alidis est l'une des plus grandes alliances d'achat d'Europe.

Stratégie qualité

Pour Coop, la gestion de la qualité est une discipline couvrant l'ensemble des processus de la chaîne de production qui jouent un rôle dans l'amélioration de la qualité des produits. Les prescriptions légales et toutes celles, encore plus strictes, de Coop en matière de qualité et de sécurité doivent être respectées à la lettre à tous les niveaux de la chaîne des marchandises. Les partenaires commerciaux de Coop, mais aussi et surtout ses collaborateurs, jouent ici un rôle crucial. 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, qui sont 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 homogène suivant une logique top down («du haut vers le bas»), qui permet de déployer les stratégies à long terme en mesures concrètes 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 les secteurs, des objectifs pluriannuels basés sur les trois piliers de son concept de développement durable.

Environnement économique et politique

Le commerce de détail suisse toujours en recul

Les chiffres d'affaires nominaux du commerce de détail suisse sont une nouvelle fois en baisse. Les causes sont multiples: fin du taux plancher, encore et toujours, mais aussi climat de consommation tendu et tourisme d'achat restant important. A cela est venu s'ajouter le recul du nombre de touristes étrangers dans les régions de montagne. La baisse du niveau des prix a légèrement ralenti en particulier dans le secteur non alimentaire.

Révision mesurée de la législation sur les denrées alimentaires

Coop accueille favorablement la nouvelle législation sur les denrées alimentaires, adoptée fin 2016 par le Conseil fédéral, et estime que les propositions relatives à l'étiquetage des denrées alimentaires, à l'indication du pays de production, à l'ordonnance sur les cosmétiques et à l'étiquetage des substances allergènes dans la vente en service traditionnel sont mesurées et judicieuses. Ces réglementations constituent un gage de transparence pour le consommateur sans alourdir exagérément la charge financière des entreprises. Coop salue par ailleurs le fait que la révision lève de nouveaux obstacles aux échanges commerciaux avec l'UE.

La sécurité alimentaire fait débat

Le thème de la sécurité alimentaire a fait couler beaucoup d'encre en 2016. Pas moins de trois initiatives (sécurité alimentaire, Fair Food et Uniterre) ont été lancées pour favoriser l'autosuffisance alimentaire en Suisse. Coop rejette ces initiatives parce qu'elles entraîneraient une hausse des prix et une réduction de l'assortiment et qu'elles porteraient trop fortement atteinte à la liberté économique. Ces initiatives constitueraient une régression dans la politique en matière d'agriculture qui, avec la Politique agricole 2014–2017, est déjà dotée d'un cadre adéquat. Il est possible de promouvoir une agriculture durable et compétitive au sein d'un tel cadre.

Produits écologiquement contestables et cycles de matière fermés

Coop a également rejeté l'initiative populaire «Economie verte», dont les objectifs n'étaient pas réalisables. Certes, Coop soutient fondamentalement le principe d'une économie durable, mais elle considère qu'il faut se concentrer sur les produits contestables d'un point de vue écologique et fermer de façon ciblée certains cycles de matière.

Evolution dans le commerce de gros et l'industrie

Le commerce de gros et l'industrie ont eux aussi souffert de la demande morose en Suisse. Le commerce de gros alimentaire a subi le repli du marché de la restauration, tandis que l'industrie suisse a continué de pâtir de la pression sur les coûts et les marges. En Europe, le commerce de gros et l'industrie ont profité de la reprise, portée surtout par la consommation privée, un marché du travail favorable, le recul du chômage et le renforcement du pouvoir d'achat, effet de la baisse des prix du pétrole. En Russie, l'économie a poursuivi son déclin.

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 plusieurs éléments: des prestations d'assortiment durables, une gestion efficace des ressources, la protection du climat, l'engagement en faveur des collaborateurs et divers projets sociaux.

Intégration stratégique du développement durable

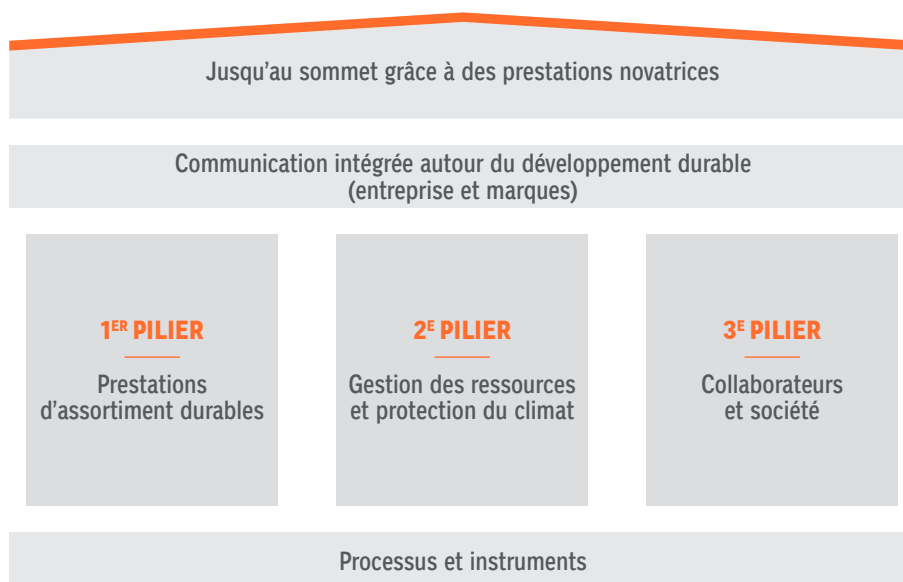
Hissé au rang de priorité il y a 25 ans, le développement durable fait désormais partie de l'ADN de Coop. Le groupe Coop l'a officiellement inscrit dans ses statuts, dans ses Lignes directrices et dans ses missions, et en a fait une composante de toutes ses stratégies et de tous ses processus. Ainsi, 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 de la valeur, mais aussi répondre avec efficacité et fiabilité aux exigences croissantes qu'imposent la société et les milieux politiques à l'ensemble de ses activités commerciales.

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](#), dans le [Rapport sur le progrès Développement durable](#) et dans le présent rapport de gestion.

Se concentrer sur l'essentiel

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 domaines d'action sont décrits dans le concept stratégique de développement durable, qui repose sur trois piliers.

1^{er} pilier: Prestations d'assortiment durables

Coop œuvre tout au long de la chaîne de création 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. Elle encourage la consommation durable en proposant une offre réfléchie de produits responsables, qu'elle soutient par une publicité diversifiée, tout en assurant une information ciblée des clients.

2^e pilier: Gestion des ressources et protection du climat

Coop concentre ses efforts sur la réalisation du grand objectif qui est le sien – 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. D'autres champs d'action méritent également d'être relevés comme l'optimisation des emballages, la maîtrise et le recyclage des déchets, la gestion responsable de l'eau et l'écoconstruction. Des efforts considérables sont en outre déployés dans les domaines de la logistique et du fret. L'utilisation rationnelle des ressources et de l'énergie contribue également à réduire les coûts.

3^e pilier: Collaborateurs et société

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 et la collaboration avec des partenaires stratégiques comme la Croix-Rouge suisse (CRS).

Fonds Coop pour le développement durable

Le Fonds Coop pour le développement durable finance des projets relevant de chacun de ces trois piliers. Il a pour ambition d'apporter des réponses inédites à certaines grandes questions sociétales et environnementales et d'offrir des solutions pionnières au développement durable, mais aussi de sensibiliser l'opinion publique à un mode de consommation durable et soutenir des projets en faveur des collaborateurs et de la société en général. Il dispose pour ce faire d'au moins 16,5 millions de francs par an.

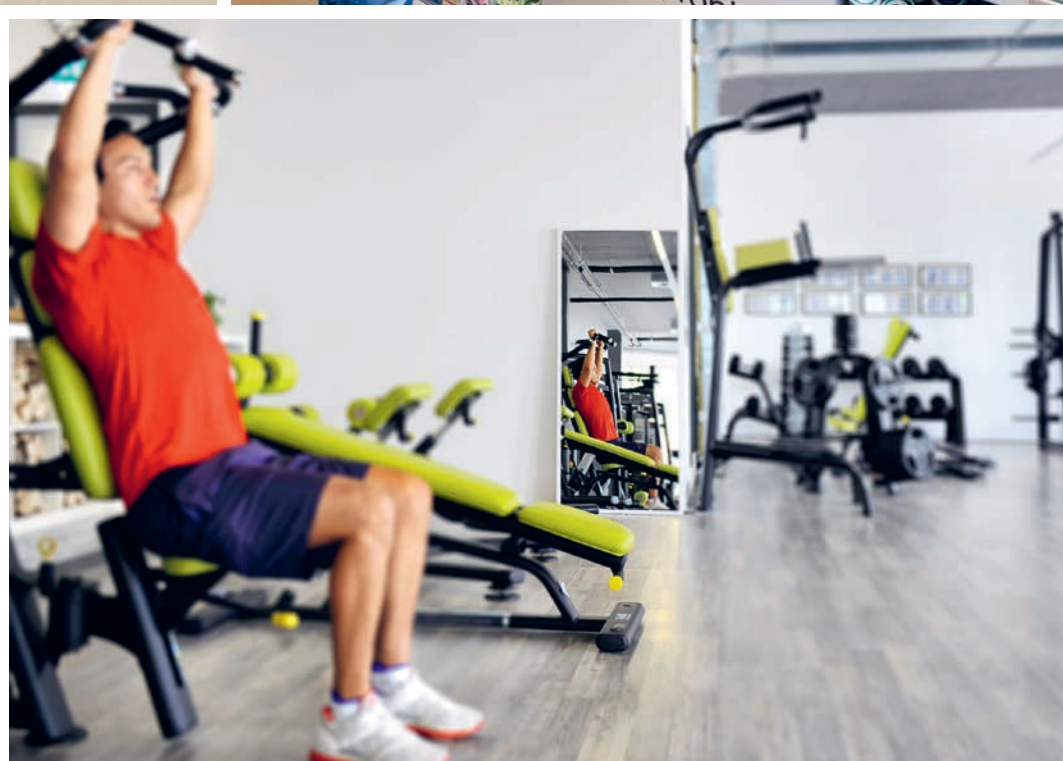
Intégration stratégique du développement durable dans le commerce de gros et la production

L'ensemble du groupe Transgourmet 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.

Objectifs pour la période 2014–2020

La Direction générale du groupe Coop a adopté en 2013 des objectifs de développement durable pour la période de 2014 à 2020, dont les grandes orientations sont les mêmes pour tous. Les objectifs concrets, quantifiés dans toute la mesure du possible jusqu'en 2020, se concentrent sur les principaux leviers du développement durable dans chacun des grands domaines d'activité: commerce de détail, commerce de gros et production. Au cours de l'année 2016, ces objectifs ont été examinés avec soin et modifiés si nécessaire. Les objectifs quantitatifs pluriannuels sont convertis en chiffres annuels et intégrés dans le processus annuel de fixation des objectifs du groupe, à l'instar des critères économiques. Le versement au management de la participation aux bénéficiaires dépend, entre autres, de la réalisation de ces objectifs de développement durable.

L'état d'avancement de la réalisation des objectifs figure dans le Rapport sur le progrès Développement durable, mise en ligne tous les ans en mai sous www.coop.ch/dd-rapport.





Domaine d'activité Commerce de détail

Coop place les familles au premier plan, lance le supermarché du futur et se fixe des objectifs concrets en faveur d'un approvisionnement plus durable. Les formats spécialisés renforcent leur présence sur le web. La mise en service de la centrale de distribution de Schafisheim clôture le plus grand chantier de l'histoire de Coop.

Le groupe Coop a réalisé en 2016 un produit net de 17,2 milliards de francs dans le commerce de détail. Malgré les nombreuses baisses de prix, le commerce de détail hors carburants et combustibles a ainsi réussi à maintenir le cap par rapport à l'année précédente.

Formats et offre

Dans le commerce de détail, le groupe Coop exploite des supermarchés et de nombreux formats spécialisés dans les domaines les plus divers. Fin 2016, il comptait 2250 magasins en Suisse, soit 52 de plus que l'année précédente. Il possède également un large éventail de magasins en ligne qui fonctionnent en synergie avec ses magasins physiques dans le cadre d'une stratégie résolument cross canal. Ainsi, presque tous ses formats spécialisés ont désormais leur propre magasin en ligne. Le groupe Coop gère en tout 24 magasins en ligne du commerce de détail, qui ont progressé de 10,9 % par rapport à 2015.

17,2 milliards de 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 les produits durables a atteint 3,5 milliards de francs en 2016, ce qui représente une hausse de 6,3 % par rapport à l'année précédente (pour en savoir plus, voir www.coop.ch/dd-rapport). Les produits bio ont, à eux seuls, apporté à Coop un chiffre d'affaires de 1,2 milliard de francs, soit 7,0 % de plus qu'en 2015.

Supermarchés

Au cours de l'année sous revue, Coop a ouvert 28 magasins dans toute la Suisse et en a fermé huit, portant le nombre total de magasins à 876 fin 2016, soit une surface de vente totale de 972 783 m². Ces supermarchés ont réalisé un produit net de 10,3 milliards de francs. Coop a, une fois de plus, gagné de nouveaux clients: la fréquentation dans les supermarchés a grimpé de 2,6 %. Les supermarchés ont, par ailleurs, gagné des parts de marché, en particulier dans le secteur des produits frais.

Parmi ces supermarchés figure la nouvelle enseigne Coop to go lancée en 2015, entièrement axée sur la restauration rapide, fraîche et tendance. En 2016, Coop to go a étoffé son offre de produits frais et faits maison et s'est étendue en-dehors de la ville de Zurich en ouvrant un magasin à Zoug, dans le Neustadt-Passage, et un autre à Baden, à la gare. L'enseigne compte désormais sept magasins.

De nombreuses activités dédiées aux familles

Coop a une nouvelle fois placé les familles au premier plan en 2016 en prenant diverses mesures en faveur des familles et des enfants. Elle a investi dans des chariots avec voiture intégrée pour que les enfants puissent faire les courses avec leurs parents et donner un coup de main au moment de passer en caisse. Dans ses magasins de Bachenbülach, Silbern et Berne Wankdorf, elle a installé ses premières caisses familiales à hauteur d'enfant, décorées d'images Jamadu. Tous les hypermarchés seront dotés d'une telle caisse au printemps 2017. Autre nouveauté: l'aménagement de places de parc un peu plus larges réservées aux familles dans les supermarchés disposant de parkings suffisamment grands. D'ici à fin 2017, plus de la moitié des supermarchés disposeront de telles places de parc. Dans ses restaurants, Coop a organisé de nouvelles animations, comme la décoration de pain d'épice et de lapins de Pâques, et commencé à installer de nouveaux espaces de jeu.

L'engagement de Coop en faveur des familles se reflète également dans ses activités de sponsoring. Coop a ainsi développé, avec la Fédération suisse de gymnastique, le «Mukihit» pour la gymnastique parents-enfants et organisé «Coop Andiamo» de «La Suisse bouge», qui a accueilli un nombre record de visiteurs: 22 000 personnes sont venues faire du sport en famille sur l'un des cinq sites aménagés pour l'occasion. Coop a, par ailleurs, apporté son soutien à la nouvelle plateforme dédiée aux familles de la Croix-Rouge suisse, organisé la tournée Hello Family des Schwiizergoofe, sponsorisé des comédies musicales pour enfants et organisé une journée Hello Family au Musée des Transports de Lucerne qui a regroupé 5000 participants.

Les activités du club Hello Family se sont encore nettement étoffées en 2016. Le club a publié deux magazines et conclu des partenariats pour pouvoir proposer à ses membres de nouvelles offres de loisirs exclusives. Le club Hello Family peut se targuer d'une belle croissance: il comptait fin 2016 environ 1,5 million de membres enregistrés, dont 458 000 familles.

Coop conçoit le supermarché du futur

Animée par un fort esprit d'innovation, Coop recherche sans cesse de nouvelles idées pour concevoir un supermarché qui soit encore plus proche des attentes de ses clients. Ainsi, en 2016, elle a adopté le nouveau concept de magasin 2025+, qui a démarré avec la création d'un magasin-pilote d'environ 1000 m² à Berne-Schönbühl. En quelques mois, un supermarché d'un genre nouveau a vu le jour. Absolument tout a été repensé, de la décoration jusqu'au mobilier et aux appareils en passant par l'étiquetage et la zone de caisses. Coop a notamment doté ce supermarché de nouveaux comptoirs Boucherie, Fromage et Poisson et revu à la hausse le nombre de boulangeries maison produisant du pain frais sur place. Son ambition: offrir encore plus de fraîcheur dans une ambiance typique de marché.

Une fois terminé, le magasin-pilote a été testé par quelque 450 clients venus de toute la Suisse qui, après y avoir fait leurs courses en vraie grandeur, ont partagé leurs impressions. Coop a ensuite remanié le concept en conséquence avant d'ouvrir, fin 2016, les deux premiers supermarchés nouvelle génération à Altstätten et à Zumikon. D'ici à fin 2017, le concept sera déployé dans environ 45 autres magasins.

Des objectifs clairs pour un approvisionnement durable

Coop a défini 14 matières premières critiques dont la production peut avoir des répercussions importantes sur l'homme, les animaux et l'environnement. Après avoir analysé les principaux risques pouvant se présenter dans la filière d'approvisionnement de ces matières premières, elle s'est fixé pour 2020 des objectifs et des chiffres-clés clairs pour évoluer vers un approvisionnement encore plus durable. Parmi les matières premières critiques figure le cacao: la forte pression sur son prix peut, en effet, avoir un impact négatif sur

100%

Poissons et fruits
de mer issus de sources
durables

les conditions de travail des petits producteurs et favoriser la déforestation et le travail des enfants. Grâce au label Fairtrade Max Havelaar et au Bourgeon de Bio Suisse, Coop peut garantir une production respectueuse de critères écologiques et le paiement de prix équitables aux petits producteurs. La part de cacao bio ou équitable dans les produits de marque propre Coop contenant une quantité significative de cacao s'élève actuellement à 86%. L'objectif pour 2020 est d'atteindre les 100%. Coop s'est également penchée sur la question de la viande et du poisson. A l'étranger, les réglementations sur la protection animale sont bien moins strictes qu'en Suisse. Coop a ainsi mis

sur pied avec ses fournisseurs étrangers une production de poulet conforme aux dispositions suisses. A l'heure actuelle, une grande partie des exploitations étrangères participant au projet respecte déjà le cahier des charges SST (systèmes de stabulation particulièrement respectueux des animaux). S'agissant des dindes d'engraissement, Coop poursuit ses efforts pour aider ses fournisseurs étrangers à adopter un mode d'élevage suivant le modèle SST. Depuis février 2016, la viande de dinde fraîche de marque propre Coop (hors Prix Garantie) provient d'élevages s'inspirant du modèle SST. Coop a également remporté une grande victoire au rayon poisson: depuis décembre, tous les poissons et fruits de mer sont issus de sources durables, c'est-à-dire considérées comme acceptables ou recommandables par le WWF. 64 % des poissons sauvages sont certifiés MSC (Marine Stewardship Council) et environ 33 % des poissons d'élevage satisfont aux directives de Bio Suisse.

A noter que les entreprises de production de Coop se sont, elles aussi, fixé des objectifs pour évoluer vers un approvisionnement plus durable et que le groupe Transgourmet fait actuellement le point sur la situation dans ce domaine.

Coop réduit la consommation de sacs plastique

Alors que le Conseil des Etats a classé la motion visant à interdire les sacs plastique jetables le 22 septembre 2016, Coop a décidé d'appliquer la solution de branche et de renoncer de son plein gré à distribuer gratuitement des sacs plastique jetables. Elle a, dans un premier temps, introduit les sacs payants dans dix magasins zurichoises en octobre 2016 afin d'analyser et d'optimiser les nouvelles procédures de caisse. Depuis la mi-février 2017, elle facture les sacs cinq centimes pièce dans près de 880 supermarchés dans toute la Suisse. Elle compte ainsi réduire de 80 % le nombre de sacs plastique jetables distribués dans ses supermarchés. A noter que ces sacs sont désormais réalisés dans un matériau 100 % recyclé. Le produit de leur vente sera reversé au Fonds Coop pour le développement durable, qui finance des projets innovants et durables dans le domaine.

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. Aux côtés de ses marques propres et labels de qualité durables, Coop propose aussi diverses autres marques propres pour répondre à tous les besoins et à toutes les envies au meilleur rapport qualité-prix.

MARQUES PROPRES ET LABELS DE QUALITÉ DURABLES



MARQUES PROPRES POUR GROUPES CIBLES



MARQUES PROPRES STANDARD



➔ Pour en savoir plus sur les marques propres Coop, rendez-vous sur www.coop.ch/labels.

Toujours leader pour les produits durables

Coop a consolidé sa position de leader pour les produits répondant à des normes de développement durable élevées. Le chiffre d'affaires généré par sa marque propre bio Naturaplan a fait un bond de 6,3 % pour s'établir à plus de 1 milliard de francs. 81 nouveautés Naturaplan ont été lancées, dont un petit assortiment de produits suisses certifiés Demeter. Les produits Oecoplan, dont 91 % sont recommandés par le WWF, ont eux aussi vu leur chiffre d'affaires grimper. Les textiles Naturaline et les produits de la ligne Naturaline Cosmetics se sont bien défendus. La nouvelle collection pour les jeunes et ceux qui le sont restés a été présentée par Mélanie Winiger et sa mère. De nombreux produits cosmétiques ont, par ailleurs, été certifiés vegan par Vegan Society. Sous sa marque Unique, Coop a proposé en 2016 906 tonnes de fruits et de légumes pas comme les autres. Elle a notamment accueilli sur ses étals

Plus de **1 milliard** de CHF
Chiffre d'affaires réalisé avec Naturaplan

323 tonnes de pommes de terre fissurées, apportant ainsi un soutien significatif aux paysans suisses et évitant le gaspillage alimentaire. Parallèlement, elle a continué de convertir ses assortiments au commerce équitable, notamment les glaces et les fruits secs. Fin 2016, Coop comptait, tous formats confondus, 730 produits certifiés Fairtrade. Leur chiffre d'affaires s'est accru d'environ 19 % pour s'établir à 397 millions de francs.

Coop aide les agriculteurs à se convertir au bio

Alors que les ventes de produits bio suivent une évolution très dynamique, le nombre d'agriculteurs bio, lui, reste stable en Suisse depuis plusieurs années. Coop a donc poursuivi ses efforts en 2016 pour encourager les agriculteurs à se convertir au bio, notamment en leur achetant leurs produits aux mêmes conditions que les produits bio pendant les deux années de la phase de reconversion. Ces produits sont vendus chez Coop sous la marque Naturaplan avec le Bourgeon de reconversion de Bio Suisse et la mention «produit dans le cadre de la reconversion à l'agriculture biologique». Par ailleurs, Coop soutient financièrement la Journée des Grandes Cultures organisée tous les ans par Bio Suisse, qui permet d'informer les exploitants des dernières avancées scientifiques et techniques concernant l'agriculture bio et d'inciter des producteurs conventionnels à s'engager dans la voie du bio. Ce projet est soutenu par le Fonds Coop pour le développement durable.

Elargissement de l'offre des marques propres standard et pour groupes-cibles

Coop a complété en 2016 son offre déjà très variée de produits standard et pour groupes-cibles. La gamme Prix Garantie, notamment, a été étoffée avec des produits particulièrement appréciés des familles.

Sous sa marque propre Fine Food, Coop a lancé 31 nouveautés, dont pour la première fois deux spiritueux. 95 % des produits se présentent désormais dans le nouvel emballage.

Avec Betty Bossi, Coop a réaffirmé son savoir-faire pâtissier en référençant des produits innovants et en modifiant les emballages, désormais plus modernes et accompagnés de conseils d'utilisation. Près de 80 produits ont été examinés à la loupe et remaniés par des experts culinaires.

Les fruits et légumes Primagusto ont toujours la cote: ils ont généré un chiffre d'affaires de 95 millions de francs, en hausse d'environ 8 %.

Dans le secteur non alimentaire, Coop a revu et optimisé sa gamme d'électroménager, réservant une place plus importante aux marques propres. Sa marque propre Satrap a ainsi été entièrement repositionnée, notamment grâce à un emballage et à un mode d'emploi plus modernes et plus conviviaux. Une cinquantaine de produits Satrap ont été remaniés avant d'être progressivement réintroduits dans l'assortiment.

Un choix toujours plus grand de produits végétariens, vegan et sans allergènes

L'intérêt pour une alimentation végétarienne ou vegan a fortement augmenté ces dernières années. En tant que détaillant innovateur et toujours au fait des nouvelles tendances, Coop enrichit sans cesse son offre de produits apportant une valeur ajoutée nutritionnelle. Sous sa marque propre Karma, elle a introduit dans ses rayons 20 snacks différents, ainsi que des produits à base de noix de coco et de lait d'amande, par exemple. La gamme Karma a ainsi vu le nombre de ses produits doubler et ses ventes progresser d'environ 73 %.

Coop a lancé, en parallèle, 34 produits vegan de la marque allemande Veganz, dont des biscuits, de l'émincé de soja et du sucre issu du nectar de fleur de cocotier. 560 produits munis du logo végétarien officiel de Swissveg, dont 372 produits vegan, étaient référencés chez Coop fin 2016.

En parallèle, Coop a continué d'étayer son offre de produits sans allergènes vendus sous sa marque propre Free From. Une étude réalisée par Coop avec le soutien technique du Centre d'Allergie Suisse montre que les exigences en matière de transparence, de diversité et de plaisir culinaire ont fortement augmenté. C'est ce qui a conduit Coop à développer un nouveau système d'étiquetage. Celui-ci se compose, d'une part, du logo vert Free From, qui met en avant dans le rayon les produits destinés aux personnes allergiques, et, d'autre part, de mentions complémentaires qui indiquent les allergènes absents du produit. Les produits de marque propre et quelques produits de grandes marques exempts de gluten, de lactose ou autre allergène portent eux aussi un étiquetage spécial. Coop propose 400 articles qui conviennent aux personnes souffrant d'allergies ou d'intolérances alimentaires, et qui sont étiquetés en conséquence. C'est l'assortiment le plus vaste du commerce de détail suisse.

Engagement en faveur de prix justes

Coop poursuit ses efforts en 2016 pour réduire les écarts de prix avec les pays voisins. Elle a, cette année aussi, mené d'intenses négociations avec divers fournisseurs, n'hésitant pas à faire le choix des importations parallèles lorsque c'était nécessaire. En même temps, elle est parvenue à se dégager une marge de manœuvre pour baisser ses prix en améliorant son efficacité par des investissements notamment dans la logistique. Au cours de l'année sous revue, Coop a baissé le prix de 1741 articles, ce qui représente un investissement de plus de 31,5 millions de francs. Le secteur Soins du visage et du corps a bénéficié d'une attention particulière: Coop y a baissé de 17 % en moyenne le prix de plus de 900 articles.

31,5 millions de CHF
investis dans les baisses
de prix

La forte volatilité du prix des matières premières a constitué un défi de taille en 2016. Certains produits comme le miel et les noix ont ainsi vu leur prix grimper. D'autres, en revanche, comme le lait et la viande de porc, ont profité d'un fléchissement du prix des matières premières. Ces ajustements de prix ont tous été publiés dans *Coopération*.

Formats spécialisés

Les formats spécialisés du groupe Coop ont enregistré en 2016 un produit net de 6,9 milliards de francs. Le groupe Coop se réjouit d'avoir pu conserver, voire accroître ses parts de marché dans tous les secteurs. Il s'est solidement affirmé en particulier dans le secteur de l'électronique domestique avec ses formats spécialisés Interdiscount, Microspot.ch, Dipl. Ing. Fust et Nettoshop.ch, qui ont dégagé un produit net d'environ 2 milliards de francs, soit 11 millions de plus que l'année précédente. Coop est ainsi leader incontesté de ce marché.

En devenant partenaire majoritaire à hauteur de 51 % du groupe Update Fitness, Coop s'est positionnée sur un autre marché porteur: celui des centres de fitness modernes axés sur la santé, qui ont connu un essor sans précédent en Suisse ces dix dernières années. L'acquisition du groupe Update Fitness est pour Coop une introduction idéale dans un secteur qui présente un potentiel de croissance considérable.

La modernisation des magasins bat son plein

Les formats spécialisés du commerce sédentaire continuent sur la voie de la modernisation en 2016. Coop City a réaménagé trois de ses grands magasins selon le nouveau concept «Bellacasa» et deux de ses restaurants, celui de Pfauen Bâle et celui de Zurich St-Annahof, selon le nouveau concept *Restauration*. Au cœur de ce concept se trouve l'îlot fraîcheur, où le client trouve un choix de produits différent selon l'heure et la saison.

Coop Brico+Loisirs a ouvert en mars, à Volketswil, un magasin modernisé doté d'une nouvelle jardinerie et rénové sept de ses points de vente.

Toptip a rafraîchi deux de ses magasins et Interdiscount, remanié 63 succursales pour les rendre plus claires et plus accueillantes.

Fust a poursuivi sa campagne de modernisation et transformé en tout 62 magasins.

Import Parfumerie a cinq transformations et deux nouvelles ouvertures à son actif et chez The Body Shop, 32 boutiques sur 50 sont désormais rénovées.

Coop lance des concepts innovants de restauration rapide

Le groupe Coop a déployé deux nouveaux concepts de vente à l'emporter en 2016 pour répondre aux attentes du client, demandeur de rapidité mais aussi de fraîcheur et de goût. Le premier de ces concepts est Zopf & Zöpfli. Lancé par Betty Bossi et Marché Restaurants Suisse SA, il est entièrement dédié à une grande star suisse: la tresse. L'offre comprend des tresses fraîches sous toutes les formes: nature ou garnies d'ingrédients divers et variés, froides ou chaudes, à la viande ou bien végétariennes. Les tresses sont façonnées à la main et cuites et garnies sur place. Salades, mueslis et boissons viennent les compléter. Le concept et les recettes sont élaborés par Betty Bossi; la gestion opérationnelle est assurée par Marché Restaurants Suisse SA. Le premier point de vente Zopf & Zöpfli a ouvert fin septembre 2016 dans le passage piéton souterrain de la gare de Berne. D'autres sites sont à l'étude.

Marché Restaurants Suisse AG a lancé un autre concept innovant de restauration rapide en 2016: Marché Express. Son offre varie au gré des saisons et est basée sur des recettes maison. Grâce à Marché Express, le grand spécialiste de la restauration rapide est désormais présent avec ses produits frais du marché ailleurs que sur les aires d'autoroute et dans les aéroports. Un premier Marché Express a ouvert ses portes en octobre à la gare centrale de Zurich et un second en novembre à la gare de Zurich Oerlikon. Huit autres points de vente verront le jour d'ici à 2020.

Coop possède deux autres enseignes dans les secteurs de la vente à l'emporter et du commerce de proximité: Coop Pronto et Coop to go, cette dernière lancée en 2015. Pour consolider encore sa position dans le secteur convenience, Coop a racheté début janvier 2017 le groupe suisse Aperto, bien implanté dans les gares.

Investissements dans le commerce en ligne et le cross canal

Coop a encore élargi ses compétences dans le commerce en ligne en 2016. Son format en ligne Coop@home et ses magasins en ligne Import Parfumerie, Toptip et Lumimart ont adopté une nouvelle présentation ultra-moderne. Coop@home a, en outre, été doté d'une boucherie en ligne en décembre – une première dans le commerce de détail suisse. Le client peut désormais choisir sa viande, la faire découper selon ses besoins et se la faire livrer à domicile. Le site Internet de Toptip présente lui aussi une nouveauté: il a été équipé de configurateurs numériques permettant au client de personnaliser son

363

points de retrait pick up
dans des magasins Coop

meuble; la commande peut ensuite être retirée dans un magasin Toptip. Confortée dans sa stratégie cross canal, qui vise à créer une interaction entre les différents canaux de distribution, Coop multiplie ses points de retrait pick up – des espaces dédiés au retrait des commandes passées en ligne – et a, pour la première fois, testé le retrait de commandes dans un supermarché. Ainsi, les produits commandés par l'intermédiaire de la nouvelle place de marché Siroop.ch peuvent être retirés dans 203 points de retrait pick up, répartis dans des supermarchés Coop, des boutiques Coop Pronto et des magasins Interdiscount.

Le secteur dans lequel Coop a le plus investi est celui de la logistique du commerce en ligne. Au siège d'Interdiscount à Jegenstorf, Coop est en train de construire un centre logistique entièrement automatisé pour Interdiscount et Microspot.ch. Son objectif: consolider sa position de leader dans l'électronique domestique grâce à une connexion plus marquée entre commerce sédentaire et commerce en ligne. Ce nouveau centre logistique, qui permettra de multiplier par plus de deux les capacités de stockage pour atteindre environ 26 000 articles, sera dédié principalement au stockage et à l'expédition de la marchandise proposée en ligne. Le gros œuvre a été achevé fin 2016 et la mise en service est prévue pour 2018. Coop a investi 70 millions de francs dans le nouveau site de Jegenstorf.

Par ailleurs, Coop a prévu de porter à 72 000 m² la surface du centre logistique commun de Fust et de Nettoshop.ch à Oberbüren. Les deux enseignes pourront ainsi stocker 9000 articles supplémentaires, soit en tout 22 500 articles référencés. Les travaux commenceront en 2017 et dureront jusque fin 2018.

Lancement national de la place de marché Siroop.ch

Siroop.ch est opérationnel dans toute la Suisse depuis mai 2016, après une phase de test lancée à l'automne 2015 dans la ville de Berne. C'est la première place de marché ouverte de Suisse, qui vend des produits de distributeurs locaux, régionaux et nationaux. Siroop connecte les commerces en ligne et hors ligne en proposant à la fois des produits de canaux physiques et des produits de grands commerçants en ligne. Ce concept, qui s'inscrit dans la numérisation du commerce de détail suisse, simplifie considérablement les achats en ligne. La plateforme est gérée par Siroop SA, une joint-venture fondée par Coop et Swisscom en avril 2015. La start-up se présente sur le marché comme une entreprise indépendante. Fin 2016, 305 commerçants proposaient environ 500 000 produits sur Siroop.

Coop ouvre la première station-service à hydrogène publique de Suisse

Coop a investi en 2016 dans une solution de mobilité avant-gardiste en ouvrant en novembre, à Hunzenschwil (AG), la première station-service à hydrogène publique de Suisse. Dans le même temps, elle a intégré dans sa flotte de véhicules le premier semi-remorque du monde fonctionnant à l'hydrogène et capable de répondre aux exigences de sa logistique, ainsi que douze voitures à hydrogène. L'hydrogène, livré à Coop Mineraloel AG, est produit par H₂ Energy AG à quelques kilomètres de distance, dans la centrale hydroélectrique de IBAarau d'Aarau, sans émission de CO₂ ni de polluants. Avec ce projet, Coop investit dans une technologie futuriste qui lui permet de franchir une étape de plus vers la mobilité durable.

Faits marquants des formats spécialisés

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 en savoir plus sur les formats spécialisés du groupe Coop, rendez-vous sur www.coop.ch/enseignes.



Le numéro un de l'électronique grand public en Suisse

- Gains de parts de marché
- Ouverture de cinq nouveaux magasins à Küssnacht, Frick, Berne, Hochdorf et Weinfelden
- Rénovation de 63 magasins
- Développement du magasin en ligne: élargissement de l'offre, qui compte désormais plus de 25 000 références, et lancement du «Same Day-Delivery» (livraison le jour même) dans les magasins de plusieurs villes
- Commandes en ligne en progression d'environ 39 %
- Construction du nouveau centre logistique à Jegenstorf

▼ Fiche d'informations



La deuxième chaîne de Grands Magasins de Suisse

- Consolidation de la position sur le marché
- Mise en œuvre du nouveau concept d'aménagement «Bellacasa» dans trois magasins (Fribourg, Thoun Kyburg et Oerlikon)
- Mise en œuvre du nouveau concept de restauration dans les magasins Pfauen Bâle et Zurich St-Annahof
- Déploiement du concept de «boutique décoration» (idées déco thématiques régulièrement renouvelées)

▼ Fiche d'informations



Le numéro un des magasins de bricolage en Suisse

- Accroissement des parts de marché
- 40^e anniversaire
- Lancement d'une nouvelle campagne publicitaire qui a pour slogan «Toujours là pour vous»
- Ouverture d'une nouvelle jardinerie Giardino à Volketswil
- Hausse du chiffre d'affaires généré par les produits durables et élargissement de l'assortiment Oecoplan
- Développement du magasin en ligne: élargissement de l'offre, qui compte désormais plus de 50 000 références, intégration de nouvelles prestations de services et forte augmentation du chiffre d'affaires (+88 %)

▼ Fiche d'informations



Tout pour la maison

- Consolidation de la position sur le marché
- Hausse fulgurante du chiffre d'affaires généré par les produits personnalisables
- Réouverture des magasins transformés et modernisés de Lyssach et de St-Gall
- Relancement des magasins en ligne toptip.ch et lumimart.ch, avec mise en place de configurateurs de meubles numériques
- Forte augmentation du chiffre d'affaires des ventes en ligne (+16 % env.)



▼ Fiche d'informations



Le numéro un des parfums et des produits de soin en Suisse

- Gain de parts de marché
- 40^e anniversaire
- Renforcement et développement de son organisation autonome
- Relancement du magasin en ligne avec introduction de la marque Dior
- Lancement du «click & collect»: possibilité de commander tous les produits en ligne puis de les retirer et de les régler en magasin
- Chiffre d'affaires des ventes en ligne en hausse d'environ 111 %
- Modernisation de cinq magasins et ouverture de deux nouveaux magasins à Weinfelden et Oerlikon

▼ Fiche d'informations



La première chaîne de bijouterie

- Renforcement et développement de son organisation autonome
- Déploiement des concepts de shop-in-shop dans les secteurs Mode et Montres
- Renforcement de l'offre de bijoux précieux
- Chiffre d'affaires des ventes en ligne en hausse d'environ 45 %

▼ Fiche d'informations



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

- Gain de parts de marché
- Exploitation du potentiel d'expansion
- Ouverture de la première station-service à hydrogène publique de Suisse à Hunzenschwil

▼ Fiche d'informations



Le numéro un du commerce de proximité en Suisse

- Développement systématique de la prestation de marché afin de renforcer la position de leader
- Fort élargissement de l'offre végétarienne et vegan proposée sous la marque Karma
- Extension des surfaces réfrigérées dans plus de 20 magasins et, par conséquent, élargissement de l'offre de produits frais réfrigérés
- Vente de produits chauds dans dix magasins supplémentaires

▼ Fiche d'informations



Chaleur et bien-être chez soi

- Gains de parts de marché dans le secteur du mazout
- Consolidation de la marque Mazout Coop «Chaleur et bien-être chez soi» axée sur le client
- Progression du mazout écologique, choisi désormais par 58 % des clients

▼ Fiche d'informations



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

- Gain de parts de marché
- 50^e anniversaire
- Produit net à nouveau au-dessus du milliard: chiffre d'affaires en hausse de 2 %
- Modernisation de l'application smartphone «carte épargne» de Fust avec intégration du conseiller virtuel «Réparer ou acheter neuf»
- Modernisation de 12 magasins supplémentaires
- Forte progression des ventes en ligne avec possibilité de retrait dans tous les magasins Fust

▼ Fiche d'informations

 <p>▼ Fiche d'informations</p>	<p>Tout pour la santé, des médicaments sur ordonnance aux produits de beauté</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gain de parts de marché • Produit net en hausse de plus de 7 % • Ouverture de cinq nouvelles pharmacies à Biberist, Wallisellen, Kriens, Weinfelden et Baden • Lancement de huit nouveaux produits de marque propre, introduction du test permettant de diagnostiquer une intolérance au gluten et lancement en exclusivité des produits dermocosmétiques A-Derma
 <p>▼ Fiche d'informations</p>	<p>Pour le plaisir des papilles au juste prix</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gain de parts de marché et augmentation du chiffre d'affaires dans un secteur en recul • Mise en œuvre du nouveau concept de restauration dans 15 restaurants et cinq Take-it • Reprise du restaurant du personnel d'Interdiscount à Jegenstorf • Lancement du gobelet isotherme Coop pour réduire la consommation de gobelets en carton
 <p>▼ Fiche d'informations</p>	<p>Pour les voyageurs en quête d'une pause fraîcheur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lancement du concept de vente à l'emporter «Zopf & Zöpfli» avec Betty Bossi • Ouverture des deux premiers Marché® Express aux gares de Zurich et Zurich Oerlikon • Ouverture du food truck Cindy's Burger devant le centre commercial Letzipark à Zurich • Transfert du siège de Kempththal à Dietlikon
<p>Betty Bossi</p> <p>▼ Fiche d'informations</p>	<p>Le numéro un en Suisse de la cuisine et du goût</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lancement du concept de vente à l'emporter «Zopf & Zöpfli» avec Marché Restaurants Suisse • Lancement de la plateforme de blogueurs «Dish Up» • Développement à l'échelle internationale de la vente d'ustensiles de cuisine innovants • Développement de l'offre en ligne dans les secteurs Cuisine et Ménage
 <p>▼ Fiche d'informations</p>	<p>Le spécialiste des cosmétiques naturels et durables</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lancement des nouvelles valeurs «Enrichir sans exploiter – Ensemble, c'est possible» • Modernisation de sept magasins supplémentaires • Ouverture de deux nouveaux magasins aux gares de Lucerne et de Baden • Reprise des deux établissements franchisés à Chiasso et à Lugano • Chiffre d'affaires des ventes en ligne en hausse de plus de 24 %
 <p>▼ Fiche d'informations</p>	<p>Le numéro un en Suisse de la vente directe de vacances balnéaires – Un partenariat signé Coop et Rewe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gain de parts de marché dans un secteur en recul • Produit net en hausse de 21 % et ce, malgré un contexte difficile, affecté par des tensions géopolitiques • Forte augmentation pour les destinations lointaines • Concentration de la demande vers des destinations grecques et espagnoles
<p>BâleHotels</p> <p>▼ Fiche d'informations</p>	<p>Le groupe hôtelier de Coop</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gain de parts de marché et ce, bien que l'offre hôtelière ait augmenté à Bâle et dans les régions frontalières • Participation au projet durable de la fondation Sapocycle: les savons récoltés dans les hôtels sont recyclés puis distribués aux familles dans le besoin pour contribuer à l'amélioration de l'hygiène • Projet Hôtel Savoy à Berne: début de la transformation complète et derniers préparatifs en vue de la réouverture en février 2017



Le centre de fitness
numéro un en
Suisse orientale

- Gain de parts de marché en Suisse orientale
- Augmentation de plus de 20 % du nombre de membres en 2016 (contre 10 % en moyenne par an auparavant)
- Ouverture de six nouveaux centres

▼ Fiche
d'informations



Maisons tropicales
et restaurants

- Distinction des restaurants des Maisons tropicales de Wohlhusen et Frutigen: 14 points chacun au Gault&Millau, avec en plus un Bib Gourmand du Guide Michelin pour Wohlhusen
- Frutigen: produit net en hausse d'environ 11 %; chiffre d'affaires généré par les ventes de caviar et de poisson en hausse d'environ 27 %
- Wohlhusen: produit net en hausse d'environ 12 %; grand succès pour l'exposition spéciale sur les Caraïbes

▼ Fiche
d'informations



Le leader de la vente
en ligne d'électro-
ménager et d'élec-
tronique grand
public

- Développement de la position sur le marché
- Lancement d'une nouvelle plateforme de commande et développement du segment des clients professionnels
- Consolidation de la position de leader des prix dans le secteur de la vente en ligne
- Création d'une rubrique dédiée au matériel scolaire avec des offres spéciales pour les écoliers et les étudiants
- Ouverture d'un showroom à la gare centrale de Zurich
- Construction du nouveau centre logistique à Jegenstorf

▼ Fiche
d'informations



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

- Gain de parts de marché
- Produit net en hausse d'environ 7 %
- 15^e anniversaire
- Relancement du magasin en ligne
- Lancement de la première boucherie en ligne du commerce de détail suisse
- Développement des points de retrait pick up

▼ Fiche
d'informations



Le numéro un de la
vente en ligne
d'électroménager
avec conseils et
services personna-
lisés

- Gain de parts de marché
- Produit net en hausse de plus de 12 %
- Développement de l'offre en Suisse romande et au Tessin
- Renforcement de la notoriété de la marque grâce à une nouvelle campagne de communication dans tout le pays

▼ Fiche
d'informations



Première place de
marché ouverte de
Suisse

- Lancement réussi en Suisse alémanique: 305 commerçants proposent environ 500 000 produits
- Création d'un assortiment constitué de produits de distributeurs locaux, régionaux et nationaux
- Création de 203 points de retrait pick up répartis dans toute la Suisse

▼ Fiche
d'informations

Logistique, informatique et immobilier

Stratégie Logistique et Boulangerie 2015+: le plus grand chantier de l'histoire de Coop est achevé

Avec sa Stratégie Logistique et Boulangerie 2015+ (LoBOS), Coop entend concentrer davantage les structures et l'organisation de sa logistique nationale et régionale et de ses boulangeries. Cette stratégie vise en priorité l'optimisation des coûts (avec des économies annuelles de 50 millions de francs), le soutien de la mise en œuvre de la vision de neutralité CO₂ à l'horizon 2023 et l'amélioration de la qualité des articles de boulangerie Coop. Elle s'appuie sur deux projets: l'extension du site de production et de logistique à Pratteln (BL) et le développement du transport combiné non accompagné par l'intermédiaire de la filiale de Coop Railcare.

Au cœur de la stratégie logistique de Coop se trouve toutefois l'extension de la centrale de distribution régionale de Schafisheim en Argovie, qui a également été dotée d'une nouvelle centrale de distribution nationale de produits surgelés, d'une boulangerie industrielle et d'une pâtisserie. Ce nouveau site,

40%

des supermarchés sont
désormais livrés depuis
Schafisheim

qui a été le plus grand chantier de l'histoire de Coop, a été inauguré le 22 juin 2016. La centrale de distribution de Schafisheim approvisionne désormais environ 40% des supermarchés de Coop, soit près de 350 points de vente dans le Nord-Ouest de la Suisse, en Suisse centrale et dans la région de Zurich. Elle livre également des produits surgelés à 1200 supermarchés Coop, hypermarchés et Coop Pronto. La centrale de distribution régionale de Bâle a été fermée; celle de Dietikon a été réaffectée. Les centrales de distribution de produits surgelés de Givisiez et Hinwil vont progressivement réduire leur activité avant de fermer.

Schafisheim: une étape décisive en termes d'automatisation et de développement durable

Le complexe de Schafisheim pose de nouveaux jalons en matière d'automatisation et de développement durable. La centrale de gestion des vides, mise en service dès février 2016, est équipée de 14 robots industriels qui trient les caisses vides retournées par les magasins. La centrale de distribution des produits surgelés est, elle aussi, entièrement robotisée: de la réception des palettes à la mise à disposition des marchandises à la rampe de chargement, en passant par la dépalettisation, le tri et la préparation des commandes. Il en va de même à l'entrepôt frigorifique, où sont stockées des caisses de produits laitiers, de viande et de produits convenience. Les nouvelles installations permettent de charger sur des rolltainers et de préparer pour la livraison aux magasins jusqu'à 6500 caisses par heure.

Le nouveau site de Schafisheim est aussi une référence sur le plan écologique. Il s'agit du premier bâtiment industriel de ce type en Suisse à avoir obtenu le certificat Minergie. Le site dispose d'une centrale de chauffage à biomasse pour alimenter les fours de la boulangerie industrielle. Cette centrale produit 20 gigawattheures de chaleur et de vapeur par an, dont environ 70% proviennent de la combustion de biomasse, un mélange composé de sous-produits issus de Swissmill, la minoterie de Coop, et de copeaux de bois. Une installation photovoltaïque a, par ailleurs, été placée sur le toit de l'entrepôt de stockage en hauteur de la centrale de distribution régionale et du hall de la gare, fournissant quelque 250 000 kilowatts d'énergie solaire par an au centre logistique. En matière de transport de marchandises, Coop a choisi de combiner rail et route, une solution plus écologique, en s'appuyant sur le concept de transport combiné non accompagné de sa filiale Railcare. Les produits surgelés à destination des supermarchés et des Coop Pronto situés à plus de 90 km de Schafisheim sont transportés par train et par camion. Chaque jour, quelque 120 conteneurs sont acheminés vers les magasins sur huit liaisons ferroviaires. Autre contribution à la réduction des émissions de CO₂: l'utilisation d'un camion électrique à Schafisheim. Coop a mis en service son premier camion électrique en 2014. L'expérience s'étant avérée concluante, elle a décidé en 2016 d'en acquérir six autres, dont deux pour Schafisheim. A noter également l'intégration, en novembre, d'un camion à hydrogène dans la flotte de véhicules de Schafisheim. A l'instar du camion électrique, il ne fait pas de bruit et n'émet aucun gaz d'échappement. La mise en service du site de Schafisheim permet à Coop de réduire ses émissions de CO₂ de plus de 10 000 tonnes par an.

Railcare lance une nouveauté mondiale

Railcare est un opérateur de transport combiné rail-route. Cette filiale de Coop achemine des marchandises par transport combiné non accompagné (TCNA) depuis le site du fournisseur d'abord jusqu'aux

centrales de distribution, puis jusqu'aux magasins. Railcare a lancé en 2016 une toute nouvelle méthode de génération et de stockage d'énergie dans le transport de marchandises via le rail. Il s'agit d'un powerpack modulaire qui génère pendant le transport, via les essieux des wagons, de l'électricité qui peut être utilisée à la place du diesel pour tempérer les containers. Cette électricité est stockée et peut ainsi être redistribuée de manière régulée même à l'arrêt. Grâce au powerpack, Railcare économise 75 % de diesel par wagon porte-conteneur réfrigéré, ce qui représente une baisse considérable des émissions de CO₂ pour la logistique de Coop. A noter, par ailleurs, que produire de l'énergie avec des dynamos génère nettement moins de bruit que les moteurs diesel classiques.

Autre nouveauté en 2016: la mise en service, à Schafisheim, du plus grand centre de transbordement qui soit. Celui-ci n'a mis que deux mois pour tourner à plein régime. Douze trains arrivent et quittent quotidiennement le site de Schafisheim dans le cadre du transport combiné et, depuis le 5 septembre, l'un d'entre

75 %

d'émissions de CO₂ de
moins grâce aux transports
Railcare

eux emprunte chaque jour le tunnel de base du Saint-Gothard. Railcare a également décidé d'acquérir des locomotives électriques modernes, qui seront équipées d'un groupe électrogène diesel et d'un système de télécommande radio. Grâce à ces locomotives, le triage pourra dorénavant être effectué par une seule personne et sans locomotive de manœuvre supplémentaire sur les embranchements ou dans la gare.

Le transport combiné non accompagné a permis à Coop d'économiser environ 9,7 millions de kilomètres-camion et, ainsi, 8400 tonnes de CO₂.

Nouvelles solutions informatiques dans les magasins

Chez Coop, c'est le client qui décide de la façon dont il veut scanner ses courses et les payer. Devant le succès rencontré par les caisses automatiques, Coop a installé au cours de l'année sous revue 386 caisses supplémentaires de ce type dans ses magasins. Grâce au self-scanning, le passage en caisse devient plus simple et plus rapide, et le temps d'attente, moins long. Depuis 2016, les clients peuvent régler leurs achats avec Twint, le porte-monnaie numérique pour smartphone, dans tous les supermarchés Coop et dans la plupart des formats spécialisés. C'est un mode de paiement rapide, confortable, facile et sûr. Autre nouveauté en 2016: le basculement sur IP de la moitié des magasins, les technologies analogique et ISDN étant supprimées en Suisse fin 2017.

Depuis l'été 2016, Coop teste par ailleurs un système d'étiquetage électronique dans deux de ses magasins. La technologie utilisée est celle du papier électronique. Ses avantages: une bonne lisibilité quel que soit l'angle de vue et une consommation d'énergie sensiblement inférieure à celle des étiquettes LCD. Les expériences recueillies au cours des premiers mois montrent que la mise en œuvre technique ne pose aucun problème particulier et que le changement est bien accepté par les clients.

La Direction Immobilier boucle de nombreux projets

Coop a mené divers projets de développement durable en gestion de portefeuille en 2016. Ainsi, afin de réduire la consommation d'énergie, elle a contrôlé et optimisé les systèmes de commande du chauffage dans 57 immeubles. Dans cinq d'entre eux, elle a effectué des travaux spécifiques. L'année 2016 a marqué, par ailleurs, l'achèvement de plusieurs chantiers. Le 17 mars ont eu lieu deux ouvertures: celle de la nouvelle jardinerie Giardino du Brico+Loisirs de Volketswil, et celle du centre commercial Thurmarkt à Weinfelden (TG), qui a été agrandi. Ce centre commercial abrite un magasin combiné (supermarché et Brico+Loisirs), un restaurant Coop ainsi que les formats Coop Vitality, Interdiscount et Import Parfumerie. Le 24 mars, le supermarché Coop de Lugano Nord, qui a fait peau neuve, a été inauguré et le 1^{er} avril, le bâtiment rénové situé dans la Flurstrasse à Zurich a pu être remis aux locataires. Le plus grand chantier de l'histoire de Coop, à savoir l'extension de la centrale de distribution et la construction d'un nouveau bâtiment à Schafisheim, s'est achevé le 1^{er} juillet, date de la mise en service du site. Le 28 août, le supermarché de Soleure Westring, dont la surface a été portée à 365 m², a réouvert ses portes. Le 30 septembre s'est terminée la construction de la «Swissmill-Tower» à Zurich, qui culmine désormais à 118 mètres, et le 15 octobre, la modernisation du Coop City de Thoun Kyburg. Autre temps fort de l'année 2016: la réouverture, le 30 novembre, après trois ans de travaux, du centre commercial Le Cârô à Bulle (FR), qui a été agrandi et restructuré. Il abrite un hypermarché de 3500 m², un Brico+Loisirs de 4560 m², un restaurant Coop, les formats Import

Parfumerie, Interdiscount et Fust, ainsi que des surfaces de vente pour huit locataires tiers. 24 appartements, des bureaux et un centre de fitness y ont par ailleurs été aménagés. L'immeuble du Centro à Granges, un bâtiment dressé sur un socle et abritant des appartements et des bureaux, a bénéficié d'une rénovation de son enveloppe, toit plat compris. La mise en place des éléments préfabriqués constituant la nouvelle façade plus écologique s'est achevée le 23 décembre, après 18 mois de travaux qui ont été réalisés sans interruption de l'exploitation.

Les prestations en plus

Une gestion globale de la qualité

En 2016, Coop a, pour la première fois, déployé son outil de formation en ligne à l'échelle nationale dans le domaine de la gestion de la qualité: 30 000 collaborateurs de la vente ont ainsi été formés aux processus de l'hygiène et de la chaîne du froid. Dans le cadre de son objectif actuellement prioritaire, à savoir l'amélioration de la perception de la fraîcheur dans les magasins, Coop a lancé en 2016 des programmes de formation «Campus» spécifiques portant sur les fruits, les légumes et la viande. 80 % des collaborateurs de la vente seront formés dans ce domaine d'ici à fin 2017 afin d'accroître encore sensiblement la fraîcheur.

Autre activité importante dans le domaine de la gestion de la qualité: les contrôles. Tous les magasins dotés de rayons en service traditionnel ont été soumis à un audit de certification externe, en plus des audits internes – 2500 au total – réalisés par le service d'assurance qualité de Coop. Dans le cadre de ses efforts pour améliorer la qualité de ses produits, Coop a renforcé la gestion des risques dans le domaine de la fraude alimentaire. Elle a, par ailleurs, établi des directives pour optimiser la qualité des produits non alimentaires, que ses fournisseurs doivent s'engager à respecter. Coop effectue des contrôles aléatoires dans son propre laboratoire pour garantir le respect des exigences requises. En 2016, environ 32 000 échantillons de produits alimentaires et non alimentaires ont été analysés.

Engagement sociétal

Coop s'est engagée en 2016 dans de nombreux projets en faveur de la société. A travers le Fonds Coop pour le développement durable, elle a investi 18,7 millions de francs pour soutenir, entre autres, «Table Suisse» et «Table couvre-toi», deux organisations sociales qui collectent des produits alimentaires. La première les a redistribués à plus de 500 institutions sociales en Suisse (centres d'hébergement d'urgence, organismes d'entraide, soupes populaires, etc.), tandis que la seconde les a remis directement à quelque 17 600 personnes nécessiteuses dans plus de 120 centres de distribution.

Parmi les autres projets soutenus par le Fonds figure notamment l'action «SOS Abeilles» en faveur de la préservation des abeilles, essentielles pour l'agriculture, l'alimentation et la biodiversité. En collaboration avec Bio Suisse, Coop Brico+Loisirs a offert des herbes et des semences bio à plus de 680 classes dans toute la Suisse, contribuant ainsi au fleurissement des cours d'école.

Coop s'investit également à travers le Parrainage Coop pour les régions de montagne, une organisation à but non lucratif qui a consacré 5,8 millions de francs à 145 projets d'autonomisation en 2016.

Coop encourage, par ailleurs, l'insertion des personnes handicapées dans le monde du travail en achetant des produits fabriqués dans des ateliers protégés. En 2016, elle a passé des commandes pour plus de 3,2 millions de francs à ces institutions.

18,7 millions de CHF

financés par le Fonds Coop pour le développement durable

Partenaire de la Croix-Rouge suisse (CRS), Coop a fait un don exceptionnel de 200 000 francs pour soutenir les victimes de l'ouragan en Haïti. Cette somme a été versée à la délégation de la CRS sur place. Elle permet de financer du matériel d'urgence tel que des articles ménagers et d'hygiène, ou encore des bâches et des kits de réparation pour les lieux d'hébergement.

Des prestations exclusives: Supercard, Supercardplus, Coop Mobile et Mondovino

Coop propose à ses clients un grand nombre de prestations de services et des offres exclusives dont, notamment, la Supercard, la carte de fidélité la plus populaire de Suisse. La Supercard a été utilisée par 3,2 millions de foyer en 2016. Parmi les nouveautés lancées au cours de l'année sous revue figurent les opérations fidélité numériques. Pour y participer, il suffit de les activer dans l'appli ou sur le site Internet de la Supercard et de présenter sa Supercard à la caisse. Autres grands changements: le relancement de la boutique des primes et l'intégration de produits artisanaux locaux.

La carte de crédit gratuite Supercardplus a gagné plus de 35 000 nouveaux clients en 2016, ce qui porte le nombre total de titulaires à 425 000. L'abonnement de Coop Mobile a été élu forfait le moins cher de Suisse par le site dschungelkompass.ch.

Le club des amateurs de vin Mondovino propose à ses plus de 122 000 membres une offre de 1200 références, qui s'est enrichie de plusieurs vins rares en 2016. Depuis septembre, il vend également les quelque 480 vins des foires aux vins dans son magasin en ligne et sur l'appli Mondovino.

Publicité et communication

Coop a reconduit en 2016 sa grande campagne «Des paroles aux actes», qui regroupe désormais plus de 330 actions menées en faveur du développement durable. Une rubrique de l'hebdomadaire Coopération et une plateforme en ligne lui sont consacrées. La campagne a également été mise en avant dans un magazine de 66 pages réalisé en collaboration avec l'hebdomadaire «Schweizer Illustrierte», ainsi que dans trois spots télévisés, de nombreuses annonces publicitaires et divers supports publicitaires en ligne.

Autre événement qui a permis à Coop de toucher un large public: l'inauguration du tunnel de base du Saint-Gothard. Coop a organisé lors de ces festivités, dont elle a été le partenaire, toute une série d'animations pour les familles notamment. Présente à la grande fête populaire de Saint-Gothard, elle a également participé aux fêtes organisées dans les gares de six villes et sa locomotive «Gottardo» a sillonné toute la Suisse.

Parmi d'autres campagnes de communication, de publicité et de promotion des ventes, Coop a lancé à nouveau fin 2016 une grande opération fidélité avec 13 de ses partenaires commerciaux: elle a offert à ses collaborateurs ainsi qu'à près de 500 000 clients Supercard un coffret-cadeau contenant des produits de grandes marques suisses et de marque propre Coop.

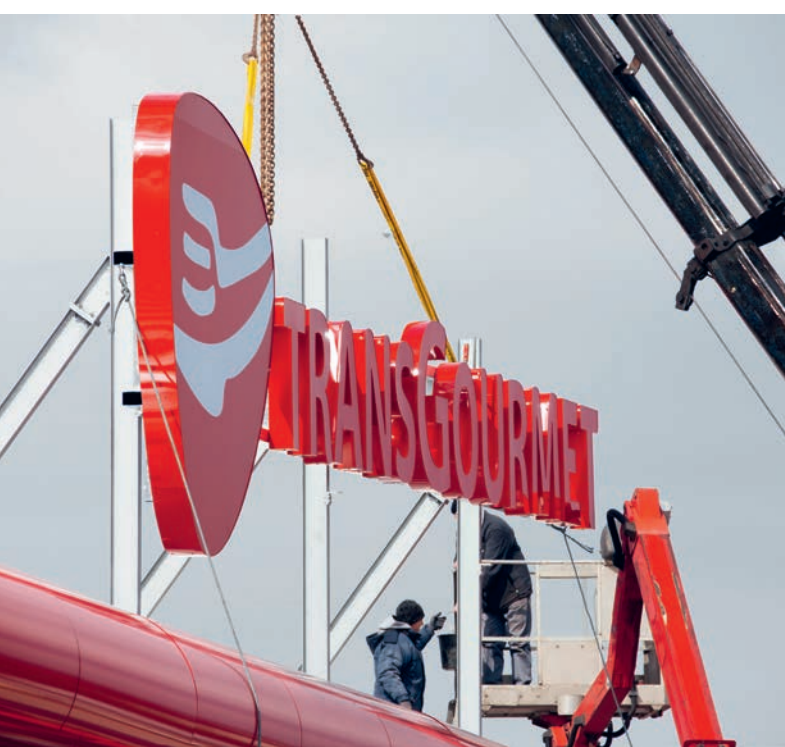
Malgré la crise qui touche la presse écrite, la presse Coop reste le journal au plus fort tirage et au plus fort lectorat du pays. C'est ce qui ressort du relevé annuel de l'institut suisse indépendant Recherches et études des médias publicitaires (REMP). Avec un tirage total de 2 559 079 exemplaires, les trois hebdomadaires Coopzeitung, Coopération et Cooperazione sont lus chaque semaine par 3,5 millions de personnes. Fin 2015, la Direction générale de Coop a pris diverses mesures visant à exploiter tout le potentiel du contenu des journaux. Parmi ces mesures, mises en œuvre en août 2016, figure la création d'une nouvelle rubrique intitulée «Les gens». Elle a pour objet de dresser le portrait de personnes auxquelles les lecteurs peuvent facilement s'identifier.

3,5 millions
de personnes lisent
la Presse Coop

Premiers pas sur les réseaux sociaux

Coop a fait ses premiers pas sur les réseaux sociaux en avril 2016. Jusqu'ici peu active dans ce domaine, elle s'est lancée en créant dans un délai très court des comptes Facebook, Twitter et Instagram et en développant sa chaîne Youtube. Les réactions ont été assez positives. Coop utilise les réseaux sociaux pour répondre de façon rapide et compétente aux demandes de ses clients, publier des articles sur le développement durable, mettre en avant des thèmes stratégiques comme les familles, le vin et la cuisine et augmenter la portée de sa communication d'entreprise. Le Service clients de Coop est étroitement impliqué depuis avril dans le traitement des questions posées via les réseaux sociaux.





Domaine d'activité Commerce de gros/Production

Le groupe Transgourmet s'implante en Autriche et lance une marque propre durable à l'échelle du groupe. Le groupe Bell étend ses compétences grâce à diverses acquisitions. A Schafisheim, la plus grande boulangerie industrielle avec pâtisserie de Suisse est mise en service.

12,2 milliards de CHF

**Produit net dans le commerce
de gros et la production**

Le domaine d'activité Commerce de gros/Production a généré en 2016 un produit net de 12,2 milliards de francs, en hausse de 15,4 %. Hors acquisitions, il a progressé de 2,4 %.

Groupe Transgourmet

Avec sa filiale Transgourmet Holding AG, spécialisée dans le libre-service et la livraison en gros, le groupe Coop est présent en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Russie, en France, en Autriche et en Suisse. Le groupe Transgourmet a réalisé en 2016, avec ses 139 magasins cash and carry et la livraison en gros, un produit net de 8,6 milliards de francs, en hausse de 14,5 % par rapport à 2015. Hors acquisitions, le groupe Transgourmet a progressé de 2,9 %. Il a ainsi pu consolider encore sa position de numéro deux du commerce de gros en Europe.

Le groupe Transgourmet a dégagé en 2016 un chiffre d'affaires de 193 millions de francs avec ses assortiments durables. Un très bon résultat dans un secteur où les produits durables sont loin d'être aussi représentés que dans le commerce de détail, par exemple.

Implantation en Autriche

Transgourmet a racheté la société autrichienne C+C Pfeiffer GmbH le 1^{er} janvier 2016. Filiale du groupe Pfeiffer, cette entreprise est, en Autriche, le numéro un du commerce de gros pour la restauration. Transgourmet a acquis par ailleurs une participation de 50 % dans la centrale d'achat du groupe Pfeiffer, Top Team Zentraleinkauf GmbH. Cette entrée sur le marché autrichien permet à Transgourmet de consolider sa bonne position sur le marché européen. Suite à ce rachat, le groupe a fondé une nouvelle société et compte désormais quatre piliers stratégiques: Transgourmet Central and Eastern Europe, Transgourmet France, Transgourmet Österreich et Transgourmet Suisse. La société C+C Pfeiffer est devenue Transgourmet Österreich GmbH en février 2016. S'en est suivi un rebranding accompagné d'une vaste campagne de communication visant à informer ses clients du changement. Transgourmet propose désormais à ses clients autrichiens huit magasins Transgourmet et quatre magasins «Mein C+C», qui combinent vente en libre-service et service de livraison. Font également partie des rangs de Transgourmet Österreich l'usine de torréfaction premium Javarei, le grossiste en vins et boissons Trinkwerk et la marque premium Cook 2.0.

Des projets écologiques exemplaires

Transgourmet Österreich a décroché en 2016, pour ses huit sites et ses activités logistiques, le très convoité certificat ISO 14001:2015. Elle est, en Autriche, la première et seule entreprise du commerce alimentaire à l'avoir obtenu. La norme ISO 14001:2015 encadre la performance environnementale globale d'une entreprise et spécifie les exigences relatives à son système de management environnemental. Parmi les principales exigences figure la nécessité de s'inscrire dans une dynamique d'amélioration continue: pour obtenir la certification, Transgourmet doit ainsi élaborer chaque année un plan d'action et d'amélioration.

Transgourmet Deutschland a regroupé ses secteurs du libre-service et de la livraison en gros dans un nouveau siège à Riedstadt. Ce bâtiment pose des jalons importants en matière de développement durable. Il est notamment équipé d'une installation de couplage chaleur-force dont la chaleur produite est transformée et utilisée pour le refroidissement du centre de calcul à Riedstadt. Pour construire ce bâtiment, Transgourmet a privilégié des matériaux durables comme des dalles de moquette faites en filets de pêche usés et des panneaux antibruit fabriqués en partie à partir de bouteilles en PET recyclé. La consommation énergétique a pu être considérablement réduite grâce à des systèmes intelligents de régulation de l'éclairage et de la climatisation, et à l'installation de sèche-mains à haute efficacité énergétique aux toilettes.

Les autres entreprises du groupe Transgourmet ne sont pas en reste en ce qui concerne les projets écologiques. Transgourmet Suisse dispose désormais d'une flotte de camions entièrement conforme à la norme antipollution Euro 6, la plus stricte des normes en vigueur dans le domaine. A l'instar de Transgourmet Deutschland, elle vient d'y intégrer un camion électrique. Sur cinq de ses sites, elle a, par ailleurs, fait le choix de la technologie LED pour l'éclairage du parking des clients et de la zone extérieure. Transgourmet Österreich a, pour sa part, décidé d'équiper dorénavant tous ses magasins d'un éclairage à

100%

des camions de
Transgourmet Suisse
sont conformes à la
norme antipollution Euro 6

LED et d'installer exclusivement des meubles réfrigérés à porte dans ses magasins neufs ou rénovés. Transgourmet France est désormais fin prête pour transformer ses déchets organiques en biogaz, qu'elle utilisera comme carburant pour ses véhicules de livraison. Un projet-pilote est prévu pour début 2017. Selgros Russie a doté un magasin d'un éclairage à LED et d'installations frigorifiques au CO₂ à haute efficacité énergétique. Selgros Roumanie a ouvert deux magasins au nouveau format dotés d'un éclairage 100% LED, d'installations frigorifiques au CO₂ et d'un récupérateur de chaleur. Le grand spécialiste de la fraîcheur Frischeparadies mise, lui aussi, sur la construction durable: le bâtiment qu'il vient de construire à Stuttgart est neutre en CO₂.

Lancement de la marque propre durable du groupe

Les professionnels de la restauration, individuelle et collective, misent de plus en plus sur le développement durable. Lancée en 2012 par Transgourmet Deutschland, la marque propre Ursprung a été élevée au rang de marque propre durable du groupe en 2016. Elle pose les jalons qui permettent à Transgourmet de se différencier clairement de ses concurrents. Les premiers produits ont été commercialisés hors des frontières de l'Allemagne en février 2016 – en France et en Suisse sous le nom Origine et en Autriche, sous le nom Vonatur. Réservée à des produits provenant d'un terroir clairement désigné, la marque met en avant des méthodes de fabrication durables. Les produits sont vendus avec un véritable «kit de communication», qui permet aux professionnels de la restauration de jouer sur le côté émotionnel. En France, l'offre comptait, fin 2016, 104 produits Origine, dont du poulet et des œufs de différentes régions françaises et du fromage d'Auvergne. En Suisse, les clients disposent également d'un choix d'environ 100 produits et en Allemagne, l'offre se compose désormais de plus de 230 références (produits saisonniers compris). Transgourmet Österreich introduira probablement la marque en février 2017.

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.

 <p>TRANSGOURMET Central and Eastern Europe</p> <p>▼ Fiche d'informations</p>	<p>Allemagne</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Fusion de Selgros Cash&Carry avec Transgourmet Deutschland et déménagement au nouveau siège à Riedstadt • Passage à l'électricité verte dans les 42 magasins Selgros • Participation au projet de recherche SUGAR «Smart und gesund arbeiten» (Mieux travailler pour préserver sa santé) lancé par le ministère fédéral allemand de l'Education et de la Recherche • Réalisation du projet «Vom Kostenfaktor zum Glücksfaktor» (Du facteur coût au facteur bonheur) visant à améliorer la qualité de vie des séniors, avec des séminaires consacrés à des concepts de restauration innovants dans les maisons de retraite • Distinction Whatseat pour différents produits convenience de marque propre particulièrement adaptés à l'alimentation des enfants et des jeunes dans les cantines scolaires • Acquisition d'un camion électrique
	<p>Pologne</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Fin du processus de modernisation dans tous les magasins Selgros • Ouverture du 17^e magasin Selgros, doté d'installations frigorifiques durables • Lancement des marques propres Economy et Quality de Transgourmet pour Selgros et dans le foodservice • Début du partenariat de distribution avec le Frischeparadies de Berlin • Développement de la compétence «restauration»
	<p>Roumanie</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Intégration d'un rayon Poisson frais dans tous les magasins Selgros • Passage à l'éclairage à LED dans tous les magasins Selgros • Ouverture des deux premiers magasins Selgros petit format (Târgu Mures et Alba Iulia) • Obtention d'une distinction pour le programme «La santé commence dans l'assiette», désigné meilleure campagne de responsabilité sociale des entreprises
	<p>Russie</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Modernisation des magasins Selgros à Rjasan et Altufjevo • Lancement d'un projet visant à promouvoir les jeunes cuisiniers • Mise en place d'installations frigorifiques au CO₂ et d'un éclairage à LED dans un magasin • Augmentation de 9 % de la part de clients Horeca • Lancement du service de livraison dans le magasin de Vnukovo • Chiffre d'affaires réalisé avec les livraisons en hausse de 43 %
	<p>Entreprises spécialisées</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Transgourmet Seafood reçoit le «Seafood Star 2016» à la foire «Fish International» à Brême, un prix qui récompense la meilleure formation interentreprises sur les produits de la mer • Sump & Stammer enregistre une hausse de 20 % de son chiffre d'affaires dans le secteur des croisières en haute mer • EGV Unna AG rachète Milchbauer Grosshandels-gesellschaft, une entreprise de taille moyenne située en Thuringe • Frischeparadies cède à Transgourmet Österreich ses activités sur le site de Vienne • Ouverture d'un Frischeparadies à Stuttgart, qui affiche une croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires; le bâtiment est neutre en CO₂ • Nouveau concept: ouverture d'un Frischeparadies avec licence pour la vente au détail dans le magasin Selgros de Leipzig



France

▼ Fiche d'informations




- Certification Qualicert de 15 sites du secteur du foodservice
- Lancement de l'application mobile Transgourmet qui permet de passer des commandes en ligne
- Lancement de 104 produits sous la marque propre durable Origine
- Création de la Transgourmet Académie et du «Club des Chefs» pour aider les acheteurs et former les clients
- Extension du service en ligne e-Quilibre aux domaines de l'hygiène et de la restauration
- Organisation du concours de cuisine «Les Chefs en Or», auquel ont participé des cuisiniers professionnels et des apprentis des sept pays où Transgourmet est représenté

Entreprises spécialisées




- Transgourmet Fruits & Légumes renouvelle ses certificats ISO 14001 et 22000 et acquiert deux nouveaux camions au biogaz
- Transgourmet Seafood met sur pied un partenariat exclusif avec un producteur de saumon islandais et obtient la certification ASC (Aquaculture Stewardship Council)
- Intégration d'Eurocash et de Transgourmet Seafood dans le système d'information du groupe
- Création de la nouvelle Business Unit Transgourmet Solutions



Autriche

▼ Fiche d'informations




- Chiffre d'affaires en hausse de 3,4 %
- Changement de raison sociale de C+C Pfeiffer et intégration réussie dans le groupe Transgourmet
- Rebranding des magasins C+C Pfeiffer
- Lancement des marques propres Economy, Quality et Premium de Transgourmet
- Obtention du certificat ISO 14001 pour les huit sites, une première dans le commerce alimentaire autrichien
- Fixation d'objectifs de développement durable ambitieux pour 2020
- Intégration des collaborateurs du Frischeparadies de Vienne dans Transgourmet Österreich

Entreprises spécialisées




- «Mein C+C» voit son chiffre d'affaires grimper de 3,2 %
- Chiffre d'affaires de Java en hausse de 21 %
- Lancement d'une machine à café Java
- Livraison par Cook 2.0 de 206 établissements toqués
- Chiffre d'affaires réalisé avec les marques propres Prime Beef et Asaredo Beef de Cook 2.0 en hausse de 15 %
- Fusion juridique de Schlacher GmbH avec Transgourmet Österreich pour former Trinkwerk+Schlacher
- Trinkwerk voit son chiffre d'affaires progresser de 3,8 % et lance sa marque propre Schilee



Suisse

▼ Fiche d'informations



- Gain de parts de marché aussi bien dans le secteur du libre-service que dans celui de la livraison en gros
- Classé parmi les trois meilleurs employeurs de Suisse dans le cadre du Swiss Arbeitgeber Award 2016
- Lancement d'une centaine de produits sous la marque propre durable Origine
- Reprise des collaborateurs, de la clientèle et du stock de marchandises de l'entreprise tessinoise Ipergros
- Acquisition d'un camion électrique
- Flotte de camions entièrement conforme à la norme antipollution Euro 6, la plus stricte qui soit dans le domaine

Entreprises spécialisées



- Valentin: livraison de fruits et légumes ainsi que de produits de boucherie désormais aussi en Engadine
- Développement de la compétence dans le secteur du vin avec les rachats de Casa del Vino SA, importateur général des meilleures bodegas d'Espagne, et de Weinkeller Riegger AG

Production

25,4 %

**Hausse du chiffre d'affaires
réalisé avec les produits
durables dans la production**

Le domaine d'activité Commerce de gros/Production englobe également les nombreuses entreprises de production du groupe Coop, à commencer par Bell AG, qui procure à Coop, son actionnaire majoritaire, un appui d'envergure internationale. Le produit net généré par les entreprises de production du groupe Coop a grimpé de 563 millions de francs en 2016, ce qui représente une croissance hors acquisitions de 1,0%. Le chiffre d'affaires global réalisé avec les produits durables dans le secteur de la production a atteint 760 millions de francs, soit 25,4 % de plus qu'en 2015.

Le groupe Bell

Acteur majeur du marché européen de la transformation de viande et de produits convenience, le groupe Bell a été confronté en 2016 à un contexte difficile avec des marchés en recul. La hausse du prix des matières premières, notamment, a affecté la marche des affaires. Le produit net du groupe Bell a malgré tout progressé de 20,3 % pour atteindre 3,3 milliards de francs – un résultat lié entre autres à la consolidation des acquisitions effectuées en 2016 et à la première consolidation de l'intégralité du chiffre d'affaires annuel de Hilcona dans les comptes de Bell. Bell détient en effet, depuis mai 2015, 51 % des actions du groupe Hilcona, ce qui en fait l'actionnaire majoritaire. Hors acquisitions, le groupe Bell a progressé de 1,3 %. Le volume des ventes du groupe Bell s'est accru de 50,5 % pour s'élever à 414 260 tonnes et le bénéfice est passé à 100,6 millions de francs après parts des minoritaires, soit 6,1 % de plus que l'année précédente.

Renforcement des compétences grâce à des acquisitions

Le groupe Bell a poursuivi en 2016 sa stratégie de croissance et de différenciation. Bell AG a ainsi racheté, le 1^{er} mars, l'entreprise autrichienne Hubers spécialisée dans la production de volaille puis, le 1^{er} mai, l'entreprise Eisberg spécialisée dans la production de salades convenience. Bell Suisse, pour sa part, a repris, le 1^{er} octobre 2016, la société valaisanne Cher-Mignon SA spécialisée en charcuterie et la société Geiser AG basée à Schlieren, spécialisée dans l'approvisionnement des restaurants.

Hubers comprend la société Hubers Landhendl à Pfaffstätt, numéro un du marché autrichien, la société Süddeutsche Truthahn AG à Ampfing, spécialisée dans la production de viande de dinde, l'exploitation d'accoupage Schlierbach et l'entreprise logistique Frisch Express. Hubers jouit d'une position bien établie sur les marchés autrichien et allemand, portés par une demande croissante en volailles de qualité. Son rachat garantit à Bell l'accès à une matière première essentielle: la viande de volaille provenant de Suisse, d'Allemagne et d'Autriche.

Eisberg est spécialisé dans la production de laitues à couper fraîches et de plats frais à base de salade. Avec quatre entreprises de production implantées en Suisse, en Pologne, en Hongrie et en Roumanie, et un bureau de vente en Espagne, le groupe est fournisseur du commerce alimentaire, du foodservice et de la restauration de système. Ce rachat permet à Bell de consolider sa position dans le secteur des salades convenience et de résoudre les problèmes de capacité de production en Suisse; il ouvre au groupe Eisberg de nouveaux débouchés et de nouvelles perspectives de croissance. Sur le plan organisationnel, le groupe Eisberg fusionnera avec Gastro Star, une entreprise appartenant à Hilcona, pour devenir une filiale indépendante du groupe Hilcona.

Cher-Mignon est une entreprise artisanale valaisanne spécialisée dans la production de viande séchée depuis un siècle. Elle permet à Bell Suisse de compléter son offre de spécialités charcutières régionales, actuellement composée de spécialités bâloises, saint-galloises, vaudoises et grisonnes produites sur les sites de Bâle, Gossau, Cheseaux-sur-Lausanne et Churwalden.

Avec le rachat de Geiser AG, Bell Suisse renforce sa position en tant que fournisseur des restaurateurs suisses. Geiser AG produit sur son site de Schlieren de la viande, de la charcuterie et différentes spécialités destinées en premier lieu aux professionnels de la restauration. Elle opérera comme entité indépendante sous l'égide de Bell Suisse et exploitera ses propres marchés.

Déploiement de la stratégie de développement durable

Bell a revu sa stratégie de développement durable, jusqu'ici centrée sur ses activités en Suisse, pour lui donner une dimension internationale.

Parmi les nombreuses mesures concrètes qu'elle a mises en œuvre en 2016 figure la mise sur pied, à l'étranger, d'une production de volaille et de dinde conforme aux dispositions suisses. Pour la première fois, des produits à base de volaille importés ont ainsi pu être certifiés selon les dispositions de l'ordonnance suisse sur la désignation de la volaille. Afin de réduire ses émissions de CO₂ et sa consommation d'énergie et d'améliorer son efficacité énergétique, Bell a effectué des analyses Pinch et des checks-énergie sur plusieurs de ses sites en Suisse et en Pologne. Par ailleurs, elle collecte désormais séparément le papier support des étiquettes et l'introduit dans le circuit de recyclage.

Faits marquants des sociétés groupe Bell

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les faits marquants de l'exercice écoulé pour les sociétés nationales et les entreprises spécialisées du groupe Bell. Pour en savoir plus sur le groupe Bell, consultez les fiches d'informations ci-dessous ou bien rendez-vous sur www.bellfoodgroup.com.

▼ Fiche d'informations

 Bell Suisse	<ul style="list-style-type: none">• Volume des ventes de 124 073 tonnes, en hausse de 0,5 %, chiffre d'affaires de 1,9 milliard de francs, en hausse de 3,0 %, et ce malgré un contexte particulièrement difficile• Acquisition de Cher-Mignon SA, une entreprise de tradition qui produit des spécialités valaisannes• Reprise de Geiser AG, une entreprise spécialisée dans l'approvisionnement des professionnels de la restauration• Augmentation des capacités de production grâce à la mise en service, sur le site de Zell, d'un bâtiment neuf doté d'un nouvel atelier de découpe et d'un dispositif de réfrigération
 Bell Allemagne	<ul style="list-style-type: none">• Bilan positif du côté des marques grâce aux nouveaux concepts et à une bonne progression sur le marché• Chiffre d'affaires de 446 millions de francs, en recul de 3,6 %, volume des ventes de 67 808 tonnes, en recul de 0,2 %, en raison du marché très concurrentiel et de la hausse du prix des matières premières• Mise en chantier, début 2017, d'une unité supplémentaire de fabrication de spécialités de jambon espagnol, qui ouvrira de nouvelles perspectives d'exploitation du marché aux niveaux national et international
 Bell International	<ul style="list-style-type: none">• Chiffre d'affaires de 525 millions de francs, en hausse de 168,3 %, volume des ventes de 131 513 tonnes, en hausse de 329,0 %, grâce notamment à la reprise du spécialiste en volaille autrichien Hubers• Déroulement comme prévu du processus d'intégration et développement positif de Hubers
 Entreprises spécialisées	<ul style="list-style-type: none">• Bell France: les mesures organisationnelles prises et la décision de se concentrer sur les produits à forte création de valeur commencent à porter leurs fruits• Bell Pologne: évolution réjouissante du chiffre d'affaires et du volume des ventes• Bell Hongrie se défend bien dans un contexte économique et politique très difficile
 Entreprises spécialisées	<ul style="list-style-type: none">• Très bonne année pour le groupe Hilcona grâce à des innovations réussies dans les segments des plats cuisinés premium et des produits végétariens• Chiffre d'affaires de 577 millions de francs, en hausse de 59,9 %; volume des ventes de 100 284 tonnes, en hausse de 68,1 %• Mise en service de son propre site de production de tofu
  	<ul style="list-style-type: none">• Reprise et intégration réussie d'Eisberg, une entreprise spécialisée dans la production de salades convenience qui jouit d'une position solide sur les marchés hongrois, roumain, polonais et suisse• Regroupement, sous une seule direction, des organisations d'Eisberg et de Gastro Star dans le but de renforcer la position sur le marché• Rachat de Frostag Food-Centrum AG à Landquart, une entreprise spécialisée dans la production de pâtes et de produits végétariens

Entreprises de production Coop

Mise en exploitation du nouveau silo de Swissmill à Zurich

Les matières premières se raréfient et deviennent plus coûteuses. C'est pourquoi Coop fait le choix de l'intégration verticale de ses approvisionnements les plus importants, en ajoutant à sa chaîne de création de valeur les étapes de production situées en amont de son activité. Grâce à Swissmill, la plus grande minoterie de Suisse, Coop s'assure un accès aux céréales et préserve ainsi son indépendance sur le marché d'approvisionnement.

Le silo à grain de Swissmill à Zurich vient d'être surélevé à 118 mètres de hauteur, ce qui permet à l'entreprise de stocker ses céréales à l'endroit-même où elles sont transformées – un investissement judicieux tant du point de vue économique qu'écologique. Swissmill est maintenant en mesure de faire face à la diversité croissante des produits et de s'approvisionner en céréales dans les quantités et qualités nécessaires. Les céréales sont désormais de plus en plus souvent acheminées par trains entiers jusqu'à Zurich. Coop a investi environ 40 millions de francs suisses dans la construction de ce nouveau silo et, partant, dans la place économique zurichoise.

Mise en service de la nouvelle boulangerie industrielle de Schafisheim

Dans le cadre de sa stratégie Boulangerie 2015+, Coop a mis en service en 2016 une boulangerie industrielle avec pâtisserie à Schafisheim, aux côtés de la nouvelle centrale de distribution régionale et de la centrale de distribution nationale de produits surgelés. Cette boulangerie – la plus grande de Suisse – emploie 650 personnes qui transforment chaque année 40 000 tonnes de farine, 700 tonnes de beurre et 250 tonnes d'œufs en 60 000 tonnes de pain et de produits de boulangerie. Elle compte, sur une surface de 48 000 m², 24 lignes de production: six pour les tourtes et autres articles de pâtisserie, deux pour les tartes, gâteaux, tranches et biscuits roulés, trois pour les pâtes destinées à la vente et treize pour la boulangerie. Après la mise en service de cette boulangerie-pâtisserie, Coop a progressivement réduit la production sur ses sites de Bâle et de Wallisellen et a fermé celui de Coire, qui a été intégré à la boulangerie de Gossau.

60 000 tonnes

Production annuelle de pain et produits de boulangerie à Schafisheim

Coop met un point d'honneur à respecter les principes du développement durable lors de la construction de ses sites de production. Un exemple: les fours de sa boulangerie industrielle et de sa pâtisserie sont alimentés par une centrale de chauffage qui produit 20 gigawattheures de chaleur et de vapeur par an. Environ 70 % proviennent de la combustion de biomasse, qui se compose de copeaux de bois et de sous-produits issus de Swissmill, la minoterie de Coop.

Achèvement du centre logistique et de production de Pratteln

Le nouveau site de production de Pratteln s'inscrit dans le prolongement de la stratégie Logistique et Boulangerie 2015+ amorcée en 2010 par le groupe Coop, qui exprime ainsi une nouvelle fois son engagement clair et net en faveur du site de production suisse. La construction du site de Pratteln s'est achevée en 2016. Afin de profiter de synergies et de réduire les émissions de CO₂, Coop a décidé de regrouper sur un seul et même site ses divisions Cave, Chocolats Halba et Sunray ainsi que son nouveau laboratoire de contrôle de la qualité. Les installations de Chocolats Halba, l'entreprise productrice de chocolat de Coop, et de Sunray, active dans l'achat de matières premières et la production alimentaire, seront mises en service en février 2017. Le laboratoire, quant à lui, démarrera son activité en avril 2017. L'unité de mise en bouteille de vin Cave installera puis mettra en service ses cuves de vins en vrac à partir de juillet; la mise en bouteille débutera en août.

Comme à Schafisheim, le développement durable est une priorité. Ainsi, une chaudière à copeaux de bois produisant de la chaleur et de la vapeur a été installée et une installation photovoltaïque de 550 kW a été placée sur le toit de l'entrepôt de stockage en hauteur et du hall de la gare. Le site de Pratteln permet à Coop de réduire de 1600 tonnes ses émissions annuelles de CO₂.

Les entreprises de production de Coop misent sur le développement durable

Nombreux sont les petits producteurs pratiquant la monoculture, espérant ainsi obtenir des rendements plus élevés. Or celle-ci entraîne l'épuisement des sols et augmente la vulnérabilité des plantes aux maladies. Avec ses projets Agroforst lancés au Honduras et en Equateur, Chocolats Halba poursuit une approche globale combinant agriculture et sylviculture. Ses objectifs: améliorer durablement la qualité du cacao, favoriser la biodiversité et développer la prise d'initiatives des producteurs. Le cacao cultivé est de qualité bio et certifié Fairtrade. Ces projets permettent à Chocolats Halba de rester leader en termes de développement durable sur les marchés national et international.

Sunray est, elle aussi, impliquée dans un projet équitable dans un pays producteur. Avec le soutien du Fonds Coop pour le développement durable, l'entreprise de production de Coop, en collaboration avec Gebana Afrique, a fait progresser la certification bio et Fairtrade des noix de cajou au Bénin. Ces noix certifiées en provenance d'Afrique seront disponibles à partir de 2017.

Steinfels Swiss, qui fabrique des produits cosmétiques, des lessives et des produits d'entretien ainsi que des produits d'hygiène, a remporté un prix pour sa BB crème innovante et durable vendue sous la marque propre Naturaline de Coop. Ce prix lui a été décerné par la Private Label Manufacturers Association (PLMA) lors de la foire internationale des marques propres à Amsterdam. Autre nouveauté: les produits Oecoplan sont désormais conditionnés dans des bouteilles en PET entièrement fabriquées avec des matériaux recyclés. Une décision qui s'inscrit dans la suite logique de l'adoption, récemment, de bouteilles en PET plus légères pour les lessives et les produits d'entretien, et qui avait déjà permis une réduction constante des volumes d'emballage. Par ailleurs, grâce au lancement d'une nouvelle génération de produits, Steinfels Swiss a pu accroître significativement la performance écologique de sa ligne de produits Maya pour le lavage et le nettoyage professionnels. Celle-ci dépasse désormais toutes les grandes normes écologiques internationales.

Faits marquants dans les entreprises de production Coop

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous 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

- Croissance du segment-clé Blé tendre
- Mise au point de nouveaux mélanges prêts à l'emploi pour Betty Bossi
- Investissements supplémentaires dans les compétences sur l'avoine et l'épeautre
- Chiffre d'affaires multiplié par deux grâce à la marque Panflor destinée aux boulangeries professionnelles
- Développement de la compétence bio
- Mise en service du nouveau silo à Zurich

▼ Fiche d'informations



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

- Chiffre d'affaires à l'exportation en hausse de plus de 20 %
- Evolution très réjouissante de la demande de chocolat certifié casher
- Gain de parts de marché grâce aux nombreuses nouveautés lancées notamment dans le cadre des activités saisonnières avec Coop
- Collaboration réussie avec des producteurs de cacao au Honduras, qui a conduit à une amélioration de la qualité et une augmentation des quantités produites
- Augmentation sensible de la productivité et des revenus des producteurs de cacao grâce aux projets Agroforst
- Achèvement du site de Pratteln, «Schoggihüsli» compris, derniers travaux avant la mise en service en février 2017

▼ Fiche d'informations



Fruits secs, noix et autres graines, champignons et légumes séchés, légumineuses, épices et herbes aromatiques, sucre, huiles comestibles, préparations pour desserts et gâteaux, aides à la pâtisserie

- Croissance dans les groupes de marchandises stratégiques et dans l'exportation grâce au développement de nombreuses nouveautés en collaboration étroite avec les clients
- Développement de l'approvisionnement à la source
- Première livraison de noix de cajou issues d'un projet durable au Bénin (Afrique occidentale)
- Achèvement du nouveau site de Pratteln, derniers travaux avant la mise en service en février 2017

▼ Fiche d'informations



Produits cosmétiques, lessives et détergents, produits d'hygiène

- Hausse du chiffre d'affaires réalisé avec les produits durables pour les clients du canal Retail et les utilisateurs professionnels
- Plus de 100 lancements de produit pour des clients en Suisse et à l'étranger
- Renforcement des assortiments durables dans le secteur Professional Care grâce à des innovations telles qu'un chariot de nettoyage en plastique recyclé
- Acquisition de nouveaux clients dans le canal Retail à l'étranger pour les lessives et produits d'entretien durables
- Début de la vente de produits de marque Sherpa Tensing en Allemagne
- Investissements dans l'automatisation du remplissage

▼ Fiche d'informations

Boulangeries Coop

Pains frais (pains, petits pains, tresses), pains surgelés, gâteaux et biscuits, tourtes et articles de pâtisserie, pâtes destinées à la vente

- Mise en service de la plus grande boulangerie industrielle avec pâtisserie de Suisse sur le nouveau site de Schafisheim
- Intégration réussie, dans la boulangerie de Schafisheim, des boulangeries de Bâle et de Wallisellen ainsi que de la production d'articles de boulangerie surgelés
- Fermeture de la boulangerie de Coire fin 2016 et intégration dans la boulangerie de Gossau
- Augmentation du volume produit par les boulangeries industrielles, qui atteint désormais 44 300 tonnes
- Augmentation du nombre de boulangeries maison: désormais au nombre de 46, elles produisent en tout 6300 tonnes

▼ Fiche d'informations



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

- Ventes à l'exportation en hausse de 4,4 %
- Chiffre d'affaires réalisé avec les produits durables en hausse de 5,8%; part des produits bio et équitables dans les ventes totales: 50,8 %
- La part de marché du riz équitable dans l'UE augmente pour s'établir à 53 %
- Lancement réussi de nouveaux mélanges bio et équitables
- Projets durables d'approvisionnement à la source avec plus de 5000 producteurs

▼ Fiche d'informations



Différents vinaigres

- Chiffre d'affaires en hausse de 7,7 %
- Position de leader sur le marché suisse du vinaigre
- Augmentation de la part des produits bio dans le chiffre d'affaires: elle atteint désormais 21 %
- Hausse de 70% des exportations de produits bio
- Poursuite des efforts de réduction des déchets

▼ Fiche d'informations



Eaux minérales et limonades sucrées

- Autorisation d'exploiter une nouvelle source d'eau minérale
- Construction de l'infrastructure nécessaire à l'exploitation de la nouvelle source
- Développement d'une étiquette de bouteille avec impression à l'encre à eau sans solvant

▼ Fiche d'informations

Cave

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

- Augmentation des capacités de vinification
- Elaboration de la stratégie Cave 2020+
- Achèvement du nouveau site de Pratteln, derniers travaux avant la mise en service en février 2017; possibilité, ensuite, de fabriquer des vins mousseux

▼ Fiche d'informations

Mûrissage de bananes

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

- Intégration de nouveaux assortiments dans le secteur des fruits tropicaux

▼ Fiche d'informations



Collaborateurs

Avec Coop Campus, Coop crée l'espace de formation numéro un dans le commerce de détail suisse. En Suisse, 1010 apprentis du groupe Coop décrochent leur diplôme et plus de 40 000 collaborateurs suivent des formations en ligne. Transgourmet Deutschland est récompensé pour son attractivité comme employeur.

Le groupe Coop employait fin 2016 85 001 collaborateurs au total, dont 3505 apprentis, dans les domaines d'activité du Commerce de détail et du Commerce de gros/Production. 64,7 % des postes se trouvent en Suisse.

Le secteur des ressources humaines se trouve actuellement face à trois grands défis: premièrement, les mutations démographiques, avec l'arrivée des générations à faible natalité et les départs massifs à la retraite des générations du baby-boom. Deuxièmement, l'importance grandissante de l'activité professionnelle des femmes, la nouvelle diversité culturelle dans le monde du travail et le passage à des conditions de travail plus souples. Troisièmement, l'essor des nouvelles technologies et de la numérisation du commerce de détail. Le groupe Coop se positionne dans ce contexte comme un employeur diversifié, attractif et durable. Selon une étude réalisée par Inrate, la plus grande agence d'évaluation indépendante de Suisse, Coop offre les meilleures conditions d'embauche dans le commerce de détail suisse. Or avoir une bonne image en tant qu'employeur est essentiel pour attirer et conserver les meilleurs talents.

85 001
collaborateurs
au sein du groupe Coop

La gestion des ressources humaines du groupe Coop repose sur trois grands axes : l'attractivité en tant qu'employeur, la direction et l'esprit d'entreprise 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 rendre ses collaborateurs qualifiés et enthousiastes devant les mutations technologiques et le développement du numérique.

Un employeur attractif

Coop augmente la masse salariale

Malgré une conjoncture difficile, Coop décide d'augmenter la masse salariale de 0,5 % pour des hausses individuelles de salaire de collaborateurs rémunérés à l'heure ou au mois. Cette augmentation est le résultat des négociations constructives que Coop a menées avec ses partenaires sociaux, à savoir la SEC Suisse, Syna/OCST, l'Unia et l'Union des employés de Coop (UEC).

Une caisse de pension dotée d'une assise saine

Le taux de couverture de la CPV/CAP Caisse de pension Coop s'élevait à 113,0 % le 31.12.2016, un chiffre légèrement inférieur à celui de l'année passée (113,1 %). Ce recul est principalement imputable à une évaluation plus prudente des engagements. De plus, l'avoir de vieillesse de tous les collaborateurs à partir de 51 ans a été augmenté d'une prime unique pour compenser la baisse du taux de conversion de 6,15 % à 5,50 %. Autre mesure prise pour améliorer les futures retraites: la hausse de 2,0 % des cotisations pour tous les assurés. Parallèlement, la prime de risque a pu être réduite de 2,0 %, les prestations décès et invalidité ayant été inférieures aux prévisions. Résultat,

les cotisations versées à la caisse de pension restent globalement inchangées. Parmi les nouveautés de 2016, on notera la possibilité offerte aux assurés de choisir entre trois plans d'épargne pour améliorer leurs prestations de vieillesse.

Malgré le contexte très difficile, la CPV/CAP a réalisé un rendement de 4,1 %, un résultat supérieur à l'indice de référence. Les avoirs de vieillesse des assurés actifs ont été rémunérés à 2,0 % en 2016, soit 0,75 % de plus que le taux d'intérêt minimal LPP. Le taux d'intérêt provisoire pour 2017 se situe à 2,0 %. Les retraites sont restées inchangées en 2016 et le resteront aussi en 2017. Le nombre d'assurés actifs a légèrement augmenté, passant de 36 440 à 36 796 personnes. Le nombre de retraités a augmenté de 172 personnes, passant à 19 444. Les paramètres actuariels et la capacité de risque de la Caisse ayant changé, le Conseil de fondation étudiera la stratégie de placement de la CPV/CAP en 2017.

Gestion de la santé au travail chez Coop@home et dans la vente

Sensible au thème de la santé au travail, Coop a lancé en 2016 plusieurs nouvelles actions dans deux domaines pilotes afin de promouvoir la santé physique et psychique de ses salariés. En collaboration avec son partenaire en assurances Swica, elle a analysé dans les détails, au moyen de questionnaires, la situation dans le secteur de la logistique de Coop@home. Sur la base des feedbacks reçus, des coachings individuels et de groupe ont ensuite été organisés à l'intention des collaborateurs pour améliorer le bien-être au travail. Des comités de travail ont, par ailleurs, été créés pour définir et mettre en œuvre des mesures portant sur la conduite, le comportement et l'organisation. Autre initiative lancée par Coop: la visite, une fois par mois, d'un spécialiste en ergonomie chez Coop@home pour conseiller et traiter les collaborateurs souffrant de troubles de l'appareil locomoteur.

La deuxième priorité de la gestion de la santé au travail en 2016 était la vente. Coop a lancé dans ce secteur un projet pilote d'ambassadeurs santé: sept collaborateurs de différents magasins ont été formés sur divers thèmes spécifiques à la santé et agissent maintenant auprès de leurs collègues pour les encourager à adopter un comportement responsable en matière de santé. D'après les premiers retours, leurs interventions ont été accueillies favorablement.

Une distinction et une certification pour Transgourmet Deutschland

Transgourmet Deutschland a été récompensée deux fois en 2016 pour son attractivité comme employeur. Elle a tout d'abord été reconnue comme l'une des meilleures entreprises formatrices allemandes dans le cadre d'une étude récente menée par Focus et Focus Money. Ont été évalués, entre autres, la réussite aux formations, les données structurelles sur la formation, le nombre de formateurs et de tuteurs ainsi que les rémunérations des formateurs, en tenant compte des conditions propres à chaque branche.

Transgourmet Deutschland a ensuite obtenu la certification «Beruf und Familie» (Conciliation travail-famille) en juin 2016 pour le secteur du libre-service en gros géré sous Selgros Deutschland. Le secteur de la livraison en gros de Transgourmet est certifié depuis 2013 déjà. Selgros Deutschland est ainsi récompensée pour ses nombreuses actions en faveur d'une politique du personnel à l'écoute des familles et d'une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie familiale. A noter que l'entreprise élabore, en parallèle, diverses autres mesures pour accompagner au mieux ses collaborateurs dans les différentes phases de la vie.

Formation et évolution professionnelle

45 millions de CHF

investis chaque année
dans la formation et le
perfectionnement

Coop Campus, l'espace de formation numéro un du commerce de détail suisse

Coop a regroupé l'ensemble de ses formations sous «Coop Campus», créant ainsi l'espace de formation numéro un dans le commerce de détail suisse. Les collaborateurs de tous les échelons hiérarchiques bénéficient de programmes de formation interne taillés sur mesure dans tous les domaines. L'objectif est d'offrir une formation pratique, efficace et qui tient ses engagements. C'est pourquoi de nombreux cours ont lieu sur le terrain, c'est-à-dire dans le magasin ou chez le

fournisseur, par exemple. Ces cours sont organisés en quatre niveaux – Pro, Expert, Master et Leader – pour motiver les participants à aller jusqu’au bout de la formation et offrent, par ailleurs, la possibilité de carrières spécialisées. Quelques semaines après le cours, les collaborateurs passent un certificat de compétence pour valider la mise en pratique des acquis.

Avec Coop Campus, les collaborateurs ont accès à plus de 350 cours internes sur 17 sites et à d’innombrables formations externes. Parallèlement, le groupe Coop a formé rien qu’en Suisse 2862 apprentis dans 31 métiers différents, en 2016. Elle investit chaque année plus de 45 millions de francs dans la formation et le perfectionnement de ses collaborateurs – un chiffre sensiblement supérieur à la moyenne du secteur.

La formation en ligne progresse et fait progresser

Le numérique joue un rôle de plus en plus important dans la formation et le perfectionnement des collaborateurs. En 2016, plus de 40 000 collaborateurs de Coop ont suivi une formation en ligne, parfois sur des sujets très pointus, dans des domaines aussi divers et variés que l’hygiène ou la gestion des processus dans la comptabilisation des factures. Coop a notamment lancé en 2016, à l’échelle du groupe, un programme de formation en ligne visant à s’assurer que les collaborateurs intervenant sur les marchés de l’approvisionnement et de la vente agissent en conformité avec le droit des cartels. En 2016, plus de 1600 collaborateurs ont suivi cette formation au sein du groupe.

Renforcement de la compétence de conduite en situation difficile

Au cours de l’année sous revue, Coop a organisé pour la sixième fois une formation continue de deux jours à l’intention de ses cadres moyens et supérieurs. Les participants ont travaillé cette fois sur le thème de la résilience, c’est-à-dire l’aptitude à gérer des situations difficiles et à les utiliser pour se développer positivement en mobilisant les ressources personnelles et sociales nécessaires. Pour Coop, il est important, en ces temps difficiles, que les cadres prennent conscience de leurs points forts et qu’ils les mettent à profit de façon ciblée dans leur fonction de conduite quotidienne.

Transgourmet Österreich: une évaluation tous azimuts des cadres

Transgourmet Österreich a déployé cette année son système d’évaluation à 270° à d’autres sites après l’avoir testé à Graz à l’automne 2015. Cette nouvelle méthode d’évaluation, qui vise l’amélioration de la performance du management, permet aux cadres de recevoir un feedback complet de la part de leurs subordonnés, de leur supérieur et de leurs collègues par l’intermédiaire d’un questionnaire anonyme à remplir en ligne. Les feedbacks sont ensuite discutés, les besoins d’évolution identifiés et les mesures adéquates prises (suivi d’une formation, par exemple) lors d’un entretien individuel avec un coach externe.

Taux de réussite record pour les apprentis

Coop a employé 2862 apprentis en Suisse en 2016 et reste ainsi le deuxième employeur d’apprentis du pays. 99 % des apprentis formés en Suisse, soit 1010 jeunes, ont décroché leur diplôme – un taux de réussite record. 66 % d’entre eux ont ensuite été embauchés sous contrat ferme au sein du groupe Coop. Coop a donc, une fois de plus, atteint son objectif, à savoir embaucher au moins 65 % des ap-

99 %

des apprentis suisses ont
décroché leur diplôme

prentis au terme de leur formation initiale. Parmi les 1151 apprentis ayant démarré leur formation en Suisse en 2016, trois ont opté pour la nouvelle formation initiale d’agent/agente relation client CFC, proposée par Interdiscount. Entièrement axée sur la communication, cette formation va rapidement gagner du terrain dans le domaine des services clientèle en ligne. Autre nouveauté: la formation au métier de conducteur/conductrice de véhicules légers proposée depuis cette année chez Coop@home. Coop offre des places d’apprentissage dans 31 métiers différents.

Grande réunion du management avec 3000 participants

Le groupe Coop définit chaque année des objectifs généraux communs à l'ensemble du groupe dans le cadre d'un processus homogène suivant une logique top down («du haut vers le bas»). Tous les quatre ans, il organise une grande réunion du management lors de laquelle les participants débattent pendant une journée de l'objectif commun fixé pour l'année suivante. Le 28 juin 2016, près de 3000 cadres de l'ensemble du groupe Coop se sont ainsi rendus à Berne pour travailler ensemble sur les différents aspects de l'objectif de 2017: «Nous prenons l'initiative». Leurs réflexions ont été reprises au cours des séminaires de fixation des objectifs qui ont eu lieu à l'automne.

Gestion du changement

Un Job Center pour accompagner les salariés

Le Job Center, le centre pour l'emploi interne de Coop créé en 2013, a accompagné les collaborateurs concernés par les transferts géographiques de sites qui ont eu lieu en 2016 et mis en œuvre de nombreuses mesures pour accompagner le changement. Ainsi, les 48 collaborateurs concernés par la fermeture de la boulangerie de Coire se sont vu proposer une solution au sein du groupe Coop.

De même, les collaborateurs dont le poste de travail a été transféré à Schafisheim à la suite de la fusion administrative des Régions de vente Nord-Ouest de la Suisse et Suisse centrale – Zurich et qui n'ont pas souhaité changer de lieu de travail se sont eux aussi vu proposer un autre poste.

Le Job Center s'est attelé à un autre projet en 2016, lié à la mise en service des installations de logistique et de production sur le nouveau site de Schafisheim: il s'est chargé du suivi des collaborateurs de la logistique qui ont été transférés de Bâle, Wallisellen, Dietikon et Hinwil vers Schafisheim et a veillé à leur bonne intégration.

Se réorganiser pour plus d'agilité

Coop a fondé en mai 2016 la nouvelle Direction Informatique/Production/Services. En renforçant ainsi la position du secteur informatique, Coop devient encore plus dynamique face aux enjeux de la numérisation.

Coop a également réorganisé sa Direction Marketing/Achats et fusionné au 1^{er} janvier 2017 le Category Management, les Achats et l'Approvisionnement à tous les niveaux de management. Les catégories ont été regroupées en six domaines d'organisation qui poursuivront chacun des objectifs stratégiques bien spécifiques. Une décision qui permettra d'accélérer considérablement les prises de décision et de renforcer l'orientation client. Avec ces réorganisations, Coop a toutes les cartes en main pour devenir encore plus agile sur le marché.

Gouvernement d'entreprise

Structure du groupe	48
Structure du capital	49
Conseil d'administration	50
Direction générale	55
Indemnités	59
Droits de participation	60
Prise de contrôle et mesures de défense	60
Organe de révision	60
Politique d'information	61
Management du groupe Coop	62

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 ci-après.

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 SA. Elle présente les données spécifiques au 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 2016, 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 100 et 101 (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. Le Groupe Coop Société Coopérative 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); leur 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 forment les délégués, qui 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 les Comités des Conseils régionaux sont élus pour quatre ans. La mandature actuelle court de 2013 à 2017. Les statuts limitent la durée totale des mandats à 20 ans et fixent une limite d'âge (65 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 en particulier le pouvoir de fixer les statuts, d'élire et de révoquer le Conseil d'administration et l'organe de révision, d'approuver le rapport de gestion, de donner décharge au Conseil d'administration et de dissoudre la société. Elle peut en outre statuer sur d'autres objets qui lui sont soumis par le Conseil d'administration.

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 sur Internet.

➔ www.coop.ch/organisation

Le 31 décembre 2016, 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	Maria Bieri	Mauro Bazzi
Patrick Csikos	Patrick Bruni	Sibylle Bader Biland	Beatrice Bertschinger	Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Doris Grobéty	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Renato Blum	Fridolin Eberle	Fiorenzo Robbiani
Nicole Hosseini	Sandra Ghisoni Schenk	Sandra Nicole Engeler	Kurt Feubli	Markus Eugster	Gabriella Rossetti
Zohra Ottoz	Fränzi Grunder	Susanne Jäger	Anna Maria Forlano	Christa Flückiger	Raffaele Sartori
Benoît Santschi	Therese Ischi	Peter Jossi	Ronald Hauser	Michael Fuhrer	
Catherine Stern	Mario Kaiser	Pascal Konrad	Willy Rüegg	Kurt Gansner	
Marc Vauthey	Jürg Kradolfer	Daniel Münger	Alex Rütz	Roberto Godenzi	
	Corinne Lehmann	Heidi Straumann	Beda Schlumpf	Richard Kübler	
	Sibylle Miescher	Charles Suter	Liliane Waldner	Leonardo Longaretti	
	Felix Truffer			Gabi Senn	
	Annette Wisler Albrecht				
	Zippora Wüthrich				

Structure du capital

La structure du capital du groupe Coop ressort du bilan consolidé (page 81 du présent rapport de gestion) et des explications correspondantes (pages 84–101). Les fonds propres du Groupe Coop Société Coopérative sont exclusivement constitués de moyens qui lui sont propres. Les sociétaires n'ont pas de part 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 de six représentants au maximum 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 2016, le Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative se composait des personnes suivantes:

Nom	Année de naissance	Fonction actuelle	Début du premier mandat	Fin du mandat
Hansueli Loosli ²	1955	Président	2011	2017
Peter Eisenhut	1955	Membre, représentant de la Région Suisse orientale/Liechtenstein	2009	2017
Michela Ferrari-Testa	1963	Membre, représentante de la Région Tessin	2006	2017
Hans-Jürg Käser	1956	Membre, représentant du personnel	2009	2017
Irene Kaufmann ¹	1955	Vice-présidente	2001	2017
Beth Krasna ²	1953	Membre	2005	2017
Roman Kuhn	1955	Membre, représentant de la Région Nord-Ouest de la Suisse	2010	2017
Lillia Rebsamen-Sala	1953	Membre, représentante de la Région Suisse centrale – Zurich	2009	2017
Bernard Rüeger	1958	Membre, représentant de la Région Suisse romande	2009	2017
Giusep Valaulta	1951	Membre, représentant de la Région Berne	2001	2017

¹ Présidente du comité de contrôle

² Membre du comité de contrôle

Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt

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 chez Coop Suisse, Wangen; 1992–1997: directeur de la société coopérative régionale Coop 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 AG, Bâle (président); Coop Mineraloel AG, Allschwil (président); Swisscom AG, Ittigen (président); Transgourmet Holding AG, Bâle (président)

Autres fonctions et mandats:

conseiller de Deichmann SE; comité directeur d'economiesuisse



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, St-Gall

Autres mandats d'administrateur:

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

Autres fonctions et mandats:

chargé de cours à l'Executive School de l'Université de St-Gall; société d'encouragement (président) et comité directeur (vice-président) de l'Institut suisse pour les PME de l'Université de St-Gall; fondation Zukunft.li (président); membre du comité directeur 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

Autres fonctions et mandats:

conseil de fondation de la Fondation Sana



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 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)



Beth Krasna

Double nationalité suisse et américaine

Formation:

ing. chim. dipl. de l'EPF de Zurich; MBA Sloan School at MIT, Cambridge, USA

Parcours professionnel:

1977–2003: diverses fonctions de management dans l'industrie et les services en Suisse et en Thaïlande, notamment CEO du groupe Valtronic aux Charbonnières et CEO de l'entreprise d'électromécanique Sécheron SA, Genève; depuis 2004: chef d'entreprise indépendant

Autres mandats d'administrateur:

Alcosuisse AG, Berne; Raymond Weil SA, Grand-Lancy; Symbiotics SA, Genève

Autres fonctions et mandats:

membre du Conseil des EPF; conseil de fondation de la Fondation des Amis du Prix de Lausanne; conseil de fondation de la Fondation pour l'institut de hautes études internationales et du développement; conseil de fondation de la Fondation pour l'étude des relations internationales en Suisse (FERIS)



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; depuis 2000: responsable Institutional Banking et membre de la direction de la Banque cantonale d'Argovie, Aarau.

Autres mandats d'administrateur:

Circus Monti AG, Wohlen

Autres fonctions et mandats:

membre du comité directeur des Amis du château de Hallwyl; association Melodyaarau (président); conseil de fondation de la Fondation Töpferhaus Aarau



Lillia Rebsamen-Sala

Nationalité suisse

Formation:

diplôme d'école de commerce

Parcours professionnel:

1972–1980: fonctionnaire aux Chemins de fer fédéraux suisses;
1980–1990: mère au foyer; 1990–1993: employée de commerce à la société Zollinger, Lucerne; depuis 1991: responsable administrative du cabinet d'ingénieurs Rebsamen Elektroplan AG et Rebsamen Technocasa AG, Lucerne

Autres mandats d'administrateur:

Rebsamen Technocasa AG



Bernard Rüeger

Nationalité suisse

Formation:

MBA, Lausanne

Parcours professionnel:

depuis 1986: employé de la société Rüeger S.A., Crissier (directeur de 1992 à 2012); depuis 2013: président de Rüeger Holding S.A., Paudex

Autres mandats d'administrateur:

Alpsens Technologies S.A., Crissier (président); CSS Holding AG, Lucerne; Lienhard Office Group AG, Degersheim; Lyncée Tec S.A., Ecublens; Fondation Banque Cantonale Vaudoise deuxième pilier, Lausanne; Socorex Isba S.A., Ecublens

Autres fonctions et mandats:

economiesuisse (vice-président); conseil de fondation de la Fondation de Beaulieu; Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie (président)



Giusep Valaulta

Nationalité suisse

Formation:

lic. en droit de l'Université de Fribourg

Parcours professionnel:

1981–1991: responsable du service juridique de la Direction fédérale des mensurations cadastrales à l'Office fédéral de la justice, Berne; 1991–2010: chef adjoint du centre de prestations Conditions de travail du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO), Berne; 2011–2013: conseiller scientifique au SECO, Berne; depuis août 2013: conseiller juridique indépendant, Ittigen

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 lors de la première réunion de printemps de l'Assemblée des délégués 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 dans le paragraphe «Membres du Conseil d'administration». Le mandat actuel a commencé au printemps 2013 et se terminera au printemps 2017.

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 leurs obligations à responsabilités égales.

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 Beth Krasna.

Le comité de contrôle tient chaque année au moins trois réunions, qui durent en général une demi-journée. Le président de la Direction générale, le chef de la Direction Finances 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 2016.

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 est présente. Pour être valable, une décision doit recueillir la majorité des voix exprimées. En cas d'égalité des voix, la voix du président du Conseil d'administration est prépondérante.

En 2016, le Conseil d'administration s'est réuni sept fois pendant une ou deux journées. Il a également effectué un déplacement de trois jours 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

Système 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, sur les projets et événements importants, et sur 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 2015) 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 le montant de couverture 2 du groupe Coop.

Système 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 2015) 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).

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 1^{er} mai 2016, Reto Conrad est passé de chef de la Direction Finances/Services à chef de la nouvelle Direction Informatique/Production/Services. Adrian Werren, ancien responsable du Controlling, a pris la tête de la Direction Finances. Il est, par ailleurs, membre de la Direction générale du groupe Coop depuis le 1^{er} mai 2016.

Jean-Marc Chapuis, chef de la Direction Immobilier, et Leo Ebnetter, chef de la Direction Logistique, prendront leur retraite à la fin du mois de juin 2017. Ils seront remplacés respectivement par Christian Copepy et Daniel Hintermann le 1^{er} mai 2017. Christian Copepy a travaillé pendant dix ans comme chef de division chez Maus Frères SA à Genève, dans les domaines de l'immobilier et de la gestion de centres commerciaux. Daniel Hintermann était responsable de la Région logistique Nord-Ouest de la Suisse.

Le 31 décembre 2016, 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
Jean-Marc Chapuis	1954	Membre	2001
Reto Conrad	1966	Membre	2012
Leo Ebnetter	1954	Membre	2007
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

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:

Alliance Internationale de Distributeurs SA (Alidis), Vernier; Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (président); Palink UAB, Lituanie; Transgourmet Holding AG, Bâle

Autres fonctions et mandats:

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



Jean-Marc Chapuis

Nationalité suisse

Formation:

lic. ès sc. économiques et sociales de l'Université de Genève

Parcours professionnel:

1981–1983: responsable des ventes pour différents marchés internationaux et responsable de la filiale française de Zenith-Movado AG, Le Locle; 1983–1985: sous-directeur de Coop La Chaux-de-Fonds; 1986–1993: directeur de Coop La Chaux-de-Fonds; 1994–2000: directeur de Coop Neuchâtel-Jura; depuis 2001: 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)



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, Bâle; 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:

Banque Coop AG, Bâle; Centre Commercial Moncor S.A., Villars-sur-Glâne (président); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Ing. Dipl. Fust SA, Oberbüren; Marché Restaurants Schweiz AG, Dietlikon; Panflor AG, Zurich; Nettoshop AG, St-Gall; RS Vertriebs AG, St-Gall; Siroop AG, Zurich; Siroop Trading AG, Bâle; Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny (président); Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (président); Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (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



Leo Ebnetter

Nationalité suisse

Formation:

formation de mécanicien sur machines; diplôme de commerce, cursus d'études en économie d'entreprise à l'Université de St-Gall

Parcours professionnel:

depuis 1978: chez Coop; 1978–1981: responsable adjoint de l'entrepôt Marchandises générales, Gossau; 1981–1985: responsable de la Logistique Marchandises générales et responsable des Transports Coop Suisse orientale, Gossau; 1985–1987: responsable de la Logistique à la centrale de distribution Coop de Gossau; 1987–1990: responsable du secteur Approvisionnement Food, Production, Logistique Coop Suisse orientale, Gossau; 1990–2000: directeur adjoint de Coop Suisse orientale et responsable de l'Approvisionnement, de la Production, de la Logistique et de l'Informatique Coop Suisse orientale, Gossau; 2001–2007: responsable de la Région logistique Coop Suisse orientale-Tessin, Gossau; depuis 2007: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Logistique de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

Bell AG, Bâle; Kühlhaus Neuhof AG, Gossau; 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 Direc-
tion 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); RS Vertriebs AG, St-Gall
(président); Service 7000 AG, Netstal; Siroop AG, Zurich; 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; Railcare AG, Härkingen; The Body
Shop Switzerland AG, Uster; Transcoop GmbH, Cologne; 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 convenance frais chez Coop, Bâle; 2004–2008: responsable de la 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 de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

AgeCore SA, Genève (président); Alliance Internationale de Distributeurs SA (Alidis), Vernier; Betty Bossi AG, Zurich (président); Casa del Vino SA, Zurich; Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (président); Hilcona AG, FL-Schaan; Marché Restaurants Schweiz AG, Dietlikon (président); Palink UAB, Lituanie; Retail Marketing Switzerland AG, Bâle (président); Transgourmet Holding AG, Bâle

Autres fonctions et mandats:

conseil de fondation de la fondation Biore

Contrats de management

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

Indemnités

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

Les indemnités 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 indemnités 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, qui perçoivent une indemnité fixe (indemnité annuelle).

Les indemnités 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 indemnités 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 2016 à 1,3 million de francs (année précédente: 1,4 million de francs). Les salaires bruts versés à la Direction générale ont totalisé 4,0 millions de francs en 2016 pour 6,7 unités de personnel (année précédente: 3,8 millions de francs pour 6,0 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 à 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

Droit 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.

Prise 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 1994 par PricewaterhouseCoopers (PwC) pour le Groupe Coop Société Coopérative et pour la vérification des comptes consolidés du groupe Coop. Le réviseur responsable, M. Bruno Rossi, a pris ses fonctions en 2016.

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 3,3 millions de francs pendant l'exercice sous revue (année précédente: 3,4 millions de francs).

Honoraires supplémentaires

Pour ses prestations dépassant le cadre du mandat légal, PwC a facturé des honoraires pour un montant total de 0,9 million de francs pendant l'exercice sous revue (année précédente: 1,0 million de francs).

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 2016, qui ont porté sur la planification de l'audit, les constatations faites par l'organe de révision externe et les mesures qui en ont découlées. Le réviseur responsable rapporte en outre chaque année 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, et de son site Internet. 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. Les délégués sont également tenus au courant de la marche des affaires par un rapport trimestriel écrit.

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

Etat au 1^{er} mars 2017

Coop Société Coopérative

Direction générale (DG)

Joos Sutter, président de la DG
Jean-Marc Chapuis, chef de la Direction Immobilier (jusqu'au 30.04.2017)
Reto Conrad, chef de la Direction Informatique/Production/Services
Christian Coppey, chef de la Direction Immobilier (à partir du 01.05.2017)
Leo Ebner, chef de la Direction Logistique (jusqu'au 30.04.2017)
Daniel Hintermann, chef de la Direction Logistique (à partir du 01.05.2017)
Daniel Stucker, chef de la Direction Trading
Adrian Werren, chef de la Direction Finances
Philipp Wyss, chef de la Direction Marketing/Achats

Présidence de la Direction générale

Joos Sutter, président de la DG
Frank Bertisch, responsable de la Révision interne
Nadine Gembler, responsable nationale des Ressources humaines
Alfred Hubler, responsable du Secrétariat général
Jörg Ledermann, responsable de la Communication/Qualité/Développement durable

Direction Retail

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

Région de vente Suisse romande (SR)

Sissigno Murgia, directeur de la Région de vente SR
Stéphane Bossel, responsable de la Gestion/Controlling
Thierry Boudol, chef de vente VD/FR
Jean-Claude Chapuisat, responsable des Ressources humaines
Claudio Marra, chef de vente GE
Bertrand Pasteur, chef de vente VD/FR/NE
Franck Truchot, chef de vente VS/VD
Laurent Voelin, chef de vente NE/JU/BE
Philippe Ziörjen, chef de vente FR

Région de vente Berne (BE)

Peter Schmid, directeur de la Région de vente BE
Stefano Alberucci, chef de vente Emmental/Thoune
Bernhard Friedli, responsable de la Gestion/Controlling
Frederik Heller, chef de vente Seeland/FR
Peter Jacobian, chef de vente Berne/Berthoud
Willy Kuhn, chef de vente SO/Haute-Argovie
Marcel Maurer, chef de vente Oberland bernois/Valais
Bruno Piller, responsable des Ressources humaines

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

Roger Vogt, directeur de la Région de vente NWZZ
André Aerne, chef de vente Lac de Zurich Nord
Urs Barmettler, chef de vente ZG/SZ
Angelo Durante, responsable de la Gestion/Controlling
Besim Dushica, chef de vente AG Ouest/Olten
Martin Fürst, chef de vente AG Est
Markus Ingold, chef de vente Lac de Zurich Sud

Sandro Janko, chef de vente BL et environs
Herbert Müller, chef de vente LU
Luc Pillard, responsable des Ressources humaines
Jean-Claude Prosdocimo, chef de vente Zurich Nord
Besim Ramadani, chef de vente Zurich Ville
Monika Zander, chef de vente BS et environs

Région de vente Suisse orientale – Tessin (OT)

Ivo Dietsche, directeur de la Région de vente OT
Mario Colatrella, chef de vente TI
René Dörig, chef de vente SG Est/AI/AR/FL/GL
Rolf Gurtner, chef de vente GR
Shenasi Haziri, chef de vente SG Ouest/TG
Sven Herzog, chef de vente Winterthour/SH
Christine Noichl, responsable des Ressources humaines
Dominique Vela, responsable de la Gestion/Controlling

Direction Trading

Daniel Stucker, chef de la Direction Trading
Markus Schärer, responsable de la Gestion/Controlling
Patrick Schaller, responsable de Total Store/Développement des PdV (à partir du 01.04.2017)
Martin von Bertrab, responsable des Ressources humaines

Coop City

Felix Kubat, responsable des Coop City
Christian Jochberg, responsable de la Vente Région Centre
Daniel Tona, responsable de la Vente Région Ouest
Bruno Veit, responsable de la Vente Région Est

Coop Brico+Loisirs

Christoph Theler, responsable des Brico+Loisirs
Joe Wyss, responsable du CM/Achats Brico+Loisirs
Marco Bertoli, CM Plantes
Adrian Fuchs, CM Loisirs/Sport/Décoration
Robert Kronhofer, CM Bricolage/Outils et matériel électriques
Michael Renninger, CM Construction/Aménagement intérieur
Marc Rheia, CM Jardinage

Interdiscount

Pierre Wenger, responsable de la Division Interdiscount
Vito Armetta, responsable de la Vente
Roger Bühler, responsable de la Logistique/Informatique/Service/Online
Martin Koncilja, responsable du Marketing
Peter Späni, responsable du Category Management/Achats

Toptip/Lumimart

Oliver Roth, responsable de la Division Toptip/Lumimart

Import Parfumerie

Michael Susta, responsable de la division Import Parfumerie

Christ Montres & Bijoux

Nina Müller, responsable de la division Christ Montres & Bijoux

Coop Vitality AG

Daniel Stucker, président du Conseil d'administration
Daniele Madonna, président de la Direction générale

Ing. Dipl. Fust SA

Daniel Stucker, président du Conseil d'administration
Thomas Giger, président de la Direction générale,
responsable des ventes Commerce de détail
Silvio Cioffi, responsable du secteur Novacasa
Giovanni De Mieri, responsable du secteur Multimédia
Peter Fankhauser, responsable des Finances & Services
Marc Haselbach, responsable du secteur Électroménager
Manfred Spiller, responsable du secteur Cuisine/Salle de bains

RS Vertriebs AG

Daniel Stucker, président du Conseil d'administration
Yves Haid, président de la Direction générale

The Body Shop Switzerland AG

Daniel Stucker, président du Conseil d'administration
Angelika Lanen, présidente de la Direction générale

Siroop AG

Daniel Stucker, vice-président du Conseil d'administration
Constantin Hilt, président de la Direction générale

Direction Marketing/Achats

Philipp Wyss, chef de la Direction Marketing/Achats
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
Axel Dippold, CM/Achats Produits convenance frais
Oliver Krüsi, CM/Achats Pain/Produits de boulangerie

Vladimir Cob, directeur d'Alifresca AG

CM/Achats Produits frais 2

Roland Frefel, responsable du CM/Achats Produits frais 2
Yves Grüninger, CM/Achats Produits laitiers/Œufs
Fabian Schneider, CM/Achats Viande
Pascal Seiler, CM/Achats Produits surgelés/Poisson

CM/Achats Aliments de base/Produits d'entretien

Andrea Kramer, responsable du CM/Achats Alimentation de base/
Produits de nettoyage
Olivier Compagnon, CM/Achats Lessives et produits d'entretien/
Hygiène
Philipp Nyffenegger, CM/Achats Petit déjeuner/Pâtisserie
Michael Sieber, CM/Achats Produits convenance non périssables/
Féculents
Sarah Trümpy, CM/Achats Biscuits et confiseries/Snacks salés

CM/Achats Boissons/Produits spéciaux

Christian Rüttimann, responsable du CM/Achats Boissons/
Produits spéciaux
Sylvia Berger, CM/Achats Vins/Vins mousseux
Lukas Frey, CM/Achats Animalerie
Simon Grieder, CM/Achats Boissons rafraîchissantes/Bière/
Spiritueux
Daniel Vonach, CM/Achats Produits spéciaux/Kiosque

CM/Achats Near Food/Non Food

Pia Bracher, responsable du CM/Achats Near Food/Non Food
Simone Gössling, CM/Achats Papeterie/Articles de voyage/Linge
de maison/Articles de fête
Marc Helfenstein, 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

Marc Muntwyler, responsable des Services CM/Achats
Rico Bossi, responsable de SBO/SCM Points de vente
Mauro Manacchini, responsable des Services Achats

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
Mirko Schwarz, président de la Direction générale

Eurogroup Far East Ltd.

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

Direction Logistique

Leo Ebnetter, chef de la Direction Logistique (jusqu'au 30.04.2017)
Daniel Hintermann, chef de la Direction Logistique (à partir du
01.05.2017) responsable de la Région logistique BE
Christoph Eigenmann, responsable de la Région logistique OT
Sébastien Jacquet, responsable de la Région logistique SR
Lorenzo Pelucchi, responsable de la Logistique nationale Pratteln
Domenico Repetto, responsable de la Région logistique NWZZ
Beat Zaugg, responsable de la Logistique nationale Wangen

Railcare AG

Leo Ebnetter, président du Conseil d'administration
Philipp Wegmüller, président de la Direction générale

Direction Finances

Adrian Werren, chef de la Direction Finances,
responsable du Controlling
Hansjörg Klossner, responsable de la Comptabilité
Beat Leuthardt, responsable des Services financiers

Direction Immobilier

Jean-Marc Chapuis, chef de la Direction Immobilier (jusqu'au
30.04.2017)
Christian Coppey, chef de la Direction Immobilier (à partir du
01.05.2017)
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 OT
Philippe Sublet, responsable des Centres commerciaux National
Fritz Ulmann, responsable de la Région immobilière NWZZ
Jan Zambaz, responsable des Projets immobiliers nationaux

Direction Informatique/Production/Services

Reto Conrad, chef de la Direction Informatique/Production/
Services
August Harder, responsable de l'Informatique
Marc Haubensak, responsable de Bâle Hotels
Benedikt Pachlatko, responsable Coopérations/Service clients
Stephan Rupprecht, responsable des Projets
Romeo Sciaranetti, responsable de Swissmill
Anton von Weissenfluh, responsable de Chocolats Halba

Update Fitness AG

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

Tropenhaus Frutigen AG

Reto Conrad, président du Conseil d'administration
Marcel Baillods, directeur

Tropenhaus Wolhusen AG

Reto Conrad, président du Conseil d'administration
Pius Marti, 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

Autres filiales

Coop Mineraloel AG

Hansueli Loosli, président du Conseil d'administration
Roger Oser, président de la Direction générale
Dominik Köppel, directeur de l'Approvisionnement & Commerce
Andreas Parpart, responsable du Marketing & Achats
Oliver Reichert, responsable de la Distribution
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,
directeur du secteur Europe de l'Est
Frank Seipelt, président de la Direction générale,
directeur du Foodservice Allemagne,
directeur de Transgourmet Seafood
Xavier Buro, directeur des Finances
Manfred Hofer, directeur des Achats
Holger Penndorf, directeur du Cash&Carry Allemagne

Transgourmet Polska

Alexander Orlowski, président de la Direction générale
Mohamed Boyaala, directeur de la Distribution Cash&Carry
Piotr Kolodziejczak, directeur de l'Administration
Piotr Sklodowski, directeur des Achats & Category Management

Selgros Roumanie

Alexandru Vlad, président de la Direction générale
Herwig Arvay, directeur administratif

Selgros Russie

Michael Zipfel, président de la Direction générale
Jens Frerichs, directeur des Achats & Category Management
Przemyslaw Switakowski, directeur de l'Administration & Expansion

Transgourmet France

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

Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, directeur Commercial
Thomas Panholzer, directeur de la Distribution
Stefan Buczolic, responsable du secteur Cook2.0
Manfred Edelbauer, responsable du secteur Information-Technology
Elisabeth Feizelmeier, responsable du secteur Human Resources
Georg Fersch, responsable du secteur «Mein C+C»
Bettina Fleiss, responsable du secteur Marketing
Martina Kaffenda, responsable du secteur
Management de la qualité
Christine Keszner, responsable du secteur Logistique
d'approvisionnement
Jürgen Krizmanich, responsable des points de vente National
Karin Meisel, responsable du secteur Service à la clientèle et
gestion du développement
Andreas Rendl, responsable du secteur Controlling
Gerald Santer, responsable des Ventes National
Georg Steibelmüller, responsable du secteur Finances et comptabilité
Michael Steinmair, responsable du secteur Logistique de distribution
Michael Vogl, responsable du secteur Category Management

Transgourmet Suisse

Philipp Dautzenberg, président de la Direction générale
Markus Heiniger, responsable du Marketing et des Achats
Erich Joss, responsable des Ressources humaines
Andrea Pellizzari, responsable des Finances/Controlling/
Immobilier
Claude Schnider, responsable de l'Informatique
Ralph Zigerlig, responsable de la Vente Suisse

Bell AG

Hansueli Loosli, président du Conseil d'administration
Lorenz Wyss, président de la Direction du groupe, CEO
Daniel Böhny, membre de la Direction du groupe
Christian Schröder, membre de la Direction du groupe
Marco Tschanz, membre de la Direction du groupe, CFO

Bell Suisse

Lorenz Wyss, responsable de la Division Bell Suisse
Philipp Allemann, responsable de la Production/Achats
Josef Dähler, responsable du Développement de l'entreprise/Projets
Christoph Schatzmann, responsable du Management de la qualité/
Développement durable/Production animale
Christine Schlatter, responsable de la Vente/Marketing
Marco Tschanz, responsable des Finances/Services

Bell Allemagne

Christian Schröder, responsable de la Division Bell Allemagne,
responsable de la Distribution/Marketing
Gunnar Bauer, responsable des Achats stratégiques
Nicolaj Steber, responsable de Bell Espagne
Steven Van Parijs, responsable de Bell Benelux
Markus von der Pütten, responsable de la Production/Technique

Bell International

Daniel Böhny, responsable de la Division Bell International
Stefano Bianchi, responsable de Bell France
Jens Günther Hillebrand, responsable de Bell Hongrie
Johannes Huber, responsable de Hubers
David Kureš, responsable des magasins Novak
Eugeniusz Philip, responsable de Bell Pologne

Bell Finances/Services

Marco Tschanz, responsable de la Division Finances/Services

Hilcona

Martin Henck, président de la Direction générale

Eisberg/Gastro Star

Christian Guggisberg, président de la Direction générale

Le groupe Coop en chiffres

Chiffres-clés	66
Les principaux chiffres-clés	66
Evolution du groupe Coope	67
Produit net	68
Points de vente/Magasins	69
Investissements	70
Compte de la valeur ajoutée	71
Personnel	72
Développement durable	76
Rapport sur l'exercice	78
Comptes annuels consolidés	80
Compte de résultat consolidé	80
Bilan consolidé	81
Tableau de flux de trésorerie consolidé	82
Tableau de variation des fonds propres	83
Annexe aux comptes annuels consolidés	84
Rapport de l'organe de révision	102

Tous les chiffres sont arrondis individuellement

Chiffres-clés

Les principaux chiffres-clés

Chiffre d'affaires total

28 322 mio. de CHF

Produit net Groupe

27 259 mio. de CHF

dont

19 251 mio. de CHF Suisse

8 008 mio. de CHF Etranger

Produit net Secteurs

17 162 mio. de CHF Commerce de détail

12 248 mio. de CHF Commerce de gros/
Production

Produit net Commerce en ligne

565 mio. de CHF Commerce de détail

824 mio. de CHF Commerce de gros/
Production

Effectifs au 31.12

46 637 Commerce de détail

38 364 Commerce de gros/Production

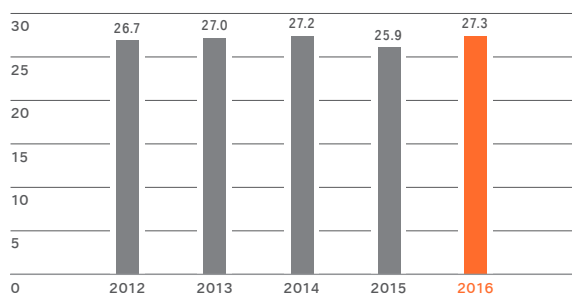
Apprentis au 31.12

2 705 Commerce de détail

800 Commerce de gros/Production

Produit net

en milliards de CHF



Résultat d'exploitation

2 044 mio. de CHF EBITDA
7,5 % du produit net

763 mio. de CHF EBIT
2,8 % du produit net

Résultat de l'exercice

475 mio. de CHF
1,7 % du produit net

Fonds propres

8 928 mio. de CHF
47,8 % Part des fonds propres

Free cash-flow

61 mio. de CHF

Investissements en immobilisations corporelles

992 mio. de CHF Suisse

517 mio. de CHF Etranger

Nombre de points de vente/magasins

2 250 Commerce de détail

226 Commerce de gros/Production

Résultat d'exploitation (EBIT)

● en millions de CHF ● en % du produit net



Evolution du groupe Coop

en millions de CHF ou selon indication	2012	2013	2014	2015	2016
Chiffre d'affaires total		27 950	28 174	26 932	28 322
Commerce de détail		17 379	17 718	17 253	17 162
Commerce de gros/Production		11 329	11 193	10 611	12 248
Consolidation		-1 741	-1 749	-1 969	-2 151
Produit net résultant de livraisons et de prestations	26 731	26 967	27 163	25 895	27 259
dont produit net Suisse	19 241	19 489	19 822	19 252	19 251
en % du produit net	72.0	72.3	73.0	74.3	70.6
dont produit net Etranger	7 490	7 478	7 341	6 643	8 008
en % du produit net	28.0	27.7	27.0	25.7	29.4
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissement (EBITDA)	1 930	1 937	2 038	1 933	2 044
en % du produit net (marge EBITDA)	7.2	7.2	7.5	7.5	7.5
Résultat d'exploitation (EBIT)	737	760	828	716	763
en % du produit net (marge EBIT)	2.8	2.8	3.0	2.8	2.8
Résultat de l'exercice	452	462	470	416	475
en % du produit net (marge bénéficiaire)	1.7	1.7	1.7	1.6	1.7
Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation	1 711	1 667	1 551	1 653	1 582
en % du produit net (marge cash-flow)	6.4	6.2	5.7	6.4	5.8
Flux financiers provenant de l'activité d'investissement	-950	-965	-1 700	-1 477	-1 939
en % du produit net	3.6	3.6	6.3	5.7	7.1
Flux financiers provenant de l'activité de financement	-275	-116	-166	-301	238
Free cash-flow ¹	842	628	327	234	61
Total du bilan	16 880	17 317	17 441	17 654	18 663
Fonds propres avec parts des minoritaires	7 262	7 738	8 089	8 401	8 928
Part des fonds propres avec parts des minoritaires en %	Objectif > 40.0	43.0	44.7	46.4	47.6
Dettes financières	4 872	4 840	4 753	4 700	5 043
Dettes financières nettes	3 855	3 305	3 560	3 614	4 061
Facteur d'endettement	Objectif < 3.0	2.0	1.7	1.7	2.0
Facteur de couverture des intérêts	Objectif > 8.0	21.8	21.7	23.7	26.7
EPT (apprentis inclus) au 31.12	64 458	64 498	66 124	69 039	73 451
Effectifs (apprentis inclus) au 31.12	75 309	74 955	77 087	79 954	85 001
Apprentis au 31.12	3 221	3 265	3 271	3 410	3 505
Commerce de détail, nombre points de vente/magasins au 31.12	1 917	1 933	1 978	2 198	2 250
Commerce de détail, surface de vente en m ² au 31.12	1 766 913	1 777 800	1 798 081	1 814 469	1 853 207
Commerce de gros/Production, nombre points de vente/magasins au 31.12	211	229	212	214	226
Commerce de gros/Production, surface de vente en m ² au 31.12	915 734	924 591	938 283	938 768	1 004 458
Nombre de membres au 31.12	2 595 065	2 537 859	2 500 036	2 536 800	2 542 848

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.

Produit net

en millions de CHF	2016	2015
Supermarchés Coop	10 274	10 290
Interdiscount	935	945
Coop City	778	806
Coop Brico+Loisirs	622	633
Toptip/Lumimart	200	202
Import Parfumerie	149	147
Coop@home	129	120
Christ Montres & Bijoux	87	91
Coop Mineraloel AG	2 159	2 247
Dipl. Ing. Fust AG	1 029	1 009
Coop Vitality AG	179	166
Coop Restaurant	254	252
Marché Restaurants Schweiz AG	114	114
Betty Bossi AG	84	83
The Body Shop Switzerland AG	33	35
Autres sociétés et effets liés à la consolidation du secteur	137	112
Formats spécialisés	6 888	6 963
Commerce de détail	17 162	17 253
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 284	4 741
Transgourmet France	1 262	1 250
Transgourmet Österreich	536	
Transgourmet Suisse	1 471	1 477
Groupe Transgourmet	8 551	7 468
Groupe Bell	3 346	2 781
Coop Société Coopérative Production	705	704
Autres sociétés et effets liés à la consolidation du secteur	-354	-342
Commerce de gros/Production	12 248	10 611
Consolidation Groupe Coop	-2 151	-1 969
Produit net	27 259	25 895
Autres produits d'exploitation	1 063	1 037
Chiffre d'affaires total	28 322	26 932
dont produit net Commerce en ligne	1 389	1 212
Commerce en ligne Electronique domestique	344	308
– Microspot.ch	181	172
– Nettoshop.ch	81	72
– Autres	82	63
Coop@home	129	120
Autre Commerce en ligne Commerce de détail	93	82
Commerce en ligne, Commerce de détail	565	510
Commerce en ligne, Commerce de gros/Production	824	703
dont produit net Suisse	19 251	19 252
dont produit net Etranger	8 008	6 643

Chiffres des années précédentes adaptés

Points de vente/Magasins

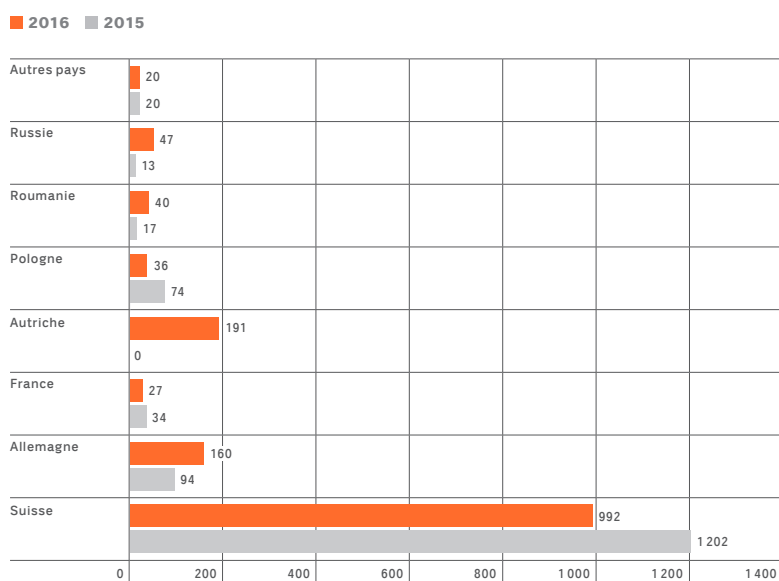
	2016	Nombre au 31.12 2015	Surface de vente en m ² au 31.12 2016	2015
Supermarchés Coop	876	856	972 783	957 905
Interdiscount	192	187	65 892	67 332
Coop City	31	31	127 692	127 454
Coop Brico+Loisirs	74	74	305 786	303 519
Toptip/Lumimart	46	47	130 425	133 348
Import Parfumerie	123	124	10 151	10 163
Christ Montres & Bijoux	70	72	5 652	5 776
Hôtels	3	3		
Coop Mineraloel AG	298	294	34 723	33 843
Dipl. Ing. Fust AG	160	162	89 801	89 624
Coop Vitality AG	69	64	8 833	8 159
Coop Restaurant	201	202	58 621	58 644
Marché Restaurants Schweiz AG	32	30	15 276	15 782
The Body Shop Switzerland AG	50	50	2 949	2 920
Update Fitness AG	23		24 623	
Tropenhaus Frutigen AG	1	1		
Tropenhaus Wolhusen AG	1	1		
Formats spécialisés	1 374	1 342	880 424	856 564
Commerce de détail	2 250	2 198	1 853 207	1 814 469
Transgourmet Central and Eastern Europe	97	93	825 800	811 477
Transgourmet Österreich	12		51 655	
Transgourmet Suisse	30	30	123 037	123 037
Groupe Transgourmet	139	123	1 000 492	934 514
Bell République tchèque	87	91	3 966	4 254
Groupe Bell	87	91	3 966	4 254
Commerce de gros/Production	226	214	1 004 458	938 768
Groupe Coop	2 476	2 412	2 857 665	2 753 237

Chiffres des années précédentes adaptés

Investissements

en millions de CHF	2012	2013	2014	2015	2016
Suisse	651	862	975	1 202	992
Allemagne	129	81	119	94	160
France	17	49	51	34	27
Autriche					191
Pologne	38	26	38	74	36
Roumanie	11	8	12	17	40
Russie	20	52	12	13	47
Autres pays	0	4	2	20	20
Etranger	216	219	233	253	517
Investissements immobilisations corporelles	867	1 081	1 209	1 455	1 509
Désinvestissements immobilisations corporelles	37	92	41	105	107
Investissements nets immobilisations corporelles	829	989	1 167	1 350	1 402
Autres investissements nets	121	-24	533	127	537
Investissements nets	950	965	1 700	1 477	1 939

Investissements immobilisations corporelles par pays en millions de CHF



Compte de la valeur ajoutée

en millions de CHF	2016	2015	Indice %
Produit net résultant de livraisons et de prestations	27 259	25 895	105.3
Autres prestations d'exploitation	1 105	1 080	102.3
Charges de marchandises et autres prestations en amont	20 832	19 790	105.3
Valeur ajoutée brute	7 532	7 185	104.8
Amortissements/autres	1 206	1 158	104.2
Valeur ajoutée de l'entreprise	6 326	6 028	104.9
Personnel			
Salaires et honoraires	3 410	3 189	106.9
Charges sociales/autres prestations	1 073	1 063	101.0
Collectivité publique	1 151	1 164	98.9
Prêteurs	92	81	113.0
Parts des minoritaires	125	115	109.0
Bénéfices accumulés (autofinancement)	475	416	114.1
Répartition de la valeur ajoutée	6 326	6 028	104.9

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 71% (année précédente 71%), est distribuée aux collaborateurs du groupe Coop. Le groupe Coop comptait 73 451 EPT (année précédente: 69 039).

18% (année précédente 19%) 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 reste à 2% (année précédente 2%). 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

	2016	2015	Variation	Indice %
Supermarchés Coop	18 769	18 859	-90	99.5
Interdiscount	1 647	1 640	7	100.4
Coop City	2 054	2 090	-36	98.3
Coop Brico+Loisirs	1 607	1 614	-7	99.6
Toptip/Lumimart	573	569	4	100.7
Import Parfumerie	515	512	3	100.6
Coop@home	333	318	15	104.7
Christ Montres & Bijoux	303	314	-11	96.5
Coop Mineraloel AG	100	94	6	106.2
Dipl. Ing. Fust AG	2 156	2 133	23	101.1
Coop Vitality AG	577	554	23	104.1
Coop Restaurant	1 642	1 627	15	100.9
Marché Restaurants Schweiz AG	672	674	-2	99.7
Betty Bossi AG	100	95	6	105.9
The Body Shop Switzerland AG	193	200	-7	96.7
Autres sociétés	809	600	209	134.8
Logistique/Services communs	5 226	5 041	185	103.7
Commerce de détail	37 277	36 934	342	100.9
Transgourmet Central and Eastern Europe	18 926	17 913	1 013	105.7
Transgourmet France	3 150	3 212	-62	98.1
Transgourmet Österreich	1 487		1 487	
Transgourmet Suisse	1 623	1 633	-10	99.4
Groupe Transgourmet	25 186	22 758	2 428	110.7
Bell Suisse	4 474	4 211	263	106.3
Bell Etranger	4 799	3 497	1 303	137.3
Groupe Bell	9 273	7 707	1 566	120.3
Coop Société Coopérative Production	1 700	1 625	75	104.6
Autres sociétés	16	14	2	114.3
Commerce de gros/Production	36 174	32 104	4 070	112.7
EPT (apprentis inclus) au 31.12	73 451	69 039	4 412	106.4

Chiffres des années précédentes adaptés

Effectifs

	2016	2015	Variation	Indice %
Supermarchés Coop	24 789	24 891	-102	99.6
Interdiscount	1 729	1 716	13	100.8
Coop City	2 571	2 616	-45	98.3
Coop Brico+Loisirs	1 998	2 000	-2	99.9
Toptip/Lumimart	659	659		100.0
Import Parfumerie	694	699	-5	99.3
Coop@home	344	329	15	104.6
Christ Montres & Bijoux	414	424	-10	97.6
Coop Mineraloel AG	101	95	6	106.3
Dipl. Ing. Fust AG	2 239	2 248	-9	99.6
Coop Vitality AG	795	757	38	105.0
Coop Restaurant	2 091	2 052	39	101.9
Marché Restaurants Schweiz AG	916	918	-2	99.8
Betty Bossi AG	127	122	5	104.1
The Body Shop Switzerland AG	238	223	15	106.7
Autres sociétés	1 238	744	494	166.4
Logistique/Services communs	5 694	5 506	188	103.4
Commerce de détail	46 637	45 999	638	101.4
Transgourmet Central and Eastern Europe	20 134	18 928	1 206	106.4
Transgourmet France	3 269	3 344	-75	97.8
Transgourmet Österreich	1 571		1 571	
Transgourmet Suisse	1 818	1 823	-5	99.7
Groupe Transgourmet	26 792	24 095	2 697	111.2
Bell Suisse	4 831	4 557	274	106.0
Bell Etranger	4 950	3 591	1 359	137.8
Groupe Bell	9 781	8 148	1 633	120.0
Coop Société Coopérative Production	1 773	1 699	74	104.4
Autres sociétés	18	13	5	138.5
Commerce de gros/Production	38 364	33 955	4 409	113.0
Effectifs (apprentis inclus) au 31.12	85 001	79 954	5 047	106.3

Chiffres des années précédentes adaptés

Apprentis

	2016	2015	Variation	Indice %
Supermarchés Coop	1 490	1 475	15	101.0
Interdiscount	347	346	1	100.3
Coop City	164	169	-5	97.0
Coop Brico+Loisirs	126	130	-4	96.9
Toptip/Lumimart	38	38		100.0
Import Parfumerie	44	44		100.0
Coop@home	1		1	
Christ Montres & Bijoux	31	32	-1	96.9
Coop Mineraloel AG	3	3		100.0
Dipl. Ing. Fust AG	97	103	-6	94.2
Coop Vitality AG	115	111	4	103.6
Coop Restaurant	28	32	-4	87.5
Marché Restaurants Schweiz AG	20	30	-10	66.7
The Body Shop Switzerland AG	2	4	-2	50.0
Autres sociétés	28	27	1	103.7
Logistique/Services communs	171	167	4	102.4
Commerce de détail	2 705	2 711	-6	99.8
Transgourmet Central and Eastern Europe	428	388	40	110.3
Transgourmet France	93	105	-12	88.6
Transgourmet Österreich	88		88	
Transgourmet Suisse	74	77	-3	96.1
Groupe Transgourmet	683	570	113	119.8
Bell Suisse	61	69	-8	88.4
Bell Etranger	34	33	1	103.0
Groupe Bell	95	102	-7	93.1
Coop Société Coopérative Production	22	27	-5	81.5
Commerce de gros/Production	800	699	101	114.4
Apprentis au 31.12	3 505	3 410	95	102.8

Chiffres des années précédentes adaptés

Diversité collaborateurs

en %	Commerce de détail		Commerce de gros/ Production		Groupe Coop	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Conditions d'engagement						
Collaborateurs à temps plein	57.1	57.2	82.7	85.5	68.6	69.2
Collaborateurs à temps partiel	42.9	42.8	17.3	14.5	31.4	30.8
Proportion de femmes						
parmi les collaborateurs à temps plein	44.8	45.4	39.3	39.8	41.8	42.5
parmi les collaborateurs à temps partiel	86.3	86.3	64.2	68.0	80.8	82.6
dans le management	40.9	40.4	31.0	30.4	36.7	36.4
dans le CA et la DG du Groupe Coop Société Coopérative					21.1	22.2
Proportion d'actifs de plus de 50 ans	25.7	25.6	24.3	24.3	25.0	25.0
Apprentis						
Vente	86.9	86.8	33.9	27.2	74.8	74.6
Commerce	4.4	4.9	37.9	36.9	12.1	11.4
Arts et métiers/autres	8.7	8.3	28.2	35.9	13.1	14.0
Pays d'emploi						
Suisse	99.8	99.8	22.0	23.8	64.7	67.5
Allemagne			29.0	31.0	13.1	13.1
Pologne			12.2	12.6	5.5	5.4
Roumanie			11.3	11.4	5.1	4.8
France			9.6	11.1	4.3	4.7
Autriche			6.7	0.2	3.0	0.1
autres	0.2	0.2	9.2	9.9	4.3	4.4
Nationalité						
Suisse	69.4	69.7	45.1	45.5	65.8	66.2
Etranger	30.6	30.3	54.9	54.5	34.2	33.8

Développement durable

Assortiments durables

	2012	2013	2014	2015	2016
Chiffre d'affaires des produits durables					
en millions de CHF					
Chiffre d'affaires des produits durables Groupe Coop				3 543	3 855
dont bio ¹	934	1 061	1 082	1 174	1 255
dont Fairtrade ¹	187	219	260	373	476

¹ 2012–2014 seulement commerce de détail

Emballages

en tonnes

Réduction et optimisation des emballages dans le commerce de détail	530	1 285	1 045	85	230
Réduction et optimisation des emballages Commerce de gros/Production			1 306	145	334

Gestion des ressources et protection du climat

	2012	2013	2014	2015	2016
Consommation d'énergie					
en mégawattheures					
Commerce de détail	1 157 428	1 146 711	1 116 389	1 127 499	1 134 156
Commerce de gros/Production ¹	1 043 461	1 252 099	1 255 910	1 441 986	1 527 834
Consommation totale d'énergie	2 200 889	2 398 810	2 372 299	2 569 485	2 661 990

¹ à partir de 2013 avec Bell International, à partir de 2015 avec Hilcona

Energies renouvelables

Part en %

Commerce de détail	64.2	65.0	66.6	66.8	68.0
Commerce de gros/Production ¹	36.8	32.8	33.2	37.0	36.3
Part d'énergies renouvelables	51.2	48.2	48.9	50.1	49.8

¹ à partir de 2013 avec Bell International, à partir de 2015 avec Hilcona

Emissions de dioxyde de carbone (CO₂)

en tonnes

Commerce de détail	116 045	112 541	106 356	107 135	103 849
Commerce de gros/Production ¹	252 610	331 881	338 992	350 062	367 049
Emissions globales de dioxyde de carbone (CO ₂)	368 655	444 422	445 348	457 197	470 898

¹ à partir de 2013 avec Bell International, à partir de 2015 avec Hilcona

	2012	2013	2014	2015	2016
Consommation d'eau					
en milliers de mètres cubes					
Commerce de détail	1 086	1 118	1 154	1 060	1 282
Commerce de gros/Production ¹	2 510	2 476	3 030	5 632	5 902
Consommation d'eau totale	3 596	3 594	4 184	6 692	7 184

¹ à partir de 2014 avec Bell International, à partir de 2015 avec Hilcona

Déchets

Taux de valorisation

en %

Commerce de détail	77.6	79.5	80.8	80.0	80.2
Commerce de gros/Production	68.8	73.0	68.2	70.1	73.4

Volume des déchets

en tonnes

Commerce de détail	124 956	125 494	126 595	129 875	134 065
Commerce de gros/Production ¹	58 294	57 527	64 207	65 409	84 080
Volume total des déchets	183 250	183 021	190 802	195 284	218 145

¹ à partir de 2016 avec Bell International et Hilcona

Engagement sociétal

	2012	2013	2014	2015	2016
Engagement sociétal					
en milliers de francs					
Groupe Coop: Fonds Coop pour le développement durable	15 871	15 309	16 550	17 000	18 655
Commerce de détail: Parrainage Coop pour les régions de montagne	981	1 088	939	860	827
Commerce de détail: Autres contributions à des projets de société	6 770	7 983	6 306	6 477	5 486

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 le secteur du Commerce de détail et par celui du Commerce de gros/Production. En 2016, il a augmenté de 5,3% en termes nominaux et de 4,9% après correction des incidences monétaires, atteignant 27259 millions de CHF (année précédente: 25895 millions de CHF). Cette hausse est due principalement à l'évolution dans le secteur du Commerce de gros/Production. Les magasins en ligne ont généré un produit net de 1389 millions de CHF (année précédente: 1212 millions de CHF), soit une hausse de 14,6%, les deux secteurs ayant enregistré chacun un taux de croissance à deux chiffres.

Résultat d'exploitation (EBIT)

Les frais de personnel et les autres charges d'exploitation ont atteint respectivement 4440 et 2759 millions de CHF. Le résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissement (EBITDA) s'est établi à 2044 millions de CHF (année précédente: 1933 millions de CHF) et la marge EBITDA, à 7,5%, stable par rapport à l'année précédente.

Les amortissements, d'un montant total de 1282 millions de CHF, se sont composés d'amortissements sur les terrains, bâtiments et installations de 583 millions de CHF, d'amortissements sur les autres immobilisations corporelles de 366 millions de CHF, d'amortissements sur le goodwill de 249 millions de CHF et d'amortissements sur les autres immobilisations incorporelles de 83 millions de CHF. Le résultat d'exploitation (EBIT) s'est inscrit à 763 millions de CHF (année précédente: 716 millions de CHF) pour une marge EBIT de 2,8%, inchangée par rapport à l'année précédente.

Résultat de l'exercice

Le résultat des entités associées est resté inchangé à 12 millions de CHF. Le résultat des comptabilisations en monnaies étrangères et le résultat financier, qui affichent une perte de 75 millions de CHF (année précédente: 72 millions de CHF), n'ont que peu évolué. Après prise en compte du résultat hors exploitation de 46 millions de CHF, des impôts sur les bénéfices de 146 millions de CHF et des parts des minoritaires de 125 millions de CHF, le résultat de l'exercice a atteint 475 millions de CHF, soit 59 millions de plus que l'année précédente.

Secteurs

Commerce de détail

Le produit net du secteur du Commerce de détail a diminué de 0,5% pour s'établir à 17162 millions de CHF (année précédente: 17253 millions de CHF) – un recul imputable notamment aux baisses du prix des carburants et des combustibles. Avec ses 876 supermarchés Coop (année précédente: 856), Coop a généré un produit net de 10274 millions de CHF (année précédente: 10290 millions de CHF), en léger recul de 0,2%. Coop City a dégagé un produit net de 778 millions de CHF (année précédente: 806 millions de CHF), enregistrant une baisse de 3,5% principalement liée aux prix. Coop Brico+Loisirs a réalisé un produit net de 622 millions de CHF (année précédente: 633 millions de CHF). Interdiscount a vu son produit net reculé de 1,0% pour s'établir à 935 millions de CHF (année précédente: 945 millions de CHF). Import Parfumerie affiche une croissance de son produit net de 1,3% à 149 millions de CHF (année précédente: 147 millions de CHF). Dipl. Ing. Fust AG, avec Nettoshop.ch et Schubiger, a généré un produit net de 1029 millions de CHF (année précédente: 1009 millions de CHF), soit une croissance de 2,0%. Coop Mineral-oel AG, en revanche, a vu son produit net reculer de 3,9% (0,1% en termes réels) pour s'établir à 2159 millions de CHF (année précédente: 2247 millions de CHF) – une baisse imputable aux prix plus bas des carburants. Coop Vitality AG affiche une croissance de son produit net de 7,3% à 179 millions de CHF (année précédente: 166 millions de CHF).

Les restaurants Coop ont progressé de 0,8% pour atteindre 254 millions de CHF (année précédente: 252 millions de CHF); Marché Restaurants Suisse SA s'est maintenu au niveau de l'année précédente, soit 114 millions de CHF.

Les magasins en ligne du Commerce de détail ont connu une évolution particulièrement réjouissante: ils ont progressé de 10,9%, dégageant un produit net de 565 millions de CHF.

Le produit net de Microspot.ch est passé à 181 millions de CHF, soit une hausse de 4,7%, et celui de Coop@home à 129 millions de CHF, soit une progression de 7,2%.

Le résultat d'exploitation (EBIT) du secteur du Commerce de détail a reculé de 35 millions de CHF pour s'établir à 457 millions de CHF (année précédente: 492 millions de CHF).

Le nombre de points de vente dans le Commerce de détail (restaurants compris) a progressé de 52 pour atteindre 2250. En 2016, le groupe Coop employait 46 637 personnes (année précédente: 45 999).

Commerce de gros/Production

Le produit net du secteur du Commerce de gros/Production a augmenté de 15,4% (14,5% après correction des incidences monétaires) pour s'établir à 12 248 millions de CHF (année précédente: 10 611 millions de CHF).

Le groupe Transgourmet, spécialisé dans le libre-service et les livraisons en gros en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Russie, en France, en Autriche et en Suisse, a réalisé un produit net de 8 551 millions de CHF (année précédente: 7 468 millions de CHF). Il affiche ainsi une croissance de 14,5% (13,5% après correction des incidences monétaires). Ce montant comprend le produit net de 536 millions de CHF généré par Transgourmet Österreich, qui fait partie du groupe depuis 2016. Fin 2016, Transgourmet comptait 139 magasins cash and carry (année précédente: 123) et employait 26 792 personnes (année précédente: 24 095).

Le groupe Bell compte parmi les leaders européens du secteur de la transformation de viande et de produits convenience. Avec ses marques Bell, Hilcona et Eisberg, 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 progressé de 20,3% (19,8% après correction des incidences monétaires) pour passer à 3 346 millions de CHF (année précédente: 2 781 millions de CHF) – une hausse liée notamment aux diverses acquisitions. Fin 2016, le groupe Bell employait 9 781 collaborateurs (année précédente: 8 148).

Le résultat d'exploitation (EBIT) du secteur du Commerce de gros/Production a augmenté de 23 millions de CHF pour s'établir à 306 millions de CHF (année précédente: 283 millions de CHF).

Situation financière et patrimoniale

Bilan

Le total du bilan du groupe Coop a augmenté de 1 009 millions de CHF par rapport à l'exercice précédent. Dans les actifs, les actifs circulants se sont accrus de 333 millions de CHF sous l'effet d'une diminution des liquidités, d'une augmentation des créances résultant de livraisons et de prestations et d'une augmentation des stocks, s'établissant à 5 797 millions de CHF. Les actifs immobilisés ont augmenté de 675 millions de CHF, passant à 12 866 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 augmenté de 481 millions de CHF, pour atteindre 9 735 millions de CHF: ceux à court terme ont progressé de 84 millions de CHF, passant à 4 555 millions de CHF, et ceux à long terme de 396 millions de CHF, passant à 5 179 millions de CHF. Les fonds étrangers à long terme du groupe Coop ont été financés par les emprunts et les dépôts. Les fonds propres, y compris les parts des minoritaires, ont augmenté pour passer à 8 928 millions de CHF. La part des fonds propres, qui s'élève à 47,8% et affiche donc 0,2 point de plus que l'année précédente, est ainsi nettement supérieure à l'objectif stratégique de 40%.

Tableau de flux de trésorerie

Les flux financiers provenant de l'activité d'exploitation ont baissé de 71 millions de CHF pour s'inscrire à 1 582 millions de CHF tandis que les flux financiers provenant de l'activité d'investissement ont augmenté de 462 millions de CHF pour s'établir à 1 939 millions de CHF. Une évolution qui s'explique par la hausse, d'une part, des dépenses liées aux acquisitions et, d'autre part, des investissements nets dans les immobilisations corporelles et incorporelles, les premières s'élevant à 382 millions de CHF, et les seconds à un montant net de 1 521 millions de CHF. Les investissements dans les immobilisations financières/titres ont atteint un montant net de 36 millions de CHF. Il en ressort un free cash-flow de 61 millions de CHF. Les flux financiers provenant de l'activité de financement s'inscrivent à 238 millions de CHF. Le Groupe Coop Société Coopérative a émis deux emprunts d'un montant total de 580 millions de CHF et effectué un remboursement d'emprunt de 500 millions de CHF. Le groupe Bell a lui aussi enregistré un apport de fonds sous la forme d'un emprunt de 300 millions de CHF. Les dettes financières à court et long terme ont reculé d'un montant net de 55 millions de CHF. Parallèlement, 85 millions de CHF ont été affectés aux dividendes versés aux participations minoritaires.

Comptes annuels consolidés

Compte de résultat consolidé

en millions de CHF	Explications	2016	2015
Produit net résultant de livraisons et de prestations	1	27 259	25 895
Autres produits d'exploitation	2	1 063	1 037
Charges de marchandises		19 078	18 191
Charges de personnel	3	4 440	4 208
Autres charges d'exploitation	4	2 759	2 600
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissement (EBITDA)		2 044	1 933
Amortissements des immobilisations corporelles	5	950	886
Amortissements des immobilisations incorporelles	5	332	331
Résultat d'exploitation (EBIT)	1	763	716
Résultat des entités associées		12	12
Résultat des comptabilisations en monnaies étrangères		0	0
Résultat financier	6	-75	-72
Résultat ordinaire		700	655
Résultat hors exploitation	7	46	39
Résultat avant impôts sur les bénéfices (EBT)		746	694
Impôts sur les bénéfices	8	146	163
Résultat après impôts sur les bénéfices		600	531
Parts des minoritaires		125	115
Résultat de l'exercice		475	416

Bilan consolidé

en millions de CHF	Explications	31.12.2016	31.12.2015
Liquidités	9	972	1 080
Titres		10	6
Créances résultant de livraisons et de prestations	10	1 084	893
Autres créances à court terme	11	337	309
Comptes de régularisation actifs		384	351
Stocks	12	3 011	2 825
Actifs circulants		5 797	5 464
Immobilisations corporelles	13	11 543	10 911
Immobilisations financières	14	196	185
Immobilisations incorporelles	15	1 126	1 095
Actifs immobilisés		12 866	12 191
Actifs		18 663	17 654
Dettes résultant de livraisons et de prestations		1 905	1 792
Dettes financières à court terme	16	927	1 017
Autres dettes à court terme	17	457	389
Provisions à court terme	18	315	358
Comptes de régularisation passifs		951	915
Fonds étrangers à court terme		4 555	4 471
Dettes financières à long terme	19	4 116	3 683
Provisions à long terme	20	1 063	1 100
Fonds étrangers à long terme		5 179	4 783
Fonds étrangers		9 735	9 254
Réserves provenant de bénéfices		7 907	7 475
Résultat de l'exercice		475	416
Fonds propres hors parts des minoritaires		8 382	7 891
Parts des minoritaires		547	510
Fonds propres avec parts des minoritaires		8 928	8 401
Passifs		18 663	17 654

Tableau de flux de trésorerie consolidé

en millions de CHF	2016	2015
Résultat après impôts sur les bénéfices	600	531
Amortissements	1 144	1 117
Pertes sur dépréciations de valeur	174	119
Suppression de dépréciations de valeur	-5	-11
Gains (-)/pertes sur cession d'actifs immobilisés	-53	-52
Résultat sans incidence sur les liquidités	3	29
Résultat des entités associées	-12	-12
Dividendes reçus d'entités associées	5	9
Augmentation/diminution (-) des provisions à long terme	-39	11
Flux financiers avant variation des actifs circulants nets	1 817	1 741
Augmentation (-)/diminution des créances résultant de livraisons et de prestations	-89	-18
Augmentation (-)/diminution des autres créances à court terme et des comptes de régularisation actifs	-46	48
Augmentation (-)/diminution des stocks	-124	-32
Augmentation/diminution (-) des dettes résultant de livraisons et de prestations	39	-75
Augmentation/diminution (-) des autres dettes à court terme et des comptes de régularisation passifs	49	-35
Augmentation/diminution (-) des provisions à court terme	-64	24
Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation	1 582	1 653
Investissements immobilisations corporelles	-1 509	-1 455
Désinvestissements immobilisations corporelles	107	105
Investissements immobilisations financières/titres	-51	-30
Désinvestissements immobilisations financières/titres	15	43
Versements pour l'acquisition d'entités consolidées	-382	-71
Recettes provenant de la vente d'entités consolidées	0	1
Investissements immobilisations incorporelles	-120	-72
Désinvestissements immobilisations incorporelles	0	3
Flux financiers provenant de l'activité d'investissement	-1 939	-1 477
Emission d'emprunts	880	500
Remboursement d'emprunts	-500	-500
Augmentation/diminution des parts de tiers au capital	-2	1
Dividendes aux minoritaires	-85	-80
Augmentation/diminution (-) des dettes financières à court terme	24	-42
Augmentation/diminution (-) des dettes financières à long terme	-79	-181
Flux financiers provenant de l'activité de financement	238	-301
Solde des flux financiers	-118	-126
Liquidités au début de la période de référence	1 080	1 178
Solde des flux financiers	-118	-126
Impact des variations monétaires en liquidités	10	29
Liquidités à la fin de la période de référence	972	1 080

Tableau de variation des fonds propres

en millions de CHF

	Bénéfice accumulé	Différences de change cumulées	Résultat de l'exercice	Fonds propres hors parts des minoritaires	Parts des minoritaires	Fonds propres avec parts des minoritaires
Fonds propres au 01.01.2016	8 072	-597	416	7 891	510	8 401
Variations du périmètre de consolidation					-1	-1
Affectation du résultat de l'exercice précédent	416		-416			
Résultat de l'exercice			475	475	125	600
Dividendes					-85	-85
Impact des variations monétaires		16		16	-3	14
Fonds propres au 31.12.2016	8 488	-581	475	8 382	547	8 928

Fonds propres au 01.01.2015	7 607	-412	470	7 665	424	8 089
Variations du périmètre de consolidation	-5			-5	64	59
Affectation du résultat de l'exercice précédent	470		-470			
Résultat de l'exercice			416	416	115	531
Dividendes					-80	-80
Impact des variations monétaires		-185		-185	-12	-198
Fonds propres au 31.12.2015	8 072	-597	416	7 891	510	8 401

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 2016 des sociétés consolidées, établis tous selon les mêmes principes, et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats du groupe. Les comptes 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.

Changements dans les principes comptables entrés en vigueur le 1^{er} janvier 2016

Nouvelle réglementation sur la présentation du chiffre d'affaires: modifications portant sur le cadre conceptuel, la RPC 3 et la RPC 6 des Swiss GAAP RPC.

Il ressort de ces modifications qu'un produit doit être enregistré lorsqu'une prestation est fournie ou qu'un bien matériel ou immatériel a été livré et que les avantages et les risques ainsi que le pouvoir de disposition sont passés à l'acheteur. Il en ressort également que les produits nets résultant de livraisons et de prestations sont des produits issus de l'activité commerciale habituelle, qui englobent la valeur de la prestation fournie après déduction des diminutions de produit. Dans les relations de mandataires, seule la valeur de la prestation fournie par l'entité pour son propre compte doit être indiquée. Dans les opérations comportant des éléments identifiables, ceux-ci doivent être enregistrés et évalués séparément.

Ces changements n'ont pas d'incidence sur les états financiers du groupe Coop; il n'a donc pas été nécessaire d'y adapter les chiffres de l'année précédente.

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 Coop-Gruppe Genossenschaft et ceux de ses participations. Ces participations (les principales sociétés) sont présentées dans le périmètre de consolidation.

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 détient une participation de 20 à 50 % et exerce une influence notable.

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 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 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 la conformité à la réalité (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.

Conversion monétaire en CHF

		Cours moyens		Cours à la date de clôture du bilan	
		2016	2015	31.12.2016	31.12.2015
1	EUR	1.090	1.067	1.074	1.084
1	CZK	0.040	0.039	0.040	0.040
1	HKD	0.127	0.124	0.131	0.128
100	HUF	0.350	0.344	0.347	0.343
1	PLN	0.250	0.255	0.243	0.254
1	RON	0.243	0.240	0.237	0.240
1	RUB	0.015	0.016	0.017	0.013
1	USD	0.989	0.964	1.019	0.995

Produit net résultant de livraisons et de prestations

Le produit net résultant de livraisons et de prestations résulte de la vente de biens et de la prestation de services dans le cadre de l'activité commerciale habituelle durant la période en revue, les diminutions des produits telles que les escomptes, rabais et autres baisses de prix étant déduites. 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 découle est raisonnablement assuré. Les produits nets résultant des prestations 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.

Durée d'amortissement (en années)

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 jusqu'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 lors de l'établissement du compte de résultat. Des corrections de valeur sur les immobilisations en construction sont réalisées en cas de dépréciation.

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. Ils sont amortis 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 dettes éventuelles 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.

Durée d'amortissement (en années)

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 résultant d'une planification pluriannuelle relative à l'évolution économique. 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. Les dettes à court terme et à long terme sont portées au bilan à leur valeur nominale.

Provisions

Par «provision», on entend un engagement probable, fondé sur un événement passé débouchant sur une obligation juridique ou implicite, 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 de Swiss GAAP RPC. Les 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 et de taux d'intérêt. 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

Le groupe Coop prend à sa charge les coûts proportionnels de la prévoyance professionnelle de tous ses collaborateurs et de leurs survivants sur la base de règlements qui prévoient des prestations sensiblement supérieures au minimum LPP en Suisse. Les montants figurent dans les charges de personnel, au poste charges sociales. On examine chaque année s'il existe, dans l'institution de prévoyance, un avantage économique ou un engagement économique du point de vue de l'organisation. La base est constituée par les comptes annuels des institutions de prévoyance, qui sont établis conformément à la Swiss GAAP RPC 26 en Suisse, et par d'autres calculs donnant une image fidèle de l'excédent de couverture ou du découvert existant. L'institution de prévoyance du Groupe Coop la plus importante se trouve en Suisse.

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.

en millions de 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	2016 Résultat d'exploitation (EBIT)	Produit net résultant de livraisons et de prestations	2015 Résultat d'exploitation (EBIT)
Commerce de détail	17 162	457	17 253	492
Commerce de gros/Production	12 248	306	10 611	283
Consolidation	-2 151		-1 969	
Cotisation extraordinaire de l'employeur CPV/CAP				-60
Groupe Coop	27 259	763	25 895	716

Le secteur «Commerce de gros/Production» est constitué du groupe Transgourmet, du groupe Bell 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

	2016	2015
Suisse	19 251	19 252
Etranger	8 008	6 643
Groupe Coop	27 259	25 895

2 Autres produits d'exploitation

	2016	2015
Loyers perçus sur immeubles d'exploitation	189	189
Gains réalisés sur cessions d'immobilisations d'exploitation	6	7
Prestations propres activées	22	20
Autres produits issus des prestations de services	846	820
Total	1 063	1 037

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

	2016	2015
Salaires/honoraires	3 410	3 189
Charges sociales	773	808
Taux des charges sociales en %	22,7	25,3
Autres charges de personnel	257	212
Total	4 440	4 208

4 Autres charges d'exploitation

	2016	2015
Frais de publicité	500	494
Charges locatives	705	679
Frais de bureau et d'administration	252	240
Taxes et assurances choses	80	76
Impôts sur l'exploitation	42	41
Entretien et acquisitions de remplacement	389	360
Energie et matériel d'exploitation	412	395
Frais de transport	188	156
Charges diverses	190	159
Total	2 759	2 600

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 millions de CHF

5 Amortissements	2016	2015
Goodwill, amortissements planifiés	211	250
Goodwill, amortissements non planifiés	38	4
Autres immobilisations incorporelles, amortissements planifiés	79	71
Autres immobilisations incorporelles, amortissements non planifiés	4	7
Amortissements des immobilisations incorporelles	332	331
Immobilisations corporelles, amortissements planifiés	852	795
Immobilisations corporelles, amortissements non planifiés	100	102
Revalorisation Immobilisations corporelles	-3	-10
Amortissements des immobilisations corporelles	950	886
Total	1 282	1 217

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. Lors de l'examen du parc immobilier, il a été procédé à l'enregistrement d'amortissements non planifiés pour un montant de 73 millions de CHF. Des amortissements non planifiés ont été enregistrés sur les autres immobilisations corporelles pour un montant de 27 millions de CHF.

6 Résultat financier	2016	2015
Dividendes et gains de cours sur titres	1	0
Autres produits financiers	16	10
Produits financiers	17	10
Pertes de cours sur titres	0	1
Charges d'intérêts et autres charges financières	61	76
Corrections de valeur sur immobilisations financières	31	5
Charges financières	92	83
Total	-75	-72

7 Résultat hors exploitation	2016	2015
Loyers perçus	1	1
Gains réalisés sur cessions d'immobilisations hors exploitation	49	46
Autres produits hors exploitation	4	0
Produits hors exploitation	54	47
Charges sur immeubles hors exploitation (avec amortissements sur immobilisations hors exploitation)	6	4
Autres charges hors exploitation	2	4
Charges hors exploitation	8	8
Total	46	39

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 millions de CHF

8 Impôts sur les bénéfices	2016	2015
Impôts courants sur les bénéfices	172	169
Variation des impôts différés	-26	-6
Total	146	163
Taux d'impôt moyen en %	19.6	23.5

	2016		2015	
	Taux d'impôt en %	Montant de l'impôt en millions de CHF	Taux d'impôt en %	Montant de l'impôt en millions de CHF
Taux d'impôt moyen applicable/Impôts sur les bénéfices prévisionnels	20.6	153	20.0	139
Pertes de l'exercice en cours pour lesquelles aucun impôt différé n'a été inscrit à l'actif		14		10
Utilisation de pertes reportées non enregistrées		-17		-9
Taux d'impôt moyen applicable en prenant en compte les pertes reportées	20.1	150	20.2	140
Autres effets		-4		23
Taux d'impôt effectif/Impôts sur les bénéfices effectifs	19.6	146	23.5	163

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 résultent principalement des charges et produits non imposables, des taxes sur les produits hors période et des nouveaux taux d'impôt.

Les pertes reportées, d'un montant de 867 millions de CHF (31.12.2015: 931 millions de CHF), n'ont pas donné lieu à l'activation d'impôts différés actifs.

9 Liquidités	31.12.2016	31.12.2015
Avoirs en caisse, avoirs sur comptes postaux et bancaires	894	974
Chèques Reka/chèques/bons d'achat	23	32
Dépôts à terme	56	74
Total	972	1 080

10 Créances résultant de livraisons et de prestations	31.12.2016	31.12.2015
Créances résultant de livraisons et de prestations	1 125	937
Correction de valeur	-42	-44
Total	1 084	893

11 Autres créances à court terme	31.12.2016	31.12.2015
Autres créances	333	307
Acomptes aux fournisseurs	7	4
Correction de valeur	-3	-2
Total	337	309

12 Stocks	31.12.2016	31.12.2015
Biens commerciaux	2 600	2 466
Produits finis (production)	192	162
Produits semi-finis, produits en cours de fabrication	143	137
Matières premières	129	119
Matériel auxiliaire et matériel d'emballage	49	39
Acomptes aux fournisseurs	37	31
Correction de valeur	-140	-130
Total	3 011	2 825

en millions de CHF

13 Immobilisations corporelles	Terrains non bâtis	Terrains et bâtiments	Installations	Mobilier, machines et informatique	Véhicules	Leasing financier	Immobilisations en construction	Total
Immobilisations corporelles 2016								
Valeurs d'acquisition 01.01.2016	152	9 766	5 234	4 535	441	22	1 087	21 237
Variations du périmètre de consolidation	8	100	19	100	30	0	5	263
Investissements	31	310	459	335	84	0	289	1 509
Désinvestissements	-1	-108	-86	-310	-41	0	-4	-549
Impact des variations monétaires	6	-2	-8	-5	-2	0	3	-9
Reclassifications	-5	359	188	249	3	0	-794	0
Valeurs d'acquisition 31.12.2016	192	10 425	5 806	4 905	515	22	586	22 451
Amortissements cumulés au 01.01.2016	4	3 760	2 962	3 322	252	18	9	10 326
Variations du périmètre de consolidation		28	11	76	20	0		135
Amortissements planifiés		186	320	291	57	1		854
Amortissements non planifiés		73	10	16	0		1	101
Revalorisation		-3	0					-3
Désinvestissements		-69	-83	-305	-38	0		-495
Impact des variations monétaires	0	-1	-4	-5	-1	0	0	-11
Reclassifications		7	1	0	0	0	-9	0
Amortissements cumulés au 31.12.2016	4	3 981	3 217	3 396	290	18	2	10 908
Valeur comptable nette au 31.12.2016	188	6 444	2 588	1 509	225	4	585	11 543
dont hors exploitation		34						34
dont acomptes							45	45
Immobilisations corporelles 2015								
Valeurs d'acquisition 01.01.2015	110	9 395	4 977	4 224	424	26	709	19 865
Variations du périmètre de consolidation	10	319	113	232	10		23	706
Investissements	40	284	281	279	61		510	1 455
Désinvestissements		-122	-98	-172	-38	-1	0	-430
Impact des variations monétaires	-4	-183	-76	-67	-19	-3	-6	-358
Reclassifications	-3	73	36	39	3	0	-149	-2
Valeurs d'acquisition 31.12.2015	152	9 766	5 234	4 535	441	22	1 087	21 237
Amortissements cumulés au 01.01.2015	4	3 537	2 727	3 074	244	20	10	9 615
Variations du périmètre de consolidation		102	47	170	7	0		327
Amortissements planifiés		176	295	278	48	1		797
Amortissements non planifiés		65	21	16	0		0	103
Revalorisation		-10						-10
Désinvestissements		-73	-96	-170	-36	0	0	-375
Impact des variations monétaires	0	-40	-32	-46	-11	-2	0	-130
Reclassifications		2	0	-1	0	0	0	0
Amortissements cumulés au 31.12.2015	4	3 760	2 962	3 322	252	18	9	10 326
Valeur comptable nette au 31.12.2015	148	6 006	2 272	1 213	189	4	1 078	10 911
dont hors exploitation		29						29
dont acomptes							18	18

Chiffres des années précédentes adaptés

Au cours de l'année sous revue, il a été procédé à une ventilation plus détaillée entre les bâtiments et les installations qui s'y trouvent. La présentation du tableau des immobilisations corporelles a été modifiée en conséquence; la valeur comptable nette reclassée au 1.1.2015 de «Terrains et bâtiments» vers «Installations», s'élève à 1 923 millions de CHF.

en millions de CHF

14 Immobilisations financières

	Réserve de cotisations de l'employeur	Entités associées	Autres immobilisations financières	Total
Immobilisations financières 2016				
Valeur comptable nette au 01.01.2016	11	77	97	185
Variations du périmètre de consolidation		1	1	2
Investissements	0	7	41	48
Désinvestissements	-1		-14	-15
Réévaluations (+)/corrections de valeur (-)		7	-30	-22
Impact des variations monétaires		-1	0	-1
Reclassifications				
Valeur comptable nette au 31.12.2016	10	91	95	196

Immobilisations financières 2015

Valeur comptable nette au 01.01.2015	12	163	118	294
Variations du périmètre de consolidation			1	1
Investissements	0	1	29	30
Désinvestissements	-1	-8	-25	-35
Réévaluations (+)/corrections de valeur (-)		4	-4	0
Impact des variations monétaires		-2	0	-2
Reclassifications		-80	-22	-103
Valeur comptable nette au 31.12.2015	11	77	97	185

Autres immobilisations financières

	31.12.2016	31.12.2015
Prêts	64	36
Diverses immobilisations financières	74	73
Corrections de valeur sur autres immobilisations financières	-43	-13
Total	95	97

en millions de CHF

15 Immobilisations incorporelles	Goodwill	Marques/ Brevets/ Licences	Logiciels	Autres immo- bilisations incorporelles	Immobi- lisations en construction	Total
Immobilisations incorporelles 2016						
Valeurs d'acquisition 01.01.2016	3 285	604	432	41	29	4 390
Variations du périmètre de consolidation	247	1	5	2		254
Investissements		3	71	1	44	120
Désinvestissements		-1	-72	-3	0	-77
Impact des variations monétaires	-5	0	-1	0	0	-6
Reclassifications		26	1	0	-27	0
Valeurs d'acquisition 31.12.2016	3 527	632	435	41	46	4 681
Amortissements cumulés au 01.01.2016						
Amortissements cumulés au 01.01.2016	2 642	280	335	38		3 296
Variations du périmètre de consolidation		1	4	1		6
Amortissements planifiés	211	32	45	1		290
Amortissements non planifiés	38	0	3	1		42
Désinvestissements		-1	-72	-3		-77
Impact des variations monétaires	-1	0	-1	0		-2
Amortissements cumulés au 31.12.2016	2 890	311	315	38		3 554
Valeur comptable nette au 31.12.2016	636	321	120	3	46	1 126
Immobilisations incorporelles 2015						
Valeurs d'acquisition 01.01.2015	3 254	597	403	41	12	4 307
Variations du périmètre de consolidation	44	10	10	1	0	64
Investissements		0	51	1	19	72
Désinvestissements	-1	-1	-29	-1		-32
Impact des variations monétaires	-12	-3	-7	-1	0	-23
Reclassifications	0		4	0	-2	2
Valeurs d'acquisition 31.12.2015	3 285	604	432	41	29	4 390
Amortissements cumulés au 01.01.2015						
Amortissements cumulés au 01.01.2015	2 395	252	313	38		2 998
Variations du périmètre de consolidation	4	1	7	1		14
Amortissements planifiés	250	29	40	1		321
Amortissements non planifiés	4		7	0		11
Désinvestissements	-1	0	-27	-1		-29
Impact des variations monétaires	-10	-2	-5	-1		-18
Amortissements cumulés au 31.12.2015	2 642	280	335	38		3 296
Valeur comptable nette au 31.12.2015	642	324	96	3	29	1 095

en millions de CHF

16 Dettes financières à court terme	31.12.2016	31.12.2015
Comptes courants	4	0
Prêts bancaires	34	34
Autres dettes financières à court terme	55	20
Dettes envers des institutions de prévoyance professionnelle	200	200
Part à court terme des dettes financières à long terme	633	762
Total	927	1 017

L'ensemble des dettes envers des institutions de prévoyance sont dues à la CPV/CAP. Elles sont assorties d'un taux d'intérêt de 0,25 % et résiliables annuellement.

17 Autres dettes à court terme	31.12.2016	31.12.2015
Bons d'achat en circulation	64	66
Acomptes de clients	135	125
Autres impôts	132	88
Autres dettes à court terme	126	110
Total	457	389

18 Provisions à court terme	Prévoyance professionnelle	Restructurations	Supercard	Autres provisions	Total
Provisions à court terme 2016					
Valeurs comptables 01.01.2016	82	16	190	70	358
Variations du périmètre de consolidation				0	0
Constitution	21	17	179	79	296
Utilisation	-76	-13	-182	-68	-339
Dissolution	-8	-1	-3	-3	-15
Impact des variations monétaires	0	0		-1	-1
Reclassifications à court terme/à long terme	3	10		2	15
Valeurs comptables 31.12.2016	22	28	185	80	315
Provisions à court terme 2015					
Valeurs comptables 01.01.2015	23	19	192	93	327
Variations du périmètre de consolidation				1	1
Constitution	81	2	186	29	298
Utilisation	-18	-13	-183	-27	-241
Dissolution	-4	0	-6	-23	-33
Impact des variations monétaires	0	0		-3	-3
Reclassifications à court terme/à long terme	1	7		1	9
Valeurs comptables 31.12.2015	82	16	190	70	358

Les autres provisions à court terme comprennent essentiellement les provisions pour personnel pour un montant de 32 millions de CHF (31.12.2015: 28 millions de CHF) et celles pour points de vente pour un montant de 19 millions de CHF (31.12.2015: 22 millions de CHF).

en millions de CHF

19 Dettes financières à long terme	Devise	Durée	Taux d'intérêt en % (pondéré)		31.12.2016	31.12.2015
Comptes de dépôts			0.5		1 751	1 754
Obligations de caisse		2–8 ans	1.5		241	269
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	sept. 2010–2017	2.0	250		
Bell AG	CHF	mai 2013–2018	1.0	175		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	juil. 2012–2019	1.25	250		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	juil. 2015–2020	0.25	300		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	juin 2014–2021	0.875	200		
Bell AG	CHF	mai 2013–2022	1.75	175		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	sept. 2016–2022	0.25	200		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	sept. 2014–2023	1.0	200		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	juil. 2015–2024	0.88	200		
Bell AG	CHF	mar 2016–2025	0.625	300		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	mai 2016–2026	0.5	380		
Emprunts					2 630	2 250
Prêts bancaires					3	15
Hypothèques			3.7		99	124
Leasing financier					0	1
Autres prêts					26	32
Part à court terme des dettes financières					-633	-762
Total					4 116	3 683

S'agissant des dettes résultant des comptes de dépôts, 17,4% ont été classées comme dettes à court terme à la date du bilan.

20 Provisions à long terme	Prévoyance professionnelle	Restructurations	Impôts différés	Autres provisions	Total
Provisions à long terme 2016					
Valeurs comptables 01.01.2016	97	41	789	172	1 100
Variations du périmètre de consolidation	4		8	5	17
Constitution	3	1		19	24
Utilisation	-3	-2		-5	-10
Dissolution	-7	-8		-6	-21
Variation des impôts différés			-25		-25
Impact des variations monétaires	0		-6	0	-6
Reclassifications à court terme/à long terme	-3	-10		-2	-15
Valeurs comptables 31.12.2016	90	22	767	184	1 063
Provisions à long terme 2015					
Valeurs comptables 01.01.2015	90	47	777	155	1 069
Variations du périmètre de consolidation	7		25	1	33
Constitution	4	1		40	44
Utilisation	-1	0		-16	-16
Dissolution	0			-6	-6
Variation des impôts différés			-10		-10
Impact des variations monétaires	-3		-3	0	-6
Reclassifications à court terme/à long terme	-1	-6		-2	-9
Valeurs comptables 31.12.2015	97	41	789	172	1 100

Les autres provisions à long terme comprennent essentiellement les provisions pour personnel pour un montant de 71 millions de CHF (31.12.2015: 63 millions de CHF) et celles pour points de vente pour un montant de 10 millions de CHF (31.12.2015: 11 millions de CHF).

en millions de CHF

21 Institutions de prévoyance professionnelle	Valeur nominale RCE 31.12.2016	Bilan 31.12.2016	Bilan 31.12.2015	Variations RCE dans charges de personnel	
Réserve de cotisations de l'employeur (RCE)				2016	2015
Fonds patronaux/Institutions de prévoyance patronales			1	-1	-1
Institutions de prévoyance professionnelle	10	10	10		
Total	10	10	11	-1	-1

Avantage économique/engagement économique et charges de prévoyance	Excédent de couverture/découvert 31.12.2016	Part économique du groupe Coop 31.12.2016	31.12.2015	Charges de prévoyance dans charges de personnel	
				2016	2015
Institutions de prévoyance sans excédent de couverture/découvert				266	272
Institutions de prévoyance avec excédent de couverture/découvert	1			0	
Total	1			266	272

Cotisations réglementaires de l'employeur				266	272
---	--	--	--	-----	-----

Au 31.12.2016, la CPV/CAP a un taux de couverture de 113,0 % (113,1 % l'année précédente). Du point de vue de la RPC 16, il n'y a ni excédent de couverture ni découvert car la réserve de fluctuation de valeur cible n'est pas atteinte.

22 Opérations hors bilan	31.12.2016	31.12.2015
Cautionnements, obligations de garantie	63	88
Autres engagements quantifiables à caractère conditionnel	119	121
Autres engagements ne devant pas être portés au bilan	5	10
Valeur comptable des actifs mis en gage pour garantir des dettes	235	272

En juillet 2014, l'Office fédéral allemand de lutte contre les cartels a condamné Bell Allemagne à payer une amende d'environ 100 millions d'euros pour de prétendues ententes illégales sur les prix remontant aux années précédant le rachat d'Abraham et de ZIMBO. Aucune provision n'a été constituée à ce titre. En effet, considérant cette amende comme étant objectivement et matériellement injustifiée, le groupe Coop a décidé de s'y opposer par tous les moyens possibles. Il faut s'attendre à une procédure de plusieurs années. L'engagement conditionnel est enregistré dans les «autres engagements quantifiables à caractère conditionnel».

23 Engagements résultant du leasing d'exploitation non inscrit au bilan	31.12.2016	31.12.2015
échéance dans l'année	9	9
échéance comprise entre 1 et 5 ans	36	29
échéance supérieure à 5 ans	34	32

24 Engagements résultant des contrats de bail et des contrats de superficie à long terme	31.12.2016	31.12.2015
échéance dans l'année	729	723
échéance comprise entre 1 et 5 ans	2 508	2 574
échéance supérieure à 5 ans	3 789	3 793

en millions de CHF

25 Instruments financiers dérivés non échus		Valeurs contractuelles		Valeurs actives		Valeurs passives	
Valeur de base	But	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015
Devises	Couverture	750	714	5	2	4	6
Total porté au bilan				5	2	4	6
Devises	Couverture	267	637	2	2	1	5
Taux d'intérêt	Couverture	8	28		0	0	1
Instruments de fonds propres	Sans couverture	10	4	0		0	0
Total non porté au bilan				2	2	2	6

Des options d'achat pour des parts des minoritaires de sociétés intégralement consolidées sont comprises dans les instruments de fonds propres.

26 Transactions avec des parties liées

Transactions avec des entités associées	2016	2015
Produit net résultant de livraisons et de prestations	25	27
Autres produits d'exploitation	5	2
Charges de marchandises	152	191
Frais de bureau et d'administration	2	0
Charges locatives	2	2
Charges diverses	1	1
	31.12.2016	31.12.2015
Créances résultant de livraisons et de prestations	3	1
Comptes de régularisation actifs	3	20
Prêts	44	13
Dettes résultant de livraisons et de prestations	9	12
Dettes financières à court terme	5	5
Comptes de régularisation passifs	0	0
Dettes financières à long terme	1	1

Des dettes envers des institutions de prévoyance du personnel sont comprises dans les dettes financières à court terme. Il n'existe aucune autre transaction à caractère significatif avec d'autres parties liées.

27 Principales modifications dans le périmètre de consolidation

2016

Société		Modification	Date	31.12.2016 en %	31.12.2015 en %
Valentin Pontresina AG	CH-Pontresina	Fusion avec Transgourmet Schweiz AG	01/2016	100.00	100.00
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Mainz	Changement de raison sociale (avant: OHG Transgourmet GmbH & CO.)	01/2016	100.00	100.00
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	Acquisition	01/2016	100.00	
OHG SELGROS C&C GmbH & Co.	DE-Neu-Isenburg	Fusion avec Transgourmet Deutschland GmbH & CO.	01/2016	100.00	100.00
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	Acquisition	03/2016	66.29	
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Acquisition	04/2016	51.00	
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	Acquisition	05/2016	33.81	
Casa del Vino SA	CH-Zürich	Acquisition	05/2016	100.00	
Der Milchbauer Grosshandels-gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Acquisition	07/2016	100.00	
Geiser AG	CH-Schlieren	Acquisition	10/2016	100.00	
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Acquisition	10/2016	100.00	
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Hausse du taux de participation	12/2016	100.00	99.74

2015

Société		Modification	Date	31.12.2015 en %	31.12.2014 en %
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	Hausse du taux de participation et intégration globale	01/2015	100.00	33.33
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	Acquisition	01/2015	75.00	
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Augmentation de capital/Hausse du taux de participation	02/2015	99.74	72.88
Bell Nederland B.V.	NL-Dr Houten	Hausse du taux de participation	02/2015	66.29	50.38
siroop AG	CH-Zürich	Fondation	04/2015	50.00	
Hilcona AG	FL-Schaan	Hausse du taux de participation et intégration globale	05/2015	33.81	32.48
Abraham France SARL	FR-Bussy-Saint-Georges	Fusion avec Bell France SAS	06/2015	66.29	66.29
Transgourmet Seafood GmbH	DE-Bremerhaven	Fusion avec OHG Transgourmet GmbH & CO.	07/2015	100.00	100.00
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	Acquisition	08/2015	100.00	
siroop trading AG	CH-Basel	Fondation	09/2015	100.00	
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	Changement de raison sociale (avant: SELGROS Sp. z o.o.)	10/2015	100.00	100.00
Alifresca AG	CH-Basel	Fondation	10/2015	100.00	
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Hausse du taux de participation	10/2015	66.29	59.66
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	Acquisition	11/2015	100.00	
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	Vente	12/2015		50.00

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

en millions de CHF

28 Principaux éléments lors de l'acquisition d'entités

2016	Transgourmet Österreich GmbH	Groupe Huber	Groupe Eisberg	Geiser AG	Autres entités
Liquidités	10	14	2	4	7
Créances et comptes de régularisation actifs	44	48	11	5	9
Stocks	43	14	2	3	12
Immobilisations corporelles	16	59	22	8	23
Immobilisations financières	0		1		1
Immobilisations incorporelles (sans goodwill)	1	0	0		1
Dettes et comptes de régularisation passifs	75	35	8	4	15
Dettes financières	8	0	8		3
Provisions	6	6	1	2	1

2015	Hilcona AG	000 Eurogroup Immobilien	EGV Lebens- mittel für Grossver- braucher AG	FrischePara- dies GmbH & Co. KG	Richard Sump GmbH
Liquidités	23		4	3	
Créances et comptes de régularisation actifs	61		24	12	5
Stocks	42		10	16	5
Immobilisations corporelles	284	8	31	57	
Immobilisations financières	1				
Immobilisations incorporelles (sans goodwill)				9	
Dettes et comptes de régularisation passifs	61	6	26	19	8
Dettes financières	140		5	41	5
Provisions			4	4	

29 Principaux éléments lors de la vente d'entités

2015	Hygedis SAS
Créances et comptes de régularisation actifs	14
Stocks	12
Immobilisations corporelles	3
Dettes et comptes de régularisation passifs	20
Dettes financières	16

30 Périmètre de consolidation (principales sociétés)

			Part du capital ¹		Capital	Con- solida- tion
			31.12.2016 en %	31.12.2015 en %	31.12.2016 en millions	
Coop-Gruppe Genossenschaft	CH-Basel	Société en participation				
Coop Genossenschaft	CH-Basel	Commerce, production	100.00	100.00	0.0 CHF	□
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Edition de magazines	100.00	100.00	0.2 CHF	□
Coop Immobilien AG	CH-Bern	Immobilier	100.00	100.00	200.0 CHF	□
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Electroménager, multimédia	100.00	100.00	10.0 CHF	□
RS Vertriebs AG	CH-St. Gallen	Commerce en ligne Elec- troménager, multimédia	100.00	100.00	1.0 CHF	□
Service 7000 AG	CH-Netstal	Service de réparation	50.06	50.06	1.6 CHF	□
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Sources d'eau minérale	100.00	100.00	22.4 CHF	□
siroop AG	CH-Zürich	Commerce en ligne	50.00	50.00	CHF	●
siroop trading AG	CH-Basel	Commerce en ligne	100.00	100.00	0.1 CHF	□
Soc. Coopération de Collaboration Intern.	BE-Bruxelles	Groupement d'achat	25.00	25.00	EUR	●
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Produits de beauté et cosmé- tiques	100.00	100.00	0.4 CHF	□
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Produits tropicaux, aquaculture	100.00	99.74	28.2 CHF	□
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Produits tropicaux, aquaculture	94.31	94.31	2.6 CHF	□
Alifresca AG	CH-Basel	Groupement d'achat	100.00	100.00	0.1 CHF	□
Bell AG	CH-Basel	Holding	66.29	66.29	2.0 CHF	□
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	Sous-holding	100.00	100.00	0.0 EUR	□
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	Charcuterie	100.00	100.00	1.0 EUR	□
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	Sous-holding	100.00	100.00	0.1 EUR	□
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	Charcuterie	100.00	100.00	10.0 PLN	□
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Sous-holding	100.00	100.00	5.3 EUR	□
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	Commerce de produits carnés	100.00	100.00	0.6 EUR	□
Bell Nederland B.V.	NL-AX Breda	Commerce de produits carnés	100.00	100.00	2.7 EUR	□
Sanchez Alcaraz S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Jambon cru	100.00	100.00	0.6 EUR	□
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Commerce de détail	100.00	100.00	30.0 CZK	□
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	Viande et charcuterie	99.75	99.74	400.0 HUF	□
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	Sous-holding	100.00	100.00	20.0 EUR	□
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Saucisse crue	100.00	100.00	2.6 EUR	□
Bell Schweiz AG	CH-Basel	Viande fraîche, charcuterie, volaille, produits de la mer	100.00	100.00	20.0 CHF	□
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Charcuterie	100.00	0.00	1.5 CHF	□
Geiser AG	CH-Schlieren	Charcuterie	100.00	0.00	0.5 CHF	□
Centravo Holding AG ²	CH-Zürich	Transformation de sous-pro- duits	30.10	29.80	CHF	●
Hilcona AG	FL-Schaan	Produits convenance frais	51.00	51.00	27.0 CHF	□
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	Sous-holding	100.00	0.00	0.7 CHF	□
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	Sous-holding	100.00	0.00	0.3 CHF	□
CapCo AG	FL-Vaduz	Compagnie d'assurance	100.00	100.00	5.0 CHF	□
Centre Commercial Moncor S.A.	CH-Villars-sur-Glâne	Immobilier	100.00	100.00	1.2 CHF	□
Centre de formation «du Léman»	CH-Jongny	Formation	100.00	100.00	0.0 CHF	□
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	Culture de cacao	75.00	75.00	0.1 USD	□
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	Agence de voyage	50.00	50.00	CHF	●
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	Stations-service avec boutique	51.00	51.00	10.0 CHF	□
Coop Tagungszentrum	CH-Muttenz	Formation	100.00	100.00	0.4 CHF	□
Coop Vitality AG	CH-Bern	Pharmacies	51.00	51.00	5.1 CHF	□
Elektronik Distribution AG	CH-Basel	Coopérative d'achat	100.00	100.00	0.1 CHF	□
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	Groupement d'achat	100.00	100.00	0.1 HKD	□

			Part du capital ¹		Capital	Con- solida- tion
			31.12.2016 en %	31.12.2015 en %	31.12.2016 en millions	
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Produits de boulangerie surgelés	40.00	40.00	CHF	●
Marché Restaurants Schweiz AG	CH-Dietlikon	Restaurant	100.00	100.00	8.0 CHF	□
Palink UAB	LT-Vilnius	Commerce de détail	20.00	20.00	EUR	●
Panflor AG	CH-Zürich	Céréales et produits de mouture	100.00	100.00	0.1 CHF	□
railCare AG	CH-Härkingen	Entreprise ferroviaire	100.00	100.00	1.0 CHF	□
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Basel	Commerce de détail	100.00	100.00	0.1 CHF	□
SC Swiss commercial GmbH	DE-Konstanz	Société de distribution	100.00	100.00	0.0 EUR	□
Steinfels Swiss GmbH	DE-Konstanz	Société de distribution	100.00	100.00	0.0 EUR	□
Transgourmet Holding AG	CH-Basel	Holding	100.00	100.00	520.1 CHF	□
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Sous-holding	100.00	100.00	1.0 EUR	□
OOO Selgros	RU-Moskau	Libre-service en gros	100.00	100.00	10.1 RUB	□
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basel	Sous-holding	100.00	100.00	0.1 CHF	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	Livraison en gros	100.00	100.00	0.1 EUR	□
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	Livraison en gros	100.00	100.00	0.6 EUR	□
Der Milchbauer Grosshandels- gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Livraison en gros	100.00	0.00	0.0 EUR	□
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	Commerce de gros	100.00	100.00	0.0 EUR	□
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	Sous-holding	100.00	100.00	17.7 EUR	□
Richard Sump GmbH	DE-Hamburg	Sous-holding	75.00	75.00	1.0 EUR	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	Livraison en gros	100.00	100.00	2.5 EUR	□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	Libre-service en gros	100.00	100.00	288.3 RON	□
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	Commerce de gros	100.00	100.00	310.0 PLN	□
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	Livraison en gros	100.00	100.00	486.9 EUR	□
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	Livraison en gros	100.00	0.00	1.0 EUR	□
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Commerce de gros	100.00	100.00	66.5 CHF	□
Casa del Vino SA	CH-Zürich	Commerce des boissons	100.00	0.00	0.3 CHF	□
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Société en participation	51.00	0.00	0.1 CHF	□

□ = Société intégralement consolidée

● = Société intégrée selon la méthode de mise en équivalence

¹ Part de la société détentrice

² Part des actions en circulation dans le capital

31 Evénements postérieurs à la date du bilan

Principales modifications dans le périmètre de consolidation (sous réserve de l'approbation des autorités de la concurrence locales):

- Le groupe Coop rachète début janvier 2017 le groupe Aperto, qui a son siège à Ebikon en Suisse. Actif dans le commerce de détail, ce groupe possède des magasins implantés dans des gares et des stations-service de Suisse.
- Le groupe Transgourmet rachète début janvier 2017 Weinkeller Riegger AG, Riegger Holding AG et Domaines & Châteaux Vins Birrhard SA, un groupe d'entreprises spécialisé dans le négoce de vins dont le siège se trouve à Birrhard en Suisse.
- Le groupe Bell rachète début janvier 2017 Frostag Food-Centrum AG, qui a son siège à Landquart en Suisse. Cette entreprise est spécialisée dans la production de pâtes et de produits végétariens.

Le Conseil d'administration a approuvé les comptes consolidés du groupe Coop le 9 février 2017. Ils seront soumis à l'approbation des délégués lors de l'Assemblée des délégués du 6 avril 2017.



Rapport de l'organe de révision **à 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 2016, le compte de résultat consolidé, le tableau de flux de trésorerie consolidé et le tableau de variation des fonds propres pour l'exercice arrêté à cette date ainsi que l'annexe aux comptes annuels consolidés, y compris un résumé des principes de l'établissement des comptes.

Selon notre appréciation, les comptes annuels consolidés (pages 80 à 101) donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle du patrimoine et de la situation financière du groupe au 31 décembre 2016 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.

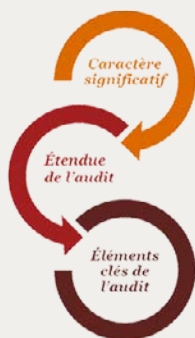
Bases de l'opinion d'audit

Nous avons effectué notre audit en conformité avec la loi suisse et les 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.

Notre approche d'audit

Vue d'ensemble



Caractère significatif global: CHF 130 millions

Nous avons effectué des contrôles (« full scope audit ») auprès du groupe Bell ainsi qu'auprès de 4 sociétés du groupe en Suisse. Nous avons en outre effectué un « full scope audit » auprès du groupe Transgourmet en collaboration avec un autre auditeur.

Nos contrôles couvrent 95% des produits nets résultant de livraisons et de prestations et 94% des actifs du groupe.

Des procédures d'audit ont en outre été effectuées auprès de 3 autres sociétés du groupe.

Les domaines suivants ont été identifiés comme éléments clés de l'audit:

- Actualité de valeur du goodwill
- Actualité de valeur des marques
- Actualité de valeur des stocks

PricewaterhouseCoopers AG, St. Jakobs-Strasse 25, Postfach, 4002 Basel
Telefon: +41 58 792 51 00, Telefax: +41 58 792 51 10, www.pwc.ch

PricewaterhouseCoopers AG est membre d'un réseau mondial de sociétés juridiquement autonomes et indépendantes les unes des autres.



Étendue de l'audit

Nous avons défini notre approche d'audit en déterminant le caractère significatif et en évaluant les risques d'anomalies significatives dans les comptes annuels consolidés. En particulier, nous avons tenu compte des jugements, lorsqu'ils ont été effectués, par exemple en relation avec des estimations comptables significatives pour lesquelles des hypothèses doivent être choisies et qui reposent sur des événements futurs qui sont par définition incertains. Comme pour tous nos audits, nous avons également considéré le risque que la Direction générale ait pu contourner des contrôles internes, en tenant compte entre autres de l'éventuelle présence de biais subjectifs qui pourraient représenter un risque d'anomalies significatives provenant de fraudes.

Nous avons adapté l'étendue de notre audit de manière à effectuer suffisamment de travaux pour nous permettre d'émettre une opinion d'audit sur les comptes annuels consolidés pris dans leur ensemble, en considérant la structure du groupe, les processus et contrôles internes relatifs à l'établissement des comptes annuels consolidés.

Caractère significatif

L'étendue de notre audit a été influencée par le caractère significatif appliqué. Notre opinion d'audit a pour but de donner une assurance raisonnable que les comptes annuels consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Des anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs. Elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, prises individuellement ou collectivement, elles puissent influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes annuels consolidés prennent en se basant sur ceux-ci.

Nous basant sur notre jugement professionnel, nous avons déterminé certains seuils de matérialité quantitatifs, notamment le caractère significatif global applicable aux comptes annuels consolidés pris dans leur ensemble, tel que décrit dans le tableau ci-dessous. Sur la base de ces seuils quantitatifs et d'autres considérations qualitatives, nous avons déterminé l'étendue de notre audit ainsi que la nature, le calendrier et l'étendue des procédures d'audit et nous avons évalué les effets d'anomalies, prises individuellement ou collectivement, sur les comptes annuels consolidés pris dans leur ensemble.

<i>Caractère significatif global</i>	CHF 130 millions
<i>Comment nous l'avons déterminé</i>	0.5% des produits nets résultant de livraisons et de prestations (arrondi)
<i>Justification du choix de la grandeur de référence pour la détermination du caractère significatif</i>	Nous avons choisi comme grandeur de référence pour la détermination du caractère significatif les produits nets résultant de livraisons et de prestations, car le groupe n'est pas orienté en premier lieu sur les marchés des capitaux et les sociétaires de Coop ne mettent pas à disposition de capital-risque. Il s'agit en outre d'une grandeur de référence généralement reconnue pour la détermination du caractère significatif.

Nous avons convenu avec le comité de contrôle de lui rapporter les anomalies supérieures à CHF 6.5 millions que nous avons constatées lors de notre audit, ainsi que toutes les anomalies en-dessous de ce montant mais qui, selon notre jugement, doivent être rapportées pour des raisons qualitatives.

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

Les éléments clés de l'audit sont les éléments qui, selon notre jugement professionnel, ont la plus grande importance pour notre audit des comptes annuels consolidés pour l'exercice sous revue. Nous avons examiné ces éléments dans le cadre de l'audit des comptes annuels consolidés et les avons pris en compte pour l'élaboration de notre opinion d'audit; Cependant nous ne délivrons pas d'opinion d'audit distincte à leur sujet.



Actualité de valeur du goodwill

<i>Éléments clés de l'audit</i>	<i>Manière dont les éléments clés sont été examinés</i>
<p>Nous considérons l'évaluation de l'actualité de valeur du goodwill, qui est soumis à une durée d'amortissement de 8 à 20 ans au maximum, comme un élément clé de l'audit pour les raisons suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Le goodwill se monte à CHF 636 millions au 31 décembre 2016 et constitue un montant significatif. Les positions les plus importantes résultent d'acquisitions au cours des dernières années.• En outre, des marges d'appréciation sont appliquées lors de la détermination d'hypothèses concernant des résultats futurs et les taux d'actualisation appliqués sur les flux de trésorerie pronostiqués. <p>Nous renvoyons aux principes de la consolidation et de l'établissement des comptes (page 86) et à l'annexe 15, immobilisations incorporelles (page 93).</p>	<p>Nous avons discuté avec le management des résultats et perspectives des différentes parties de l'exploitation contenant des postes de goodwill et avons consulté les procès-verbaux correspondants du Conseil d'administration et de la Direction générale. Cela nous a permis de nous faire une idée de l'approbation de la planification pluriannuelle et d'éventuels indicateurs de dépréciations de valeur au sein du groupe.</p> <p>Sur la base de réflexions axées sur les risques ainsi que sur le caractère significatif, nous avons fait appel à de propres experts en évaluation pour nous soutenir lors du contrôle des tests de dépréciation de valeur. Ce faisant, nous nous sommes concentrés en particulier sur l'évaluation de l'exactitude et de l'adéquation mathématique des méthodes d'évaluation appliquées et de la plausibilité des principales hypothèses (taux d'actualisation et taux de croissance). Nous avons également évalué le caractère approprié des hypothèses de l'année précédente en comparant les résultats de l'exercice sous revue avec les prévisions de l'année précédente.</p> <p>Nous avons en outre comparé les hypothèses appliquées par le management concernant l'évolution du chiffre d'affaires et des marges avec les prévisions économiques et sectorielles. Nous avons utilisé le Capital Asset Pricing Model pour le calcul du coût pondéré du capital. Nous avons comparé le taux d'actualisation avec celui appliqué par des entreprises comparables, en tenant compte de spécificités nationales. Nous avons examiné la plausibilité de la variation prévue des actifs circulants nets et des investissements.</p> <p>Nous avons par ailleurs vérifié les analyses de sensibilité établies par le management quant aux principales hypothèses. Ces analyses nous ont permis d'examiner un éventuel potentiel de dépréciation de valeur du goodwill. Nous avons discuté des résultats de nos vérifications avec le management et le comité de contrôle.</p> <p>Nous considérons que le processus d'évaluation et les hypothèses utilisées par le management constituent une base appropriée et suffisante pour la vérification de l'actualité de valeur du goodwill.</p>



Actualité de valeur des marques

Éléments clés de l'audit

Nous considérons l'évaluation de l'actualité de valeur des marques, qui sont soumises à une durée d'amortissement de 20 ans au plus, comme un élément clé de l'audit pour les raisons suivantes :

- La valeur des marques, brevets et licences portée au bilan se monte à CHF 321 millions au 31 décembre 2016 et constitue un montant significatif.
- En outre, des marges d'appréciation sont appliquées lors de la détermination d'hypothèses concernant des résultats futurs et des taux d'actualisation appliqués sur les flux de trésorerie pronostiqués.

Nous renvoyons aux principes de la consolidation et de l'établissement des comptes (page 86) et à l'annexe 15, immobilisations incorporelles (page 93).

Manière dont les éléments clés sont été examinés

Nous avons discuté avec le management des résultats et perspectives des différentes marques et avons consulté les procès-verbaux correspondants du Conseil d'administration et de la Direction générale. Cela nous a permis de nous faire une idée d'indicateurs éventuels de dépréciations de la valeur.

Sur la base de réflexions axées sur les risques ainsi que sur le caractère significatif, nous avons vérifié l'actualité de valeur des marques au moyen de calculs de la valeur de rendement, sur la base de planifications pluriannuelles approuvées par le Conseil d'administration et de contrats de licences. Nous avons discuté des résultats de ces vérifications avec le management et le comité de contrôle.

Les résultats de nos vérifications ont été confirmés par l'estimation du management concernant l'actualité de valeur des marques pour l'exercice.

Actualité de valeur des stocks

Éléments clés de l'audit

Nous considérons l'évaluation de l'actualité de valeur des stocks comme un élément clé de l'audit en raison du montant atteint de CHF 3,0 milliards au 31 décembre 2016.

Nous nous sommes concentrés à cet égard sur le risque d'une surévaluation de stocks en raison de marchandises devenues inutilisables ou difficilement vendables.

Nous renvoyons aux principes de la consolidation et de l'établissement des comptes (page 85) et à l'annexe 12, stocks (page 90).

Manière dont les éléments clés sont été examinés

Nous avons évalué les principes de la détermination de l'actualité de valeur des stocks et avons discuté avec le management des résultats des analyses concernant les corrections de valeur nécessaires. Nous avons consulté les procès-verbaux correspondants du Conseil d'administration et de la Direction générale afin de vérifier d'éventuels indicateurs de dépréciations de valeur.

Nous avons effectué des contrôles par sondages du processus de gestion des marchandises périmées ainsi que des calculs de l'évaluation correcte des marchandises. En outre, des participations sélectives à des prises d'inventaire ont été effectuées afin de vérifier l'identification et le décompte des marchandises périmées.

Les résultats de nos vérifications confirment l'évaluation du management concernant les corrections de valeur des stocks au 31 décembre 2016.



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 son exploitation. 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 les comptes annuels consolidés 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 et les 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 consolidés prennent en se basant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit en conformité avec la loi suisse et les 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 pour les comptes annuels consolidés, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs. Nous planifions et mettons en œuvre des procédures d'audit pour répondre à ces risques afin de réunir 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 procédures 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 principes de l'établissement des comptes appliqués et le caractère raisonnable des estimations comptables utilisées ainsi que des informations fournies les concernant.
- Nous évaluons si l'utilisation par le Conseil d'administration du principe de la continuité de l'exploitation pour les comptes annuels consolidés est adéquate 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 présentées dans l'annexe aux comptes annuels consolidés ou, si les informations qu'elle contient sont inappropriées, de rendre une opinion d'audit modifiée. 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, 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 concernant les informations financières des entités et celles des activités du groupe, pour nous permettre de fonder 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 des comptes annuels consolidés. Nous avons la responsabilité exclusive de notre opinion d'audit.

Nous nous entretenons avec le Conseil d'administration ou avec le comité de contrôle, notamment sur l'étendue planifiée et sur le calendrier de l'audit, ainsi que sur les constatations d'audit significatives, y compris les éventuelles faiblesses significatives de contrôles interne constatées lors de notre audit.

Nous remettons au Conseil d'administration ou au comité de contrôle une déclaration, dans laquelle nous confirmons que nous avons respecté les exigences éthiques applicables relatives à l'indépendance pertinentes, et nous nous entretenons avec eux sur toutes les relations et autres éléments qui pourraient raisonnablement apparaître comme portant atteinte à notre indépendance, ainsi que sur les mesures de sauvegarde prises le cas échéant dans ce contexte.

A partir des éléments sur lesquels nous nous sommes entretenus avec le Conseil d'administration ou avec le comité de contrôle, 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 tel élément dans notre rapport, car il serait raisonnablement possible de s'attendre à ce que les conséquences négatives qui en seraient liées excèderaient 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 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.

PricewaterhouseCoopers AG

Bruno Rossi
Expert-réviseur
Réviseur responsable

Pascal Bucheli
Expert-réviseur

Basel, le 9 février 2017