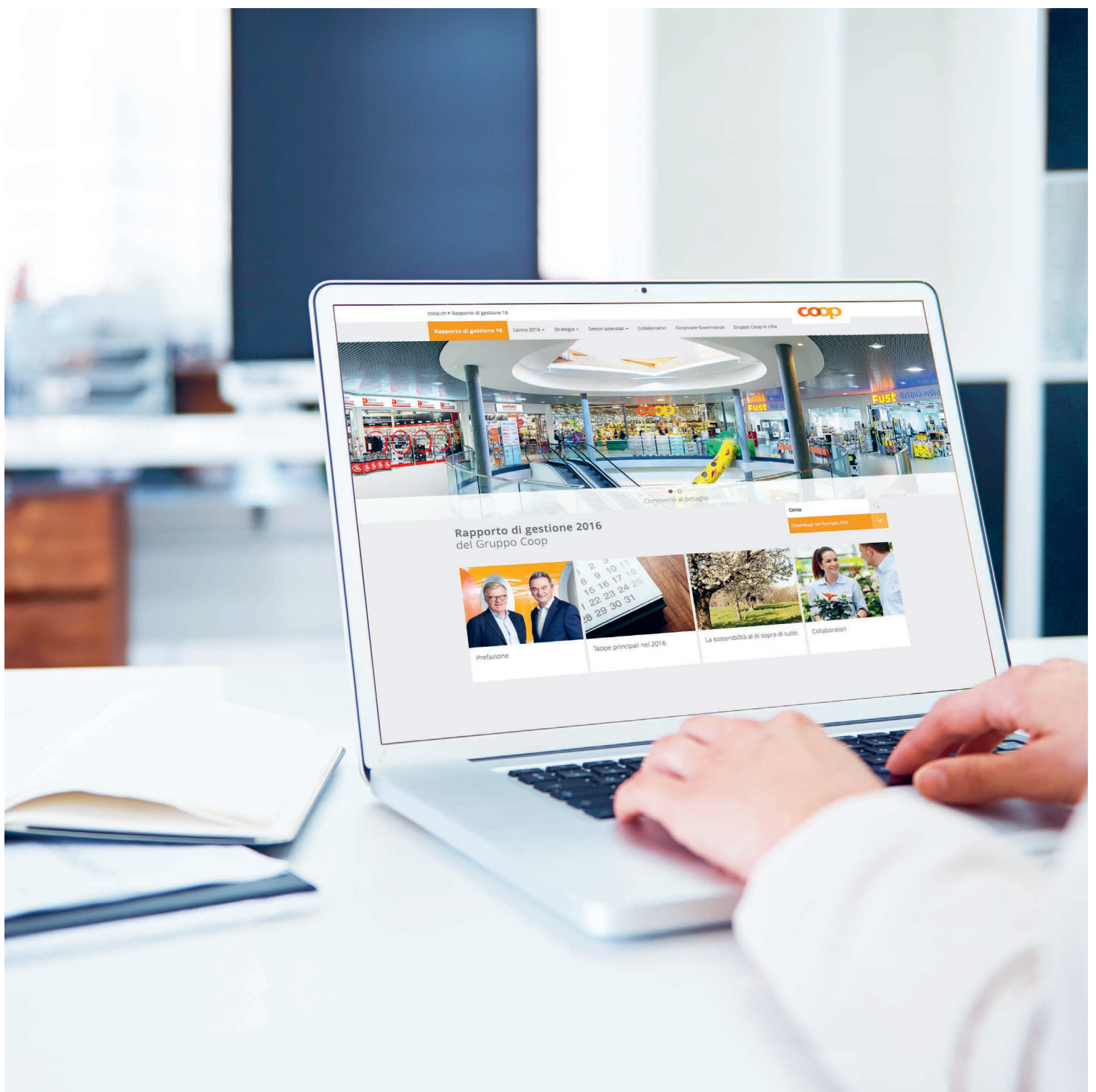


RAPPORTO DI GESTIONE 2016 DEL GRUPPO COOP



Rapporto di gestione 2016 del Gruppo Coop

Settori aziendali del Gruppo Coop	4
Cifre indicative importanti in sintesi	5
Prefazione	6
Tappe principali nel 2016	8
Strategia e contesto	10
Profilo aziendale	10
Strategie e obiettivi	10
Scenario economico e politico	12
La sostenibilità al di sopra di tutto	13
Settore aziendale Commercio al dettaglio	17
Formati di vendita e offerta	17
Logistica, Informatica e Immobili	27
Prestazioni supplementari	29
Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione	33
Gruppo Transgourmet	33
Produzione	37
Collaboratori	43
Un datore di lavoro interessante	43
Formazione e sviluppo delle risorse umane	44
Change management	46
Corporate Governance	47
Il Gruppo Coop in cifre	65

Settori aziendali del Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2017



Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

28 322 milioni di CHF

Ricavo netto Gruppo

27 259 milioni di CHF

di cui

19 251 milioni di CHF Svizzera

8 008 milioni di CHF Estero

Ricavo netto settori

17 162 milioni di CHF Commercio al dettaglio

12 248 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto commercio online

565 milioni di CHF Commercio al dettaglio

824 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Collaboratori al 31.12

46 637 Commercio al dettaglio

38 364 Commercio all'ingrosso/Produzione

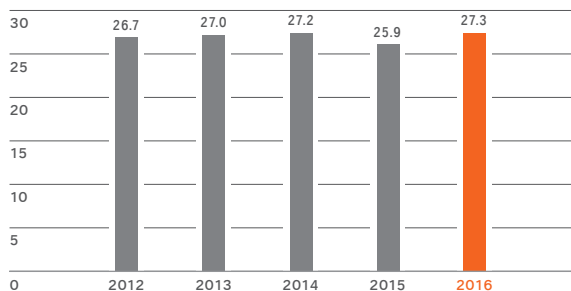
Apprendisti al 31.12

2 705 Commercio al dettaglio

800 Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto

in miliardi di CHF



Risultato operativo

2 044 milioni di CHF EBITDA
7,5% del ricavo netto

763 milioni di CHF EBIT
2,8% del ricavo netto

Risultato del periodo

475 milioni di CHF
1,7% del ricavo netto

Patrimonio netto

8 928 milioni di CHF
47,8% Quota di patrimonio netto

Free cash flow

61 milioni di CHF

Investimenti in immobilizzi materiali

992 milioni di CHF Svizzera

517 milioni di CHF Estero

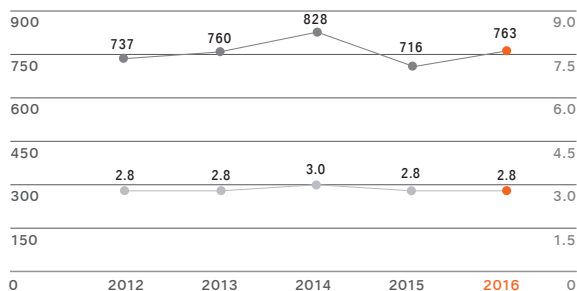
Punti di vendita/mercati

2 250 Commercio al dettaglio

226 Commercio all'ingrosso/Produzione

Risultato operativo (EBIT)

— in milioni di CHF — in % del ricavo netto





Hansueli Loosli e Joos Sutter

Prefazione

Il Gruppo Coop prosegue la sua crescita

Il 2016 è stato per Coop un anno di successo, nonostante il perdurare degli effetti sul commercio dettaglio svizzero dovuti all'abolizione della soglia minima di cambio con l'euro. L'umore dei consumatori è rimasto teso e il turismo degli acquisti ha continuato a registrare cifre notevoli.

Con i segmenti Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione, il Gruppo Coop ha realizzato un fatturato complessivo di 28,3 miliardi di franchi, che corrisponde a una crescita di fatturato considerevole, pari al 5,2%. Il fatturato realizzato dal Gruppo Coop con prodotti sostenibili è salito a 3,9 miliardi di franchi (+ 8,8%).

Il Commercio al dettaglio ha registrato un ricavo netto di 17,2 miliardi di franchi, mantenendosi ai livelli dell'anno precedente. Coop è riuscita a mantenere o addirittura a espandere la propria quota di mercato in tutti i settori e ad aumentare la frequenza dei clienti nei supermercati del 2,6%.

Il 2016 è stato per Coop un anno di innovazioni, soprattutto nel commercio al dettaglio. Abbiamo lanciato nuovi concept innovativi di ristorazione rapida, come Zopf & Zöpfli e Marché Express, e ampliato Coop to go. Ai primi del gennaio 2017 abbiamo inoltre acquisito il gruppo svizzero

Aperto, che vanta numerosi punti di vendita presso stazioni ferroviarie. Rilevare le sue sedi ci consente di rafforzare ulteriormente la nostra posizione nel settore convenience. Innovazione, atmosfera che ricorda il mercato e prodotti freschi sono le parole d'ordine del nostro nuovo concept per il supermercato del futuro. A fine anno erano già due i punti di vendita con il nuovo design, ed entro la fine del 2017 saranno all'incirca 45. Nel 2016, la nuova centrale di distribuzione di Schafisheim è diventata operativa, segnando la conclusione del più grande progetto edilizio della storia di Coop e un salto di qualità in termini di ecologia. Un altro traguardo importante in materia di sostenibilità è stata l'apertura, a novembre, della prima stazione di rifornimento pubblica di idrogeno in Svizzera.

Il secondo pilastro del Gruppo Coop, il settore Commercio all'ingrosso/Produzione, ha registrato nel 2016 risultati particolarmente soddisfacenti. Il ricavo netto è cresciuto del 15,4%, toccando quota 12,2 miliardi di franchi. Il gruppo Transgourmet in particolare ha ottenuto ottimi risultati, crescendo del 14,5% e rafforzando la sua posizione di seconda azienda europea nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso.

Gli eventi principali del 2016 per Transgourmet sono stati l'introduzione di una marca propria sostenibile per l'intero gruppo e l'espansione verso l'Austria. Rilevando l'azienda leader di mercato nella fornitura di prodotti di gastronomia abbiamo allargato la nostra attività a un nuovo paese e sviluppato in modo decisivo la nostra strategia.

Nel 2016, anche il gruppo Bell, tra le aziende leader in Europa nella lavorazione della carne e di prodotti convenience, ha ampliato le proprie competenze grazie a nuove acquisizioni. Nel settore Produzione, gli avvenimenti principali sono stati la costruzione del nuovo silo per cereali di Swissmill e l'apertura della nuova panetteria industriale e pasticceria di Schafisheim.

Nel 2016 abbiamo investito notevoli risorse nell'ampliamento delle competenze online e puntato sistematicamente sulla combinazione tra commercio stazionario e online. Il ricavo netto dell'intero gruppo relativo al commercio online è stato di 1,4 miliardi di franchi, con una crescita del 14,6%.

La digitalizzazione offre numerose nuove opportunità e rappresenta una sfida importante per noi e i nostri collaboratori. Per il futuro intendiamo puntare sempre meno sui metodi convenzionali, per investire maggiormente in formati e concept innovativi e all'avanguardia. Ci riusciremo sicuramente grazie all'impegno dei nostri circa 85.000 collaboratori. A loro va il nostro particolare ringraziamento.



Hansueli Loosli
Presidente del Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter
Presidente della Direzione generale

Tappe principali nel 2016



Gennaio

Transgourmet si espande in Austria

Transgourmet rileva il 100% dell'austriaca C+C Pfeiffer. L'azienda è leader di mercato nella gastronomia all'ingrosso in Austria. Con questa acquisizione, Transgourmet fonda la nuova società nazionale Transgourmet Österreich, operando così complessivamente in sette paesi.

Febbraio

Impegno per la sostenibilità pluripremiato

Coop ottiene il premio speciale «Strategia aziendale» del Watt d'Or 2016 per la sua visione nel campo dell'energia e delle emissioni di CO₂. Il prestigioso premio svizzero nel settore dell'energia è assegnato ogni anno dall'Ufficio federale dell'energia.

Coop è all'avanguardia anche in tema di benessere degli animali. Si classifica infatti nel gruppo di testa nel «Business Benchmark on Farm Animal Welfare», unico rivenditore svizzero tra i 90 leader internazionali del mercato alimentare.

Marzo

Bell rileva Hubers

Il gruppo Bell è determinato a crescere a lungo termine e acquisisce l'azienda austriaca Hubers, specializzata nella produzione di pollame di alta qualità.

Aprile

Partecipazione maggioritaria al gruppo Update Fitness

Con una quota del 51%, il Gruppo Coop acquisisce la partecipazione maggioritaria del gruppo Update Fitness, prendendo piede in un settore di attività con ampio potenziale di crescita. L'azienda, che opera nel settore del fitness, è leader di mercato nella Svizzera orientale.



Maggio

Bell rileva Eisberg

Grazie all'acquisizione dell'azienda Eisberg, specializzata nella produzione di insalate pronte, con sede a Dänikon, il gruppo Bell espande la propria attività in questo segmento di prodotti.

Lancio nazionale di Siroop.ch

Si conclude la fase sperimentale a livello regionale di Siroop.ch, iniziata a novembre 2015. La prima piattaforma aperta di vendita online della Svizzera, nata da una joint venture tra Coop e Swisscom, è finalmente online in tutta la Svizzera tedesca.

Ampliamento della Direzione generale di Coop

Coop fonda la nuova Direzione Informatica/Produzione/Servizi. Grazie a questa riorganizzazione, i tre settori entrano a far parte della Direzione generale e acquisiscono una maggiore rilevanza strategica.

Introduzione della marca Veganz e sviluppo della marca propria Karma

Coop stringe una partnership esclusiva con l'azienda tedesca Veganz e arricchisce l'assortimento della marca propria Karma. In questo modo, Coop rafforza la propria leadership nel settore degli alimenti vegani e vegetariani.

Giugno

Apertura del più grande centro logistico

Il nuovo e modernissimo centro logistico Coop a Schafisheim è operativo. Qui si trovano la più grande panetteria e pasticceria della Svizzera, una centrale nazionale di distribuzione surgelati e una centrale di distribuzione regionale. Con questo progetto edile all'avanguardia, Coop compie un salto di qualità in materia di logistica e sostenibilità.

Rinnovamento di quattro shop online

Coop incrementa la propria competenza nel commercio online, rinnovando in chiave ultramoderna gli e-shop di Coop@home, Import Parfumerie, Toptip e Lumimart.



Luglio

Transgourmet Österreich: certificazione per la gestione ambientale
L'azienda leader di mercato nella gastronomia all'ingrosso è l'unico distributore di generi alimentari austriaco in assoluto a ricevere la certificazione ai sensi del rigido standard ISO 14001 per i sistemi di gestione ambientale.

Agosto

Quota record di successi agli esami finali di apprendistato
1010 giovani, pari al 99% degli apprendisti Coop in Svizzera, concludono felicemente il loro periodo di formazione. Il Gruppo Coop, secondo maggior offerente di posti di apprendistato, alla fine del 2016 conta un totale di 2862 apprendisti assunti in tutta la Svizzera.



Settembre

Anniversario di tre formati specializzati
Ing. dipl. Fust SA, azienda specializzata in elettrodomestici, festeggia il 50° anniversario, Coop Edile+Hobby, leader nel settore dei mercati edili in Svizzera, compie 40 anni e anche Import Parfumerie celebra il 40° anniversario nel 2016.

Nuovi concept di take-away Zopf & Zöpfli e Marché Express

Betty Bossi e Marché Ristoranti Svizzera SA lanciano un concept di take-away completamente nuovo: Zopf & Zöpfli, che propone trecce di pane fresco in diverse varianti. Poco tempo dopo, Marché realizza Marché Express, un altro concept innovativo di ristorazione rapida.



Ottobre

Bell Svizzera rileva Cher Mignon e Geiser AG
Bell Svizzera rileva Cher-Mignon SA, impresa vallesana del settore degli insaccati e Geiser AG, azienda specializzata nella fornitura dell'industria gastronomica svizzera.

Aiuto alle vittime dell'uragano

Coop, in collaborazione con la Croce Rossa Svizzera, devolve 200.000 franchi per aiuti immediati ad Haiti.

La Stampa Coop incrementa il numero di lettori

La rivista Cooperazione, nelle sue tre varianti linguistiche, vede crescere il numero degli abbonati e dei lettori, confermandosi la rivista per consumatori più letta in Svizzera.



Novembre

Inaugurazione della prima stazione di rifornimento pubblica di idrogeno
Coop investe in un sistema di mobilità futuristico e inaugura a Hunzenschwil (AG) la prima stazione di rifornimento pubblica di idrogeno della Svizzera. La produzione di idrogeno avviene senza emissione di CO₂ e sostanze nocive. Al tempo stesso, Coop introduce nella propria flotta di veicoli il primo camion a idrogeno.



Dicembre

Il supermercato del futuro
Coop apre ad Altstätten e a Zumikon i primi due supermercati secondo il nuovo concept dei negozi 2025+. L'idea principale è quella di creare un'atmosfera che ricordi un mercato e offrire ancora più prodotti freschi. Per la realizzazione del concept, Coop ha creato un negozio di prova, invitando la clientela a provare questo nuovo modo di fare acquisti.



Transgourmet amplia le proprie competenze enologiche

Transgourmet Svizzera rileva all'inizio di gennaio 2017 la Weinkeller Riegger AG, che conta un assortimento completo di quasi mille vini. Già a maggio aveva acquisito la Casa del Vino SA, l'importatore generale delle migliori bodega spagnole.

Acquisizione del gruppo Aperto

All'inizio di gennaio 2017, il Gruppo Coop rileva il gruppo svizzero Aperto, che occupa un'ottima posizione in stazioni ferroviarie. Rilevando i negozi, Coop consolida la propria posizione nel mercato dei prodotti convenience.

Strategia e contesto

Nel commercio al dettaglio, il Gruppo Coop si concentra principalmente su una crescita organica in Svizzera. Nel commercio all'ingrosso, invece, con Transgourmet punta a ottenere sia una crescita organica che un'espansione verso nuovi mercati. Con la Produzione, Coop punta alla verticalizzazione di merci d'importanza strategica.

Profilo aziendale

Attività nel commercio al dettaglio nonché nel commercio all'ingrosso e nella produzione

I settori aziendali del Gruppo Coop sono il commercio al dettaglio nonché il commercio all'ingrosso e la produzione. Nel commercio al dettaglio, Coop gestisce in Svizzera, oltre ai supermercati, vari formati specializzati. Con molti di questi formati, il Gruppo Coop si conferma leader di mercato. Il commercio al dettaglio rappresenta circa due terzi del fatturato totale del Gruppo Coop. Nel commercio all'ingrosso, il Gruppo Coop opera con Transgourmet in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia, Austria e Svizzera. Il gruppo Transgourmet è la seconda azienda in Europa in ordine di grandezza nel settore Cash&Carry e Foodservice. Per quanto riguarda la produzione, il gruppo Bell, operante a livello internazionale, è la maggiore azienda del Gruppo Coop. Oltre a Bell, il Gruppo Coop gestisce anche altre aziende di produzione in Svizzera.

Il Gruppo Coop è una società cooperativa

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

Strategie e obiettivi

Orientamento alle linee guida

Il quotidiano operato di Coop e la sua cultura aziendale sono profondamente influenzati da linee guida comuni, dalle missioni delle singole aziende e da una visione comune. I circa 85.000 collaboratori del gruppo condividono un'unica visione ben riassunta dallo slogan «Insieme verso la vetta». Anche le linee guida sono le stesse in tutti i formati di vendita e in tutte le aziende del Gruppo Coop. Esse sono espressione della nostra filosofia lavorativa improntata a vicinanza, varietà, immagine, innovazione e collaborazione. Definite tenendo conto dell'azienda specifica e del formato, le missioni perseguite riflettono il posizionamento all'interno del settore di riferimento e l'orientamento strategico. Con le rispettive missioni, le aziende e i formati contribuiscono a realizzare la visione del Gruppo e a integrare le linee guida.

Espansione e internazionalizzazione

Il Gruppo Coop segue, in tema di espansione e internazionalizzazione, due linee di orientamento. Nel commercio al dettaglio punta a ottimizzare in modo mirato la rete di vendita in Svizzera e a cogliere le tendenze più attuali adeguando il proprio assortimento e lanciando nuovi formati. In questo modo, il Gruppo Coop rafforza la propria posizione sul mercato interno. Nel commercio all'ingrosso, il gruppo vuole accedere a nuovi mercati in Europa, per ampliare così la posizione sul mercato del gruppo Transgourmet. Per riuscirci, si impegna sia per una crescita organica sia sul fronte delle acquisizioni.

Verticalizzazione

Per prodotti di particolare importanza strategica, Coop punta sulla verticalizzazione: questo vale sia per i prodotti di macelleria con il gruppo Bell, che per l'acqua con Pearlwater, per i cereali con Swissmill, per la cioccolata con Chocolats Halba e per il riso con Reismühle Brunnen. Integrando nella propria attività le aziende di produzione, Coop può inoltre reagire in tempi rapidi a nuove tendenze. Ad esempio, grazie alla partecipazione maggioritaria di Bell a Hilcona, Coop ha rafforzato la sua leadership nel settore dei prodotti convenience e ha sviluppato una propria linea di prodotti per vegetariani. I settori aziendali Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione collaborano intensamente e sfruttano sinergie nell'approvvigionamento o nella logistica. Inoltre, le aziende di produzione fabbricano prodotti destinati al commercio al dettaglio e all'ingrosso. L'obiettivo è quello di sfruttare al meglio il potenziale esistente in termini di sinergie per raggiungere un livello di efficienza ancora maggiore e favorire così prezzi ancora più vantaggiosi per i consumatori.

Strategia cross channel

Mentre nel settore alimentare il commercio stazionario continua a mantenere un ruolo prioritario, l'acquisto di prodotti Non Food si sta spostando sempre di più sul web. Il Gruppo Coop ha intuito tempestivamente questa tendenza, decidendo di puntare quindi sul cross channel, ossia sulla combinazione tra commercio stazionario e online. In quest'ottica, quasi tutti i formati specializzati gestiscono un proprio shop online. La merce ordinata online può essere consegnata a domicilio oppure ritirata personalmente presso il punto di vendita del rispettivo formato specializzato o un punto di ritiro. Grazie all'estesa rete di vendita, il Gruppo Coop può incrementare il numero dei punti di ritiro sul territorio svizzero.

Il Gruppo Coop gestisce complessivamente 40 shop online, di cui 24 nel settore Commercio al dettaglio e 16 nel settore Commercio all'ingrosso/Produzione.

Strategia di approvvigionamento

Il Gruppo Coop promuove, soprattutto in Svizzera, gli acquisti regionali e locali. Un ruolo centrale è affidato alla sostenibilità, sia nell'approvvigionamento di merci provenienti dall'estero che dal territorio nazionale. Sono numerosi, infatti, i progetti con elevati standard sociali e ambientali, realizzati da Coop in particolare in collaborazione con produttori di paesi emergenti e in via di sviluppo. Tali progetti consentono al gruppo anche di stabilizzare il reddito e la produzione in tali paesi.

Per l'approvvigionamento di prodotti Food e Non Food dall'Asia, il Gruppo Coop si affida alla propria affiliata Eurogroup Far East Ltd, che aiuta inoltre i partner commerciali di Coop in Estremo Oriente ad applicare standard sociali e ambientali. Dell'approvvigionamento di frutta e verdura da Italia e Spagna si occupa, invece, la società affiliata di Coop Alifresca.

Data la crescente importanza delle cooperazioni internazionali per gli acquisti, Coop fa parte dell'alleanza internazionale d'acquisti Alidis. Di Alidis fanno parte anche Edeka (Germania), Groupement des Mousquetaires (Francia), meglio conosciuta come Intermarché, ed Eroski (Spagna). Alidis è una delle più importanti alleanze d'acquisti internazionali in Europa.

Strategia di qualità

Per Coop, la gestione della qualità è una disciplina che comprende ogni singolo processo della catena produttiva che incide sulla qualità dei prodotti. In ogni fase della catena produttiva è fondamentale rispettare integralmente i requisiti qualitativi e di sicurezza dettati dalla legge, e tutti gli ulteriori standard specifici stabiliti da Coop. Per riuscirci, è fondamentale il ruolo dei partner commerciali di Coop e soprattutto quello dei suoi collaboratori. Coop seleziona partner commerciali affidabili, che soddisfano i requisiti di qualità e vantano processi produttivi certificati secondo standard internazionali. Per garantire il rispetto delle normative in vigore, Coop ha sviluppato, inoltre, progetti di controllo per le marche proprie e label. Oltre alle attività di controllo interne svolte da esperti dell'assicurazione qualità, Coop porta avanti la collaborazione con organismi di controllo indipendenti.

Processo di definizione degli obiettivi

Affinché le strategie a lungo termine generino anno dopo anno misure efficaci, il Gruppo Coop ha adottato nel 2001 un processo unitario di definizione degli obiettivi di tipo top-down. Ogni anno, il Gruppo Coop definisce gli obiettivi sovraordinati che valgono per tutto il gruppo, sulla base dei quali

sviluppa misure concrete a tutti i livelli operativi. Nell'ottica di intensificare incessantemente il suo impegno a favore della sostenibilità, il Gruppo Coop ha definito per tutte le divisioni aziendali degli obiettivi pluriennali in linea con i tre pilastri della strategia di sostenibilità.

Scenario economico e politico

Il commercio al dettaglio svizzero continua a registrare cifre negative

Anche nel 2016 il fatturato nominale del commercio al dettaglio è stato inferiore rispetto all'esercizio precedente. Il commercio al dettaglio ha continuato a subire gli effetti negativi dell'abolizione della soglia minima di cambio con l'euro. L'umore dei consumatori è rimasto teso e il turismo degli acquisti ha continuato a registrare cifre notevoli. Anche il calo di visitatori stranieri nelle zone di montagna ha avuto ripercussioni negative sui fatturati. Il crollo dei prezzi è stato un po' più contenuto, in particolare nel settore Non Food.

Nuovo diritto in materia di derrate alimentari: una revisione moderata e importante

Coop accoglie con favore la revisione della legislazione in materia di derrate alimentari approvata dal Consiglio federale a fine 2016. Le proposte in materia di etichettatura dei prodotti alimentari, indicazione del paese di produzione, ordinanza sui cosmetici e dichiarazione degli allergeni nei prodotti venduti al banco sono moderate e utili. Le regolamentazioni non hanno ripercussioni finanziarie eccessive sulle aziende coinvolte, garantendo al contempo un elevato grado di trasparenza nei confronti dei clienti. Coop è lieta, inoltre, che tale revisione abbia contribuito ad abbattere ulteriormente le barriere commerciali con l'UE.

Iniziative per la sicurezza alimentare che fanno parlare di sé

Nel 2016, il tema della sicurezza alimentare è stato al centro di un ampio dibattito. Tre iniziative («Per la sicurezza alimentare», «Per alimenti equi» e l'iniziativa di Uniterre) mirano a promuovere il più possibile l'autoapprovvigionamento della Svizzera. Coop è sfavorevole a tali iniziative, poiché provocherebbero un aumento dei prezzi e una riduzione dell'assortimento, andando a limitare eccessivamente la libertà di mercato. Le iniziative segnerebbero un passo indietro per il settore svizzero dell'agricoltura, che grazie alla Politica agricola 2014–2017 ha già ottenuto condizioni favorevoli. Questo contesto è in grado di favorire sempre più un comparto agricolo sostenibile e orientato al mercato.

Attenzione alle materie prime critiche e alla chiusura dei cicli dei materiali

Coop si è dichiarata sfavorevole anche rispetto all'iniziativa popolare «Economia verde», poiché fissava obiettivi irraggiungibili. In linea di principio, Coop è tuttavia certamente a favore di un'economia sostenibile; pertanto presta un'attenzione sempre maggiore alle materie prime critiche da un punto di vista ecologico e mira a chiudere i cicli di determinati materiali.

Sviluppi nel commercio all'ingrosso e nell'industria

Anche il commercio all'ingrosso e l'industria hanno risentito della debole domanda in Svizzera. Il commercio all'ingrosso di generi alimentari è stato sfavorito dal calo di fatturato dell'industria gastronomica svizzera. L'industria svizzera ha continuato a soffrire per via della pressione sui costi e sui margini. In Europa, il commercio all'ingrosso e il settore industriale hanno beneficiato della ripresa dell'economia. Un ruolo chiave in tal senso è da attribuirsi al consumo privato, che ha beneficiato delle cifre positive sull'occupazione, del calo della disoccupazione e del rafforzamento del potere d'acquisto favorito dal calo del prezzo del petrolio. L'economia russa ha continuato a subire una certa contrazione.

La sostenibilità al di sopra di tutto

La sostenibilità fa parte del DNA aziendale di Coop e confluisce in tutte le strategie rilevanti. L'attenzione è rivolta in particolare agli assortimenti sostenibili, all'efficienza delle risorse, alla tutela del clima così come all'impegno per i collaboratori e per progetti a sfondo sociale.

Forte radicamento della sostenibilità

Dopo 25 anni di intenso confronto sul tema della sostenibilità si può affermare, metaforicamente parlando, che è ormai parte del DNA aziendale di Coop. Il Gruppo Coop ha fortemente radicato la sostenibilità nei propri statuti, nelle proprie linee guida e nelle missioni, integrandola all'interno di tutte le strategie e dei processi rilevanti. Gli obiettivi di sostenibilità trovano per esempio espressione in un processo globale di definizione degli obiettivi, nella formazione del personale, nei processi e negli iter operativi.

Grazie a un approccio sostenibile di ampio respiro, il Gruppo Coop intende distinguersi nei diversi mercati offrendo prestazioni supplementari. In questo modo Coop garantisce, inoltre, che i crescenti requisiti imposti dalla società e dalla politica siano implementati con efficacia e credibilità in tutta l'attività aziendale.

Coop riferisce delle numerose misure intraprese nel settore della sostenibilità in particolare nella rivista [Cooperazione](#), sulla piattaforma Internet [fatti-non-parole.ch](#), nel «[Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità](#)» pubblicato ogni anno e nel presente rapporto di gestione del Gruppo Coop.

Concentrazione su settori essenziali

Gli sforzi nell'ambito della sostenibilità di Coop si concentrano su quei settori in cui è certa di poter ottenere un grande effetto leva. Tali settori sono definiti da analisi interne e risultano avere un'elevata



rilevanza sociale, ecologica ed economica. Per definire i punti chiave nei quali intervenire, Coop si avvale di una pluralità di strumenti: screening dell'assortimento, bilanci ecologici, sistemi di controllo dei rischi o dialoghi con gli stakeholder. Anche le aspettative sociali e le richieste di natura politica rivestono un ruolo cruciale nella scelta dei settori nei quali agire. I campi essenziali d'intervento si riflettono nel progetto strategico Sostenibilità di Coop fondato su tre pilastri.

Pilastro 1: Assortimenti sostenibili

Coop si adopera per il rispetto di severi standard minimi lungo l'intera catena del valore. Il suo impegno si traduce anche in progetti d'approvvigionamento avveniristici e in partnership di lungo periodo a sostegno dell'agricoltura biologica, del commercio equo e solidale, della promozione del benessere degli animali e della conservazione della biodiversità. Coop promuove la sostenibilità dei consumi attraverso prodotti e assortimenti particolarmente responsabili, un'informazione al consumatore mirata e misure pubblicitarie di diversa natura.

Pilastro 2: Efficienza delle risorse e tutela del clima

Anche lo sfruttamento efficiente di risorse e di energia concorre alla tutela dell'ambiente e all'abbattimento dei costi. Gli sforzi di Coop si concentrano sulla riduzione dei consumi energetici e sul sempre maggiore ricorso alle energie rinnovabili, nonché sull'attuazione sistematica della visione «CO₂ neutrale entro il 2023». Altri temi di rilievo sono l'ottimizzazione degli imballaggi, la riduzione del volume di rifiuti, una gestione idrica responsabile e un'edilizia sostenibile. Coop riserva particolare attenzione ai settori della logistica e del trasporto merci.

Pilastro 3: Collaboratori e società

Il pilastro tre include l'impegno di Coop a favore dei collaboratori e i progetti a sfondo sociale rilevanti per la società. La formazione degli apprendisti, un moderno contratto collettivo di lavoro unificato su scala nazionale e piani previdenziali di ampio respiro sono solo alcuni dei principali vantaggi offerti da Coop come datore di lavoro. Attraverso il sostegno alle organizzazioni «Tavola Svizzera» e «Tavolino Magico», Coop fornisce un importante contributo a una gestione responsabile dei generi alimentari. Di centrale importanza sono anche l'impegno tramite il Padrinato Coop per le regioni di montagna e la collaborazione con partner strategici come la Croce Rossa Svizzera (CRS).

Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile

Tramite il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, Coop finanzia progetti attinenti a tutti e tre i pilastri, promuovendo soluzioni innovative in campi importanti sul piano sociale ed ecologico e fornendo così soluzioni pionieristiche a favore della sostenibilità. Un altro obiettivo prioritario è la sensibilizzazione dell'opinione pubblica nei confronti di un consumo sostenibile, nonché il sostegno di progetti per i collaboratori e per la società. Il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile dispone di almeno 16,5 milioni di franchi all'anno.

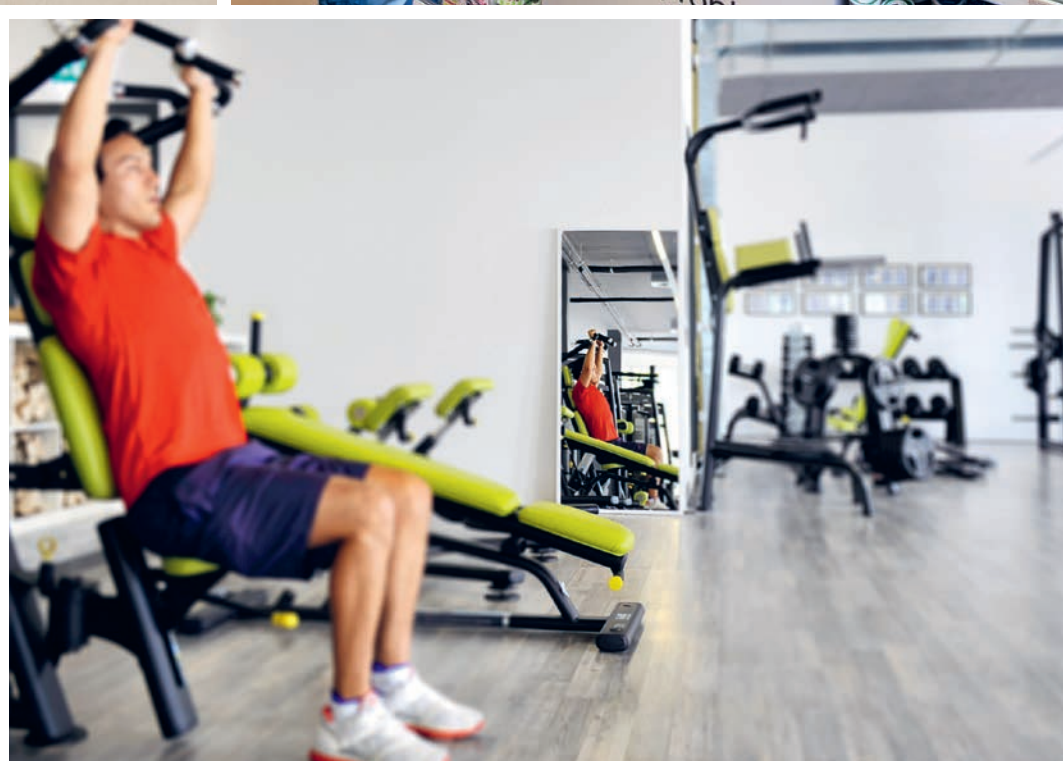
Radicalamento strategico nel commercio all'ingrosso e nella produzione

Tutte le imprese del gruppo Transgourmet e le principali aziende di produzione Coop dispongono di proprie strategie di sostenibilità conformi al progetto strategico di Coop in materia e tengono conto delle specificità dei settori alle quali si rivolgono, ma anche alle realtà dei mercati più importanti.

Obiettivi pluriennali dal 2014 al 2020

Nel 2013, la Direzione generale del Gruppo Coop ha approvato gli obiettivi pluriennali sulla sostenibilità dal 2014 al 2020. I campi tematici di carattere generale in essi sanciti valgono per l'intero Gruppo Coop. Gli obiettivi concreti e, ove possibile, quantificabili entro il 2020 si concentrano sulle leve essenziali della sostenibilità e interessano i settori Commercio al dettaglio, Commercio all'ingrosso e Produzione. Nel 2016, gli obiettivi per tutti i settori sono stati accuratamente verificati e, dove necessario, adeguati. Gli obiettivi pluriennali quantitativi sono stati suddivisi in obiettivi di riferimento annuali che, insieme a quelli economici, confluiscono nel consolidato processo annuale di definizione degli obiettivi del Gruppo Coop. La partecipazione agli utili del management è subordinata in parte al raggiungimento di tali obiettivi di sostenibilità.

Lo stato di avanzamento viene comunicato nel «Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità», pubblicato online ogni anno a maggio su www.coop.ch/sost-rapp.





Settore aziendale Commercio al dettaglio

Coop si concentra sulle famiglie e crea il supermercato del futuro. L'intento a lungo termine, tradotto in obiettivi concreti, è quello di acquistare in modo ancora più sostenibile. I formati specializzati si concentrano ad ampliare le competenze online, e con l'inaugurazione della centrale di distribuzione di Schafisheim si conclude il più grande progetto edilizio della storia di Coop.

Nel 2016, il Gruppo Coop ha realizzato nel commercio al dettaglio un ricavo netto di 17,2 miliardi di franchi. Quindi, malgrado le numerose riduzioni di prezzo, il commercio al dettaglio, senza carburanti e combustibili, è riuscito a raggiungere il livello dello scorso anno.

Formati di vendita e offerta

Il Gruppo Coop gestisce nel settore Commercio al dettaglio sia supermercati sia numerosi formati specializzati adatti alle esigenze di ogni cliente. A fine 2016, il gruppo contava 2250 punti di vendita su tutto il territorio svizzero, 52 in più rispetto all'anno precedente. Coop si distingue, inoltre, per un'ampia offerta di shop online e per la sistematica interazione tra commercio stazionario e commercio online (cross channel). Oltre ai punti di vendita, quasi tutti i formati specializzati di Coop dispongono anche di propri shop online. I 24 shop online nel settore del commercio al dettaglio hanno registrato nel 2016 una crescita del 10,9% rispetto all'anno precedente.

17,2 miliardi di CHF
di ricavo netto nel
commercio al dettaglio

Coop attribuisce particolare importanza strategica ai suoi assortimenti sostenibili. Nel 2016, il fatturato realizzato nel commercio al dettaglio con prodotti sostenibili è ammontato a 3,5 miliardi di franchi, con un aumento del 6,3% rispetto all'anno precedente (maggiori dettagli su www.coop.ch/sost-rapp). Il solo fatturato dei prodotti biologici è stato di 1,2 miliardi di franchi, con un aumento del 7,0% rispetto all'anno precedente.

Supermercati

Il ricavo netto dei supermercati Coop si è attestato nel 2016 a 10,3 miliardi di franchi. A fine 2016, Coop gestiva 876 supermercati su tutto il territorio svizzero, per una superficie di vendita complessiva di 972.783 m². Nell'anno in esame, sono stati aperti 28 punti di vendita mentre otto sono stati chiusi. Nel 2016, Coop ha conquistato nuovamente ulteriori clienti: la frequenza della clientela nei supermercati è aumentata del 2,6%. I supermercati sono inoltre riusciti a conquistare nuove quote di mercato, soprattutto nel settore dei prodotti freschi.

Con «Coop to go», Coop gestisce da agosto 2015 un concept di negozi completamente orientato al consumo di pasti fuori casa freschi e veloci. Nel 2016, l'offerta di Coop to go si è arricchita di nuovi prodotti convenienze freschi e fatti in casa; presso il Neustadt-Passage a Zugo e nella stazione di Baden sono stati inaugurati i primi punti di vendita fuori dalla città di Zurigo. A fine 2016, Coop to go contava in totale sette punti di vendita.

Numerose attività per una maggiore attenzione alle famiglie

Anche nel 2016, l'impegno di Coop si è concentrato sulle famiglie traducendosi in diverse misure sviluppate in funzione di queste ultime e dei bambini. Grazie all'introduzione di Fun-Cabrio, la macchinina per bambini posta davanti al carrello, i più piccoli possono accompagnare mamma e papà a fare la spesa e addirittura aiutarli alle nuove casse per famiglie. Presso i punti di vendita di Bachenbülach, Silbern e Berna Wankdorf, oltre alle casse tradizionali Coop ha installato le prime casse per famiglie ad altezza di bambino decorate con immagini di Jamadu. Entro la primavera 2017, Coop intende mettere a disposizione una cassa per famiglie in tutti gli ipermercati. A ciò si affianca l'impegno di Coop per semplificare i parcheggi, in particolar modo per i genitori: per questo nelle sedi dotate di ampi spazi è presente un maggior numero di parcheggi più larghi pensati per le auto famigliari. Entro la fine del 2017 saranno realizzati parcheggi per le famiglie in più del 50% dei punti di vendita. Nel 2016, nei Ristoranti Coop sono stati organizzati nuovi eventi dedicati ai più piccoli: dalla decorazione del coniglio pasquale a quella del panpepato. Coop ha inoltre iniziato a integrare nei primi ristoranti nuove aree gioco.

La grande importanza accordata alle famiglie si riflette anche nelle attività di sponsorizzazione di Coop, che ad esempio nel 2016 ha sviluppato insieme alla Federazione Svizzera di Ginnastica il programma «Coop Mukihit» per la ginnastica madre-padre-bambino. Coop ha poi raggiunto un nuovo record di visitatori con «Coop Andiamo» di Svizzera in movimento. L'evento dedicato all'attività fisica per tutta la famiglia ha entusiasmato nel 2016 complessivamente 22.000 partecipanti in cinque sedi. Oltre a queste iniziative, Coop ha sostenuto la piattaforma per famiglie della Croce Rossa Svizzera, organizzato l'Hello Family Tour degli Schwiizergoofe, promosso i musical per bambini e ha organizzato un'altra giornata Hello Family con 5000 partecipanti nel Museo dei Trasporti di Lucerna che ha riscosso un grande successo.

Il Club Hello Family ha di nuovo ampliato notevolmente il proprio ventaglio di attività nel 2016, pubblicando due riviste Hello Family e stipulando nuove partnership per offerte esclusive dedicate al tempo libero. A fine 2016, il Club Hello Family contava circa 1,5 milioni di soci registrati, di cui 458.000 famiglie, facendo segnare così una netta crescita rispetto all'anno precedente.

Coop crea il supermercato del futuro

Mossa da un profondo spirito innovativo, Coop sviluppa continuamente nuove idee per soddisfare ancora meglio le esigenze dei clienti e realizzare di conseguenza il supermercato del futuro. Nel 2016 Coop ha lanciato il nuovo concept dei negozi 2025+ e ha creato in questo contesto a Berna-Schönbühl un negozio sperimentale con una superficie di circa 1000 m². Nel giro di pochi mesi è nato un supermercato all'insegna della novità: nuovo design, nuovi mobili e dispositivi, nuovo sistema di identificazione e nuova zona casse. L'idea principale è quella di creare un'atmosfera che ricordi un mercato e offrire ancora più prodotti freschi. Nel concreto, tra le altre cose Coop ha rinnovato il design dei banchi della carne, dei formaggi e del pesce e ha iniziato a incrementare il numero di panetterie che sfornano il pane direttamente sul posto.

Una volta ultimato, il negozio sperimentale è stato testato da 450 visitatori selezionati in tutta la Svizzera. I clienti hanno potuto effettuare acquisti reali e descrivere poi le loro esperienze. Sulla base dei risultati, Coop ha ulteriormente sviluppato il concept dei negozi 2025+. A fine 2016, i primi due supermercati Coop, ad Altstätten e a Zumikon, sono già stati convertiti al nuovo concept; entro la fine del 2017 i negozi dovrebbero essere all'incirca 45.

Obiettivi chiari nel settore dell'approvvigionamento sostenibile

Coop ha identificato 14 materie prime critiche, la cui produzione può avere pesanti ripercussioni sull'uomo, gli animali e l'ambiente. Per acquistare in futuro tali materie prime in modo ancora più sostenibile, Coop ha

100%

di pesce e frutti di mare
provenienti da fonti
sostenibili

analizzato i rischi principali che possono insorgere durante l'approvvigionamento. Nel 2016, Coop ha inoltre definito per tutte le 14 materie prime obiettivi chiari e cifre chiave da raggiungere entro il 2020. Per il cacao, ad esempio, il rischio principale è che la pressione dei prezzi si ripercuota negativamente sulle condizioni di lavoro dei piccoli coltivatori e incentivi il disboscamento e lo sfruttamento minorile. Grazie alla certificazione di Fairtrade Max Havelaar e alla Gemma di Bio Suisse, Coop può garantire che il cacao proviene da coltivazioni ecosostenibili e che i piccoli coltivatori vengono pagati in modo equo. Alla fine dell'anno, la quota di cacao bio e del commercio equo e

solidale nei prodotti di marca propria Coop contenente una significativa percentuale di cacao è stata del 86%. Entro il 2020 questa quota dovrà raggiungere il 100%.

Coop ha definito obiettivi precisi anche nel settore della carne e del pesce. Dato che all'estero la legislazione sulla protezione degli animali è nettamente meno severa rispetto a quella svizzera, nel 2016 Coop, in collaborazione con i fornitori esteri, ha avviato una produzione di polli che soddisfa i requisiti svizzeri. Già oggi gran parte delle aziende estere coinvolte nel progetto rispettano gli standard SSRA (sistemi di stabulazione particolarmente rispettosi degli animali). Nel 2016, Coop ha applicato gli standard SSRA anche agli allevamenti di tacchini da ingrasso. Da febbraio 2016, la carne fresca di tacchino di marca propria Coop (escl. Prix Garantie) proviene da allevamenti conformi agli standard SSRA. Coop ha conseguito un grande successo nella vendita del pesce: da dicembre l'intero assortimento di pesce e frutti di mare proviene al 100% da fonti sostenibili. Ciò significa che tutte le specie di pesci sono state classificate dal WWF come «consigliate con cautela» o «consigliate». Il 64% del pesce proveniente dalla pesca di cattura soddisfa i requisiti dello standard Marine Stewardship Council (MSC) e circa il 33% del pesce di allevamento adempie alle direttive di Bio Suisse.

Anche le aziende di produzione Coop stabiliscono obiettivi riguardo all'approvvigionamento sostenibile delle materie prime critiche, e il gruppo Transgourmet ne monitora la messa in atto.

Coop riduce il consumo dei sacchetti di plastica

Il 22 settembre 2016, il Consiglio degli Stati ha respinto la mozione relativa al divieto di distribuzione di sacchetti di plastica usa e getta. Per contro, nel quadro di una soluzione settoriale volontaria, Coop si è impegnata a rinunciare in futuro a distribuire gratuitamente i sacchetti di plastica usa e getta. A ottobre 2016, Coop ha introdotto in una prima fase i sacchetti a pagamento in dieci punti di vendita della città di Zurigo. Il progetto pilota è servito ad analizzare e ottimizzare le nuove procedure introdotte alla cassa. Da metà febbraio 2017, Coop distribuirà alle casse di circa 880 supermercati in tutta la Svizzera i sacchetti di plastica usa e getta al costo di cinque centesimi, con l'obiettivo di ridurre il consumo dell'80%. Inoltre, i sacchetti sono ora composti al 100% da materiale riciclato. Il ricavato della vendita dei sacchetti di plastica confluisce nel Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, con cui Coop sostiene progetti innovativi e sostenibili.

Varietà dell'assortimento

In tutti i formati di vendita, Coop offre non solo la più ampia selezione di articoli di marca nazionali e internazionali, ma anche tantissimi prodotti di marca propria adatti alle esigenze di ogni cliente.

MARCHE PROPRIE E LABEL DI QUALITÀ SOSTENIBILI



MARCHE PROPRIE PER GRUPPI TARGET SPECIFICI



MARCHE PROPRIE STANDARD



➔ Per maggiori informazioni sulle marche proprie Coop, consultare la pagina www.coop.ch/labels.

Nel solo commercio di generi alimentari offre la più grande varietà di assortimento di tutta la Svizzera con oltre 40.000 prodotti nel settore Food e Non Food. Parallelamente alle marche proprie e ai label di qualità sostenibili, Coop gestisce altre marche proprie che le consentono di soddisfare le variegate esigenze dei clienti e di offrire un rapporto qualità/prezzo ottimale.

Espansione della leadership con prodotti sostenibili

Nel 2016, Coop è riuscita a espandere la leadership nella vendita di prodotti che soddisfano i più elevati standard di sostenibilità. Con una crescita del 6,3%, Coop ha nettamente incrementato il fatturato della marca propria bio Naturaplan a oltre 1 miliardo di franchi. Il gruppo ha lanciato 81 novità Naturaplan, tra cui una piccola selezione di prodotti Demeter svizzeri. Anche il fatturato dei prodotti Oecoplan, il 91% dei quali è consigliato dal WWF, è aumentato rispetto all'anno precedente. Soddisfacente anche il posizionamento dei prodotti tessili e dei cosmetici Naturaline. Melanie Winiger ha presentato insieme a sua madre la nuova collezione pensata per i giovani o chi si sente tale. Molti cosmetici sono stati certificati dalla Vegan Society, essendo conformi ai relativi standard vegani. Sotto la marca Ünique, nel 2016 Coop ha commercializzato 906 tonnellate di verdura e frutta fuori norma. Con l'acquisto di 323 tonnellate di patate «imperfette», Coop ha fortemente sostenuto i coltivatori di patate svizzeri, oltre

Oltre **1 miliardo** di CHF
di fatturato con Naturaplan

a evitare sprechi di generi alimentari. Coop ha inoltre sostituito altri assortimenti con prodotti del commercio equo e solidale, tra i quali gelati e frutta secca. A fine anno, Coop contava in tutti i formati 730 prodotti certificati Fairtrade. Il fatturato è aumentato del 19% circa attestandosi a 397 milioni di franchi.

Coop sostiene i contadini nella conversione al bio

Mentre da tempo la vendita dei prodotti biologici si evolve in modo molto dinamico, la percentuale di agricoltura biologica in Svizzera si trova da qualche anno in una fase di stagnazione. Per questo Coop ha incoraggiato attivamente la conversione all'agricoltura biologica delle aziende agricole tradizionali anche nel 2016. Coop acquista ad esempio prodotti dai contadini a condizioni bio già durante la fase di transizione biennale. Coop offre questi prodotti nell'assortimento di Naturaplan con la dicitura «Ottenuto nel quadro della conversione all'agricoltura biologica» e la Gemma di conversione di Bio Suisse. Ogni anno, Coop sostiene inoltre finanziariamente la Giornata svizzera della campicoltura bio di Bio Suisse: un'occasione in cui i contadini possono informarsi sullo stato attuale della ricerca e della tecnologia nel settore dell'agricoltura biologica e convincersi a convertirsi al bio. Questo progetto è finanziato dal Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile.

Ampliamenti dell'assortimento delle marche proprie standard e di quelle per gruppi target specifici

Anche nel 2016, Coop ha ulteriormente ampliato gli assortimenti standard e quelli orientati a gruppi target specifici. Con la marca Prix Garantie, Coop ha lanciato prodotti particolarmente amati dalle famiglie, mentre sotto la marca propria Fine Food sono arrivate sugli scaffali 31 novità, tra le quali per la prima volta due superalcolici. A fine anno, già il 95% dei prodotti Fine Food era confezionato con il nuovo design.

Grazie a un nuovo imballaggio moderno, completo di consigli per l'uso, e ad altri prodotti innovativi, nel 2016 Coop ha rafforzato le proprie competenze nel settore dei prodotti da forno con la marca Betty Bossi. Un'ottantina di prodotti sono stati sistematicamente verificati e rielaborati da specialisti culinari.

Continuano inoltre a essere apprezzate la frutta e le verdure Primagusto. Il fatturato di Primagusto è aumentato dell'8% circa a 95 milioni di franchi.

Nel settore Non Food, Coop ha rielaborato e ottimizzato nel corso del 2016 l'assortimento di elettrodomestici impegnandosi a favore di una maggiore valorizzazione delle marche proprie, nell'ambito della quale Satrap è stata completamente riposizionata. In quest'ottica, Coop ha ad esempio ripensato il design dell'imballaggio e delle istruzioni per l'uso rendendoli più moderni e vicini al gusto delle famiglie. In totale sono stati rielaborati e introdotti progressivamente nell'assortimento una cinquantina di prodotti Satrap.

Maggiore varietà di prodotti vegetariani, vegani e senza allergeni

Negli ultimi anni, l'interesse per l'alimentazione vegana e vegetariana è fortemente aumentato. Nel 2016, Coop, rivenditore al dettaglio innovativo e attento alle tendenze, ha ulteriormente ampliato l'assortimento di prodotti con un valore aggiunto sul piano nutrizionale. Con la marca propria Karma, Coop ha aggiunto nei propri scaffali 20 diverse varianti di snack, come ad esempio i prodotti a base di noce di cocco e latte di mandorla. A fine anno, il numero di prodotti Karma è stato raddoppiato e il loro fatturato è aumentato del 73% circa.

Coop ha inoltre lanciato 34 prodotti vegani della marca tedesca Veganz, tra i quali biscotti, scaloppine di soia e zucchero di fiori di cocco estratto dal nettare di cocco. A fine anno, Coop offriva complessivamente 560 prodotti con il logo ufficiale di Swissveg, di cui 372 vegani.

Parallelamente all'offerta vegetariana e vegana, Coop ha ulteriormente ampliato nel 2016 anche l'assortimento di prodotti adatti per le persone allergiche della marca propria Free Form. Uno studio di Coop condotto con il sostegno tecnico di aha! Centro Allergie Svizzera ha evidenziato che le esigenze in termini di trasparenza, varietà e arte culinaria relative agli alimenti sono fortemente aumentate. Per questo Coop ha sviluppato un nuovo sistema di identificazione: i prodotti per persone allergiche si distinguono sugli scaffali per il logo verde Free Form e sono dotati di un label supplementare in cui sono indicati gli allergeni non presenti. Anche i prodotti di marca propria e alcuni articoli di marca privi di glutine, lattosio o altri allergeni sono contrassegnati. A fine 2016, Coop contava 400 articoli contrassegnati per persone allergiche o con intolleranze, che costituiscono il più ampio assortimento nel commercio al dettaglio svizzero.

Impegno a favore di prezzi al consumo equi

Anche nel 2016, Coop ha continuato a impegnarsi per ridurre le differenze di prezzo rispetto ai paesi limitrofi, motivo per il quale ha condotto intense trattative con i propri fornitori, ricorrendo, ove necessario, a importazioni parallele. Grazie a investimenti mirati all'efficienza, in particolare nella logistica, Coop si è ritagliata il margine di manovra necessario per ridurre i prezzi. Nell'anno in esame, Coop ha abbassato i prezzi di oltre 1741 articoli investendo a tal fine complessivamente 31,5 milioni di franchi. Uno dei principali settori su cui Coop ha puntato è stato quello della cura del viso e del corpo: solo in questo ambito ha ridotto in media del 17% i prezzi di oltre 900 articoli.

31,5 milioni di CHF
investiti per ridurre i prezzi

La volatilità dei prezzi delle materie prime ha rappresentato una sfida nel 2016. Sono aumentati i prezzi, tra l'altro, del miele e delle noci. Nel contempo, vi sono stati gruppi merceologici per i quali Coop ha rivisto i prezzi verso il basso grazie al calo dei prezzi delle materie prime, come per il latte o la carne di maiale. Tutti questi adeguamenti di prezzo sono stati pubblicati su Cooperazione.

Formati specializzati

Nel 2016, i formati specializzati del Gruppo Coop hanno totalizzato un ricavo netto complessivo di 6,9 miliardi di franchi. Fortunatamente il Gruppo Coop è riuscito a mantenere o addirittura a espandere la propria quota di mercato in tutti i settori. Coop si è confermata essere particolarmente competitiva nel settore dell'elettronica di consumo, del quale fanno parte i formati specializzati Interdiscount, Microspot.ch, Ing. dipl. Fust e Nettoshop.ch. Il ricavo netto dei quattro formati si è attestato in totale a circa 2 miliardi di franchi (+ 11 milioni rispetto all'anno precedente), consolidando il ruolo di Coop come leader indiscusso in questo mercato.

Attraverso la partecipazione maggioritaria del 51% al gruppo Update Fitness, nel 2016 Coop ha preso piede in un altro mercato promettente. Nel corso degli ultimi dieci anni, la domanda dei clienti di palestre moderne e orientate alla salute è fortemente aumentata in Svizzera. L'acquisizione del gruppo Update Fitness rappresenta per Coop il trampolino di lancio ideale in questo settore di attività dotato di un enorme potenziale di crescita.

Modernizzazione a pieno ritmo dei punti di vendita

Anche nel 2016, i formati specializzati nel commercio stazionario si sono concentrati sulla ristrutturazione dei punti di vendita. Coop City ha ristrutturato altri tre grandi magazzini basandosi sul nuovo concept di negozi «Bellacasa». Nei ristoranti delle filiali di Pfauen di Basilea e St. Annahof di Zurigo è stato applicato il nuovo concept gastronomico, il cui fiore all'occhiello è rappresentato dall'isola freschezza, dove ogni giorno si può trovare una selezione di prelibatezze di stagione.

A marzo, Coop Edile+Hobby ha inaugurato a Volketswil il punto di vendita rimodernato con un nuovo centro di giardinaggio, mentre altri sette mercati sono stati ammodernati.

Toptip ha ristrutturato due negozi di arredamento, mentre Interdiscount ha reso più luminose e accoglienti 63 filiali.

Fust ha proseguito i lavori di modernizzazione dei propri punti di vendita: in totale ne sono stati ristrutturati 62.

The Body Shop ha fornito una nuova veste a 32 delle 50 filiali, e Import Parfumerie ha rimodernato cinque punti di vendita oltre a inaugurarne due nuovi.

Coop lancia sul mercato concept innovativi di ristorazione veloce

Ampliando la propria strategia take-away, nel 2016 il Gruppo Coop ha soddisfatto la crescente esigenza dei clienti di consumare pasti fuori casa che siano sì veloci, ma anche freschi e gustosi. Da un lato, Betty Bossi e Marché Ristoranti Svizzera SA hanno lanciato il nuovo concept take-away Zopf & Zöpflì, incentrato su uno dei prodotti svizzeri preferiti: la treccia. L'offerta comprende diverse varianti di trecce di pane fresco, con e senza farciture, calde e fredde, con carne o vegetariane. Sono intrecciate a mano, vengono sfornate di continuo e farcite direttamente sul posto, dove l'assortimento è completato anche da insalate, müsli e bevande. Il concept e tutte le ricette sono di proprietà di Betty Bossi, mentre la gestione operativa è seguita da Marché Ristoranti Svizzera SA. Il primo take-away Zopf & Zöpflì è stato inaugurato a fine settembre 2016 nel sottopassaggio della stazione di Berna, ma è prevista l'apertura di altre sedi.

Dall'altro lato, Marché Ristoranti Svizzera SA ha aperto a ottobre 2016 il primo Marché Express nella stazione centrale di Zurigo. L'offerta della nuova strategia take-away è orientata al calendario delle stagionalità e si basa su ricette della casa. Marché vanta una lunga esperienza nel settore della ristorazione veloce, e grazie a Marché Express la sua offerta di prodotti freschi non sarà più solo prerogativa di autostrade o aeroporti. A novembre ha già aperto i battenti il secondo Marché Express nella stazione di Zurigo Oerlikon, ed entro il 2020 è prevista l'apertura di altre otto sedi.

Della strategia take-away e dei prodotti convenience fanno parte anche gli shop Coop Pronto e il concept di negozi Coop to go lanciato nel 2015. Inoltre, all'inizio di gennaio 2017 il Gruppo Coop ha rilevato il gruppo svizzero Aperto, che detiene un'ottima posizione per i negozi all'interno di stazioni ferroviarie. Rilevando le sedi di Aperto, Coop può consolidare la propria posizione nel mercato dei prodotti convenience.

Investimenti negli shop online e nelle soluzioni cross channel

Nel 2016, Coop ha ampliato le proprie competenze nel commercio online. Il formato online Coop@home e gli shop online di Import Parfumerie, Toptip e Lumimart piacciono per la loro immagine completamente nuova e ultramoderna. Coop@home ha aperto a dicembre la prima macelleria online del commercio al dettaglio svizzero. Qui i clienti possono scegliere il taglio di carne in base alle proprie esigenze personali

363

punti Pick-up
nei punti di vendita
Coop

e farselo consegnare direttamente a domicilio. Sul sito web di Toptip, i clienti possono creare le combinazioni di mobili che desiderano con l'aiuto di configuratori digitali e ritirarle in una filiale Toptip a loro scelta. In linea con la strategia cross channel, ovvero la combinazione di diversi canali di vendita come sedi di ordinazione e ritiro, Coop ha ulteriormente incrementato il numero di punti di ritiro nel 2016. Nell'ambito di un progetto pilota è anche possibile, per la prima volta, ritirare in un supermercato la merce ordinata online. Si possono per esempio ritirare i prodotti della nuova piattaforma di vendita online Siroop già presso 203 punti Pick-up situati nei supermercati Coop, negli shop Coop Pronto e nelle filiali Interdiscount.

I maggiori investimenti nel commercio online, Coop li ha effettuati nel settore della logistica: nella sede centrale di Interdiscount a Jegenstorf è nato un nuovo centro logistico completamente automatico per Interdiscount e Microspot.ch. L'obiettivo è quello di ampliare ulteriormente la leadership nel settore dell'elettronica di consumo attraverso una maggiore interazione tra commercio online e stazionario. Il nuovo centro logistico sarà prevalentemente utilizzato per lo stoccaggio e la spedizione dell'offerta online e potrà contenere fino a circa 26.000 articoli, ovvero più del doppio rispetto a prima. La costruzione al grezzo si è conclusa a fine 2016, e il centro logistico entrerà in servizio nel 2018. Gli investimenti ammontano a 70 milioni di franchi.

Oltre alla costruzione della nuova sede di Jegenstorf, Coop amplierà anche il centro logistico comune di Fust e Nettoshop.ch a Oberbüren portandolo in totale a 72.000 m², consentendo alle due aziende di stoccare 9000 articoli supplementari per un totale di 22.500. I lavori di costruzione a Oberbüren prenderanno il via a 2017 e saranno ultimati per la fine del 2018.

Lancio nazionale della piattaforma di vendita online Siroop

Dopo la fase pilota a livello regionale, svoltasi nell'autunno del 2015 nella città di Berna, il lancio di Siroop su scala nazionale è avvenuto a maggio 2016. Si tratta della prima piattaforma di vendita online svizzera aperta, che offre in un unico portale un assortimento di prodotti di commercianti locali, regionali e nazionali. Siroop coniuga il commercio offline e online, permettendo ai clienti di acquistare prodotti dai commercianti stazionari, nonché articoli dai grandi commercianti online. Siroop rende lo shopping online semplice e si consacra alla digitalizzazione del commercio svizzero. La piattaforma è gestita da Siroop SA, una joint venture fondata da Coop e Swisscom nell'aprile 2015. La start-up opera sul mercato come azienda autonoma e indipendente. A fine 2016 erano presenti sulla piattaforma 305 commercianti con circa 500.000 prodotti.

Coop inaugura la prima stazione di rifornimento pubblica di idrogeno della Svizzera

Nel 2016, Coop ha investito in un sistema di mobilità futuristico e a novembre ha inaugurato a Hunzenschwil (AG) la prima stazione di rifornimento pubblica di idrogeno della Svizzera. Allo stesso tempo, Coop ha introdotto nella propria flotta di veicoli dodici vetture a idrogeno e il primo camion con rimorchio al mondo a essere alimentato con idrogeno, in grado di soddisfare gli standard logistici di Coop. L'idrogeno necessario ad alimentare il motore viene prodotto da H2 Energy AG senza emissioni di CO₂ e sostanze nocive a pochi chilometri di distanza, nella centrale idroelettrica ad acqua fluente dell'IBAarau ad Aarau, e fornito alla Coop Mineraloel AG. Con la stazione di rifornimento di idrogeno, Coop punta su una tecnologia avveniristica e compie un altro passo importante verso una mobilità sostenibile.

Tappe principali dei formati specializzati

La tabella seguente illustra le tappe principali dell'anno in esame, oltre a un factsheet relativo a ogni formato specializzato. Per maggiori informazioni sui formati specializzati del Gruppo Coop, consultare la pagina www.coop.ch/acquisti.



Il numero uno in Svizzera nel mercato dell'elettronica di consumo

- Conquista di nuove quote di mercato
- Apertura di cinque nuove sedi: Küssnacht, Frick, Berna, Hochdorf, Weinfelden
- Rinnovo di 63 filiali
- Ulteriore sviluppo dello shop online: ampliamento a oltre 25.000 prodotti e introduzione del Same Day Delivery da filiali in diverse città
- Circa il 39% di crescita del fatturato nelle ordinazioni online
- Costruzione del nuovo centro logistico a Jegenstorf

▼ Factsheet



La seconda più grande catena di grandi magazzini in Svizzera

- Consolidamento della posizione di mercato
- Attuazione del nuovo concept di layout di negozi «Bellacasa» in altri tre grandi magazzini (Friburgo, Thun Kyburg, Oerlikon)
- Attuazione del nuovo concept gastronomico nelle filiali Pfauen di Basilea e St. Annahof di Zurigo
- Ulteriore sviluppo del concept di boutique per articoli da decorazione: offerte alternate su specifici ambiti tematici per idee di decorazione

▼ Factsheet



Il principale mercato edile in Svizzera

- Crescita delle quote di mercato
- 40° anniversario
- Lancio della nuova campagna pubblicitaria con lo slogan «Vi diamo una mano»
- Apertura del nuovo centro di giardinaggio Giardino a Volketswil
- Crescita del fatturato dei prodotti sostenibili e ampliamento dell'assortimento Oecoplan
- Ulteriore sviluppo dello shop online: ampliamento dell'assortimento a oltre 50.000 prodotti, integrazione di nuove prestazioni e servizi nonché una forte crescita del fatturato dell'88%

▼ Factsheet



Il centro di arredamento competente



- Crescita delle quote di mercato
- Massiccio incremento del fatturato dei prodotti personalizzabili
- Riapertura delle filiali ristrutturate e rimodernate a Lyssach e San Gallo
- Rilancio degli shop online toptip.ch e lumimart.ch: tra le altre cose, introduzione dei configuratori digitali di mobili
- Forte crescita del fatturato del 16% circa per gli shop online

▼ Factsheet



La catena leader del mercato dei profumi e dei prodotti per la cura del corpo in Svizzera

- Conquista di nuove quote di mercato
- 40° anniversario
- Consolidamento e ulteriore sviluppo dell'organizzazione autonoma
- Rilancio dello shop online, inclusa l'introduzione della marca Dior
- Introduzione di Click & Collect: tutti gli articoli dello shop online possono essere ritirati e pagati in filiale
- Crescita del fatturato del 111% circa con lo shop online
- Apertura di due nuove filiali a Weinfelden e Oerlikon e ristrutturazione di cinque negozi esistenti

▼ Factsheet



La catena di gioiellerie leader

- Consolidamento e ulteriore sviluppo dell'organizzazione autonoma
- Ampliamento dei concept shop-in-shop nel settore della moda e degli orologi
- Potenziamento dell'assortimento di gioielli veri
- Crescita del fatturato del 45% circa nel commercio online

▼ Factsheet



Leader sul mercato svizzero, con una vasta rete di stazioni di servizio Coop

- Conquista di nuove quote di mercato
- Sistematico ulteriore sfruttamento del potenziale di espansione
- Inaugurazione della prima stazione di rifornimento pubblica di idrogeno a Hunzenschwil

▼ Factsheet



Il numero uno sul mercato svizzero dei prodotti convenience

- Sistematico ampliamento dell'offerta di mercato per consolidare la leadership
- Forte ampliamento dell'offerta di prodotti vegetariani e in parte vegani con la marca Karma
- Ampliamento delle superfici refrigerate in oltre 20 sedi e conseguente ampliamento dell'assortimento di prodotti freschi refrigerati
- Altre dieci sedi attrezzate per la vendita di prodotti di pasticceria

▼ Factsheet



Calore e benessere

- Crescita delle quote di mercato nel commercio dell'olio combustibile
- Consolidamento orientato al cliente del marchio Coop Heizöl «Per calore e benessere»
- Crescita al 58% della quota di clienti che ha optato per l'olio combustibile ecologico a basso contenuto di sostanze nocive

▼ Factsheet



E funziona:
il numero uno negli elettrodomestici e per la ristrutturazione della vostra cucina o del vostro bagno

- Conquista di nuove quote di mercato
- 50° anniversario
- Il ricavo netto supera nuovamente la soglia del miliardo: crescita del fatturato del 2% rispetto all'anno precedente
- Nuovo design dell'app per la carta risparmio Fust con guida integrata «Riparazione o nuovo acquisto»
- Altri 12 punti di vendita ristrutturati
- Commercio online fortemente in crescita con possibilità di ritiro diretto in tutte le filiali Fust

▼ Factsheet



Tutto quello che fa bene alla salute: dai medicinali soggetti a prescrizione medica fino ai prodotti di bellezza

- Conquista di nuove quote di mercato
- Crescita del ricavo netto di oltre il 7%
- Apertura di cinque nuove farmacie a Biberist, Wallisellen, Kriens, Weinfelden e Baden
- Integrazione della linea di marca propria con otto prodotti, introduzione del servizio "Check glutine" e lancio esclusivo della marca dermocosmetica naturale A-Derma

▼ Factsheet



La buona tavola, ogni giorno, a prezzi imbattibili

- Conquista di nuove quote di mercato e crescita del fatturato in un mercato in calo
- Attuazione del nuovo concept gastronomico in 15 ristoranti e cinque Take-it
- Rilevamento della mensa per il personale di Interdiscount a Jegenstorf
- Lancio del bicchiere termico Coop per ridurre l'uso dei bicchieri di carta

▼ Factsheet



Leader della ristorazione con prodotti freschi in luoghi ad alta frequenza

- Lancio della strategia take-away «Zopf & Zöpfli» in collaborazione con Betty Bossi
- Inaugurazione del nuovo concept take-away Marché® Express nella stazione centrale di Zurigo e nella stazione di Zurigo Oerlikon
- Inaugurazione del caravan Cindy's Burger davanti al Letzipark di Zurigo
- Trasferimento della sede da Kempththal a Dietlikon

▼ Factsheet



Il numero uno in Svizzera, sinonimo di gusto e di deliziose specialità

- Lancio della strategia take-away «Zopf & Zöpfli» in collaborazione con Marché Ristoranti Svizzera SA
- Lancio della piattaforma per blogger «Dish-up»
- Ampliamento della distribuzione internazionale di utensili innovativi per la cucina
- Ampliamento dell'assortimento online nel settore degli articoli per la cucina e per la casa

▼ Factsheet



L'azienda di cosmetici naturali e sostenibili

- Lancio del nuovo motto «Enrich not Exploit (it's in our hands)»
- Ristrutturazione di altri sette punti di vendita
- Apertura di due nuove sedi nelle stazioni di Lucerna e Baden
- Rilevamento di due aziende ticinesi in franchising a Chiasso e Lugano
- Crescita del fatturato oltre il 24% nel commercio online

▼ Factsheet



Il tour operator di Coop e Rewe: il numero uno in Svizzera nella vendita diretta di vacanze al mare

- Conquista di quote di mercato in un segmento in calo
- Crescita del ricavo netto del 21% nonostante le difficili condizioni generali dovute agli influssi e agli eventi di natura geopolitica
- Straordinaria crescita dei viaggi a lungo raggio
- Spostamento della domanda con concentrazione sulle località di villeggiatura in Grecia e Spagna

▼ Factsheet

	La catena alberghiera di Coop	<ul style="list-style-type: none">• Crescita delle quote di mercato nonostante la crescente offerta di stanze d'albergo a Basilea e nella vicina regione di confine• Partecipazione al progetto di sostenibilità della fondazione Sapocycle: il sapone viene riciclato e messo a disposizione di famiglie bisognose per migliorare l'igiene• Progetto «Hotel Savoy» a Berna: inizio della completa ristrutturazione e preparativi per l'inaugurazione prevista a febbraio 2017
	Factsheet	
	L'azienda leader nel settore del fitness nella Svizzera orientale	<ul style="list-style-type: none">• Conquista di quote di mercato nella Svizzera orientale• La crescita media annua di membri finora registrata del 10% è nettamente superata e nel 2016 si attesta a oltre il 20%• Apertura di sei nuove sedi
	Factsheet	
	Serre tropicali con ristoranti	<ul style="list-style-type: none">• Assegnazione di 14 punti Gault Millau ciascuno ai ristoranti delle serre tropicali di Wolhusen e Frutigen. Wolhusen è inoltre stata insignita del Bib Gourmand della Guida Michelin• Frutigen: crescita del ricavo netto dell'11% circa; crescita del fatturato del 27% circa con la vendita di pesce e caviale• Wolhusen: sale del 12% circa il ricavo netto; grande successo della mostra speciale «Caraibi»
	Factsheet	
	Il portale di vendita online leader nell'elettronica di consumo e negli elettrodomestici	<ul style="list-style-type: none">• Ampliamento della quota di mercato• Lancio nella nuova piattaforma di ordinazione, ampliamento del settore dei clienti aziendali• Nuovo consolidamento della leadership sui prezzi nel commercio online• Nascita di un settore dedicato all'istruzione con offerte speciali per alunni e studenti universitari• Inaugurazione di uno showroom nella stazione centrale di Zurigo• Costruzione del nuovo centro logistico a Jegenstorf
	Factsheet	
	Il supermercato online con la più grande scelta e la consegna direttamente a domicilio	<ul style="list-style-type: none">• Conquista di nuove quote di mercato• Crescita del ricavo netto del 7% circa• 15° anniversario• Rilancio dello shop online• Apertura della prima macelleria online nel commercio al dettaglio in Svizzera• Potenziamento dei punti Pick-up
	Factsheet	
	Il più grande shop online di elettrodomestici con consulenza e assistenza personalizzata	<ul style="list-style-type: none">• Conquista di nuove quote di mercato• Crescita del ricavo netto di oltre il 12%• Ampliamento dell'offerta nella Svizzera romanda e in Ticino• Rafforzamento del grado di notorietà della marca mediante una nuova campagna di comunicazione su tutto il territorio nazionale
	Factsheet	
	Prima piattaforma di vendita online aperta della Svizzera	<ul style="list-style-type: none">• Successo del lancio nella Svizzera tedesca con 305 commercianti e circa 500.000 prodotti• Offerta in un unico portale di un assortimento di prodotti di commercianti locali, regionali e nazionali• Allestimento di 203 punti Pick-up in tutta la Svizzera
	Factsheet	

Logistica, Informatica e Immobili

Strategia Logistica e Panetterie 2015+: concluso il più grande progetto edilizio della storia di Coop

La strategia Logistica e Panetterie 2015+ (LoBOS) si fonda sul principio di concentrare ulteriormente le strutture e le organizzazioni della logistica nazionale e regionale di Coop, nonché delle panetterie Coop. Gli obiettivi fondamentali della strategia sono: ottimizzare i costi con risparmi annuali ricorrenti di 50 milioni di franchi, sostenere la visione aziendale «CO₂ neutrale entro il 2023» e migliorare la qualità dei prodotti da forno Coop. Nel quadro di LoBOS, Coop intende ampliare il centro di produzione e logistica di Pratteln (BL) e promuovere il trasporto combinato non accompagnato (TCNA) con l'affiliata di Coop Railcare.

L'elemento chiave della strategia e anche il più grande progetto edilizio mai realizzato nella storia di Coop è comunque l'ampliamento della centrale di distribuzione regionale a Schafisheim (AG), che include la costruzione della nuova centrale di distribuzione nazionale dei surgelati, di una panetteria

il **40%**

di tutti i supermercati è ora rifornito dalla centrale di Schafisheim

industriale e di una pasticceria. L'edificio è stato inaugurato il 22 giugno 2016. Ora il 40% circa di tutti i supermercati Coop viene rifornito da Schafisheim. Si tratta di 350 punti di vendita nella Svizzera nord-occidentale, nella Svizzera centrale e nella regione di Zurigo. Schafisheim rifornisce di prodotti surgelati 1200 supermercati Coop, ipermercati e shop Coop Pronto. La vecchia centrale di distribuzione regionale di Basilea è stata chiusa, mentre quella di Dietikon è stata destinata a un utilizzo alternativo. Le centrali di distribuzione dei surgelati di Givisiez e Hinwil utilizzate in passato saranno gradualmente smantellate e chiuse.

La centrale di distribuzione di Schafisheim: un traguardo nel settore dell'automatizzazione e della sostenibilità

Il grande progetto di Schafisheim fissa nuovi standard di riferimento sia nell'ambito delle soluzioni di automatizzazione innovative sia in materia di sostenibilità. Nella Centrale di gestione dei vuoti, ad esempio, entrata in servizio già a febbraio 2016, le cassette vuote provenienti dai punti di vendita vengono smistate da 14 robot industriali. Anche all'interno della centrale di distribuzione dei surgelati tutti i processi sono completamente automatici: dall'immagazzinamento dei pallet con i prodotti surgelati alla depallettizzazione, dallo smistamento alla preparazione della merce fino all'approntamento sulla rampa di carico. Lo stesso principio vale anche per la cella frigorifera, in cui si trovano le cassette contenenti latticini, carne o anche prodotti convenience. Ogni ora si caricano automaticamente nei rollcontainer fino a 6500 cassette, pronte per essere consegnate nei punti di vendita.

Il nuovo immobile di Coop a Schafisheim è all'avanguardia anche sotto l'aspetto ecologico. È stato infatti il primo immobile industriale svizzero a ottenere il certificato Minergie. A ciò si aggiunge che i forni della panetteria industriale sono alimentati sul posto dall'energia generata dall'impianto di riscaldamento dello stabilimento, che produce ogni anno 20 gigawattore di calore e vapore, di cui il 70% ha origine dalla combustione di biomassa, un misto di prodotti di scarto dell'azienda di molitura Swiss-mill di Coop e di truciolo. Sul tetto del magazzino verticale della centrale di distribuzione regionale e dello scalo merci è stato inoltre installato un impianto fotovoltaico che fornisce ogni anno alla centrale logistica circa 250.000 kW di energia solare. Per i trasporti, Coop punta sul trasporto combinato non accompagnato con Railcare e di conseguenza su un trasporto merci ecologico su strada e rotaia. I prodotti surgelati destinati ai supermercati e agli shop Coop Pronto che distano più di 90 chilometri da Schafisheim sono trasportati con il traffico combinato strada-rotaia. A tal fine, ogni giorno circa 120 container ferroviari sono trasportati su otto treni diretti ai punti di vendita. Un ulteriore contributo alla riduzione delle emissioni di CO₂ è l'impiego di un camion elettrico a Schafisheim. Nel 2014, Coop ha introdotto il primo camion elettrico nella propria flotta di veicoli e sulla base dell'ottima esperienza ne ha aggiunti altri sei nel 2016, tra i quali due per Schafisheim, dove staziona da novembre anche un camion a idrogeno il quale, come il camion elettrico, viaggia senza produrre né rumore né gas di scarico. L'entrata in servizio della centrale di Schafisheim ha consentito a Coop di ridurre le proprie emissioni annuali di CO₂ di più di 10.000 tonnellate in totale.

L'azienda di trasporti Railcare lancia una novità mondiale

L'affiliata di Coop Railcare combina il trasporto su strada e su rotaia. Con il cosiddetto trasporto combinato non accompagnato (TCNA) trasporta merci dai fornitori alle centrali di distribuzione e da queste ultime ai punti di vendita. Nel 2016, l'innovativa azienda di trasporti ha lanciato sul mercato un metodo nuovo a livello mondiale finalizzato alla produzione e allo stoccaggio di energia per il trasporto merci su rotaia: un powerpack modulare che genera corrente sfruttando il movimento degli assi delle ruote. In questo modo la merce viene ora refrigerata con la corrente anziché con il diesel. Un accumulatore consente di non interrompere la catena del freddo neanche quando il treno è fermo. Per ogni carro pianale refrigerato del treno, Railcare risparmia il 75% di diesel grazie al powerpack, il che per la Logistica Coop si traduce in un'enorme riduzione delle emissioni di CO₂. La refrigerazione con energia elettrica prodotta dalle dinamo è inoltre molto più silenziosa dei motori diesel tradizionali.

Nel 2016, Railcare ha messo in servizio la nuova piattaforma di trasbordo di Schafisheim, la più grande gestita dall'azienda, che è diventata pienamente operativa dopo soli due mesi. Ogni giorno a Schafisheim arrivano e ripartono dodici treni con il traffico combinato e dal 5 settembre uno di essi attraversa ogni

giorno la galleria di base del San Gottardo. Completa il quadro l'acquisto delle nuove e moderne locomotive elettriche, che saranno inoltre dotate di propulsore diesel e radiocomando, in modo che i treni possano in futuro essere smistati su un binario o in stazione da un solo operatore e senza locomotiva di manovra supplementare.

il **75%**

**di emissioni di CO₂ in meno
grazie ai trasporti con Railcare**

Grazie al traffico combinato non accompagnato, Coop è riuscita nel 2016 a risparmiare circa 9,7 milioni di chilometri percorsi su strada e 8400 tonnellate di emissioni di CO₂.

Nuove soluzioni informatiche nei punti di vendita

Da Coop i clienti possono decidere in che modo desiderano scansionare e pagare gli articoli acquistati. Dato il grande successo delle casse Self-checkout, nell'esercizio in esame ne sono state installate altre 386. La possibilità di scansionare da sé gli articoli semplifica e velocizza la procedura alla cassa, evitando così lunghi tempi di attesa. Dal 2016, inoltre, i clienti possono pagare in tutti i supermercati Coop e nella maggior parte dei formati specializzati con Twint, il portafoglio digitale su smartphone. La procedura di pagamento è veloce, comoda, semplice e sicura. Nel 2016, la metà di tutti i punti di vendita è inoltre passata alla tecnologia IP, poiché a fine 2017 la tecnologia analogica e ISDN sarà disattivata in tutta la Svizzera.

Dall'estate 2016, Coop sta portando avanti un progetto pilota in due punti di vendita per testare l'utilizzo di etichette dei prezzi elettroniche sugli scaffali, che sfruttano la stessa tecnologia utilizzata per gli e-paper. In questo modo risultano ben leggibili da varie angolazioni e consumano molto meno corrente rispetto alla variante LCD. Dalle esperienze dei primi mesi si evince che l'implementazione tecnica prosegue senza intoppi e il nuovo sistema di etichette è molto apprezzato dai clienti.

La Direzione Immobili conclude numerosi progetti

Nel 2016 Coop ha profuso ulteriore impegno nella gestione del portafoglio per quanto riguarda la sostenibilità. Al fine di ridurre il consumo di energia, nel 2016 i sistemi di comando degli impianti di riscaldamento di 57 edifici sono stati controllati e ottimizzati, e per cinque di essi Coop ha attuato misure specifiche. Nell'anno in esame, la Direzione Immobili è riuscita a portare a termine i seguenti progetti: il 17 marzo è stato inaugurato il nuovo centro di giardinaggio Giardino del centro Edile+Hobby a Volketswil. Lo stesso giorno ha aperto i battenti anche il centro commerciale ampliato Thurmarkt a Weinfelden (TG), che integra il formato combinato di supermercato e centro Edile+Hobby nonché i formati Coop Vitality, Interdiscount, Import Parfumerie e Ristorante Coop. Il 24 marzo è stato aperto il supermercato Coop di Lugano Nord, completamente ristrutturato, mentre il 1° aprile hanno preso possesso delle proprie abitazioni i primi inquilini del nuovo edificio residenziale nella Flurstrasse a Zurigo. Il 1° luglio invece, il più grande progetto edilizio della storia di Coop, l'ampliamento della centrale di distribuzione di Schafisheim con la costruzione di un nuovo edificio, si è concluso con la relativa messa in esercizio. Il 28 agosto è stato inaugurato il supermercato Coop Westring a Soletta con una superficie ampliata a 365 m². Il 30 settembre sono stati portati a termine anche i lavori della Swissmill Tower di Zurigo, alta 118 metri, mentre il 15 ottobre Coop ha ultimato la ristrutturazione del grande magazzino Coop City a Thun Kyburg. Un altro momento clou è stata l'inaugurazione il 30 novembre

del centro commerciale Le Cârò di Bulle (FR), dopo tre anni di lavori di ampliamento e ristrutturazione, che combina un ipermercato di 3500 m², un centro Edile+Hobby di 4560 m², i formati Ristorante Coop, Import Parfumerie, Interdiscount e Fust, nonché superfici di vendita per otto locatari terzi, 24 appartamenti, superfici per uffici e una palestra. Il grattacielo di uffici e appartamenti con basamento nel «Grenchen Centro» è stato sottoposto a un risanamento energetico dell'involucro dell'edificio, tetto piano compreso. Nel corso di 18 mesi, senza interruzione delle attività commerciali, la facciata è stata migliorata sul piano ecologico con elementi prefabbricati. I lavori si sono conclusi il 23 dicembre.

Prestazioni supplementari

Gestione della qualità a 360°

Nella gestione della qualità, nel 2016 Coop ha introdotto per la prima volta lo strumento dell'e-learning a livello nazionale, formando così 30.000 collaboratori addetti alla vendita sui processi «Igiene» e «Catena del freddo». Un attuale importante obiettivo della gestione della qualità è quello di migliorare nettamente la percezione della clientela nel settore dei prodotti freschi. Per questo nel 2016 Coop ha lanciato specifici programmi Campus focalizzati su frutta, verdura e carne per i collaboratori addetti alle vendite. Entro fine 2017, già l'80% dei collaboratori dovrebbe aver concluso questo tipo di formazione con l'obiettivo di incrementare nettamente la freschezza.

Oltre alla formazione, anche le attività di controllo svolgono un ruolo di vitale importanza. Anche nel 2016 tutti i punti di vendita con vendita al banco sono stati sottoposti a un audit di certificazione esterno, in aggiunta ai circa 2500 audit effettuati dall'Assicurazione qualità interna di Coop. Nel settore della qualità dei prodotti, Coop ha intensificato la gestione dei rischi relativi alle frodi alimentari, oltre a definire linee guida per ottimizzare la qualità dei prodotti Non Food e imporne il rispetto ai fornitori. Coop ha controllato a campione nei propri laboratori circa 32.000 prodotti Food e Non Food per verificare il rispetto di tali disposizioni.

Impegno sociale

Nel 2016, Coop ha preso parte ancora una volta a tantissimi progetti a sfondo sociale. Coop ha infatti investito 18,7 milioni di franchi nel Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile promuovendo ad esempio le attività di «Tavola Svizzera» e «Tavolino Magico», due organizzazioni sociali che si occupano di fornire generi alimentari ai bisognosi. «Tavola Svizzera» distribuisce generi alimentari a 500 istituzioni sociali presenti su tutto il territorio nazionale, quali rifugi di emergenza, enti assistenziali o cucine popolari, mentre «Tavolino Magico» con i suoi 120 centri di distribuzione in tutta la Svizzera fa arrivare generi di prima necessità a circa 17.600 indigenti.

Coop ha creato un nuovo fondo e si è impegnata nella promozione «Pro api» per la sopravvivenza della specie e di conseguenza per un'agricoltura redditizia, un'alimentazione sana e una natura all'insegna della varietà della specie. In collaborazione con Bio Suisse, Coop Edile+Hobby ha donato erbe aromatiche e semi biologici a oltre 680 scolaresche, regalando loro cortili fioriti per la ricreazione.

Di vitale importanza risulta anche l'impegno profuso dall'organizzazione no-profit Padrinato Coop per le regioni di montagna, che nel 2016 ha sostenuto 145 progetti di autoaiuto per un totale di 5,8 milioni di franchi.

Coop favorisce inoltre l'integrazione nel mondo del lavoro delle persone disabili, assegnando diversi incarichi a laboratori protetti: nel 2016 ha destinato a tali istituzioni ordini per un valore complessivo di 3,2 milioni di franchi.

18,7 milioni di CHF
di contributi dati
dal Fondo Coop per lo
sviluppo sostenibile

Come partner della Croce Rossa Svizzera (CRS), Coop ha devoluto eccezionalmente 200.000 franchi per aiutare le vittime colpite dall'uragano ad Haiti, che sono stati versati direttamente alla CRS sul posto. La donazione è servita a finanziare aiuti urgentemente necessari come gli articoli per la casa e l'igiene, nonché kit di riparazione e teloni per le prime operazioni di messa in sicurezza delle abitazioni.

Prestazioni supplementari esclusive: Supercard, Supercardplus, Coop Mobile e Mondovino

Coop offre ai propri clienti tantissimi servizi, assistenza e offerte speciali. Con la Supercard, Coop gestisce il più grande programma di fidelizzazione della clientela in Svizzera: nel 2016 è stata utilizzata da 3,2 milioni di famiglie. Dal 2016, i titolari della carta possono partecipare anche alle promozioni-raccolta digitali, comodamente attivabili tramite l'app o il sito web della Supercard. In questo modo le promozioni-raccolta vengono salvate sulla Supercard: esibendo la carta, oltre ai superpunti i clienti accumulano anche i punti per le promozioni digitali. È stato inoltre rilanciato lo shop premi ed è stato ampliato l'assortimento con prodotti realizzati a mano da selezionati fornitori locali.

La carta di credito gratuita Supercardplus contava a fine 2016 oltre 35.000 nuovi clienti e quindi 425.000 utenti complessivi. Degno di nota anche il risultato dell'abbonamento di telefonia mobile offerto da Coop Mobile, eletto da Dschungelkompass.ch come il più conveniente della Svizzera.

Mondovino, il club degli amanti del vino, vantava a fine anno oltre 122.000 membri. L'assortimento di vini è stato ulteriormente ampliato nel 2016 e comprende oltre 1200 etichette. Inoltre, da settembre 2016 si possono ordinare tramite lo shop online o l'app Mondovino i circa 480 vini delle fiere enologiche.

Pubblicità e comunicazione

Nel 2016, Coop ha continuato a portare avanti l'iniziativa di sostenibilità a lungo termine «Fatti, non parole». La comunicazione si è concentrata sulla rubrica settimanale «Fatti, non parole» di Cooperazione e sull'omonima piattaforma Internet che presenta oltre 330 fatti concernenti il settore della sostenibilità. Un magazine di 66 pagine pubblicato in collaborazione con la rivista Schweizer Illustrierte, tre spot pubblicitari e tantissimi annunci e mezzi pubblicitari online hanno inoltre reso l'iniziativa accessibile a un pubblico ancora più vasto.

Coop è riuscita a raggiungere un ampio pubblico anche in occasione della festa d'inaugurazione della galleria di base del San Gottardo, un evento di grande portata che Coop ha patrocinato e durante il quale è stato un punto di riferimento soprattutto per le famiglie offrendo opportunità di gioco e divertimento. Parallelamente alla grande festa popolare del Gottardo, Coop ha partecipato anche agli eventi organizzati nelle stazioni in sei città e ha viaggiato per tutta la Svizzera a bordo della propria locomotiva «Gottardo».

Oltre ad altre campagne promozionali nel settore della comunicazione, della pubblicità e della vendita, a fine 2016 Coop ha nuovamente organizzato una grande azione fedeltà insieme a 13 dei suoi partner commerciali. Quasi 500.000 fedeli titolari di una Supercard e i collaboratori di Coop hanno ricevuto un pacchetto di ringraziamento contenente prodotti svizzeri di marca molto apprezzati e prodotti di marca propria Coop.

In un contesto in cui l'utilizzo dei media stampati è in calo, la stampa Coop è riuscita nel 2016 ad ampliare ulteriormente la sua posizione di rivista con la tiratura più alta e più letta della Svizzera.

3,5 milioni
di persone leggono
la stampa Coop

Questo risultato è quanto emerso dall'indagine condotta ogni anno dall'istituto di ricerca svizzero indipendente Wemf AG. Con una tiratura complessiva di 2.559.079 copie, le tre riviste settimanali Cooperazione, Coopération e Coopzeitung sono lette da circa 3,5 milioni di persone. A fine 2015, la Direzione generale di Coop aveva approvato diverse misure per sfruttare il potenziale dei contenuti della stampa Coop, poi prontamente attuate ad agosto 2016. Tra queste rientrano, ad esempio, la nuova rubrica «Incontri», all'interno della quale la stampa Coop racconta le storie di persone interessanti, nelle quali i lettori possono identificarsi.

Ottima partenza per le attività sui social media

Ad aprile 2016, Coop ha avviato le prime attività sui social media. Se fino a poco tempo fa Coop era stata piuttosto reticente in quest'ambito, nell'anno in esame sono stati aperti nel giro di pochissimo tempo gli account su Facebook, Twitter e Instagram, ed è stato ampliato il canale YouTube esistente. Le reazioni sono state decisamente positive. Sui social media, Coop reagisce in modo rapido e competente alle richieste dei clienti, pubblica diversi post sulla sostenibilità, sui punti chiave come il vino e la famiglia, oltre che sulla cucina, e gestisce la comunicazione aziendale. Da aprile, il Servizio clienti di Coop è strettamente coinvolto nel rispondere a tutte le domande dei consumatori tramite i social media.





Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

Il gruppo Transgourmet si espande verso l'Austria e introduce per tutto il gruppo una marca propria sostenibile. Il gruppo Bell, grazie a varie acquisizioni, amplia i propri ambiti di competenza, e a Schafisheim si inaugura la più grande panetteria industriale e pasticceria di tutta la Svizzera.

12,2 miliardi di CHF

di ricavo netto nel commercio all'ingrosso e nella produzione

Nel settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione, il Gruppo Coop nel 2016 ha realizzato un ricavo netto di 12,2 miliardi di franchi, che corrisponde a una crescita del 15,4%. Al netto delle acquisizioni il settore è cresciuto del 2,4%.

Gruppo Transgourmet

Con la società affiliata Transgourmet Holding AG, il Gruppo Coop opera nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia, Austria e Svizzera. Nel 2016, il gruppo Transgourmet, con 139 mercati Cash&Carry e il rifornimento all'ingrosso, ha realizzato un ricavo netto di 8,6 miliardi di franchi che rappresenta una crescita del 14,5% rispetto all'anno precedente. Al netto delle acquisizioni il gruppo Transgourmet è cresciuto del 2,9%. Questo gli ha consentito di ampliare ulteriormente la propria posizione come seconda azienda europea nel settore del commercio all'ingrosso.

Con gli assortimenti sostenibili, il gruppo Transgourmet ha registrato nel 2016 un fatturato di 193 milioni di franchi. Si tratta di un risultato di tutto rispetto, poiché lo sviluppo di assortimenti sostenibili nel commercio all'ingrosso è di gran lunga inferiore a quello, ad esempio, dal commercio al dettaglio.

Espansione verso l'Austria

Con effetto dal 1° gennaio 2016, il gruppo Transgourmet ha rilevato la società austriaca C+C Pfeiffer GmbH, affiliata del gruppo commerciale Pfeiffer e leader di mercato nella gastronomia all'ingrosso in Austria. Inoltre, Transgourmet è entrata a far parte della ditta Top Team Zentraleinkauf GmbH con una quota del 50%. Con l'ingresso nel mercato austriaco, il gruppo Transgourmet ha rafforzato la propria posizione ai vertici del mercato europeo. Ha fondato una nuova società nazionale e può così contare su quattro pilastri strategici: Transgourmet Central and Eastern Europe, Transgourmet France, Transgourmet Österreich e Transgourmet Svizzera. A febbraio 2016, C+C Pfeiffer ha cambiato ragione sociale trasformandosi in Transgourmet Österreich GmbH. È infine partita l'operazione di rebranding, affiancata da una campagna a 360 gradi trascinata dal claim: «C+C Pfeiffer diventa Transgourmet. Noi restiamo i migliori nella gastronomia!». Oggi Transgourmet offre ai clienti austriaci una combinazione tra mercato Cash&Carry e servizio di consegna presso otto sedi Transgourmet e quattro sedi «Mein C+C».

Fanno parte di Transgourmet Österreich, inoltre, l'azienda di torrefazione di caffè premium Javarei, il grossista di vini e bevande Trinkwerk e la marca premium Cook 2.0.

Progetti modello nella protezione ambientale aziendale

Nel 2016, Transgourmet Österreich è stata la prima e unica azienda del settore del commercio alimentare in Austria a ottenere l'ambita certificazione ISO 14001:2015 per le sue otto sedi, inclusa la logistica. La norma prevede il controllo di tutte le prestazioni ambientali di un'azienda e la definizione di regolamentazioni sulla gestione ambientale. Uno dei requisiti essenziali è il principio del miglioramento continuo: per ottenere la certificazione, Transgourmet deve presentare ogni anno un piano d'azione e di miglioramento.

A partire da novembre 2016, Transgourmet Deutschland ha trasferito le divisioni del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso nella nuova sede centrale comune di Riedstadt, in una struttura estremamente innovativa sotto l'aspetto della sostenibilità. Ad esempio, il calore residuo prodotto dalla propria centrale termoelettrica a blocco viene utilizzato per raffreddare il centro di calcolo di Riedstadt. Transgourmet ha inoltre puntato su materiali di costruzione sostenibili, utilizzando, tra le altre cose, quadrotte di moquette ricavate da vecchie reti da pesca e pannelli per l'isolamento acustico costruiti in parte con bottiglie in PET riciclate. Per ridurre notevolmente il consumo energetico, gli impianti di illuminazione e di climatizzazione sono regolati in base al fabbisogno e nei bagni sono installati asciugamani elettrici a risparmio energetico.

il **100%**
dei camion di
Transgourmet Svizzera
rispettano la normativa
Euro 6

Anche le altre aziende del gruppo Transgourmet hanno adottato nel 2016 diverse misure specifiche di efficientamento energetico. Ad esempio, l'intero parco di camion di Transgourmet Svizzera è ora conforme alla normativa Euro 6, la più rigida sui gas di scarico, e sia Transgourmet Svizzera che Transgourmet Deutschland hanno introdotto nella loro flotta un camion elettrico. Transgourmet Svizzera ha poi dotato di luci a LED l'illuminazione dei parcheggi per i clienti e dell'area esterna di cinque delle sue sedi. Nel 2016, Transgourmet Österreich ha deciso che in futuro doterà tutti i suoi mercati di impianti di illuminazione a LED e che per le nuove costruzioni e le ristrutturazioni installerà esclusivamente refrigeratori chiusi. In Francia, Transgourmet

ha predisposto le proprie sedi per poter ricavare in futuro biogas dai rifiuti organici, e alimentare così i veicoli per la consegna. Un progetto pilota è previsto per l'inizio del 2017. Nell'esercizio in esame, Selgros Russia ha equipaggiato un mercato con un sistema di refrigerazione a CO₂ a basso consumo e un sistema di illuminazione a LED. In Romania, Selgros ha aperto due mercati nel nuovo formato, dotati al 100% di illuminazione a LED, sistema di refrigerazione a CO₂ e impianto di recupero del calore. Anche l'azienda specializzata Frischeparadies investe sull'edilizia sostenibile. La nuova sede di Stoccarda è stata infatti costruita secondo i principi della neutralità CO₂.









Lancio della marca propria sostenibile per tutto il gruppo

Negli ultimi anni, la sostenibilità ha acquisito un ruolo sempre più significativo nel settore della gastronomia e della ristorazione di comunità. La marca propria «Transgourmet Ursprung», lanciata già nel 2012 da Transgourmet Deutschland, è stata ulteriormente sviluppata nel 2016 diventando una marca propria sostenibile dell'intero gruppo. In questo modo, Transgourmet fissa nuovi standard di riferimento, differenziandosi notevolmente dalla concorrenza. Febbraio 2016 ha segnato il lancio dei primi prodotti sul mercato al di fuori della Germania. Per Transgourmet France e Transgourmet Svizzera, la marca propria sostenibile ha adottato il nome di Origine, mentre in Austria quello di Vonatur. Tutti i prodotti sono caratterizzati dall'indicazione esplicita della regione di provenienza e da una produzione sostenibile, e offrono ai gastronomi un vero e proprio pacchetto di comunicazione con cui possono rivolgersi ai loro clienti sul piano emozionale. In Francia, alla fine dell'anno erano disponibili 104 prodotti Origine, tra cui pollame e uova provenienti da varie regioni francesi e formaggio dell'Alvernia. Anche in Svizzera Transgourmet distribuisce circa 100 prodotti Origine, mentre in Germania nel frattempo sono più di 230 gli articoli (inclusi i prodotti stagionali) distribuiti della marca propria Ursprung. Per Transgourmet Österreich, invece, il lancio sul mercato della marca Vonatur è previsto per febbraio 2017.

Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet

La tabella seguente illustra le tappe principali delle singole società nazionali e delle aziende del gruppo Transgourmet durante l'esercizio in esame, oltre a un factsheet per ogni società nazionale. Per maggiori informazioni sul gruppo Transgourmet, consultare la pagina www.transgourmet.com.

 <p>TRANSGOURMET Central and Eastern Europe</p>	<p>Germania</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Fusione di Selgros Cash&Carry e Transgourmet Deutschland nella sede comune di Riedstadt • Conversione di tutti i 42 mercati Selgros a sistemi di corrente ecologica • Partecipazione al progetto di ricerca «Smart und gesund arbeiten» (SUGAR – Lavorare in modo sano e intelligente) promosso dal Ministero federale tedesco dell'istruzione e della ricerca (BMBF) per migliorare la salute e la qualità del lavoro • Realizzazione del progetto «Vom Kostenfaktor zum Glücksfaktor» (Dal fattore costo al fattore felicità) volto a migliorare la qualità della vita nella terza età, con seminari su nuove forme di ristorazione presso le strutture di ricovero • Marchio «Whatseat» per diversi prodotti convenienze di marca propria adatti alla refezione scolastica di bambini e ragazzi • Acquisto di un camion elettrico
<p>Factsheet</p>	<p>Polonia</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Conclusione del processo di modernizzazione di tutti i mercati Selgros • Inaugurazione del 17° mercato Selgros, inclusa l'installazione di impianti di raffreddamento sostenibili • Introduzione delle marche proprie Economy e Quality di Transgourmet per Selgros e per le attività del Foodservice • Avvio della collaborazione nel campo della distribuzione con la sede Frischeparadies di Berlino • Ampliamento delle competenze nel settore della gastronomia
	<p>Romania</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Inserimento di reparti per la vendita del pesce fresco presso tutti i mercati Selgros • Conversione di tutti i mercati Selgros a sistemi di illuminazione a LED • Inaugurazione dei primi due mercati Selgros nel formato ridotto (Târgu Mures e Alba Iulia) • Premio al programma «La salute inizia nel piatto» come miglior campagna di responsabilità sociale aziendale
	<p>Russia</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Modernizzazione dei mercati Selgros di Rjazan' e Altuf'evo • Avvio di un progetto per promuovere giovani cuochi • Installazione in un mercato di un sistema di refrigerazione a CO₂ a basso consumo e un sistema di illuminazione a LED • Aumento del 9% della quota di clienti del settore HoReCa • Avvio del rifornimento della clientela dal mercato di Vnukovo • Crescita del 43% del fatturato derivante dal rifornimento
	<p>Aziende specializzate</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • In occasione della fiera «Fish International» di Bremea, Transgourmet Seafood riceve il premio «Seafood Star 2016» per la migliore formazione interaziendale sui prodotti ittici • Sump & Stammer ottiene una crescita di fatturato del 20% nel settore delle crociere d'altura • EGV Unna AG rileva in Turingia la società di medie dimensioni Milchbauer Großhandels-gesellschaft • Frischeparadies affida le attività della sede di Vienna a Transgourmet Österreich • Apertura della sede di Frischeparadies a Stoccarda con crescita di fatturato a doppia cifra; la nuova sede è CO₂ neutrale • Nuovo programma: apertura di una nuova sede di Frischeparadies con concessione per la vendita al dettaglio presso il mercato Selgros di Lipsia

 <p>France</p> <p>▼ Factsheet</p>	<p>Francia</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Certificazione Qualicert per 15 aziende di Foodservice • Lancio dell'app di Transgourmet per le ordinazioni online • Lancio della marca propria sostenibile Origine con 104 prodotti • Fondazione della «Transgourmet Académie» e del «Club des Chefs» per sostenere gli acquirenti e formare i clienti • Ampliamento del servizio online «e-Quilibre» ai settori dell'igiene e della gastronomia • Concorso di cucina «Les Chefs en Or» rivolto a cuochi professionisti e apprendisti provenienti dai sette paesi in cui opera Transgourmet
<hr/>		
<p>Aziende specializzate</p>		
 <ul style="list-style-type: none"> • Transgourmet Fruits & Légumes rinnova le certificazioni ISO 14001 e 22000 e investe in due nuovi camion a biogas • Transgourmet Seafood stringe una partnership esclusiva con un produttore di salmone islandese e ottiene la certificazione ASC (Aquaculture Stewardship Council) • Integrazione di Eurocash e Transgourmet Seafood nel sistema informatico del gruppo • Creazione della nuova Business Unit Transgourmet Solutions 		
<hr/>		
 <p>Österreich</p> <p>▼ Factsheet</p>	<p>Austria</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Crescita di fatturato pari al 3,4% • Cambio della ragione sociale di C+C Pfeiffer e perfetta integrazione nel gruppo Transgourmet • Rebranding dei mercati C+C-Pfeiffer in Transgourmet • Lancio delle marche proprie Economy, Quality e Premium di Transgourmet • Prima e unica azienda austriaca del settore del commercio alimentare a ottenere la certificazione ISO 14001 per tutte le otto sedi • Definizione di ambiziosi obiettivi di sostenibilità fino al 2020 • Integrazione dei collaboratori della sede Frischeparadies di Vienna in Transgourmet Österreich
<hr/>		
<p>Aziende specializzate</p>		
 <ul style="list-style-type: none"> • «Mein C+C» realizza una crescita di fatturato del 3,2% • Crescita di fatturato del 21% per Java • Lancio di una propria macchina per caffè Java • 206 esercizi gastronomici rinomati sono ora riforniti da Cook 2.0 • Crescita di fatturato del 15% con le marche proprie Prime Beef e Asaredo Beef di Cook 2.0 • Fusione legale di Schlacher GmbH con Transgourmet Österreich sotto il nome Trinkwerk+Schlacher • Trinkwerk registra una crescita di fatturato pari al 3,8% e lancia la marca propria Schilee 		
<hr/>		
 <p>Svizzera</p> <p>▼ Factsheet</p>	<p>Svizzera</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Conquista di nuove quote di mercato sia nel settore del Cash&Carry che del rifornimento all'ingrosso • Premiazione come uno dei tre migliori datori di lavoro in Svizzera, in occasione dello Swiss Arbeitgeber Award 2016 • Lancio della marca propria sostenibile Origine con circa 100 prodotti • Integrazione di collaboratori, clientela e stock di merce dell'azienda ticinese Ipergros • Acquisto di un camion elettrico • L'intera flotta di camion è conforme alla normativa Euro 6, la più rigida sui gas di scarico
<hr/>		
<p>Aziende specializzate</p>		
 <ul style="list-style-type: none"> • Valentin: rifornimento di frutta e verdura e di prodotti di macelleria ora anche in Engadina. • Ampliamento delle competenze enologiche con l'acquisizione di Casa del Vino SA, importatore generale delle migliori bodega spagnole, a della Weinkeller Riegger AG 		

Produzione

Fanno parte del settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione anche le numerose aziende di produzione del Gruppo Coop, prima tra tutte Bell SA, di cui Coop è azionista di maggioranza.

il **25,4%**

di fatturato in più dalla
produzione di assortimenti
sostenibili

Il gruppo Bell rappresenta per Coop un importante pilastro internazionale. Nel 2016, il ricavo netto delle aziende di produzione del Gruppo Coop è cresciuto di 563 milioni di franchi. Al netto delle acquisizioni, ciò corrisponde a una crescita dell'1,0%.

Nel 2016, il fatturato complessivo realizzato con assortimenti sostenibili è ammontato a 760 milioni di franchi. Coop ha quindi potuto accrescere il fatturato dei prodotti sostenibili nel settore Produzione del 25,4% rispetto all'anno precedente.

Gruppo Bell

Il gruppo Bell, una delle aziende leader in Europa nella lavorazione della carne e di prodotti convenienze, nel 2016 ha dovuto fare i conti con un contesto economico difficile e mercati in regresso. Tuttavia, il gruppo Bell ha visto crescere il ricavo netto del 20,3% raggiungendo 3,3 miliardi di franchi. La crescita è da attribuirsi, tra le altre cose, al consolidamento delle acquisizioni realizzate nel 2016. Inoltre, per la prima volta è stato consolidato nella contabilità l'intero fatturato annuale di Hilcona. Da maggio 2015 Bell detiene infatti, con il 51% delle azioni, la quota di maggioranza del gruppo Hilcona. Al netto delle acquisizioni, il gruppo Bell è cresciuto dell'1,3%. Il rincaro dei prezzi delle materie prime nel 2016 ha influito negativamente sull'andamento delle attività commerciali. Il volume di vendita del gruppo Bell è però aumentato del 50,5%, attestandosi a 414.260 tonnellate. L'utile aziendale, al netto delle quote minoritarie, corrisponde a 100,6 milioni di franchi ed è superiore del 6,1% a quello dell'anno precedente.

Ampliamento delle competenze mediante le acquisizioni

Nel 2016, il gruppo Bell ha portato avanti la propria strategia di crescita e di differenziazione. Con effetto al 1° marzo 2016, Bell SA ha rilevato l'azienda austriaca Hubers, specializzata nella produzione di pollame, e al 1° maggio 2016 l'azienda Eisberg, specializzata nella produzione di insalate pronte. Con effetto al 1° ottobre 2016, Bell Svizzera ha poi acquisito anche Cher-Mignon SA, impresa vallesana del settore degli insaccati, e Geiser AG, azienda di Schlieren specializzata nel rifornimento del settore gastronomico. Di Hubers fanno parte anche l'azienda leader sul mercato austriaco Hubers Landhendl di Pfaffstätt, la Süddeutsche Truthahn AG di Ampfing, specializzata in carne di tacchino, nonché il centro d'incubazione Brüterei Schlierbach e l'operatore logistico Frisch Express. Hubers vanta un ottimo posizionamento sul mercato austriaco e tedesco. La domanda di prodotti di pollame di alta qualità è in continuo aumento. Rilevando Hubers, Bell si è pertanto garantita l'accesso a una materia prima importante come il pollame proveniente dall'area germanofona.

Eisberg è specializzata nella produzione di insalate da taglio fresche e piatti a base di insalate a foglia. Grazie alle aziende di produzione situate in Svizzera, Polonia, Ungheria e Romania e all'ufficio acquisti con sede in Spagna, Eisberg rifornisce clienti operanti nel commercio alimentare, nel Foodservice e nella gastronomia standardizzata. Grazie a questo acquisto, il gruppo Bell rafforza la sua posizione nel settore delle insalate pronte ed è così in grado di far fronte ai problemi legati alla capacità produttiva in Svizzera. Per Eisberg, invece, l'acquisizione comporta nuove opportunità di vendita e di crescita. Da un punto di vista organizzativo, Eisberg è unita a Gastro Star, impresa che fa parte di Hilcona, costituendo così una società affiliata autonoma di Hilcona.

L'impresa artigianale Cher-Mignon produce da un secolo specialità a base di carne secca, e per Bell Svizzera rappresenta il modo ideale per completare il proprio assortimento di specialità regionali di salumeria. Grazie ai suoi stabilimenti di Basilea, Gossau, Cheseaux-sur-Lausanne e Churwalden, Bell dispone già di un assortimento di specialità delle regioni di Basilea e di San Gallo, del Canton Vaud e dei Grigioni. Con l'acquisizione di Geiser AG, Bell Svizzera rafforza la propria posizione nel rifornimento del mercato gastronomico svizzero. Presso lo stabilimento produttivo di Schlieren, Geiser AG produce carni e insaccati oltre a varie specialità rivolte principalmente agli esercizi gastronomici. In seno all'azienda ombrello Bell Svizzera, Geiser AG è gestita come azienda autonoma che opera nei propri mercati di vendita.

Ampliamento della strategia di sostenibilità

Nel 2016, Bell ha rielaborato la propria strategia di sostenibilità, trasformandola da un progetto incentrato sulle attività in Svizzera a una strategia di respiro internazionale.

Una delle numerose misure concrete che Bell ha realizzato nel 2016 nell'ambito della sostenibilità è stata l'applicazione di standard svizzeri anche alla produzione di pollame e tacchino al di fuori dei confini elvetici. Questo ha consentito ai prodotti a base di pollame provenienti dall'estero di ottenere per la prima volta la certificazione ai sensi dell'ordinanza svizzera sulla caratterizzazione del pollame. Per ridurre le emissioni di CO₂ e il consumo energetico nonché incrementare l'efficienza energetica, Bell ha condotto analisi Pinch e check-up energetici presso numerose sedi in Svizzera e Polonia. Presso le sedi principali, Bell raccoglie ora in modo differenziato la carta di rilascio delle etichette autoadesive per destinarla al riciclaggio.

Tappe principali delle società nazionali del gruppo Bell

La tabella seguente illustra le tappe principali delle singole società nazionali e delle aziende del gruppo Bell. Per maggiori informazioni sul gruppo Bell, consultare il factsheet in basso o la pagina www.bellfoodgroup.com.

▼ Factsheet

Bell Svizzera



- Nonostante le difficili condizioni generali, Bell Svizzera è riuscita a incrementare il volume di vendita dello 0,5%, portandolo a 124.073 tonnellate, e aumentare il fatturato del 3,0% a 1,9 miliardi di franchi
- Acquisizione di Cher-Mignon SA, impresa produttrice di specialità vallesane
- Acquisizione di Geiser AG, specializzata nella fornitura dell'industria gastronomica
- Messa in servizio del nuovo edificio della sede di Zell, con una nuova area per la macellazione e un sistema di refrigerazione, per un aumento della capacità operativa

Bell Germania



- Risultati positivi per il brand business mediante nuovi concept di marca e progressi nella penetrazione del mercato
- Una situazione di concorrenza difficile e l'aumento dei prezzi delle materie prime provocano una contrazione del fatturato pari al 3,6% che scende a 446 milioni di franchi e del volume di vendita pari allo 0,2% che si attesta a 67.808 tonnellate
- La costruzione di un ulteriore stabilimento in Spagna per la produzione di prosciutti tradizionali spagnoli (inizio dei lavori previsto per inizio 2017) apre nuove prospettive per il marketing nazionale e internazionale

Bell International



Azienda specializzata



- Crescita di fatturato pari al 168,3%, per un totale 525 milioni di franchi, e del volume di vendita pari al 329,0%, per un totale di 131.513 tonnellate, in particolare grazie all'acquisizione di Hubers, azienda austriaca specializzata in pollame
- Processo d'integrazione in linea con i programmi e andamento positivo di Hubers
- Bell Francia: le misure organizzative e la concentrazione sui prodotti a più forte valore aggiunto mostrano i primi risultati
- Bell Polonia: andamento soddisfacente del fatturato e del volume di vendita
- Bell Ungheria registra risultati positivi nonostante il contesto economico e politico molto difficile



Azienda specializzata



- Anno di successi per il gruppo Hilcona grazie a brillanti prodotti innovativi nell'ambito dei pasti pronti di alta qualità e degli alimenti vegetariani
- Crescita di fatturato pari al 59,9%, per un totale di 577 milioni di franchi, e del volume di vendita pari al 68,1%, per un totale di 100.284 tonnellate
- Messa in servizio del proprio impianto di produzione di tofu
- Acquisizione e integrazione secondo la tabella di marcia dell'azienda Eisberg, specializzata in insalate pronte, con un forte posizionamento sui mercati in Ungheria, Romania, Polonia e Svizzera
- Unione a livello organizzativo di Eisberg e Gastro Star sotto un'unica direzione, allo scopo di migliorare ulteriormente il posizionamento sul mercato
- Acquisizione della Frostag Food-Centrum AG di Lanquart, specializzata nella produzione di paste e prodotti vegetariani

Aziende di produzione Coop

Swissmill inaugura il nuovo silo per cereali a Zurigo

Le materie prime cruciali sono sempre più scarse e costose. Per questo Coop, per merci particolarmente importanti sotto l'aspetto strategico, punta sulla verticalizzazione, ossia l'integrazione all'interno della propria catena di creazione del valore di tutti i livelli di produzione a monte del commercio. Grazie a Swissmill, la principale azienda di molitura della Svizzera, Coop si assicura l'accesso ai cereali rimanendo così indipendente all'interno del mercato di approvvigionamento.

Nel 2016, Swissmill ha portato l'altezza del proprio silo per cereali di Zurigo a 118 metri al fine di immagazzinare i cereali in modo economico ed ecologico direttamente sul luogo di lavorazione. La varietà dei prodotti, sempre più ampia, e l'approvvigionamento delle qualità e delle quantità appropriate di cereali hanno reso necessaria una maggiore capacità di deposito. Ora la consegna dei cereali a Zurigo avviene sempre più spesso su treni blocco. Nella costruzione del silo e quindi nella piazza economica di Zurigo, Coop ha investito circa 40 milioni di franchi svizzeri.

Messa in servizio della nuova panetteria industriale di Schafisheim

Nell'ambito della Strategia Panetterie 2015+, Coop ha aperto nel 2016 la nuova panetteria industriale e pasticceria di Schafisheim, dove sono state costruite anche la nuova centrale di distribuzione regionale e la centrale di distribuzione nazionale dei surgelati. Con i suoi 650 collaboratori, che ogni anno trasformano 40.000 tonnellate di farina, 700 tonnellate di burro e 250 tonnellate di uova in 60.000 tonnellate di pane e prodotti da forno, è la panetteria e pasticceria più grande di tutta la Svizzera. Lo stabilimento conta 24 linee di produzione, di cui sei per torte e pasticcini, due per crostate, dolci, tranci e biscotti arrotolati, tre per impasti destinati alla vendita e 13 per i prodotti di panetteria. La superficie totale è di 48.000 m². In seguito alla messa in servizio della panetteria industriale/pasticceria di Schafisheim, Coop ha gradualmente ridotto l'attività delle sedi esistenti di Basilea e Wallisellen. La panetteria di Coira è stata chiusa alla fine del 2016 e integrata in quella di Gossau.

60.000 tonnellate

di pane e prodotti da forno
realizzati ogni anno a Schafisheim

Nella costruzione degli impianti di produzione, Coop ha prestato la massima attenzione alla sostenibilità. Basti pensare che i forni della panetteria industriale/pasticceria sono alimentati sul posto dall'energia fornita dall'impianto di riscaldamento dello stabilimento, che produce ogni anno 20 gigawattore di calore e vapore, di cui il 70% ha origine dalla combustione di biomassa, un misto di truciolo di legno e prodotti di scarto dell'azienda di molitura Swissmill di Coop.

Ultimazione del centro logistico e di produzione di Pratteln

Il nuovo centro di produzione di Pratteln fa parte della strategia Logistica e Panetterie 2015+ del Gruppo Coop avviata nel 2010, e ribadisce chiaramente l'impegno di Coop a mantenere la produzione in Svizzera. L'edificio del nuovo stabilimento di Pratteln è stato ultimato nel 2016. Al fine di sfruttare sinergie e di ridurre le emissioni di CO₂, sono confluite in questo stabilimento le divisioni Cave, Chococats Halba e Sunray di Coop, insieme al nuovo laboratorio Coop per il controllo della qualità. Chococats Halba, azienda produttrice di cioccolato, avvierà la sua regolare attività a febbraio 2017, quando inizieranno anche l'approvvigionamento di materie prime e la produzione alimentare di Sunray. Il laboratorio per il controllo della qualità, invece, entrerà in funzione nell'aprile del 2017. A partire da luglio 2017 è prevista l'installazione e la messa in funzione delle vasche per il vino sfuso dell'azienda di imbottigliamento Cave, la quale diventerà operativa ad agosto.

Così come per il nuovo centro logistico di Schafisheim, Coop dimostra anche nella sede di Pratteln un forte impegno a favore della sostenibilità. Ha infatti già realizzato l'installazione di un impianto di riscaldamento a truciolo di legno per la fornitura di calore e vapore e l'installazione di impianti fotovoltaici da 550 kW sopra i magazzini verticali e lo scalo merci. Lo stabilimento di Pratteln consente a Coop di ridurre le emissioni di CO₂ annuali di 1600 tonnellate.

Le aziende di produzione Coop puntano sulla sostenibilità

Nella speranza di ottenere una resa maggiore, sono molti i piccoli agricoltori che coltivano cacao in monoculture. Questo però danneggia la fertilità del suolo e rende gli alberi più soggetti a malattie. Nel 2016, attraverso progetti di agroforestazione in Honduras e in Ecuador, Chocolats Halba ha promosso un approccio globale che prevede la combinazione di agricoltura e silvicoltura. In questo modo, Chocolats Halba favorisce sul lungo periodo la qualità del cacao e la biodiversità, oltre a promuovere lo spirito imprenditoriale degli agricoltori. Il cacao è coltivato secondo i principi di qualità bio e certificato Fairtrade. Progetti come questo consentono a Chocolats Halba di mantenere la propria leadership nazionale e internazionale in fatto di sostenibilità.

Anche Sunray si è impegnata nel 2016 a favore di un progetto Fairtrade nelle regioni di origine dei prodotti. Attingendo alle risorse del Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, l'azienda di produzione di Coop, in collaborazione con Gebana Afrika, ha promosso la certificazione bio e Fairtrade di noci di acagiù del Benin. Questi frutti certificati provenienti dall'Africa saranno disponibili dal 2017.

Nel 2016, Steinfels Swiss, azienda di produzione di cosmetici, detersivi, detergenti e prodotti per l'igiene, ha ottenuto un riconoscimento per la sua BB cream innovativa e sostenibile distribuita con la marca propria di Coop Naturaline. A conferirle il premio è stata la Private Label Manufacturers Association (PLMA), in occasione della fiera internazionale dedicata alle marche proprie svoltasi nel 2016 ad Amsterdam. Steinfels Swiss ha inoltre sostituito gli imballaggi dei prodotti Oecoplan con bottiglie in PET costituite al 100% da materiale di riciclo. Adottando bottiglie in PET più leggere per i detersivi e i detergenti, l'azienda era già riuscita a ridurre costantemente la quantità di materiale di imballaggio, ma ora, passando alle bottiglie in PET riciclato, fa un ulteriore passo avanti a favore dell'ambiente. Con il lancio di una nuova generazione di prodotti, Steinfels Swiss è riuscita a sviluppare notevolmente la performance ambientale della linea Maya per il lavaggio e la pulizia professionali, superando di gran lunga tutti gli standard ecologici conosciuti a livello internazionale.

Tappe principali delle aziende di produzione Coop

La tabella seguente illustra le tappe principali dell'anno in esame e un factsheet riguardante le singole aziende di produzione Coop. Per maggiori informazioni, consultare www.coop.ch/produzione.



Farina, miscele di farina, semola di grano duro, polenta, fiocchi d'avena, prodotti da estrusione

- Crescita nel core business del frumento tenero
- Sviluppo di nuove miscele pronte per Betty Bossi
- Nuovi investimenti nella competenza su avena e farro
- Raddoppio del fatturato con il label di fiducia Panflor per panetterie artigianali
- Ampliamento delle competenze nel settore bio
- Messa in servizio del nuovo silo per cereali di Zurigo

▼ Factsheet



Tavolette di cioccolato, articoli di confetteria, assortimenti per le feste, cioccolato industriale

- Crescita del fatturato di oltre il 20% nelle esportazioni
- Domanda soddisfacente di cioccolato con certificazione kasher
- Conquista di nuove quote di mercato grazie alle numerose novità in particolare nelle attività stagionali con Coop
- La proficua collaborazione con coltivatori di cacao in Honduras favorisce l'aumento della qualità e delle quantità prodotte
- Mediante progetti di agroforestazione, la produttività e il reddito dei coltivatori di cacao aumenta notevolmente
- Ultimazione del nuovo stabilimento di Pratteln, inclusa la «casetta del cioccolato» e la predisposizione per la messa in servizio a febbraio 2017

▼ Factsheet



Frutta secca, noci, semi, funghi e verdure secchi, legumi, spezie ed erbe aromatiche, zucchero, oli alimentari, miscele per torte, dessert, ingredienti per prodotti da forno

- Crescita nelle categorie di prodotti strategiche e nelle esportazioni, grazie allo sviluppo di moltissimi nuovi prodotti in stretta collaborazione con i clienti
- Ampliamento dell'approvvigionamento dalle zone di origine
- Prima fornitura di noci di acagiù da un progetto di sostenibilità in Benin (Africa occidentale)
- Ultimazione del nuovo stabilimento di Pratteln e predisposizione per la messa in servizio a febbraio 2017

▼ Factsheet



Cosmetici, detersivi e detergenti, prodotti per l'igiene

- Crescita di fatturato con prodotti sostenibili per i clienti Retail e Professional
- Lancio sul mercato di oltre 100 prodotti con clienti in Svizzera e all'estero
- Potenziamento degli assortimenti sostenibili nel settore Professional Care mediante prodotti innovativi come un carrello per le pulizie in plastica riciclata
- Acquisizione di nuovi clienti Retail esteri per i detersivi e i detergenti sostenibili
- Avvio della distribuzione in Germania della marca Sherpa Tensing
- Investimenti nell'automatizzazione dell'imbottigliamento

▼ Factsheet

Panetterie Coop

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

- Messa in servizio della più grande panetteria industriale e pasticceria della Svizzera presso la nuova sede di Schafisheim
- Perfetta integrazione nella panetteria di Schafisheim delle panetterie esistenti di Basilea e Wallisellen oltre che della produzione di prodotti da forno surgelati
- Chiusura della panetteria di Coira a fine 2016 e integrazione in quella di Gossau
- Incremento del volume di produzione delle panetterie a 44.300 tonnellate
- Aumento del numero di panetterie della casa per un totale di 46 con un volume di produzione complessivo di 6300 tonnellate

▼ Factsheet



Riso bio e Fairtrade, specialità a base di riso e miscele di riso

- Aumento del 4,4% delle esportazioni
- Crescita del fatturato da prodotti sostenibili pari al 5,8%; la quota di prodotti bio e Fairtrade rispetto al totale è ora del 50,8%
- La quota di mercato del riso Fairtrade nell'UE è salita al 53%
- Successo del lancio di nuove miscele bio e Fairtrade
- Progetti di approvvigionamento sostenibile dalle zone di origine con oltre 5000 agricoltori

▼ Factsheet



Aceto e specialità a base di aceto

- Crescita del fatturato pari al 7,7%
- Conquista della leadership di mercato in Svizzera per l'aceto
- Incremento della quota di fatturato da prodotti bio al 21%
- Crescita del 70% delle esportazioni di prodotti bio
- Ulteriore riduzione della quantità di rifiuti

▼ Factsheet



Acqua minerale e bibite gassate

- Concessione per l'utilizzo di una nuova sorgente di acqua minerale
- Realizzazione dell'infrastruttura per la messa in servizio della nuova sorgente
- Sviluppo di un'etichetta con colori ad acqua privi di solventi

▼ Factsheet

Cave

Vini bianchi, rosé, rossi, dolci, spumanti

- Aumento della capacità di vinificazione
- Elaborazione della strategia Cave 2020+
- Ultimazione del nuovo stabilimento di Pratteln e predisposizione per la messa in servizio a febbraio 2017; ora è possibile produrre vini spumanti

▼ Factsheet

Centro di maturazione delle banane

Banane, frutti esotici quali ananas e kiwi, frutta secca

- Acquisizione di nuovi assortimenti di frutti tropicali

▼ Factsheet



Collaboratori

Con Coop Campus, Coop dà vita al principale centro di formazione nel commercio al dettaglio svizzero. In Svizzera sono 1010 gli apprendisti del Gruppo Coop che concludono con successo il loro percorso di formazione, e oltre 40.000 i collaboratori che si avvalgono dell'e-learning. Transgourmet Deutschland ottiene riconoscimenti come datore di lavoro interessante.

Nel 2016, il Gruppo Coop ha dato lavoro complessivamente a 85.001 collaboratori nei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione, di cui 3505 apprendisti. I posti di lavoro si trovano per il 64,7% in Svizzera e per il resto all'estero.

Il contesto attuale presenta molteplici sfide per la gestione del personale: a causa dei cambiamenti demografici l'azienda deve fare i conti in particolare con fasce caratterizzate da un ridotto tasso di natalità e con il pensionamento della generazione del «baby boom». L'occupazione femminile ha acquisito un'importanza notevole e il mondo del lavoro, sempre più multiculturale, richiede sempre più flessibilità. Le innovazioni tecnologiche trasformano il mondo del lavoro, e la digitalizzazione muove passi da gigante nel commercio al dettaglio. In questo contesto, il Gruppo Coop si presenta come un datore di lavoro poliedrico, interessante e sostenibile. Secondo uno studio di Inrate, la principale agenzia di rating indipendente in Svizzera per l'analisi della sostenibilità, Coop offre le migliori condizioni d'impiego di tutta la Svizzera nel commercio al dettaglio. Presentarsi come un datore di lavoro di prim'ordine è fondamentale per attrarre e trattenere i candidati più qualificati.

85.001

collaboratori
nel Gruppo Coop

Nella gestione del personale, il Gruppo Coop si concentra sui seguenti aspetti strategici: un profilo interessante come datore di lavoro, spirito imprenditoriale e management nonché change management. Uno degli obiettivi principali di Coop nella gestione del personale, oltre al reclutamento di nuova forza lavoro, è quello di individuare collaboratori qualificati e interessati alle nuove tecnologie e alla digitalizzazione.

Un datore di lavoro interessante

Coop aumenta il monte salari

Nonostante un contesto economico competitivo, Coop ha deciso per il 2017 un aumento del monte salari complessivo pari allo 0,5%, che è a disposizione per concedere aumenti salariali individuali ai collaboratori con salario orario o mensile. La trattativa salariale è il risultato di negoziazioni costruttive tra Coop e le parti sociali SIC Svizzera, Syna/OCST, Unia e l'Associazione degli impiegati Coop (AIC).

La cassa pensioni CPV/CAP poggia su solide basi

Al 31.12.2016, il grado di copertura della CPV/CAP Cassa pensione Coop era del 113,0%, un valore leggermente inferiore a quello dell'anno precedente (113,1%). La riduzione del grado di copertura è da attribuirsi principalmente alle stime più prudenti rispetto agli obblighi. Inoltre, tutti i collaboratori a partire dai 51 anni, a fronte di una riduzione del tasso di conversione dal 6,15% al 5,50%, hanno ricevuto un versamento una tantum sui loro averi di vecchiaia. Come ulteriore provvedimento per aumentare nuovamente le pensioni future, sono stati aumentati del 2,0% i contributi di risparmio per tutti gli assicurati.

L'erogazione di prestazioni per decesso o invalidità è stata inferiore al previsto, per cui è stato possibile ridurre il premio di rischio del 2,0%. In questo modo, i contributi alla cassa pensione sono rimasti nel complesso invariati. La CPV/CAP offre ora ai suoi assicurati la possibilità di scegliere tra tre piani relativi ai contributi di risparmio, e di influire così sul processo di risparmio e quindi sulla futura rendita.

Nel 2016, la CPV/CAP, nonostante il contesto difficile, ha realizzato un rendimento del 4,1%. Un risultato superiore al benchmark. Il tasso d'interesse sugli averi di vecchiaia degli assicurati attivi per l'anno 2016 è stato fissato al 2,0%, cioè a un valore superiore dello 0,75% al tasso di interesse minimo stabilito dalla LPP. Il tasso d'interesse provvisorio previsto per il 2017 è pari al 2,0%. Nel 2016, le rendite sono rimaste invariate e lo stesso vale per l'anno 2017. Il numero degli assicurati attivi nel 2016, pari a 36.796 persone, è stato lievemente superiore a quello dell'anno precedente, che ammontava a 36.440 assicurati. Alla fine del 2016, il numero dei pensionati era aumentato di 172 unità, per un totale di 19.444 persone. Dati i nuovi parametri attuariali e la modificata capacità di rischio della cassa, nel 2017 il Consiglio di fondazione rivedrà la propria strategia di investimento.

Sistema aziendale di gestione della salute per Coop@home e il settore Vendita

Nell'ambito della Gestione della salute aziendale, Coop ha messo in atto nel 2016 diverse nuove misure volte a migliorare la salute psicofisica dei collaboratori, concentrandosi su due settori pilota selezionati. Da un lato Coop, in collaborazione con il partner assicurativo Swica, ha fatto condurre dei sondaggi per analizzare in modo approfondito la situazione di partenza nella logistica di Coop@home. Sulla base dei risultati, si sono svolte poi sessioni di coaching individuale e di gruppo per fornire ai collaboratori consigli su come aumentare il livello di benessere. Per i nuovi gruppi di lavoro, inoltre, l'azienda ha elaborato e applicato misure sul piano della gestione, del comportamento e dell'organizzazione. In parallelo, Coop si è rivolta a un esperto in ergonomia, che a scadenza mensile si è recato presso le sedi di Coop@home per fornire consulenza e trattamento ai collaboratori che presentavano disturbi al sistema motorio.

Un secondo settore su cui ci siamo concentrati è stata la vendita. In questo contesto, Coop ha avviato il progetto pilota degli «Ambasciatori della salute», ovvero sette collaboratori selezionati da diversi punti di vendita che hanno ricevuto una formazione specifica su alcune tematiche legate alla salute. I nuovi ambasciatori sostengono ora i colleghi e promuovono un approccio consapevole alla salute. Stando ai primi feedback ottenuti, i provvedimenti hanno avuto esito positivo.

Riconoscimento e certificazione per Transgourmet Deutschland

Nel 2016, Transgourmet Deutschland ha ricevuto due riconoscimenti a conferma del proprio profilo interessante come datore di lavoro. Il primo è dato da uno studio recente delle riviste Focus e Focus Money, secondo il quale l'azienda sarebbe tra le migliori aziende di formazione in Germania. Tra i parametri di valutazione vi erano i risultati della formazione, i dati strutturali relativi al sistema di formazione, il numero di formatori e tutor e la remunerazione per l'attività di formazione, tenendo conto delle diverse condizioni settoriali.

Il secondo riconoscimento conferito a Transgourmet Deutschland è stato il certificato «beruf und familie» (lavoro e famiglia), ottenuto a giugno 2016 per il settore Cash&Carry di Selgros Germania. Per il settore del rifornimento all'ingrosso, Transgourmet è certificata sin dal 2013. Da un lato, con questa certificazione Selgros Germania dimostra i numerosi sforzi profusi a favore di una politica del personale vicina alle famiglie e di una maggiore armonia tra sfera lavorativa e privata. Dall'altro, l'azienda continua a studiare misure mirate per sostenere al meglio i propri collaboratori nelle diverse fasi della vita familiare e del loro percorso.

Formazione e sviluppo delle risorse umane

Coop Campus come centro di formazione leader nel commercio al dettaglio svizzero

Nel 2016, Coop ha raggruppato tutta la sua offerta formativa per creare il «Coop Campus», il centro di formazione leader nel commercio al dettaglio svizzero. I collaboratori hanno a disposizione programmi di formazione interni personalizzati per ogni livello dirigenziale e su tutti gli argomenti specifici. Lo scopo è quello di fornire una formazione orientata alla pratica, vincolante ed efficace, ragion per cui numerosi corsi si tengono in loco, ad esempio presso il punto di vendita o la sede di un fornitore. Dando ai corsi una struttura chiara, suddivisa in quattro livelli (Professionista, Esperto, Master e Leader),

45 milioni di CHF

di investimento annuale in formazione e perfezionamento

45 milioni di franchi nella formazione e nel perfezionamento dei propri collaboratori, collocandosi così ben oltre la media del settore.

Coop intende motivare i collaboratori a completare uno dopo l'altro tutti i livelli, favorendo così la carriera professionale. Per garantire che quanto appreso venga effettivamente messo in pratica nel lavoro di tutti i giorni, a distanza di alcune settimane da ogni corso Coop svolge una verifica delle competenze.

Coop Campus offre ai collaboratori oltre 350 corsi interni presso 17 sedi oltre a innumerevoli proposte di formazione esterne. Nel 2016, il Gruppo Coop ha inoltre formato nella sola Svizzera 2862 apprendisti per 31 diverse figure professionali. Nel complesso, Coop investe ogni anno più di

Trasferimento delle conoscenze più efficace attraverso l'e-learning

Nella formazione e nel perfezionamento del personale, le tecnologie digitali per l'apprendimento hanno un ruolo sempre più rilevante. Nel 2016 sono stati già 40.000 i collaboratori che hanno sfruttato l'e-learning per seguire corsi su tematiche come l'igiene, istruzioni di processo per la registrazione delle fatture o aspetti più complessi. Una delle offerte più recenti di Coop è il programma e-learning sulle normative antitrust, con cui Coop vuole garantire che tutti i collaboratori coinvolti nel mercato dell'approvvigionamento e delle vendite agiscano in conformità alle norme vigenti sull'antitrust. Nel 2016 sono stati più di 1600 i collaboratori formati da Coop in tutto il gruppo sulle norme antitrust e in materia di concorrenza.

Rafforzamento del personale dirigente in tempi difficili

Nell'anno in esame, Coop ha offerto per la sesta volta un corso di perfezionamento di due giorni rivolto a tutto il personale dirigente di medio e alto livello. Questa volta, i partecipanti si sono confrontati con la tematica della «resilienza», ossia la capacità di affrontare situazioni difficili e di sfruttarle facendo ricorso alle risorse personali e sociali per trasformarle in opportunità di sviluppo. In tempi difficili come quelli attuali, Coop desidera dare ai propri dirigenti la possibilità di acquisire consapevolezza sulle proprie potenzialità e di sfruttarle in modo mirato nella gestione quotidiana del lavoro.

Transgourmet Österreich: sviluppo del personale dirigente mediante feedback a 270 gradi

In seguito a una fase pilota svoltasi presso la sede di Graz nell'autunno del 2015, nell'anno in esame Transgourmet Österreich ha implementato lo strumento di sviluppo «feedback a 270 gradi» anche in altre sedi. Mediante la compilazione di un questionario anonimo online da parte dei collaboratori, dei superiori e dei colleghi, il personale dirigente può così ottenere un feedback complessivo per perfezionare ulteriormente il proprio approccio gestionale. Un coach esterno analizza insieme al dirigente i risultati del sondaggio in un colloquio individuale, identifica per ognuno il fabbisogno di misure di perfezionamento e definisce di conseguenza provvedimenti concreti, ad esempio training.

Gli apprendisti concludono la formazione con una quota di successo record

Con 2862 apprendisti nella sola Svizzera, il Gruppo Coop si è confermato anche nel 2016 come il secondo luogo di formazione del paese. In estate, ben 1010 apprendisti in Svizzera hanno concluso la propria formazione di base in Svizzera con una quota del 99%, che equivale a un vero record. Il 66% di essi ha poi ottenuto un impiego fisso all'interno del Gruppo Coop. Coop ha quindi superato ancora una volta l'obiettivo che si era prefissata, ossia quello di assumere almeno il 65% dei giovani che concludono l'apprendistato. Tra i 1151 giovani che nel 2016 hanno iniziato il loro percorso di formazione professionale presso Coop in Svizzera, vi sono anche tre apprendisti per la figura di Operatore/Operatrice per la comunicazione con la clientela AFC. Il nuovo percorso di formazione professionale si svolge presso Interdiscount e pone l'accento sulla comunicazione, un aspetto che acquisirà sempre maggior rilevanza nell'ottica dell'assistenza ai clienti per gli shop online. Dal 2016 è possibile, inoltre, seguire una formazione come autista di veicoli leggeri presso Coop@home. Nel complesso, Coop offre posti di apprendistato per 31 figure professionali.

il **99%**

degli apprendisti svizzeri
supera l'esame finale

Grande riunione del management con 3000 partecipanti

Nel quadro di un processo unitario di definizione degli obiettivi di tipo top-down, il Gruppo Coop individua ogni anno obiettivi sovraordinati che valgono per tutto il gruppo. Ogni quattro anni, Coop organizza una grande riunione del management, offrendo ai partecipanti una giornata intera per confrontarsi sugli obiettivi del gruppo per l'anno successivo. Nel 2016 si è svolta la nuova edizione di questa riunione. Il 28 giugno, circa 3000 quadri dirigenti di tutte le aziende del Gruppo Coop si sono incontrati alla riunione del management di Berna per discutere i vari aspetti dell'obiettivo 2017: «Prendiamo l'iniziativa». Le idee emerse sono state quindi ulteriormente sviluppate nei singoli seminari sui processi di definizione degli obiettivi, nell'autunno del 2016.

Change management

Il Job Center sostiene chi cambia posto di lavoro

Il Job Center interno di Coop, fondato nel 2013, ha fornito anche nel 2016 assistenza ai collaboratori coinvolti nei vari spostamenti di sede, realizzando numerosi interventi di change management. Questo ha consentito a Coop di ricollocare all'interno del Gruppo Coop tutti i 48 collaboratori interessati dalla chiusura della panetteria di Coira.

Hanno ottenuto una proposta di lavoro alternativa anche i collaboratori che, a causa della fusione amministrativa delle Regioni di vendita Nordwestschweiz e Zentralschweiz-Zürich con conseguente trasferimento a Schafisheim, avrebbero dovuto spostarsi ma non volevano farlo.

La messa in servizio degli impianti di produzione e logistica presso la nuova sede di Schafisheim ha dato vita a un altro progetto: il Job Center ha infatti affiancato i collaboratori della logistica provenienti dagli stabilimenti di Basilea, Wallisellen, Dietikon e Hinwil affinché si integrassero al meglio nella nuova sede di Schafisheim.

Cambiamenti organizzativi per una maggiore agilità sul mercato

Nel maggio del 2016, Coop ha fondato la nuova Direzione Informatica/Produzione/Servizi. Attribuire all'informatica un ruolo più centrale consente a Coop di affrontare in modo ancora più dinamico le sfide della digitalizzazione.

Nel 2016, Coop ha inoltre annunciato la riorganizzazione della Direzione Marketing/Acquisti, e con effetto dal 1° gennaio 2017 ha unito gli Acquisti, il Category management e l'Approvvigionamento a tutti i livelli dirigenziali. Le categorie sono ora confluite in sei Ambiti organizzativi, ognuno dei quali persegue obiettivi strategici specifici. Questo consente di velocizzare notevolmente i processi decisionali e di intensificare l'orientamento al cliente. La riorganizzazione permette a Coop di creare le condizioni ideali per muoversi con maggiore agilità sul mercato.

Corporate Governance

Struttura del gruppo	48
Struttura del capitale	49
Consiglio d'amministrazione	50
Direzione generale	55
Remunerazioni	59
Diritti di partecipazione	60
Cambio di controllo e misure di difesa	60
Ufficio di revisione	60
Politica dell'informazione	61
Management Gruppo Coop	62

Corporate Governance

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

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

Struttura del gruppo

Il Gruppo Coop Società Cooperativa è una società cooperativa con sede a Basilea. Alla fine del 2016, il numero dei soci cooperativi era di oltre i 2,5 milioni. Possono diventare soci della società cooperativa tutte le persone residenti in Svizzera o nel Principato del Liechtenstein. Il Gruppo Coop Società Cooperativa partecipa a diverse aziende in Svizzera e all'estero. La struttura del gruppo è illustrata alle pagine 100 e 101 del rapporto di gestione (perimetro di consolidamento). Non vi sono partecipazioni incrociate all'interno del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop Società Cooperativa è responsabile della direzione suprema del Gruppo Coop. Gli organi del Gruppo Coop Società Cooperativa sono i Consigli regionali, l'Assemblea dei delegati, il Consiglio d'amministrazione, la Direzione generale e l'Ufficio di revisione.

Organizzazione



Consigli regionali

Il Gruppo Coop Società Cooperativa è composto da sei Regioni (Suisse Romande, Bern, Nordwestschweiz, Zentralschweiz-Zürich, Ostschweiz incluso il Principato del Liechtenstein, Ticino). Queste Regioni non costituiscono una persona giuridica, ma fanno parte della struttura organizzativa di tipo cooperativo del Gruppo Coop. In ogni Regione, i soci cooperativi eleggono un Consiglio regionale, la cui composizione varia da 60 a 120 membri (Ticino: non più di 30 membri). I Consigli regionali mantengono i contatti con i soci e il pubblico. Ogni Consiglio regionale elegge, al suo interno, un Comitato di 12 membri (Ticino 6). Il Comitato si costituisce autonomamente e propone al Consiglio d'amministrazione, in occasione dell'Assemblea dei delegati, uno dei propri membri per l'elezione al Consiglio d'amministrazione; tale membro del Comitato, una volta eletto, assume anche la presidenza del Consiglio regionale e del relativo Comitato. Gli altri membri del Comitato del Consiglio regionale costituiscono i delegati che rappresentano i membri della propria Regione nell'Assemblea dei delegati del Gruppo Coop Società Cooperativa. L'attuale composizione dell'Assemblea dei delegati è riportata nella sezione «Assemblea dei delegati».

Il mandato dei Consigli regionali e dei Comitati dei Consigli regionali dura quattro anni. Il mandato attuale dura dal 2013 al 2017. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (65 anni).

Assemblea dei delegati

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

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

➔ www.coop.ch/organizzazione

Al 31 dicembre 2016, l'Assemblea dei delegati era composta dai seguenti delegati:

Regione Suisse Romande	Regione Bern	Regione Nordwestschweiz	Regione Zentralschweiz-Zürich	Regione Ostschweiz (Principato del Liechtenstein incluso)	Regione Ticino
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 Mürger	Alex Rutz	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				

Struttura del capitale

La struttura del capitale del Gruppo Coop può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 81 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine 84-101). Il patrimonio netto del Gruppo Coop Società Cooperativa consiste solo in fondi autogenerati. I soci cooperativi non partecipano al patrimonio netto.

Consiglio d'amministrazione

Membrî del Consiglio d'amministrazione

Ai sensi degli Statuti, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa è composto da un massimo di sei rappresentanti nominati dalle Regioni e da un numero massimo di altri cinque membri, tra cui un rappresentante della Suisse Romande e un rappresentante del personale. I membri del Consiglio d'amministrazione vengono eletti dall'Assemblea dei delegati su richiesta del Consiglio d'amministrazione. Attualmente nel Consiglio d'amministrazione siedono altri quattro membri oltre ai rappresentanti delle Regioni, per cui in complesso il Consiglio d'amministrazione è composto da dieci persone. Ad eccezione del rappresentante del personale, i membri del Consiglio d'amministrazione non possono essere impiegati contemporaneamente presso Coop o una delle aziende da essa controllate (netta separazione dei poteri).

Al 31 dicembre 2016, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa era composto dai seguenti membri:

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

¹ Presidente del Comitato di revisione

² Membro del Comitato di revisione

Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

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



Hansueli Loosli

Svizzero

Formazione:

dipl. fed. Esperto finanze e controlling, KV Zurigo

Carriera professionale:

1982–1985 controller, vicedirettore della società Mövenpick Produktions AG, Adliswil; 1985–1992 Waro AG, Volketswil, da ultimo come direttore generale; 1992–1996 direttore del servizio Approvvigionamento Non Food di Coop Svizzera, Wangen; 1992–1997 Managing Director di Coop Zurigo, Zurigo; 1997–2000 presidente della Direzione generale e della Direzione del gruppo di Coop Svizzera, Basilea; gennaio 2001 – agosto 2011 presidente della Direzione generale di Coop Società Cooperativa, Basilea; da settembre 2011 presidente del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Bell SA, Basilea (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil (presidente); Swisscom SA, Ittigen (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea (presidente)

Altre funzioni e cariche:

membro del comitato consultivo di Deichmann SE; membro del comitato direttivo di Economiesuisse



Peter Eisenhut

Svizzero

Formazione:

lic. oec. Università di San Gallo

Carriera professionale:

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

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

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

Altre funzioni e cariche:

docente presso l'Executive School dell'Università di San Gallo; società di promozione (presidente) e comitato direttivo (vicepresidente) dell'Istituto svizzero per le piccole e medie imprese dell'Università di San Gallo; fondazione Zukunft.li (presidente); membro del comitato direttivo del Soccorso d'inverno Appenzello Esterno



Michela Ferrari-Testa

Svizzera

Formazione:

lic. iur. Università di Zurigo, avvocato e notaio

Carriera professionale:

dal 1990 proprio studio legale e notarile a Capriasca

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

avanex Assicurazioni SA, Dübendorf; Helsana SA, Dübendorf; Helsana Infortuni SA, Dübendorf; Helsana Assicurazioni SA, Dübendorf; Helsana Assicurazioni integrative SA, Dübendorf; Progrès Assicurazioni SA, Dübendorf; sansan Assicurazioni SA, Dübendorf

Altre funzioni e cariche:

membro del consiglio di fondazione della Fondation Sana



Hans-Jürg Käser

Svizzero

Formazione:

apprendistato di montatore elettricista

Carriera professionale:

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

Altre funzioni e cariche:

Gruppo professionale Coop di Unia; Associazione degli impiegati Coop (presidente)



Irene Kaufmann

Svizzera

Formazione:

dr. oec. publ. Università di Zurigo

Carriera professionale:

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

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Bell SA, Basilea; Coop Mineraloel AG, Allschwil; Padrinato Coop per le regioni di montagna Società Cooperativa, Basilea (presidente); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich AG, Zurigo; Mobiliare Svizzera Società Cooperativa, Berna; Mobiliare Svizzera Holding SA, Berna; Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche:

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



Beth Krasna

Svizzera e statunitense

Formazione:

ing. chim. dipl. PF Zurigo; MBA Sloan School at MIT, Cambridge, USA

Carriera professionale:

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

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Alcosuisse SA, Berna; Raymond Weil SA, Grand-Lancy; Symbiotics SA, Ginevra

Altre funzioni e cariche:

membro del Consiglio dei PF; membro del consiglio di fondazione della Fondation des Amis du Prix de Lausanne; membro del consiglio di fondazione della Fondation pour l'institut de hautes études internationales et du développement; membro del consiglio di fondazione della Fondation pour l'étude des relations internationales en Suisse (FERIS)



Roman Kuhn

Svizzero

Formazione:

Executive MBA presso l'Università di Zurigo

Carriera professionale:

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

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Circus Monti AG, Wohlen

Altre funzioni e cariche:

membro del comitato direttivo dell'associazione Schloss Hallwyl; associazione Melodyaarau (presidente); membro del consiglio di fondazione della fondazione Töpferhaus Aarau



Lillia Rebsamen-Sala

Svizzera

Formazione:

diploma di scuola commerciale

Carriera professionale:

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

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

Rebsamen Technocasa AG



Bernard Rüeger

Svizzero

Formazione:

MBA, Losanna

Carriera professionale:

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

Mandati in altri consigli d'amministrazione:

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

Altre funzioni e cariche:

Economiesuisse (vicepresidente); membro del consiglio di fondazione della Fondation de Beaulieu; Camera di commercio del Canton Vaud (presidente)



Giusep Valaulta

Svizzero

Formazione:

lic. iur. Università di Friburgo

Carriera professionale:

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

Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione

Principi della procedura elettorale

Il Consiglio d'amministrazione viene eletto dall'Assemblea dei delegati. Il mandato, uguale per tutti i membri, dura quattro anni. Un consigliere può essere rieletto. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (si può esercitare il mandato fino alla prima Assemblea ordinaria dei delegati dopo il compimento del 65° anno di età).

Prima elezione e restante durata del mandato

L'inizio del mandato risultante dalla prima elezione dei membri del Consiglio d'amministrazione è fissato nella sezione «Membri del Consiglio d'amministrazione». Il mandato attuale è iniziato nella primavera del 2013 e terminerà nella primavera del 2017.

Organizzazione interna

Suddivisione dei compiti in seno al Consiglio d'amministrazione

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

Comitato di revisione

Il Consiglio d'amministrazione ha costituito al suo interno un Comitato di revisione che consiglia il Consiglio d'amministrazione nella presentazione dei conti e nella rendicontazione, nelle attività di revisione interna ed esterna, nel sistema di controllo interno e nella gestione dei rischi. È oggetto del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi anche la compliance. Fanno parte del Comitato di revisione Irene Kaufmann (presidenza), Hansueli Loosli e Beth Krasna.

Il Comitato di revisione si riunisce almeno tre volte all'anno. Una riunione dura solitamente una mezza giornata. Alle riunioni prendono parte di norma il presidente della Direzione generale, il responsabile della Direzione Finanze e il responsabile della Revisione interna con voto consultivo. A seconda dell'ordine del giorno vengono convocati i revisori esterni. I membri del Consiglio d'amministrazione vengono informati periodicamente in merito ai lavori del Comitato di revisione. La Revisione interna sottostà alla presidente del Comitato di revisione. Nel 2016 il Comitato di revisione si è riunito quattro volte.

Modalità di lavoro del Consiglio d'amministrazione

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

Nel 2016 il Consiglio d'amministrazione ha partecipato a sette riunioni da uno o due giorni. In occasione di un viaggio di tre giorni il Consiglio d'amministrazione ha inoltre visitato alcune sedi di società affiliate all'estero. Non ha consultato nessun consulente esterno.

Regolamento delle competenze

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

Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale

Management Information System

Il presidente del Consiglio d'amministrazione e il presidente della Direzione generale si incontrano una o due volte al mese per discutere di questioni fondamentali del Gruppo Coop. Il presidente del Consiglio d'amministrazione partecipa regolarmente alle riunioni della Direzione generale. Il presidente della Direzione generale informa dettagliatamente il Consiglio d'amministrazione nel corso di ogni sua riunione ordinaria sull'andamento degli affari, progetti ed eventi importanti, nonché sulle misure adottate. Ogni mese, il Consiglio d'amministrazione riceve dalla Direzione generale un rapporto scritto contenente i dati sull'andamento corrente delle attività commerciali e informazioni importanti provenienti da tutti i settori aziendali. Inoltre, il Consiglio d'amministrazione riceve per iscritto i rapporti e i bilanci quadrimestrali, che sono poi presentati e discussi in sede di riunione.

Processo di pianificazione e definizione degli obiettivi/Balanced Scorecard

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

Gestione dei rischi

Il Gruppo Coop dispone di un sistema di gestione dei rischi standardizzato. La Direzione generale e il Consiglio d'amministrazione identificano e analizzano ogni tre anni, l'ultima volta nell'anno 2015, i rischi principali e i rispettivi scenari e definiscono misure adeguate. Ogni anno un processo di revisione verifica lo stato di realizzazione delle singole misure. Sono definiti grandi rischi quelli che possono influenzare negativamente il margine di contribuzione 2 del Gruppo Coop per un importo superiore a 15 milioni di franchi entro tre anni.

Sistema di controllo interno

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

La qualità dei controlli per tutta l'azienda viene verificata ogni due anni dai membri della Direzione generale. In conformità alla cadenza ciclica, nel 2015 è stata eseguita una valutazione dei controlli per tutta l'azienda. I risultati delle valutazioni del Sistema di controllo interno vengono riassunte ogni anno in una relazione esaustiva.

Revisione interna

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

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

Direzione generale

Membri della Direzione generale

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

Il 1° maggio 2016, il capo della Direzione Finanze/Servizi Reto Conrad è passato al ruolo di capo della neofondata Direzione Informatica/Produzione/Servizi. Adrian Werren, ex responsabile Controlling, ha assunto la guida della Direzione Finanze e dal 1° maggio 2016 è nuovo membro della Direzione generale del Gruppo Coop.

Jean-Marc Chapuis e Leo Ebnetter andranno in pensione a fine giugno 2017. Il 1° maggio 2017 Christian Coppey entrerà in carica come nuovo capo della Direzione Immobili. In precedenza aveva lavorato dieci anni come capo divisione da Maus Frères SA a Ginevra nel Real Estate & Shopping Center Management. Sempre a maggio, Daniel Hintermann diventerà il nuovo responsabile della Divisione Logistica. In precedenza era responsabile per la Regione logistica Nordwestschweiz.

Al 31 dicembre 2016, la Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa era composta dai seguenti membri:

Nome	Anno di nascita	Funzione attuale	Membro dal
Joos Sutter	1964	Presidente della Direzione generale	2010
Jean-Marc Chapuis	1954	Membro	2001
Reto Conrad	1966	Membro	2012
Leo Ebnetter	1954	Membro	2007
Daniel Stucker	1964	Membro	2011
Adrian Werren	1969	Membro	2016
Philipp Wyss	1966	Vicepresidente della Direzione generale	2009

Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

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



Joos Sutter

Svizzero

Formazione:

lic. oec. Università di San Gallo; dipl. fed. Esperto contabile, Accademia della Camera fiduciaria svizzera, Zurigo

Carriera professionale:

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

Mandati in consigli d'amministrazione:

Alliance Internationale de Distributeurs SA (Alidis), Vernier; Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (presidente); Palink UAB, Lituania; Transgourmet Holding AG, Basilea

Altre funzioni e cariche:

Comunità d'interessi Commercio al dettaglio Svizzera (presidente)



Jean-Marc Chapuis

Svizzero

Formazione:

lic. ès sciences économiques et sociales, Università di Ginevra

Carriera professionale:

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

Mandati in consigli d'amministrazione:

Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (presidente)



Reto Conrad

Svizzero

Formazione:

lic. oec. Università di San Gallo; dipl. fed. Esperto contabile, Accademia della Camera fiduciaria svizzera, Basilea

Carriera professionale:

1990–1992 controller dell'UBS a Basilea; 1992–2001 varie funzioni nel settore della revisione dei conti presso PricewaterhouseCoopers a Basilea e San Francisco; 2001–2005 CFO e membro della direzione del gruppo Bachem, Bubendorf; 2006–2012 CFO e membro della direzione del gruppo Emmi, Lucerna; dal 2012 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa; 2012–2016 capo della Direzione Finanze/Servizi di Coop Società Cooperativa, Basilea; da maggio 2016 capo della Direzione Informatica/Produzione/Servizi di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

Banca Coop SA, Basilea; Centre Commercial Moncor S.A., Villars-sur-Glâne (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon; Panflor AG, Zurigo; Nettoshop AG, San Gallo; RS Vertriebs AG, San Gallo; Siroop SA, Zurigo; Siroop Trading SA, Basilea; Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny (presidente); Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (presidente); Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (presidente); Update Fitness AG, Uzwil (presidente)

Altre funzioni e cariche:

membro del consiglio di fondazione del Centro Seminari Coop, Muttenz (presidente); membro del consiglio di fondazione della CPV/CAP Cassa pensione Coop



Leo Ebnetter

Svizzero

Formazione:

formazione di meccanico di macchine; diploma di commercio, corso di laurea in economia aziendale, Università di San Gallo

Carriera professionale:

da Coop dal 1978; 1978–1981 vice responsabile di magazzino Merci generali, Gossau; 1981–1985 responsabile logistica Merci generali e responsabile Trasporti Coop Ostschweiz, Gossau; 1985–1987 responsabile Logistica Centrale di distribuzione di Gossau; 1987–1990 responsabile settore Approvvigionamento Food, produzione, logistica Coop Ostschweiz, Gossau; 1990–2000 vicedirettore Coop Ostschweiz e responsabile Approvvigionamento Food, produzione, logistica e informatica Coop Ostschweiz, Gossau; 2000–2007 responsabile Regione logistica Coop Ostschweiz-Ticino, Gossau; dal 2001–2007 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Logistica di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

Bell SA, Basilea; Kühlhaus Neuhaus AG, Gossau; Railcare AG, Härkingen (presidente)



Daniel Stucker

Svizzero

Formazione:

ing. dipl. Informatica economica, Scuola d'ingegneria di Bienne; Executive MBA, Università di Zurigo

Carriera professionale:

1985–1986 Software Engineer PTT, Berna; 1989–1992 Management Consultant e responsabile della sede di Berna AF Consulting, Berna; 1992–1994 responsabile del Service-Center RESO, Soletta; 1994–1999 responsabile informatica e organizzazione presso la UEFA, Union of European Football Association, Nyon; 1999–2007 responsabile Informatica/Logistica, poi responsabile Finanze/Servizi, in seguito responsabile Approvvigionamento presso Interdiscount, Jegenstorf; 2007–2011 responsabile della Divisione Import Parfumerie/Christ Orologi & Gioielli, Winterthur; dal 2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Trading di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

Coop Vitality AG, Berna (presidente); Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp (presidente della direzione generale); Coop Vitality Management AG, Berna (presidente); Ing. dipl. Fust SA, Oberbüren (presidente); Elektronik Distribution AG, Basel (presidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong; Nettoshop AG, San Gallo (presidente); RS Vertriebs AG, San Gallo (presidente); Service 7000 AG, Netstal; Siroop SA, Zurigo; Siroop Trading SA, Basilea (presidente); The Body Shop Switzerland SA, Uster (presidente)



Adrian Werren

Svizzero

Formazione:

lic. rer. pol. Università di Basilea

Carriera professionale:

1995–1996 Ufficio di revisione Coop Svizzera, Basilea; 1997–2000 responsabile di progetto Coop Svizzera, Basilea; 2001–2008 responsabile team Controlling Coop, Basilea; 2009–2010 responsabile Controlling Coop, Basilea; 2011–2016 responsabile Controlling Coop e responsabile Economia aziendale/Controlling Transgourmet in u.p.; dal 2016 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Finanze di Coop Società Cooperativa, Basilea

Mandati in consigli d'amministrazione:

Coop Vitality AG, Berna; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp; Coop Vitality Management AG, Berna; Railcare AG, Härkingen; The Body Shop Switzerland AG, Uster; Transcoop GmbH, Colonia; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Basilea, Transgourmet Holding AG, Basilea; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Svizzera SA, Basilea



Philipp Wyss

Svizzero

Formazione:

apprendistato commerciale e tirocinio per macellaio

Carriera professionale:

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

Mandati in consigli d'amministrazione:

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

Altre funzioni e cariche:

membro del consiglio di fondazione della Fondazione Biore

Contratti di management

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

Remunerazioni

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

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

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

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

Nel 2016, per le attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa nonché di Coop Società Cooperativa e Coop Immobilien AG sono state versate remunerazioni per un importo pari a 1,3 milioni di franchi (2015: 1,4 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2016

salari lordi per un importo pari a 4,0 milioni di franchi per 6,7 unità di personale (2015: 3,8 milioni di franchi per 6,0 unità di personale). Gli onorari per le attività del presidente e della vicepresidente del Consiglio d'amministrazione nonché dei membri della Direzione generale in seno ai consigli d'amministrazione delle società affiliate spettano al Gruppo Coop Società Cooperativa e a Coop Società Cooperativa.

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

Diritti di partecipazione

Diritto di voto

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

Quorum statuari

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

Convocazione dell'Assemblea dei delegati

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

Inserimento di punti da trattare all'ordine del giorno

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

Cambio di controllo e misure di difesa

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

Ufficio di revisione

Durata del mandato e durata in carica del revisore responsabile

Dal momento che la durata del mandato dell'Ufficio di revisione è limitata a un anno, l'Assemblea dei delegati elegge l'ufficio ogni anno. Il mandato di revisione per il Gruppo Coop Società Cooperativa e per la revisione contabile del conto annuale consolidato del Gruppo Coop è esercitato dal 1994 da PricewaterhouseCoopers (PwC). Il revisore capo responsabile, Bruno Rossi, ha assunto il mandato nel 2016.

Onorari degli audit

Per adempiere al suo mandato legale per l'anno di esercizio 2016, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3,3 milioni di franchi (2015: 3,4 milioni di franchi).

Altri onorari

Per i servizi aggiuntivi che vanno oltre il mandato legale, PwC ha fatturato durante l'anno di esercizio 2016 un totale di 0,9 milioni di franchi (2015: 1,0 milioni di franchi).

Strumenti informativi dell'Ufficio di revisione esterno

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

Nel 2016, il revisore responsabile ha preso parte a tre riunioni del Comitato di revisione. In quest'occasione sono stati discussi la pianificazione della revisione, i risultati dell'Ufficio di revisione esterno e la conseguente procedura da adottare. Inoltre, il revisore responsabile riferisce una volta all'anno a tutti i membri del Consiglio d'amministrazione. L'Ufficio di revisione esterno e la Revisione interna discutono anche la metodologia e lo sviluppo continuo del Sistema di controllo interno.

Politica dell'informazione

Il Gruppo Coop Società Cooperativa informa i suoi soci attraverso il settimanale Cooperazione e il sito Internet di Coop. I soci possono inoltre consultare il rapporto di gestione del Gruppo Coop online e scaricarlo dal sito web.

➔ report.coop.ch

I delegati si riuniscono nelle Assemblee dei delegati in primavera e autunno, durante le quali si forniscono informazioni in merito all'attuale andamento degli affari e si approfondiscono temi attuali. Insieme alla convocazione per l'Assemblea dei delegati in primavera, i delegati ricevono anche il rapporto di gestione del Gruppo Coop. Il conto annuale del Gruppo Coop Società Cooperativa è parte integrante del presente rapporto di gestione. Un rapporto trimestrale scritto informa inoltre i delegati sull'andamento delle attività commerciali correnti.

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

➔ www.coop.ch/media

Management Gruppo Coop

Aggiornato al 1° marzo 2017

Coop Società Cooperativa

Direzione generale (DG)

Joos Sutter, presidente della DG
Jean-Marc Chapuis, capo della Direzione Immobili (fino al 30.4.2017)
Reto Conrad, capo della Direzione Informatica/Produzione/Servizi
Christian Coppey, capo della Direzione Immobili (dall'1.5.2017)
Leo Ebnetter, capo della Direzione Logistica (fino al 30.4.2017)
Daniel Handley, capo della Direzione Logistica (dall'1.5.2017)
Daniel Stucker, capo della Direzione Trading
Adrian Walsh, capo della Direzione Finanze
Philipp Wyss, capo della Direzione Marketing/Acquisti

Presidenza della Direzione generale

Joos Sutter, presidente della DG
Frank Bertisch, responsabile Revisione interna
Nadine Gemblar, responsabile Personale/Formazione nazionale
Alfred Hubler, responsabile Segretariato generale
Jörg Ledermann, responsabile Comunicazione/Qualità/
Sostenibilità

Direzione Retail

Joos Sutter, capo della Direzione Retail
Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Roger Vogt, responsabile Regione di vendita NWZZ
Herbert Zaugg, responsabile Total Store

Regione di vendita Suisse Romande (SR)

Sissigno Murgia, responsabile Regione di vendita SR
Stéphane Bossel, responsabile EA/Controlling
Thierry Boudol, capo vendita VD/FR
Jean-Claude Chapuisat, responsabile Personale/Formazione
Claudio Marra, capo vendita GE
Bertrand Pasteur, capo vendita VD/FR/NE
Franck Truchot, capo vendita VS/VD
Laurent Voelin, capo vendita NE/JU/BE
Philipp Ziörjen, capo vendita VD

Regione di vendita Bern (BE)

Peter Schmid, responsabile Regione di vendita BE
Stefano Alberucci, capo vendita Emmental/Thun
Bernhard Friedli, responsabile EA/Controlling
Frederik Heller, capo vendita Seeland/FR
Peter Jacobian, capo vendita Berna/Burgdorf
Willy Kuhn, capo vendita SO/Alta Argovia
Marcel Maurer, capo vendita Oberland bernese/Vallese
Bruno Piller, responsabile Personale/Formazione

Regione di vendita Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

Roger Vogt, responsabile Regione di vendita NWZZ
André Aerne, capo vendita Lago di Zurigo Nord
Urs Barmettler, capo vendita ZG/SZ
Angelo Durante, responsabile EA/Controlling
Besim Dushica, capo vendita AG Ovest/Olten
Martin Fürst, capo vendita AG Est
Markus Ingold, capo vendita Lago di Zurigo Sud
Sandro Janko, capo vendita BL e dintorni

Herbert Müller, capo vendita LU
Luc Pillard, responsabile Personale/Formazione
Jean-Claude Prosdocimo, capo vendita Zurigo Nord
Besim Ramadani, capo vendita Città di Zurigo
Monika Zander, capo vendita BS e dintorni

Regione di vendita Ostschweiz-Ticino (OT)

Ivo Dietsche, responsabile Regione di vendita OT
Mario Colatrella, capo vendita TI
René Dörig, capo vendita SG Est/Al/AR/FL/GL
Rolf Gurtner, capo vendita GR
Shenasi Haziri, capo vendita SG Ovest/TG
Sven Herzog, capo vendita Winterthur/SH
Christine Noichl, responsabile Personale/Formazione
Dominique Vela, responsabile EA/Controlling

Direzione Trading

Daniel Stucker, capo della Direzione Trading
Markus Schärer, responsabile EA/Controlling
Patrick Schaller, responsabile Total Store/Espansione
(dall'1.4.2017)
Martin von Bertrab, responsabile Personale/Formazione

Coop City

Felix Kubat, responsabile Coop City
Christian Jochberg, responsabile Vendita Regione Centro
Daniel Tona, responsabile Vendita Regione Ovest
Bruno Veit, responsabile Vendita Regione Est

Coop Edile+Hobby

Christoph Theler, responsabile Edile+Hobby
Joe Wyss, responsabile CM/Acquisti Edile+Hobby
Marco Bertoli, CM Giardinaggio/Piante
Adrian Fox, CM Tempo libero/Sport/Decorazione
Robert Kronhofer, CM Bricolage/Utensili e materiali elettrici
Michael Renninger, CM Edilizia/Arredamento
Marc Rheia, CM Giardinaggio

Interdiscount

Pierre Wenger, responsabile Divisione Interdiscount
Vito Armetta, responsabile Vendita
Roger Bühler, responsabile Logistica/Informatica/Servizi/Online
Martin Koncilja, responsabile Marketing
Peter Späni, responsabile Category Management/
Approvvigionamento

Toptip/Lumimart

Oliver Roth, responsabile Divisione Toptip/Lumimart

Import Parfumerie

Michael Susta, responsabile Divisione Import Parfumerie

Christ Orologi & Gioielli

Nina Müller, responsabile Divisione Christ Orologi & Gioielli

Coop Vitality AG

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

Ing. dipl. Fust SA

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

RS Vertriebs AG

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

The Body Shop Switzerland SA

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

Siroop SA

Daniel Stucker, vicepresidente del Consiglio d'amministrazione
 Constantin Hilt, presidente della Direzione generale

Direzione Marketing/Acquisti

Philipp Wyss, capo della Direzione Marketing/Acquisti
 Kaspar Wittwer, responsabile Gastronomia Coop

CM/Acquisti Prodotti freschi 1

Silvio Baselgia, responsabile CM/Acquisti Prodotti freschi 1
 Andreas Allenspach, CM/Acquisti Frutta e verdura/Fiori recisi
 Axel Dippold, CM/Acquisti Prodotti freschi convenienza
 Oliver Krüsi, CM/Acquisti Pane/Prodotti di panetteria

Vladimir Cob, direttore Alifresca SA

CM/Acquisti Prodotti freschi 2

Roland Frefel, responsabile CM/Acquisti Prodotti freschi 2
 Yves Grüninger, CM/Acquisti Latticini/Uova
 Fabian Schneider, CM/Acquisti Carne
 Pascal Seiler, CM/Acquisti Prodotti surgelati/Pesce

CM/Acquisti Alimenti di base/Prodotti per la pulizia

Andrea Kramer, responsabile CM/Acquisti Alimenti di base/Prodotti per la pulizia
 Olivier Compagnon, CM/Acquisti Detersivi e detergenti/Igiene
 Philipp Nyffenegger, CM/Acquisti Colazione/Pasticceria
 Michael Sieber, CM/Acquisti Prodotti convenienza a lunga conservazione/Contorni
 Sarah Trümpy, CM/Acquisti Prodotti dolciari/Snack salati

CM/Acquisti Bevande/Prodotti speciali

Christian Rüttimann, responsabile CM/Acquisti Bevande/Prodotti speciali
 Sylvia Berger, CM/Acquisti Vini/Spumanti
 Luke Frey, CM/Acquisti Articoli per animali
 Simon Grieder, CM/Acquisti Bevande rinfrescanti/Birra/Superalcolici
 Daniel Vonach, CM/Acquisti Prodotti speciali/Chiosco

CM/Acquisti Near Food/Non Food

Pia Bracher, responsabile CM/Acquisti Near Food/Non Food
 Simone Gössling, CM/Acquisti Articoli di cancelleria/Articoli da viaggio/Biancheria per la casa/Articoli per la festa
 Marc Helfenstein, CM/Acquisti Elettrodomestici/Cucina/Articoli per la tavola
 Roy Mor, CM/Acquisti Abbigliamento/Gioielli
 Patrick Steiner, CM/Acquisti Articoli per bebè/Abbigliamento per bambini/Giocattoli/F&F

Servizi CM/Acquisti

Marc Muntwyler, responsabile Servizi CM/Acquisti
 Rico Bossi, responsabile SBO/SCM Punti di vendita
 Mauro Manacchini, Responsabile Servizi Acquisti

Marketing/Servizi digitali

Thomas Schwetje, responsabile Marketing/Servizi digitali
 Philipp Schenker, responsabile Elaborazione del mercato/Studi di mercato

Betty Bossi SA

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione
 Lars Feldmann, CEO

Marché Ristoranti Svizzera SA

Philipp Wyss, presidente del Consiglio d'amministrazione
 Mirko Schwarz, presidente della Direzione generale

Eurogroup Far East Ltd.

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

Direzione Logistica

Leo Ebnetter, capo della Direzione Logistica (fino al 30.4.2017)
 Daniel Hintermann, capo della Direzione Logistica (dall'1.5.2017), responsabile Regione logistica BE
 Christoph Eigenmann, responsabile Regione logistica OT
 Sébastien Jacquet, responsabile Regione logistica SR
 Lorenzo Pelucchi, responsabile Logistica nazionale Pratteln
 Domenico Repetto, responsabile Regione logistica NWZZ
 Beat Zaugg, responsabile Logistica nazionale Wangen

Railcare AG

Leo Ebnetter, presidente del Consiglio d'amministrazione
 Philipp Wegmüller, presidente della Direzione generale

Direzione Finanze

Adrian Werren, capo della Direzione Finanze, responsabile Controlling
 Hansjörg Klossner, responsabile Contabilità
 Beat Leuthardt, responsabile Servizi finanziari

Direzione Immobili

Jean-Marc Chapuis, capo della Direzione Immobili (fino al 30.4.2017)
 Christian Coppey, capo della Direzione Immobili (dall'1.5.2017)
 Claudio Casal, responsabile Regione immobiliare SR
 Stefano Donzelli, responsabile EA/Controlling
 Victor Manuel Martinez, responsabile Regione immobiliare BE
 Klaus Sedlmeyer, responsabile Regione immobiliare OT
 Philippe Sublet, responsabile Centri commerciali nazionale
 Fritz Ulmann, responsabile Regione immobiliare NWZZ
 Jan Zambaz, responsabile Progetti immobiliari nazionali

Direzione Informatica/Produzione/Servizi

Reto Conrad, capo della Direzione Informatica/Produzione/Servizi
 August Harder, responsabile Informatica
 Marc Haubensak, responsabile Bâle Hotels
 Benedetto Pachlatko, responsabile Cooperazioni/Servizio clienti
 Stephan Rupprecht, responsabile Progetti
 Romeo Sciaranetti, responsabile Swissmill
 Anton von Weissenfluh, responsabile Chocolats Halba

Update Fitness AG

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Michael Ammann, direttore

Tropenhaus Frutigen AG

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

Tropenhaus Wolhusen AG

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

Centro Seminari Coop

Reto Conrad, presidente del Consiglio di fondazione
Martin von Bertrab, delegato del Consiglio di fondazione

Société coopérative Centre de Séminaires «du Léman»

Reto Conrad, presidente del Consiglio d'amministrazione
Martin von Bertrab, delegato del Consiglio d'amministrazione

Altre società affiliate**Coop Mineraloel AG**

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

Transgourmet Holding AG

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione

Transgourmet Central and Eastern Europe

John Matthew, presidenza della Direzione generale,
direttore Europa dell'Est
Frank Seipelt, presidenza della Direzione generale,
direttore Foodservice Germania,
direttore Transgourmet Seafood
Xavier Buro, direttore Finanze
Manfred Hofer, direttore Acquisti
Holger Penndorf, direttore Cash&Carry Germania

Transgourmet Polska

Alexander Orlowski, Direzione/Presidenza
Mohamed Boyaala, direttore Vendite Cash&Carry
Piotr Kolodziejczak, direttore Amministrazione
Piotr Sklodowski, direttore Acquisti & Category Management

Selgros Romania

Alexandru Vlad, Direzione/Presidenza
Herwig Arvay, direttore Amministrazione

Selgros Russia

Michael Zipfel, Direzione/Presidenza
Jens Frerichs, direttore Acquisti & Category Management
Przemyslaw Switakowski, direttore Amministrazione & Espansione

Transgourmet France

Eric Decroix, presidenza della Direzione generale
Caroline Besselièvre, responsabile Risorse umane
Yves Cebron, direttore commerciale e responsabile dell'offerta
Edith Hertz, vicepresidente della Direzione generale
Serge Rey, responsabile Supply Chain

Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, direttore commerciale
Thomas Panholzer, direttore Vendita
Stefan Buczolic, capo reparto Cook2.0
Manfred Edelbauer, capo reparto Informatica
Elisabeth Feizelmeier, capo reparto Human Resources
Georg Fersch, Direzione generale «Mein C+C»
Bettina Fleiss, capo reparto Marketing
Martina Kaffenda, capo reparto Gestione della qualità
Christine Keszner, capo reparto Logistica d'approvvigionamento
Jürgen Krizmanich, Direzione della sede nazionale
Karin Meisel, capo reparto Servizi alla clientela e
gestione dello sviluppo
Andreas Rendl, capo reparto Controlling
Gerald Santer, Direzione vendite nazionale
Georg Steibelmüller, capo reparto Finanze e contabilità
Michael Steinmair, capo reparto Logistica di distribuzione
Michael Vogl, capo reparto Category Management

Transgourmet Svizzera

Philipp Dautzenberg, presidente della Direzione generale
Markus Heiniger, responsabile Marketing e Acquisti
Erich Joss, responsabile Risorse umane
Andrea Pellizzari, responsabile Finanze/Controlling/Immobili
Claude Schnider, responsabile IT
Ralph Zigerlig, responsabile Vendita Svizzera

Bell SA

Hansueli Loosli, presidente del Consiglio d'amministrazione
Lorenz Wyss, presidente della Direzione del gruppo, CEO
Daniel Böhny, membro della Direzione del gruppo
Christian Schröder, membro della Direzione del gruppo
Marco Tschanz, membro della Direzione del gruppo, CFO

Bell Svizzera

Lorenz Wyss, responsabile della Divisione Bell Svizzera
Philipp Allemann, responsabile Produzione/Acquisti
Josef Dähler, responsabile Sviluppo aziendale/Progetti
Christoph Schatzmann, responsabile Gestione della Qualità/
Sostenibilità/Allevamento
Christine Schlatter, responsabile Vendita/Marketing
Marco Tschanz, responsabile Finanze/Servizi

Bell Germania

Christian Schröder, responsabile della Divisione Bell Germania,
responsabile Vendita/Marketing
Gunnar Bauer, responsabile Acquisti strategici
Nicolaj Steber, responsabile Bell Spagna
Steven Van Parijs, responsabile Bell Benelux
Markus von der Pütten, responsabile Produzione/Tecnica

Bell International

Daniel Böhny, responsabile della Divisione Bell International
Stefano Bianchi, responsabile Bell Francia
Jens Günther Hillebrand, responsabile Bell Ungheria
Johannes Huber, responsabile Hubers
David Kureš, responsabile filiali Novak
Eugeniusz Philip, responsabile Bell Polonia

Bell Finanze/Servizi

Marco Tschanz, responsabile Divisione Finanze/Servizi

Hilcona

Martin Henck, presidente della Direzione generale

Eisberg/Gastro Star

Christian Guggisberg, presidente della Direzione generale

Il Gruppo Coop in cifre

Le cifre indicative	66
Cifre indicative importanti in sintesi	66
Sviluppo del Gruppo Coop	67
Ricavo netto	68
Punti di vendita/Mercati	69
Investimenti	70
Conto economico a valore aggiunto	71
Collaboratori	72
Sostenibilità	76
Rendiconto sull'anno di esercizio	78
Conto annuale consolidato	80
Conto economico consolidato	80
Bilancio consolidato	81
Rendiconto finanziario consolidato	82
Prospetto di variazione del patrimonio netto	83
Allegato al conto annuale consolidato	84
Relazione dell'ufficio di revisione	102

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

Le cifre indicative

Cifre indicative importanti in sintesi

Fatturato complessivo

28 322 milioni di CHF

Ricavo netto Gruppo

27 259 milioni di CHF

di cui

19 251 milioni di CHF Svizzera

8 008 milioni di CHF Estero

Ricavo netto settori

17 162 milioni di CHF Commercio al dettaglio

12 248 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto commercio online

565 milioni di CHF Commercio al dettaglio

824 milioni di CHF Commercio all'ingrosso/Produzione

Collaboratori al 31.12

46 637 Commercio al dettaglio

38 364 Commercio all'ingrosso/Produzione

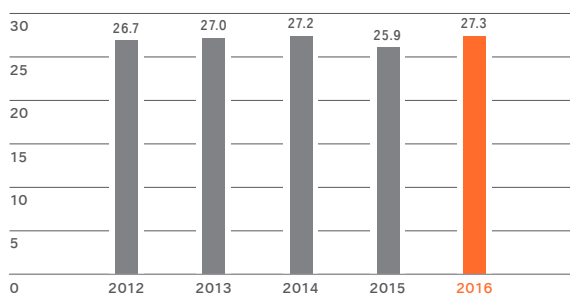
Apprendisti al 31.12

2 705 Commercio al dettaglio

800 Commercio all'ingrosso/Produzione

Ricavo netto

in miliardi di CHF



Risultato operativo

2 044 milioni di CHF EBITDA
7,5% del ricavo netto

763 milioni di CHF EBIT
2,8% del ricavo netto

Risultato del periodo

475 milioni di CHF
1,7% del ricavo netto

Patrimonio netto

8 928 milioni di CHF
47,8% Quota di patrimonio netto

Free cash flow

61 milioni di CHF

Investimenti in immobilizzi materiali

992 milioni di CHF Svizzera

517 milioni di CHF Estero

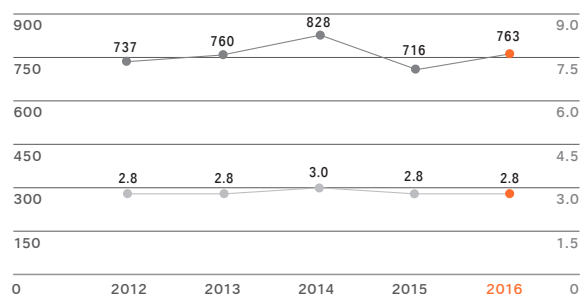
Punti di vendita/mercati

2 250 Commercio al dettaglio

226 Commercio all'ingrosso/Produzione

Risultato operativo (EBIT)

— in milioni di CHF — in % del ricavo netto



Sviluppo del Gruppo Coop

in milioni di CHF o come indicato	2012	2013	2014	2015	2016
Fatturato complessivo		27 950	28 174	26 932	28 322
Commercio al dettaglio		17 379	17 718	17 253	17 162
Commercio all'ingrosso/Produzione		11 329	11 193	10 611	12 248
Consolidamento		-1 741	-1 749	-1 969	-2 151
Ricavo netto da forniture e servizi	26 731	26 967	27 163	25 895	27 259
di cui ricavo netto Svizzera	19 241	19 489	19 822	19 252	19 251
in % del ricavo netto	72.0	72.3	73.0	74.3	70.6
di cui ricavo netto Estero	7 490	7 478	7 341	6 643	8 008
in % del ricavo netto	28.0	27.7	27.0	25.7	29.4
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)	1 930	1 937	2 038	1 933	2 044
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.2	7.2	7.5	7.5	7.5
Risultato operativo (EBIT)	737	760	828	716	763
in % del ricavo netto (margine EBIT)	2.8	2.8	3.0	2.8	2.8
Risultato del periodo	452	462	470	416	475
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.7	1.7	1.7	1.6	1.7
Flusso finanziario da attività operative	1 711	1 667	1 551	1 653	1 582
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	6.4	6.2	5.7	6.4	5.8
Flusso finanziario da attività d'investimento	-950	-965	-1 700	-1 477	-1 939
in % del ricavo netto	3.6	3.6	6.3	5.7	7.1
Flusso finanziario da attività di finanziamento	-275	-116	-166	-301	238
Free cash flow¹	842	628	327	234	61
Somma di bilancio	16 880	17 317	17 441	17 654	18 663
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza	7 262	7 738	8 089	8 401	8 928
Quota di patrimonio netto incluse le quote di minoranza in % Obiettivo > 40.0	43.0	44.7	46.4	47.6	47.8
Debiti finanziari	4 872	4 840	4 753	4 700	5 043
Indebitamento finanziario netto	3 855	3 305	3 560	3 614	4 061
Fattore di indebitamento	Obiettivo < 3.0	2.0	1.7	1.7	2.0
Fattore di copertura degli interessi	Obiettivo > 8.0	21.8	21.7	23.7	26.7
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	64 458	64 498	66 124	69 039	73 451
Collaboratori (persone in formazione incluse) al 31.12	75 309	74 955	77 087	79 954	85 001
Apprendisti al 31.12	3 221	3 265	3 271	3 410	3 505
Punti di vendita/mercati Commercio al dettaglio al 31.12	1 917	1 933	1 978	2 198	2 250
Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m² al 31.12	1 766 913	1 777 800	1 798 081	1 814 469	1 853 207
Punti di vendita/mercati Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12	211	229	212	214	226
Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m² al 31.12	915 734	924 591	938 283	938 768	1 004 458
Numero di soci al 31.12	2 595 065	2 537 859	2 500 036	2 536 800	2 542 848

Valori dell'anno precedente adattati

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

Ricavo netto

in milioni di CHF	2016	2015
Supermercati Coop	10 274	10 290
Interdiscount	935	945
Coop City	778	806
Coop Edile+Hobby	622	633
Toptip/Lumimart	200	202
Import Parfumerie	149	147
Coop@home	129	120
Christ Orologi & Gioielli	87	91
Coop Mineraloel AG	2 159	2 247
Ing. dipl. Fust SA	1 029	1 009
Coop Vitality AG	179	166
Coop Ristorante	254	252
Marché Ristoranti Svizzera SA	114	114
Betty Bossi SA	84	83
The Body Shop Switzerland SA	33	35
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	137	112
Formati specializzati	6 888	6 963
Commercio al dettaglio	17 162	17 253
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 284	4 741
Transgourmet France	1 262	1 250
Transgourmet Österreich	536	
Transgourmet Svizzera	1 471	1 477
Gruppo Transgourmet	8 551	7 468
Gruppo Bell	3 346	2 781
Coop Società Cooperativa Produzione	705	704
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	-354	-342
Commercio all'ingrosso/Produzione	12 248	10 611
Consolidamento Gruppo Coop	-2 151	-1 969
Ricavo netto	27 259	25 895
Altri ricavi operativi	1 063	1 037
Fatturato complessivo	28 322	26 932
di cui ricavo netto commercio online	1 389	1 212
Commercio online Elettronica di consumo	344	308
– Microspot.ch	181	172
– Nettoshop.ch	81	72
– Altri	82	63
Coop@home	129	120
Altro commercio online, Commercio al dettaglio	93	82
Commercio online, Commercio al dettaglio	565	510
Commercio online, Commercio all'ingrosso/Produzione	824	703
di cui ricavo netto Svizzera	19 251	19 252
di cui ricavo netto Estero	8 008	6 643

Valori dell'anno precedente adattati

Punti di vendita/Mercati

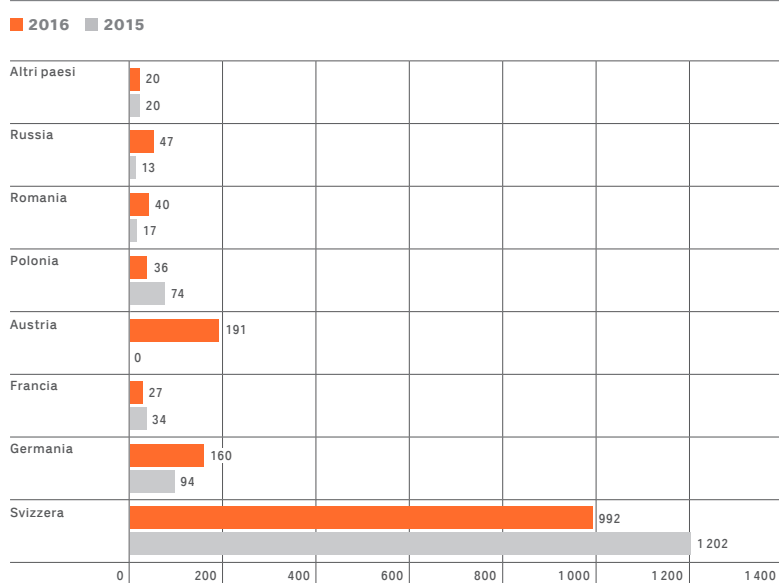
	2016	Quantità al 31.12 2015	Superficie di vendita in m ² al 31.12 2016	2015
Supermercati Coop	876	856	972 783	957 905
Interdiscount	192	187	65 892	67 332
Coop City	31	31	127 692	127 454
Coop Edile+Hobby	74	74	305 786	303 519
Toptip/Lumimart	46	47	130 425	133 348
Import Parfumerie	123	124	10 151	10 163
Christ Orologi & Gioielli	70	72	5 652	5 776
Hotel	3	3		
Coop Mineraloel AG	298	294	34 723	33 843
Ing. dipl. Fust SA	160	162	89 801	89 624
Coop Vitality AG	69	64	8 833	8 159
Coop Ristorante	201	202	58 621	58 644
Marché Ristoranti Svizzera SA	32	30	15 276	15 782
The Body Shop Switzerland SA	50	50	2 949	2 920
Update Fitness AG	23		24 623	
Tropenhaus Frutigen AG	1	1		
Tropenhaus Wolhusen AG	1	1		
Formati specializzati	1 374	1 342	880 424	856 564
Commercio al dettaglio	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 Svizzera	30	30	123 037	123 037
Gruppo Transgourmet	139	123	1 000 492	934 514
Bell Cechia	87	91	3 966	4 254
Gruppo Bell	87	91	3 966	4 254
Commercio all'ingrosso/Produzione	226	214	1 004 458	938 768
Gruppo Coop	2 476	2 412	2 857 665	2 753 237

Valori dell'anno precedente adattati

Investimenti

in milioni di CHF	2012	2013	2014	2015	2016
Svizzera	651	862	975	1 202	992
Germania	129	81	119	94	160
Francia	17	49	51	34	27
Austria					191
Polonia	38	26	38	74	36
Romania	11	8	12	17	40
Russia	20	52	12	13	47
Altri paesi	0	4	2	20	20
Estero	216	219	233	253	517
Investimenti in immobilizzi materiali	867	1 081	1 209	1 455	1 509
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	37	92	41	105	107
Investimenti netti in immobilizzi materiali	829	989	1 167	1 350	1 402
Altri investimenti netti	121	-24	533	127	537
Investimenti netti	950	965	1 700	1 477	1 939

Investimenti in immobilizzi materiali per paese in milioni di CHF



Conto economico a valore aggiunto

in milioni di CHF	2016	2015	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	27 259	25 895	105.3
Altri servizi operativi	1 105	1 080	102.3
Costo merci e altre prestazioni preliminari	20 832	19 790	105.3
Valore aggiunto lordo	7 532	7 185	104.8
Ammortamenti/altro	1 206	1 158	104.2
Valore aggiunto aziendale	6 326	6 028	104.9
Collaboratori			
Salari e stipendi	3 410	3 189	106.9
Oneri sociali/altri oneri	1 073	1 063	101.0
Mano pubblica	1 151	1 164	98.9
Mutuanti	92	81	113.0
Interessi di minoranza (azionisti terzi)	125	115	109.0
Utili non distribuiti (autofinanziamento)	475	416	114.1
Ripartizione del valore aggiunto	6 326	6 028	104.9

Valori dell'anno precedente adattati

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

Con una quota del 71% (anno precedente: 71%), la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop contava 73.451 FTE (anno precedente: 69.039).

Il 18% (anno precedente: 19%) è destinato alla mano pubblica sotto forma di imposte, dazi doganali e tasse.

Il 2% (anno precedente: 2%) rappresenta gli interessi pagati ai mutuanti. A causa del minor livello dei tassi, gli interessi continuano a essere piuttosto bassi.

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

Collaboratori

FTE

	2016	2015	Variazione	Indice %
Supermercati 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 Edile+Hobby	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 Orologi & Gioielli	303	314	-11	96.5
Coop Mineraloel AG	100	94	6	106.2
Ing. dipl. Fust SA	2 156	2 133	23	101.1
Coop Vitality AG	577	554	23	104.1
Coop Ristorante	1 642	1 627	15	100.9
Marché Ristoranti Svizzera SA	672	674	-2	99.7
Betty Bossi SA	100	95	6	105.9
The Body Shop Switzerland SA	193	200	-7	96.7
Altre società	809	600	209	134.8
Logistica/Settori centrali	5 226	5 041	185	103.7
Commercio al dettaglio	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 Svizzera	1 623	1 633	-10	99.4
Gruppo Transgourmet	25 186	22 758	2 428	110.7
Bell Svizzera	4 474	4 211	263	106.3
Bell Estero	4 799	3 497	1 303	137.3
Gruppo Bell	9 273	7 707	1 566	120.3
Coop Società Cooperativa Produzione	1 700	1 625	75	104.6
Altre società	16	14	2	114.3
Commercio all'ingrosso/Produzione	36 174	32 104	4 070	112.7
FTE (persone in formazione incluse) al 31.12	73 451	69 039	4 412	106.4

Valori dell'anno precedente adattati

Collaboratori

	2016	2015	Variazione	Indice %
Supermercati 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 Edile+Hobby	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 Orologi & Gioielli	414	424	-10	97.6
Coop Mineraloel AG	101	95	6	106.3
Ing. dipl. Fust SA	2 239	2 248	-9	99.6
Coop Vitality AG	795	757	38	105.0
Coop Ristorante	2 091	2 052	39	101.9
Marché Ristoranti Svizzera SA	916	918	-2	99.8
Betty Bossi SA	127	122	5	104.1
The Body Shop Switzerland SA	238	223	15	106.7
Altre società	1 238	744	494	166.4
Logistica/Settori centrali	5 694	5 506	188	103.4
Commercio al dettaglio	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 Svizzera	1 818	1 823	-5	99.7
Gruppo Transgourmet	26 792	24 095	2 697	111.2
Bell Svizzera	4 831	4 557	274	106.0
Bell Estero	4 950	3 591	1 359	137.8
Gruppo Bell	9 781	8 148	1 633	120.0
Coop Società Cooperativa Produzione	1 773	1 699	74	104.4
Altre società	18	13	5	138.5
Commercio all'ingrosso/Produzione	38 364	33 955	4 409	113.0
Collaboratori (persone in formazione incluse) al 31.12	85 001	79 954	5 047	106.3

Valori dell'anno precedente adattati

Apprendisti

	2016	2015	Variazione	Indice %
Supermercati Coop	1 490	1 475	15	101.0
Interdiscount	347	346	1	100.3
Coop City	164	169	-5	97.0
Coop Edile+Hobby	126	130	-4	96.9
Toptip/Lumimart	38	38		100.0
Import Parfumerie	44	44		100.0
Coop@home	1		1	
Christ Orologi & Gioielli	31	32	-1	96.9
Coop Mineraloel AG	3	3		100.0
Ing. dipl. Fust SA	97	103	-6	94.2
Coop Vitality AG	115	111	4	103.6
Coop Ristorante	28	32	-4	87.5
Marché Ristoranti Svizzera SA	20	30	-10	66.7
The Body Shop Switzerland SA	2	4	-2	50.0
Altre società	28	27	1	103.7
Logistica/Settori centrali	171	167	4	102.4
Commercio al dettaglio	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 Svizzera	74	77	-3	96.1
Gruppo Transgourmet	683	570	113	119.8
Bell Svizzera	61	69	-8	88.4
Bell Estero	34	33	1	103.0
Gruppo Bell	95	102	-7	93.1
Coop Società Cooperativa Produzione	22	27	-5	81.5
Commercio all'ingrosso/Produzione	800	699	101	114.4
Apprendisti al 31.12	3 505	3 410	95	102.8

Valori dell'anno precedente adattati

Diversità collaboratori

in %	Commercio al dettaglio		Commercio all'ingrosso/ Produzione		Gruppo Coop	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Rapporto di lavoro						
Collaboratori a tempo pieno	57.1	57.2	82.7	85.5	68.6	69.2
Collaboratori a tempo parziale	42.9	42.8	17.3	14.5	31.4	30.8
Quota di donne	62.6	62.9	43.6	43.9	54.0	54.8
con grado di occupazione a tempo pieno	44.8	45.4	39.3	39.8	41.8	42.5
con grado di occupazione a tempo parziale	86.3	86.3	64.2	68.0	80.8	82.6
nel management	40.9	40.4	31.0	30.4	36.7	36.4
nel CdA e nella DG del Gruppo Coop Società Cooperativa					21.1	22.2
Quota di collaboratori sopra i 50 anni	25.7	25.6	24.3	24.3	25.0	25.0
Apprendisti						
Vendita	86.9	86.8	33.9	27.2	74.8	74.6
Settore commerciale	4.4	4.9	37.9	36.9	12.1	11.4
Artigianato/Altro	8.7	8.3	28.2	35.9	13.1	14.0
Paese di lavoro						
Svizzera	99.8	99.8	22.0	23.8	64.7	67.5
Germania			29.0	31.0	13.1	13.1
Polonia			12.2	12.6	5.5	5.4
Romania			11.3	11.4	5.1	4.8
Francia			9.6	11.1	4.3	4.7
Austria			6.7	0.2	3.0	0.1
altri	0.2	0.2	9.2	9.9	4.3	4.4
Nazionalità						
Svizzera	69.4	69.7	45.1	45.5	65.8	66.2
Estero	30.6	30.3	54.9	54.5	34.2	33.8

Sostenibilità

Assortimenti sostenibili

	2012	2013	2014	2015	2016
Fatturato assortimenti sostenibili					
in milioni di CHF					
Fatturato assortimenti sostenibili Gruppo Coop				3 543	3 855
di cui bio ¹	934	1 061	1 082	1 174	1 255
di cui fairtrade ¹	187	219	260	373	476

¹ 2012–2014 solo commercio al dettaglio

Imballaggi

in tonnellate

Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio al dettaglio	530	1 285	1 045	85	230
Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio all'ingrosso/ Produzione			1 306	145	334

Efficienza delle risorse e tutela del clima

	2012	2013	2014	2015	2016
Consumo energetico					
in megawattore					
Commercio al dettaglio	1 157 428	1 146 711	1 116 389	1 127 499	1 134 156
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	1 043 461	1 252 099	1 255 910	1 441 986	1 527 834
Consumo energetico totale	2 200 889	2 398 810	2 372 299	2 569 485	2 661 990

¹ a partire dal 2013 Bell International incluso, a partire dal 2015 Hilcona incluso

Vettori energetici rinnovabili

Quota in %

Commercio al dettaglio	64.2	65.0	66.6	66.8	68.0
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	36.8	32.8	33.2	37.0	36.3
Quota di vettori energetici rinnovabili	51.2	48.2	48.9	50.1	49.8

¹ a partire dal 2013 Bell International incluso, a partire dal 2015 Hilcona incluso

Emissioni di biossido di carbonio (CO₂)

in tonnellate

Commercio al dettaglio	116 045	112 541	106 356	107 135	103 849
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	252 610	331 881	338 992	350 062	367 049
Emissioni totali di biossido di carbonio (CO ₂)	368 655	444 422	445 348	457 197	470 898

¹ a partire dal 2013 Bell International incluso, a partire dal 2015 Hilcona incluso

	2012	2013	2014	2015	2016
Consumo idrico					
in migliaia di metri cubi					
Commercio al dettaglio	1 086	1 118	1 154	1 060	1 282
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	2 510	2 476	3 030	5 632	5 902
Consumo idrico totale	3 596	3 594	4 184	6 692	7 184

¹ a partire dal 2014 Bell International incluso, a partire dal 2015 Hilcona incluso

Rifiuti

Quota di riciclaggio

in %

Commercio al dettaglio	77.6	79.5	80.8	80.0	80.2
Commercio all'ingrosso/Produzione	68.8	73.0	68.2	70.1	73.4

Quantità di rifiuti

in tonnellate

Commercio al dettaglio	124 956	125 494	126 595	129 875	134 065
Commercio all'ingrosso/Produzione ¹	58 294	57 527	64 207	65 409	84 080
Quantità totale di rifiuti	183 250	183 021	190 802	195 284	218 145

¹ a partire dal 2016 Bell International e Hilcona incluso

Impegno sociale

	2012	2013	2014	2015	2016
Impegno sociale					
in migliaia di franchi					
Gruppo Coop: Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile	15 871	15 309	16 550	17 000	18 655
Commercio al dettaglio: Padrinato Coop per le regioni di montagna	981	1 088	939	860	827
Commercio al dettaglio: Altri contributi per progetti di natura sociale	6 770	7 983	6 306	6 477	5 486

Rendiconto sull'anno di esercizio

Conto economico

Ricavo netto da forniture e servizi

Il ricavo netto del Gruppo Coop è composto dai ricavi netti dei settori Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. Nel 2016 è salito a 27.259 milioni di CHF (anno precedente: 25.895 milioni di CHF), il che equivale a un incremento nominale del 5,3% (4,9% al netto degli effetti valutari). Tale incremento è attribuibile in gran parte all'andamento del settore Commercio all'ingrosso/Produzione.

Con gli shop online, il Gruppo ha conseguito un ricavo netto di 1389 milioni di CHF (anno precedente: 1212 milioni di CHF).

Ciò corrisponde a un incremento del 14,6%, cui entrambi i settori hanno contribuito con tassi di crescita a due cifre.

Risultato operativo (EBIT)

Le spese per il personale ammontano a 4440 milioni di CHF, gli altri costi operativi a 2759 milioni di CHF. Il risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA) ammonta a 2044 milioni di CHF (anno precedente: 1933 milioni), con un margine EBITDA del 7,5%, invariato rispetto all'anno precedente. Gli ammortamenti, pari a 1282 milioni di CHF, si compongono da ammortamenti su fabbricati/terreni e impianti per 583 milioni di CHF, altre immobilizzazioni materiali per 366 milioni di CHF, avviamento per 249 milioni di CHF e altre immobilizzazioni immateriali per 83 milioni di CHF. Il risultato operativo (EBIT), pari a 763 milioni di CHF, è superiore rispetto all'anno precedente (716 milioni di CHF), con un margine EBIT del 2,8%, invariato rispetto all'esercizio precedente.

Risultato del periodo

Il risultato delle organizzazioni associate ammonta come nell'esercizio precedente a 12 milioni di CHF. Con una perdita di 75 milioni di CHF (esercizio precedente: perdita di 72 milioni di CHF), il risultato da valute estere e il risultato finanziario sono cambiati solo leggermente. Una volta dedotti 46 milioni di CHF per un risultato estraneo all'esercizio, 146 milioni di imposte sul reddito e 125 milioni di partecipazioni minoritarie, risulta un risultato del periodo di 475 milioni di CHF, ovvero 59 milioni di CHF in più rispetto all'anno precedente.

Analisi per settore

Commercio al dettaglio

Il ricavo netto del Commercio al dettaglio ammonta a 17.162 milioni di CHF (anno precedente: 17.253 milioni di CHF). Ciò corrisponde a una flessione dello 0,5%, determinata tra l'altro dal calo dei prezzi di combustibili e carburanti.

Con un totale di 876 supermercati (anno precedente: 856), Coop ha realizzato un ricavo netto di 10.274 milioni di CHF (anno precedente: 10.290 milioni), il che corrisponde a un leggero calo dello 0,2%.

Coop City ha realizzato un ricavo netto di 778 milioni di CHF (anno precedente: 806 milioni di CHF); il calo del 3,5% è causato principalmente dai prezzi.

Coop Edile+Hobby ha ottenuto un ricavo netto di 622 milioni di CHF (anno precedente: 633 milioni di CHF). Per Interdiscount il ricavo netto ha subito una flessione dell'1,0%, scendendo a 935 milioni di CHF (anno precedente: 945 milioni di CHF). Con un ricavo netto di 149 milioni di CHF ha registrato invece un andamento positivo Import Parfumerie (anno precedente: 147 milioni di CHF), corrispondente a una crescita dell'1,3%. Ing. dipl. Fust SA con Nettoshop.ch e Schubiger ha realizzato un ricavo netto di 1029 milioni di CHF (anno precedente: 1009 milioni di CHF), registrando una crescita del 2,0%. Con un ricavo netto di 2159 milioni di CHF (anno precedente: 2247 milioni di CHF), Coop Mineraloel AG ha purtroppo registrato un calo del fatturato pari al 3,9% (solo lo 0,1% in termini reali) a causa della riduzione del prezzo dei carburanti. Con un ricavo netto di 179 milioni di CHF (anno precedente: 166 milioni di CHF), Coop Vitality AG ha realizzato una crescita del 7,3%.

I Ristoranti Coop hanno registrato una crescita dello 0,8%, salendo a 254 milioni di CHF (anno precedente: 252 milioni di CHF); con 114 milioni di CHF, Marché Ristoranti Svizzera SA ha conseguito lo stesso ricavo netto dell'anno precedente.

Gli shop online nel commercio al dettaglio hanno ottenuto risultati particolarmente positivi: il ricavo netto è infatti salito del 10,9% a quota 565 milioni di CHF. Il ricavo netto di Microspot.ch è salito a 181 milioni di CHF, registrando una crescita del 4,7%; con una crescita del 7,2%, Coop@home ha realizzato un ricavo netto di 129 milioni di CHF.

Il risultato operativo (EBIT) del settore Commercio al dettaglio è sceso di 35 milioni di CHF, passando a 457 milioni di CHF (anno precedente: 492 milioni di CHF).

I punti di vendita del settore (inclusi i ristoranti) sono ora 2250, il che equivale a un incremento di 52 rispetto all'anno precedente. Il Gruppo Coop impiegava nel commercio al dettaglio 46.637 collaboratori (anno precedente: 45.999).

Commercio all'ingrosso/Produzione

Il ricavo netto del settore Commercio all'ingrosso/Produzione è salito a 12.248 milioni di CHF (anno precedente: 10.611 milioni di CHF), registrando una crescita del 15,4% (14,5% al netto degli effetti valutari).

Il gruppo Transgourmet, che opera nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia, Austria e Svizzera, ha realizzato un ricavo netto di 8551 milioni di CHF (anno precedente: 7468 milioni), registrando una crescita del 14,5% (13,5% al netto degli effetti valutari). Il dato comprende anche Transgourmet Österreich, entrata nel gruppo nel 2016, che ha contribuito alla crescita con un ricavo netto di 536 milioni di CHF. Transgourmet ha gestito complessivamente 139 mercati Cash&Carry (anno precedente: 123), dando lavoro a 26.792 collaboratori (anno precedente: 24.095).

Il gruppo Bell è tra i principali operatori in Europa per la lavorazione della carne e di prodotti convenienza. Con i marchi Bell, Hilcona e Eisberg, il Gruppo copre le svariate esigenze dei clienti, che operano nel commercio alimentare, nel Foodservice e nell'industria alimentare.

Con 3346 milioni di CHF, il ricavo netto ha superato del 20,3% quello dell'anno precedente (2781 milioni di CHF). Al netto degli effetti valutari, l'aumento del ricavo netto è pari al 19,8%. Alla crescita hanno contribuito anche varie acquisizioni. Nel 2016, il gruppo Bell contava 9781 collaboratori (anno precedente: 8148). Il risultato operativo (EBIT) del settore Commercio all'ingrosso/Produzione è cresciuto di 23 milioni di CHF, salendo a 306 milioni di CHF (anno precedente: 283 milioni di CHF).

Situazione finanziaria e patrimoniale

Bilancio

Il totale di bilancio del Gruppo Coop è aumentato di 1009 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Sul lato degli attivi, l'attivo circolante è cresciuto di 333 milioni di CHF, passando a 5797 milioni di CHF, a fronte di un calo delle liquidità e di un incremento delle scorte e dei crediti da forniture e servizi. L'attivo fisso è passato a 12.866 milioni di CHF, con un incremento di 675 milioni di CHF. Agli ammortamenti si contrappongono maggiori investimenti e incrementi derivanti dalle acquisizioni effettuate. Il capitale di terzi, attestatosi a 9735 milioni di CHF, è salito di 481 milioni rispetto all'esercizio precedente. Il capitale di terzi a breve termine è aumentato di 84 milioni di CHF, salendo a 4555 milioni di CHF, mentre quello a lungo termine è cresciuto di 396 milioni di CHF, passando a 5179 milioni di CHF. Per quanto riguarda il capitale di terzi a lungo termine, il Gruppo Coop si è finanziato tramite prestiti e depositi. Il patrimonio netto, incluse le partecipazioni di minoranza, è salito a 8928 milioni di CHF. La quota di patrimonio netto era pari al 47,8%, nettamente al di sopra dell'obiettivo strategico del 40%; la crescita rispetto all'anno precedente è stata di 0,2 punti percentuali.

Rendiconto finanziario

L'afflusso monetario da attività operativa è stato pari a 1582 milioni di CHF, registrando una flessione di 71 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il deflusso monetario da attività di investimento pari a 1939 milioni di CHF corrisponde a 462 milioni in più rispetto all'anno precedente. Ciò deriva da maggiori uscite per acquisizioni e da maggiori investimenti netti in immobilizzazioni materiali e immateriali. Sono stati investiti al netto 1521 milioni di CHF in immobilizzazioni materiali e immateriali, e altri 382 milioni in acquisizioni. Negli investimenti finanziari/titoli sono stati investiti al netto 36 milioni di CHF. Ne è derivato un free cash flow di 61 milioni di CHF. L'afflusso monetario da attività di finanziamento ammonta a 238 milioni di CHF. Il Gruppo Coop Società Cooperativa ha acceso due prestiti per un totale di 580 milioni di CHF ed effettuato un rimborso pari a 500 milioni di CHF. Anche il gruppo Bell ha registrato un afflusso di fondi derivante dall'accensione di un prestito di 300 milioni di CHF. I debiti finanziari a breve e lungo termine hanno registrato una flessione netta pari a 55 milioni di CHF. Sono inoltre stati versati dividendi agli azionisti minoritari per un importo di 85 milioni di CHF.

Conto annuale consolidato

Conto economico consolidato

in milioni di CHF	Spiegazioni	2016	2015
Ricavo netto da forniture e servizi	1	27 259	25 895
Altri ricavi operativi	2	1 063	1 037
Costo delle merci		19 078	18 191
Costi del personale	3	4 440	4 208
Altri costi operativi	4	2 759	2 600
Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)		2 044	1 933
Ammortamenti immobilizzi materiali	5	950	886
Ammortamenti immobilizzi immateriali	5	332	331
Risultato operativo (EBIT)	1	763	716
Risultato organizzazioni associate		12	12
Risultato da valute estere		0	0
Risultato finanziario	6	-75	-72
Risultato ordinario		700	655
Risultato estraneo all'esercizio	7	46	39
Risultato ante imposte sull'utile (EBT)		746	694
Imposte sull'utile	8	146	163
Risultato al netto delle imposte sull'utile		600	531
Quote di minoranza		125	115
Risultato del periodo		475	416

Bilancio consolidato

in milioni di CHF	Spiegazioni	31.12.2016	31.12.2015
Liquidità	9	972	1 080
Titoli		10	6
Crediti da forniture e servizi	10	1 084	893
Altri crediti a breve termine	11	337	309
Ratei e risconti attivi		384	351
Rimanenze	12	3 011	2 825
Attivo circolante		5 797	5 464
Immobilizzi materiali	13	11 543	10 911
Immobilizzi finanziari	14	196	185
Immobilizzi immateriali	15	1 126	1 095
Attivo fisso		12 866	12 191
Attivi		18 663	17 654
Debiti da forniture e servizi		1 905	1 792
Debiti finanziari a breve termine	16	927	1 017
Altri debiti a breve termine	17	457	389
Accantonamenti a breve termine	18	315	358
Ratei e risconti passivi		951	915
Capitale di terzi a breve termine		4 555	4 471
Debiti finanziari a lungo termine	19	4 116	3 683
Accantonamenti a lungo termine	20	1 063	1 100
Capitale di terzi a lungo termine		5 179	4 783
Capitale di terzi		9 735	9 254
Riserve da utili		7 907	7 475
Risultato del periodo		475	416
Patrimonio netto senza quote di minoranza		8 382	7 891
Quote di minoranza		547	510
Patrimonio netto incluse le quote di minoranza		8 928	8 401
Passivi		18 663	17 654

Rendiconto finanziario consolidato

in milioni di CHF	2016	2015
Risultato al netto delle imposte sull'utile	600	531
Ammortamenti	1 144	1 117
Perdite per riduzioni durevoli di valore	174	119
Soppressione di riduzioni durevoli di valore	-5	-11
Utili (-)/perdite da cessione attivo fisso	-53	-52
Risultato senza effetto sulla liquidità	3	29
Risultato organizzazioni associate	-12	-12
Dividendi percepiti da organizzazioni associate	5	9
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine	-39	11
Flusso finanziario prima delle variazioni dell'attivo circolante netto	1 817	1 741
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi	-89	-18
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti e dei ratei e risconti attivi	-46	48
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze	-124	-32
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi	39	-75
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi	49	-35
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine	-64	24
Flusso finanziario da attività operative	1 582	1 653
Investimenti in immobilizzi materiali	-1 509	-1 455
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	107	105
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli	-51	-30
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli	15	43
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate	-382	-71
Ricavi dalla vendita di organizzazioni consolidate	0	1
Investimenti in immobilizzi immateriali	-120	-72
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali	0	3
Flusso finanziario da attività d'investimento	-1 939	-1 477
Accensioni di prestiti	880	500
Rimborso di prestiti	-500	-500
Aumento/riduzione della partecipazione di terzi al capitale	-2	1
Dividendi agli azionisti minoritari	-85	-80
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine	24	-42
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine	-79	-181
Flusso finanziario da attività di finanziamento	238	-301
Saldo flusso finanziario	-118	-126
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio	1 080	1 178
Saldo flusso finanziario	-118	-126
Effetto valutario liquidità	10	29
Liquidità alla fine del periodo d'esercizio	972	1 080

Prospetto di variazione del patrimonio netto

in milioni di CHF

	Utile non distribuiti	Differenze di valuta cumulate	Risultato del periodo	Patrimonio netto escluse le quote di minoranza	Quote di minoranza	Patrimonio netto incluse le quote di minoranza
Patrimonio netto al 01.01.2016	8 072	-597	416	7 891	510	8 401
Variazioni nel perimetro di consolidamento					-1	-1
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	416		-416			
Risultato del periodo			475	475	125	600
Dividendi					-85	-85
Effetto valutario		16		16	-3	14
Patrimonio netto al 31.12.2016	8 488	-581	475	8 382	547	8 928

Patrimonio netto al 01.01.2015	7 607	-412	470	7 665	424	8 089
Variazioni nel perimetro di consolidamento	-5			-5	64	59
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	470		-470			
Risultato del periodo			416	416	115	531
Dividendi					-80	-80
Effetto valutario		-185		-185	-12	-198
Patrimonio netto al 31.12.2015	8 072	-597	416	7 891	510	8 401

Allegato al conto annuale consolidato

Principi di consolidamento e contabili

Basi della rendicontazione

Il conto annuale consolidato si basa sui bilanci d'esercizio delle società del gruppo, redatti secondo principi unitari, al 31 dicembre 2016 e fornisce un quadro veritiero dello stato patrimoniale, finanziario ed economico. I conti del Gruppo Coop sono allestiti in conformità alle direttive globali delle Raccomandazioni professionali per l'allestimento dei conti annuali Swiss GAAP FER e alle prescrizioni della legislazione svizzera.

La base di valutazione degli attivi è costituita dai costi di acquisto o di produzione. I passivi sono iscritti al valore storico. Il conto economico è rappresentato secondo il metodo dei costi per natura. I principi di valutazione sono stati applicati in modo invariato rispetto all'anno precedente.

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

Modifiche ai principi contabili a partire dal 1° gennaio 2016

Nuove regole per la registrazione del fatturato: cambiamenti nel concetto quadro Swiss GAAP FER, FER 3 e FER 6

Dalle modifiche risulta che occorre registrare un reddito nel momento in cui è stato prestato un servizio o è stato fornito un bene patrimoniale materiale o immateriale, i cui benefici e rischi nonché il potere dispositivo sono stati trasferiti all'acquirente. Si definisce inoltre che i ricavi netti da forniture e servizi sono considerati ricavi provenienti dall'attività commerciale ordinaria che comprendono il valore della prestazione fornita al netto della diminuzione dei ricavi. Per quanto riguarda le attività di intermediazione occorre indicare solo il valore del servizio prestato direttamente. In caso di transazioni commerciali con più componenti delimitabili, queste ultime vanno registrate e valutate a parte.

Le modifiche non influiscono sui rendiconti del Gruppo Coop, per cui non è necessario adeguare le cifre dell'anno precedente.

Rendiconto finanziario

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

Perimetro di consolidamento

Il conto annuale consolidato del Gruppo Coop si riferisce al Gruppo Coop Società Cooperativa e alle sue società partecipate. Le società partecipate (principali società) del Gruppo Coop Società Cooperativa sono elencate nel perimetro di consolidamento.

Per società consolidate integralmente s'intendono le società delle quali il Gruppo Coop detiene direttamente o indirettamente più del 50% dei diritti di voto.

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

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

Metodo di consolidamento

Società consolidate integralmente

Gli attivi e i passivi nonché i costi e i ricavi sono rilevati con il metodo del consolidamento integrale. Il consolidamento del capitale avviene in base al metodo anglosassone del costo d'acquisizione, che compensa il patrimonio netto della società al momento dell'acquisto o del primo consolidamento con il valore contabile della partecipazione della casa madre. Le società di nuova acquisizione sono rivalutate in base ai principi unitari del gruppo e iscritte nel conto annuale consolidato a partire dalla presa di controllo effettivo. Se i costi d'acquisizione superano gli attivi netti acquisiti e rivalutati, il valore aggiunto residuo viene attivato come avviamento e ammortizzato in modo lineare. Si prevedono adeguamenti del prezzo d'acquisto in funzione di futuri eventi. Qualora il prezzo d'acquisto definitivo differisca da quello stimato, l'avviamento sarà adeguato di conseguenza. Un avviamento negativo (badwill) viene accreditato al conto economico nell'anno di acquisizione. Le società vendute sono considerate fino al momento della perdita del controllo, che di solito corrisponde al momento della vendita.

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

Gli utili infragruppo sulle operazioni interne, se considerati rilevanti, vengono eliminati.

Organizzazioni associate

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

Conversione in divisa estera

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

Corsi di conversione monetaria in CHF

		Corsi medi		Cambi del giorno	
		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

Ricavo netto da forniture e servizi

Il ricavo netto da forniture e servizi deriva dalla vendita di beni e dalla fornitura di servizi nel quadro della consueta attività commerciale durante il periodo in esame. Diminuzioni del ricavo, dovute ad esempio a sconti, ribassi e altre riduzioni di prezzi, vengono dedotte dal ricavo netto dichiarato. I ricavi vengono contabilizzati quando i vantaggi e i rischi principali legati alla proprietà dei prodotti venduti così come il potere dispositivo sono stati trasferiti al cliente e il recupero dei crediti così generati è assicurato in maniera adeguata. I ricavi netto derivanti dalla fornitura di servizi vengono registrati nel periodo di fatturazione in cui il servizio è stato fornito. Per quanto riguarda le attività di intermediazione viene indicato solo il valore del proprio servizio prestato.

Liquidità

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

Titoli

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

Crediti da forniture e servizi e altri crediti a breve termine

I crediti sono iscritti nel bilancio al valore nominale. Le rettifiche di valore sulla base di perdite prevedibili e realizzate vengono detratte e caricate sul conto economico.

Rimanenze

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

Le merci non più utilizzabili o difficilmente vendibili sono soggette a rettifiche di valore specifiche.

Immobilizzi finanziari

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

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

Immobilizzi materiali

Gli immobilizzi materiali, che comprendono anche edifici non industriali, sono valutati sulla base dei costi d'acquisto al netto degli ammortamenti necessari ai fini aziendali. I costi d'acquisto comprendono il prezzo d'acquisto e i costi direttamente imputabili per lo sfruttamento degli impianti. Gli investimenti in immobilizzi materiali esistenti vengono attivati se incrementano il valore d'uso in modo duraturo o prolungano la durata di utilizzo di un'immobilizzo materiale. L'ammortamento avviene in modo lineare sulla durata di utilizzo.

Durata dell'ammortamento in anni

Terreni ed edifici	
Terreni	nessun ammortamento
Edifici	40-67
Installazioni	
	15-30
Beni mobili, macchinari e informatica	
Beni mobili/Attrezzatura	5-10
Arredamenti punti di vendita / mercati	10-15
Macchinari	3-15
Impianti di produzione	20-30
Informatica	3-8
Veicoli	
	3-10

La durata dell'ammortamento per gli immobili si estende da 40 anni per gli edifici industriali con un maggiore livello di sfruttamento fino a 67 anni per gli edifici a uso misto. Le installazioni vengono generalmente ammortizzate in 15 o 20 anni. Nelle aziende di produzione, gli specifici impianti di produzione vengono ammortizzati con una durata di utilizzo maggiore fino a 30 anni. Gli impianti presso i punti di vendita del commercio al dettaglio hanno di solito una durata di utilizzo inferiore rispetto a quelli nei mercati del commercio all'ingrosso.

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

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

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

Leasing

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

Immobilizzi immateriali

Questa voce include software informatico, diritti di marchi, licenze, brevetti e l'avviamento da acquisizioni. Gli immobilizzi immateriali vengono attivati quando sono chiaramente identificabili, quando i costi si possono determinare in modo attendibile e quando portano all'azienda un beneficio tangibile per diversi anni. L'ammortamento avviene in modo lineare sulla durata di utilizzo.

Un avviamento da acquisizioni si ottiene dalla differenza tra il prezzo d'acquisto pagato per rilevare un'azienda e il valore degli attivi netti. Gli attivi netti rappresentano la somma dei singoli valori patrimoniali della società acquisita al netto dei debiti e dei passivi eventuali ai sensi delle Swiss GAAP FER al momento dell'acquisizione. Un eventuale avviamento viene generalmente iscritto negli attivi e ammortizzato in modo lineare. Il periodo di ammortamento si calcola in base alla durata di utilizzo prevista dei presunti potenziali sinergici e di mercato che hanno portato all'avviamento.

Durata dell'ammortamento in anni

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

Deprezzamenti (impairment)

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

Capitale di terzi

Per capitale di terzi a breve termine s'intendono tutti i debiti con scadenza entro un anno nonché i ratei e risconti e gli accantonamenti a breve termine. Il capitale di terzi a lungo termine include i debiti con durata superiore a un anno. I debiti a breve e a lungo termine sono iscritti nel bilancio al valore nominale.

Accantonamenti

Gli accantonamenti sono iscritti nel bilancio quando a causa di un evento nel passato sussiste un probabile e fondato obbligo di legge o di fatto il cui importo e/o la cui scadenza sono incerti ma stimabili. Gli accantonamenti sono valutati in base a una stima delle probabili uscite monetarie. Vengono contemplati gli effetti dell'attualizzazione, se considerati rilevanti.

Imposte sull'utile

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

Le imposte differite sul reddito sono rilevate su tutte le differenze di valutazione imponibili temporanee o deducibili fiscalmente tra i valori fiscali e i valori Swiss GAAP FER secondo il metodo della passività dello stato patrimoniale. Le imposte differite sull'utile rilevate annualmente sono calcolate alla futura aliquota fiscale per il rispettivo soggetto d'imposta alla data di chiusura del bilancio.

Gli attivi e i passivi fiscali differiti sono compensati se si riferiscono al medesimo soggetto d'imposta e sono riscossi dalla stessa autorità fiscale.

Strumenti finanziari derivati

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

Impegni di previdenza

Il Gruppo Coop si assume la quota proporzionale delle spese della previdenza professionale di tutti i collaboratori nonché dei loro superstiti sulla base dei regolamenti, i quali prevedono prestazioni che in Svizzera superano nettamente il regime obbligatorio LPP. I contributi sono contenuti nel costo del personale alla voce Oneri sociali.

Ogni anno si valuta se dal punto di vista dell'organizzazione sussiste un beneficio economico o un obbligo economico nei confronti di un istituto di previdenza. Fungono da base il conto annuale dell'istituto di previdenza, redatto in Svizzera secondo Swiss GAAP FER 26, e altri calcoli che rispecchiano l'attuale eccesso o deficit di copertura in base alla situazione reale. L'istituto di previdenza più significativo del Gruppo Coop è in Svizzera.

Transazioni con parti correlate

Per parti correlate s'intendono le organizzazioni associate, gli istituti di previdenza nonché le persone fisiche come i membri della Direzione generale o del Consiglio d'amministrazione. Le essenziali voci del portafoglio relative alle organizzazioni associate e le altre transazioni con le parti correlate sono illustrate nelle spiegazioni sul conto annuale consolidato.

Attività fuori bilancio

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

in milioni di CHF

1 Ricavo netto da forniture e servizi e risultato operativo (EBIT) per settori

	2016		2015	
	Ricavo netto da forniture e servizi	Risultato operativo (EBIT)	Ricavo netto da forniture e servizi	Risultato operativo (EBIT)
Commercio al dettaglio	17 162	457	17 253	492
Commercio all'ingrosso/Produzione	12 248	306	10 611	283
Consolidamento	-2 151		-1 969	
Contributo straordinario del datore di lavoro alla CPV/CAP				-60
Gruppo Coop	27 259	763	25 895	716

Il settore «Commercio all'ingrosso/Produzione» è costituito dal gruppo Transgourmet, dal gruppo Bell nonché dalle aziende di produzione di Coop Società Cooperativa. La colonna Consolidamento comprende le forniture tra i settori.

Ricavo netto da forniture e servizi per singoli mercati geografici

	2016	2015
Svizzera	19 251	19 252
Estero	8 008	6 643
Gruppo Coop	27 259	25 895

2 Altri ricavi operativi

	2016	2015
Ricavi locativi operativi	189	189
Utili da cessione di attivo fisso operativo	6	7
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	22	20
Altri ricavi da servizi	846	820
Totale	1 063	1 037

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

3 Costi del personale

	2016	2015
Salari/Stipendi	3 410	3 189
Oneri sociali	773	808
Tasso oneri sociali in %	22,7	25,3
Altri costi del personale	257	212
Totale	4 440	4 208

4 Altri costi operativi

	2016	2015
Spese pubblicitarie	500	494
Spese di locazione	705	679
Spese di ufficio e di amministrazione	252	240
Tributi e assicurazioni cose	80	76
Imposte di esercizio	42	41
Manutenzione e sostituzione	389	360
Costi energetici e materiale di esercizio	412	395
Spese di trasporto	188	156
Spese varie	190	159
Totale	2 759	2 600

La voce «Imposte di esercizio» include le imposte sul capitale e sul passaggio di proprietà, le imposte di emissione e altri oneri fiscali.

La voce «Spese varie» comprende i danni non coperti, le perdite su crediti, le spese per chiusure fuori programma, nonché varie spese di esercizio.

in milioni di CHF

5 Ammortamenti	2016	2015
Avviamento, ammortamenti programmati	211	250
Avviamento, ammortamenti non programmati	38	4
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	79	71
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati	4	7
Ammortamenti immobilizzi immateriali	332	331
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	852	795
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	100	102
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-3	-10
Ammortamenti immobilizzi materiali	950	886
Totale	1 282	1 217

Gli ammortamenti non programmati sugli immobilizzi materiali e immateriali nonché i ripristini di valore sugli immobili si verificano in seguito a rivalutazioni della situazione reddituale o a rettifiche dei prezzi di mercato. Nel rivalutare il portafoglio immobiliare sono stati registrati ammortamenti non programmati per un importo di 73 milioni di CHF. Sugli altri immobilizzi materiali sono stati registrati ammortamenti non programmati per un importo di 27 milioni di CHF.

6 Risultato finanziario	2016	2015
Dividendi e guadagni di corso su titoli	1	0
Altri ricavi finanziari	16	10
Ricavi finanziari	17	10
Perdite di corso su titoli	0	1
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	61	76
Rettifiche di valore su immobili finanziari	31	5
Oneri finanziari	92	83
Totale	-75	-72

7 Risultato estraneo all'esercizio	2016	2015
Ricavi locativi	1	1
Utili da cessione di attivo fisso non operativo	49	46
Altri ricavi non operativi	4	0
Ricavi non operativi	54	47
Costi immobiliari non operativi (incl. ammortamenti su immobilizzi non operativi)	6	4
Altri costi non operativi	2	4
Costi non operativi	8	8
Totale	46	39

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

in milioni di CHF

8 Imposte sull'utile	2016	2015
Imposte correnti sull'utile	172	169
Variazione delle imposte differite	-26	-6
Totale	146	163
Aliquota d'imposta media in %	19.6	23.5

	Aliquota d'imposta in %	2016 Importo fiscale in milioni di CHF	Aliquota d'imposta in %	2015 Importo fiscale in milioni di CHF
Aliquota d'imposta media applicabile/Previsione delle imposte sul reddito	20.6	153	20.0	139
Perdite per l'anno in corso per le quali non sono state attivate imposte differite		14		10
Utilizzo di riporti di perdite non ancora registrati		-17		-9
Aliquota media d'imposta sull'utile da applicare al netto dei riporti di perdite	20.1	150	20.2	140
Altri effetti		-4		23
Aliquota d'imposta effettiva sull'utile/Imposte sull'utile effettiva	19.6	146	23.5	163

Le previste imposte sul reddito vengono calcolate sotto il presupposto che il risultato estraneo all'esercizio sia tassato allo stesso modo del risultato ordinario. Gli altri effetti derivano sostanzialmente da spese e ricavi non imponibili, imposte sul reddito estranee al periodo ed effetti derivanti da modifiche dell'aliquota d'imposta.

Sulle perdite riportate per un valore di 867 milioni di CHF (931 milioni di CHF al 31.12.2015) non sono state attivate imposte differite attive.

9 Liquidità	31.12.2016	31.12.2015
Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancario	894	974
Reka-Check/Assegni/Buoni	23	32
Depositi a termine	56	74
Totale	972	1 080

10 Crediti da forniture e servizi	31.12.2016	31.12.2015
Crediti da forniture e servizi	1 125	937
Rettifica di valore	-42	-44
Totale	1 084	893

11 Altri crediti a breve termine	31.12.2016	31.12.2015
Altri crediti	333	307
Acconti a fornitori	7	4
Rettifica di valore	-3	-2
Totale	337	309

12 Rimanenze	31.12.2016	31.12.2015
Merci commerciali	2 600	2 466
Prodotti finiti (Produzione)	192	162
Semilavorati, prodotti in produzione	143	137
Materie prime	129	119
Materiale ausiliario e d'imballaggio	49	39
Acconti a fornitori	37	31
Rettifica di valore	-140	-130
Totale	3 011	2 825

in milioni di CHF

13 Immobilizzi materiali	Terreni non edificati	Terreni ed edifici	Installazioni	Beni mobili, macchinari e informatica	Veicoli	Leasing finanziario	Impianti in costruzione	Totale
Immobilizzi materiali 2016								
Valori d'acquisto 01.01.2016	152	9 766	5 234	4 535	441	22	1 087	21 237
Variazioni nel perimetro di consolidamento	8	100	19	100	30	0	5	263
Investimenti	31	310	459	335	84	0	289	1 509
Disinvestimenti	-1	-108	-86	-310	-41	0	-4	-549
Effetto valutario	6	-2	-8	-5	-2	0	3	-9
Riclassificazioni	-5	359	188	249	3	0	-794	0
Valori d'acquisto 31.12.2016	192	10 425	5 806	4 905	515	22	586	22 451
Ammortamenti cumulati al 01.01.2016	4	3 760	2 962	3 322	252	18	9	10 326
Variazioni nel perimetro di consolidamento		28	11	76	20	0		135
Ammortamenti programmati		186	320	291	57	1		854
Ammortamenti non programmati		73	10	16	0		1	101
Ripristino di valore		-3	0					-3
Disinvestimenti		-69	-83	-305	-38	0		-495
Effetto valutario	0	-1	-4	-5	-1	0	0	-11
Riclassificazioni		7	1	0	0	0	-9	0
Ammortamenti cumulati al 31.12.2016	4	3 981	3 217	3 396	290	18	2	10 908
Valori contabili netti 31.12.2016	188	6 444	2 588	1 509	225	4	585	11 543
di cui non operativi		34						34
di cui anticipi							45	45
Immobilizzi materiali 2015								
Valori d'acquisto 01.01.2015	110	9 395	4 977	4 224	424	26	709	19 865
Variazioni nel perimetro di consolidamento	10	319	113	232	10		23	706
Investimenti	40	284	281	279	61		510	1 455
Disinvestimenti		-122	-98	-172	-38	-1	0	-430
Effetto valutario	-4	-183	-76	-67	-19	-3	-6	-358
Riclassificazioni	-3	73	36	39	3	0	-149	-2
Valori d'acquisto 31.12.2015	152	9 766	5 234	4 535	441	22	1 087	21 237
Ammortamenti cumulati al 01.01.2015	4	3 537	2 727	3 074	244	20	10	9 615
Variazioni nel perimetro di consolidamento		102	47	170	7	0		327
Ammortamenti programmati		176	295	278	48	1		797
Ammortamenti non programmati		65	21	16	0		0	103
Ripristino di valore		-10						-10
Disinvestimenti		-73	-96	-170	-36	0	0	-375
Effetto valutario	0	-40	-32	-46	-11	-2	0	-130
Riclassificazioni		2	0	-1	0	0	0	0
Ammortamenti cumulati al 31.12.2015	4	3 760	2 962	3 322	252	18	9	10 326
Valori contabili netti 31.12.2015	148	6 006	2 272	1 213	189	4	1 078	10 911
di cui non operativi		29						29
di cui anticipi							18	18

Valori dell'anno precedente adattati

Nell'anno d'esercizio è stata effettuata un'ampia suddivisione tra edifici e installazioni in essi presenti. La dichiarazione all'interno della griglia degli immobilizzi materiali è stata adattata di conseguenza; il valore contabile netto riclassificato all'1.1.2015 dalla voce «Terreni ed edifici» alla voce «Installazioni» ammonta a 1 923 milioni di CHF.

in milioni di CHF

14 Immobilizzi finanziari

	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Organizzazioni associate	Altri immobilizzi finanziari	Totale
Immobilizzi finanziari 2016				
Valori contabili netti 01.01.2016	11	77	97	185
Variazioni nel perimetro di consolidamento		1	1	2
Investimenti	0	7	41	48
Disinvestimenti	-1		-14	-15
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		7	-30	-22
Effetto valutario		-1	0	-1
Riclassificazioni				
Valori contabili netti 31.12.2016	10	91	95	196

Immobilizzi finanziari 2015

Valori contabili netti 01.01.2015	12	163	118	294
Variazioni nel perimetro di consolidamento			1	1
Investimenti	0	1	29	30
Disinvestimenti	-1	-8	-25	-35
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		4	-4	0
Effetto valutario		-2	0	-2
Riclassificazioni		-80	-22	-103
Valori contabili netti 31.12.2015	11	77	97	185

Altri immobilizzi finanziari

	31.12.2016	31.12.2015
Prestiti	64	36
Vari immobilizzi finanziari	74	73
Rettifiche di valore su altri immobili finanziari	-43	-13
Totale	95	97

in milioni di CHF

15 Immobilizzi immateriali	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Impianti in costruzione	Totale
Immobilizzi immateriali 2016						
Valori d'acquisto 01.01.2016	3 285	604	432	41	29	4 390
Variazioni nel perimetro di consolidamento	247	1	5	2		254
Investimenti		3	71	1	44	120
Disinvestimenti		-1	-72	-3	0	-77
Effetto valutario	-5	0	-1	0	0	-6
Riclassificazioni		26	1	0	-27	0
Valori d'acquisto 31.12.2016	3 527	632	435	41	46	4 681
Ammortamenti cumulati al 01.01.2016	2 642	280	335	38		3 296
Variazioni nel perimetro di consolidamento		1	4	1		6
Ammortamenti programmati	211	32	45	1		290
Ammortamenti non programmati	38	0	3	1		42
Disinvestimenti		-1	-72	-3		-77
Effetto valutario	-1	0	-1	0		-2
Ammortamenti cumulati al 31.12.2016	2 890	311	315	38		3 554
Valori contabili netti 31.12.2016	636	321	120	3	46	1 126
Immobilizzi immateriali 2015						
Valori d'acquisto 01.01.2015	3 254	597	403	41	12	4 307
Variazioni nel perimetro di consolidamento	44	10	10	1	0	64
Investimenti		0	51	1	19	72
Disinvestimenti	-1	-1	-29	-1		-32
Effetto valutario	-12	-3	-7	-1	0	-23
Riclassificazioni	0		4	0	-2	2
Valori d'acquisto 31.12.2015	3 285	604	432	41	29	4 390
Ammortamenti cumulati al 01.01.2015	2 395	252	313	38		2 998
Variazioni nel perimetro di consolidamento	4	1	7	1		14
Ammortamenti programmati	250	29	40	1		321
Ammortamenti non programmati	4		7	0		11
Disinvestimenti	-1	0	-27	-1		-29
Effetto valutario	-10	-2	-5	-1		-18
Ammortamenti cumulati al 31.12.2015	2 642	280	335	38		3 296
Valori contabili netti 31.12.2015	642	324	96	3	29	1 095

in milioni di CHF

16 Debiti finanziari a breve termine	31.12.2016	31.12.2015
Conti correnti bancari	4	0
Prestiti bancari	34	34
Altri debiti finanziari a breve termine	55	20
Debiti verso istituti di previdenza	200	200
Quota a breve termine di debiti finanziari a lungo termine	633	762
Totale	927	1 017

I debiti nei confronti degli istituti di previdenza sono interamente nei confronti della CPV/CAP. Fruttano un interesse pari allo 0,25% e si possono disdire ogni anno.

17 Altri debiti a breve termine	31.12.2016	31.12.2015
Buoni in circolazione	64	66
Anticipi da clienti	135	125
Altre imposte	132	88
Altri debiti a breve termine	126	110
Totale	457	389

18 Accantonamenti a breve termine	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Supercard	Altri accantonamenti	Totale
Accantonamenti a breve termine 2016					
Valori contabili 01.01.2016	82	16	190	70	358
Variazioni nel perimetro di consolidamento				0	0
Costituzione	21	17	179	79	296
Utilizzo	-76	-13	-182	-68	-339
Scioglimento	-8	-1	-3	-3	-15
Effetto valutario	0	0		-1	-1
Riclassificazioni a breve termine/a lungo termine	3	10		2	15
Valori contabili 31.12.2016	22	28	185	80	315
Accantonamenti a breve termine 2015					
Valori contabili 01.01.2015	23	19	192	93	327
Variazioni nel perimetro di consolidamento				1	1
Costituzione	81	2	186	29	298
Utilizzo	-18	-13	-183	-27	-241
Scioglimento	-4	0	-6	-23	-33
Effetto valutario	0	0		-3	-3
Riclassificazioni a breve termine/a lungo termine	1	7		1	9
Valori contabili 31.12.2015	82	16	190	70	358

Gli altri accantonamenti a breve termine includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 32 milioni di CHF (28 milioni di CHF al 31.12.2015) e per i punti di vendita pari a 19 milioni di CHF (22 milioni di CHF al 31.12.2015).

in milioni di CHF

19 Debiti finanziari a lungo termine	Valuta	Durata	Tasso d'interesse in % (ponderato)		31.12.2016	31.12.2015
Conti deposito			0.5		1 751	1 754
Obbligazioni di cassa		2–8 anni	1.5		241	269
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2010–2017	2.0	250		
Bell SA	CHF	Mag. 2013–2018	1.0	175		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2012–2019	1.25	250		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2015–2020	0.25	300		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Giu. 2014–2021	0.875	200		
Bell SA	CHF	Mag. 2013–2022	1.75	175		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2016–2022	0.25	200		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2014–2023	1.0	200		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2015–2024	0.88	200		
Bell SA	CHF	Mar. 2016–2025	0.625	300		
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Mag. 2016–2026	0.5	380		
Prestiti obbligazionari					2 630	2 250
Prestiti bancari					3	15
Ipoteche			3.7		99	124
Leasing finanziario					0	1
Altri prestiti					26	32
Quota a breve termine di debiti finanziari					-633	-762
Totale					4 116	3 683

Per il giorno di chiusura del bilancio, il 17,4% dei debiti derivanti dai conti deposito è stato classificato come a breve termine.

20 Accantonamenti a lungo termine	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Imposte differite	Altri accantonamenti	Totale
Accantonamenti a lungo termine 2016					
Valori contabili 01.01.2016	97	41	789	172	1 100
Variazioni nel perimetro di consolidamento	4		8	5	17
Costituzione	3	1		19	24
Utilizzo	-3	-2		-5	-10
Scioglimento	-7	-8		-6	-21
Variazione delle imposte differite			-25		-25
Effetto valutario	0		-6	0	-6
Riclassificazioni a breve termine/a lungo termine	-3	-10		-2	-15
Valori contabili 31.12.2016	90	22	767	184	1 063
Accantonamenti a lungo termine 2015					
Valori contabili 01.01.2015	90	47	777	155	1 069
Variazioni nel perimetro di consolidamento	7		25	1	33
Costituzione	4	1		40	44
Utilizzo	-1	0		-16	-16
Scioglimento	0			-6	-6
Variazione delle imposte differite			-10		-10
Effetto valutario	-3		-3	0	-6
Riclassificazioni a breve termine/a lungo termine	-1	-6		-2	-9
Valori contabili 31.12.2015	97	41	789	172	1 100

Gli altri accantonamenti a breve termine includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 71 milioni di CHF (63 milioni di CHF al 31.12.2015) e per i punti di vendita pari a 10 milioni di CHF (11 milioni di CHF al 31.12.2015).

in milioni di CHF

21 Istituti di previdenza	Valore nominale RCDL 31.12.2016	Bilancio 31.12.2016	Bilancio 31.12.2015	Variazioni RCDL nei costi del personale 2016 2015	
Riserva dei contributi del datore di lavoro (RCDL)					
Fondi padronali/Istituti di previdenza padronali			1	-1	-1
Istituti di previdenza	10	10	10		
Totale	10	10	11	-1	-1
	Copertura eccessiva/insufficiente 31.12.2016	Quota economica del Gruppo Coop 31.12.2016	31.12.2015	Costo per la previdenza nei costi del personale 2016 2015	
Utile economico/impegno economico e spesa previdenziale					
Istituto di previdenza senza copertura eccessiva/insufficiente				266	272
Istituto di previdenza con copertura eccessiva/insufficiente	1			0	
Totale	1			266	272

Contributi regolamentari del datore di lavoro				266	272
---	--	--	--	-----	-----

Il 31.12.2016, la CPV/CAP presentava un grado di copertura del 113,0% (anno precedente: 113,1%). Nell'ottica delle RPC 16 non sussiste né sovracopertura né sottocopertura, in quanto il valore target della riserva di fluttuazione non è ancora stato raggiunto.

22 Operazioni fuori bilancio	31.12.2016	31.12.2015
Fideiussioni, garanzie	63	88
Altri impegni quantificabili di carattere eventuale	119	121
Altri impegni potenziali che non devono essere registrati nel bilancio	5	10
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	235	272

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

23 Obblighi da leasing operativo non iscritto in bilancio	31.12.2016	31.12.2015
Scadenza entro un anno	9	9
Scadenza nell'arco di 1-5 anni	36	29
Scadenza dopo oltre 5 anni	34	32

24 Debiti da contratti di locazione e di diritto di superficie a lungo termine	31.12.2016	31.12.2015
Scadenza entro un anno	729	723
Scadenza nell'arco di 1-5 anni	2 508	2 574
Scadenza dopo oltre 5 anni	3 789	3 793

in milioni di CHF

25 Strumenti finanziari derivati in essere		Valori di contratto		Valori attivi		Valori passivi	
		31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015
Valore base	Scopo						
Valute	Copertura	750	714	5	2	4	6
Totale riconciliato al bilancio				5	2	4	6
Valute	Copertura	267	637	2	2	1	5
Tassi d'interesse	Copertura	8	28		0	0	1
Strumenti di patrimonio netto	Senza copertura	10	4	0		0	0
Totale non riconciliato al bilancio				2	2	2	6

Sussistono opzioni di acquisto per le quote di minoranza delle società consolidate integralmente dichiarate negli strumenti di patrimonio netto.

26 Transazioni con parti correlate

Transazioni con organizzazioni associate	2016	2015
Ricavo netto da forniture e servizi	25	27
Altri ricavi operativi	5	2
Costo delle merci	152	191
Spese di ufficio e di amministrazione	2	0
Spese di locazione	2	2
Spese varie	1	1
	31.12.2016	31.12.2015
Crediti da forniture e servizi	3	1
Ratei e risconti attivi	3	20
Prestiti	44	13
Debiti da forniture e servizi	9	12
Debiti finanziari a breve termine	5	5
Ratei e risconti passivi	0	0
Debiti finanziari a lungo termine	1	1

Sussistono debiti nei confronti dell'istituto di previdenza del personale che sono indicati nei debiti finanziari a breve termine. Non sussistono altre transazioni significative con altre parti correlate.

27 Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento

2016

Società		Variazione	Data	31.12.2016 in %	31.12.2015 in %
Valentin Pontresina AG	CH-Pontresina	Fusione in Transgourmet Schweiz AG	01/2016	100.00	100.00
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Mainz	Nuova ragione sociale (finora: OHG Transgourmet GmbH & Co.)	01/2016	100.00	100.00
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	Acquisizione	01/2016	100.00	
OHG SELGROS C&C GmbH & Co.	DE-Neu-Isenburg	Fusione in Transgourmet Deutschland GmbH & Co.	01/2016	100.00	100.00
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	Acquisizione	03/2016	66.29	
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Acquisizione	04/2016	51.00	
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	Acquisizione	05/2016	33.81	
Casa del Vino SA	CH-Zürich	Acquisizione	05/2016	100.00	
Der Milchbauer Grosshandels-gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Acquisizione	07/2016	100.00	
Geiser SA	CH-Schlieren	Acquisizione	10/2016	100.00	
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Acquisizione	10/2016	100.00	
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Aumento della quota di partecipazione	12/2016	100.00	99.74

2015

Società		Variazione	Data	31.12.2015 in %	31.12.2014 in %
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	Aumento della quota di partecipazione e consolidamento integrale	01/2015	100.00	33.33
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	Acquisizione	01/2015	75.00	
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Aumento di capitale/ Aumento della quota di partecipazione	02/2015	99.74	72.88
Bell Nederland B.V.	NL-Dr Houten	Aumento della quota di partecipazione	02/2015	66.29	50.38
siroop AG	CH-Zürich	Costituzione	04/2015	50.00	
Hilcona AG	FL-Schaan	Aumento della quota di partecipazione e consolidamento integrale	05/2015	33.81	32.48
Abraham France SARL	FR-Bussy-Saint-Georges	Fusione in Bell France SAS	06/2015	66.29	66.29
Transgourmet Seafood GmbH	DE-Bremerhaven	Fusione in OHG Transgourmet GmbH & Co.	07/2015	100.00	100.00
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	Acquisizione	08/2015	100.00	
siroop trading AG	CH-Basel	Costituzione	09/2015	100.00	
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	Nuova ragione sociale (finora: SELGROS Sp. z o.o.)	10/2015	100.00	100.00
Alifresca AG	CH-Basel	Costituzione	10/2015	100.00	
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Aumento della quota di partecipazione	10/2015	66.29	59.66
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	Acquisizione	11/2015	100.00	
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	Vendita	12/2015		50.00

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

in milioni di CHF

28 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni

2016	Transgourmet Österreich GmbH	Gruppo Huber	Gruppo Eisberg	Geiser SA	Altre organiz- zazioni
Liquidità	10	14	2	4	7
Crediti e Risconti attivi	44	48	11	5	9
Rimanenze	43	14	2	3	12
Immobilizzi materiali	16	59	22	8	23
Immobilizzi finanziari	0		1		1
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)	1	0	0		1
Debiti e ratei e risconti passivi	75	35	8	4	15
Debiti finanziari	8	0	8		3
Accantonamenti	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
Liquidità	23		4	3	
Crediti e Risconti attivi	61		24	12	5
Rimanenze	42		10	16	5
Immobilizzi materiali	284	8	31	57	
Immobilizzi finanziari	1				
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)				9	
Debiti e ratei e risconti passivi	61	6	26	19	8
Debiti finanziari	140		5	41	5
Accantonamenti			4	4	

29 Componenti più importanti nella vendita di organizzazioni

2015	Hygedis SAS
Crediti e Risconti attivi	14
Rimanenze	12
Immobilizzi materiali	3
Debiti e ratei e risconti passivi	20
Debiti finanziari	16

30 Perimetro di consolidamento (principali società)

Gruppo Coop Società Cooperativa	CH-Basel	Società di partecipazione	Quota di capitale ¹		Capitale	Inclu- sione
			31.12.2016 in %	31.12.2015 in %	31.12.2016 in milioni	
Coop Genossenschaft	CH-Basel	Commercio, produzione	100.00	100.00	0.0 CHF	☐
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Casa editrice di riviste	100.00	100.00	0.2 CHF	☐
Coop Immobilien AG	CH-Bern	Immobili	100.00	100.00	200.0 CHF	☐
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Elettrodomestici, multimedia	100.00	100.00	10.0 CHF	☐
RS Vertriebs AG	CH-St. Gallen	Commercio online elettrodomestici, multimedia	100.00	100.00	1.0 CHF	☐
Service 7000 AG	CH-Netstal	Servizio riparazioni	50.06	50.06	1.6 CHF	☐
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Sorgenti minerali	100.00	100.00	22.4 CHF	☐
siroop AG	CH-Zürich	Commercio online	50.00	50.00	CHF	●
siroop trading AG	CH-Basel	Commercio online	100.00	100.00	0.1 CHF	☐
Soc. Coopération de Collaboration Intern.	BE-Bruxelles	Società di acquisti	25.00	25.00	EUR	●
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Prodotti di bellezza e cosmetici	100.00	100.00	0.4 CHF	☐
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Prodotti tropicali, acquicoltura	100.00	99.74	28.2 CHF	☐
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Prodotti tropicali, acquicoltura	94.31	94.31	2.6 CHF	☐
Alifresca AG	CH-Basel	Società di acquisti	100.00	100.00	0.1 CHF	☐
Bell SA	CH-Basel	Holding	66.29	66.29	2.0 CHF	☐
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	0.0 EUR	☐
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	Salumi	100.00	100.00	1.0 EUR	☐
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	Subholding	100.00	100.00	0.1 EUR	☐
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	Salumi	100.00	100.00	10.0 PLN	☐
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Subholding	100.00	100.00	5.3 EUR	☐
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	Commercio di prodotti di carne	100.00	100.00	0.6 EUR	☐
Bell Nederland B.V.	NL-AX Breda	Commercio di prodotti di carne	100.00	100.00	2.7 EUR	☐
Sanchez Alcaraz S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Prosciutto crudo	100.00	100.00	0.6 EUR	☐
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Commercio al dettaglio	100.00	100.00	30.0 CZK	☐
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	Carne e salumi	99.75	99.74	400.0 HUF	☐
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	Subholding	100.00	100.00	20.0 EUR	☐
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Salsicce crude	100.00	100.00	2.6 EUR	☐
Bell Schweiz AG	CH-Basel	Carne fresca, salumi, pollame, frutti di mare	100.00	100.00	20.0 CHF	☐
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Salumi	100.00	0.00	1.5 CHF	☐
Geiser AG	CH-Schlieren	Salumi	100.00	0.00	0.5 CHF	☐
Centravo Holding AG ²	CH-Zürich	Lavorazione di sottoprodotti	30.10	29.80	CHF	●
Hilcona AG	FL-Schaan	Prodotti convenience freschi	51.00	51.00	27.0 CHF	☐
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	Subholding	100.00	0.00	0.7 CHF	☐
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	Subholding	100.00	0.00	0.3 CHF	☐
CapCo AG	FL-Vaduz	Società d'assicurazioni	100.00	100.00	5.0 CHF	☐
Centre Commercial Moncor S.A.	CH-Villars-sur-Glâne	Immobili	100.00	100.00	1.2 CHF	☐
Centre de formation «du Léman»	CH-Jongny	Formazione	100.00	100.00	0.0 CHF	☐
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	Coltivazione del cacao	75.00	75.00	0.1 USD	☐
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	Agenzia viaggi	50.00	50.00	CHF	●
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	Stazioni di servizio con shop	51.00	51.00	10.0 CHF	☐
Coop Tagungszentrum	CH-Muttenz	Formazione	100.00	100.00	0.4 CHF	☐
Coop Vitality AG	CH-Bern	Farmacie	51.00	51.00	5.1 CHF	☐
Elektronik Distribution AG	CH-Basel	Cooperazione di acquisti	100.00	100.00	0.1 CHF	☐
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	Società di acquisti	100.00	100.00	0.1 HKD	☐

			Quota di capitale ¹		Capitale	Inclu- sione
			31.12.2016 in %	31.12.2015 in %	31.12.2016 in milioni	
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Prodotti da forno surgelati	40.00	40.00	CHF	●
Marché Ristoranti Svizzera SA	CH-Dietlikon	Ristorante	100.00	100.00	8.0 CHF	□
Palink UAB	LT-Vilnius	Commercio al dettaglio	20.00	20.00	EUR	●
Panflor AG	CH-Zürich	Cereali e prodotti da macinazione	100.00	100.00	0.1 CHF	□
railCare AG	CH-Härkingen	Impresa ferroviaria	100.00	100.00	1.0 CHF	□
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Basel	Commercio al dettaglio	100.00	100.00	0.1 CHF	□
SC Swiss commercial GmbH	DE-Konstanz	Società di distribuzione	100.00	100.00	0.0 EUR	□
Steinfels Swiss GmbH	DE-Konstanz	Società di distribuzione	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	Subholding	100.00	100.00	1.0 EUR	□
OOO Selgros	RU-Moskau	Cash&Carry	100.00	100.00	10.1 RUB	□
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basel	Subholding	100.00	100.00	0.1 CHF	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	0.1 EUR	□
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	0.6 EUR	□
Der Milchbauer Grosshandels- gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Rifornimento all'ingrosso	100.00	0.00	0.0 EUR	□
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	0.0 EUR	□
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	Subholding	100.00	100.00	17.7 EUR	□
Richard Sump GmbH	DE-Hamburg	Subholding	75.00	75.00	1.0 EUR	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	2.5 EUR	□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	Cash&Carry	100.00	100.00	288.3 RON	□
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	310.0 PLN	□
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	Rifornimento all'ingrosso	100.00	100.00	486.9 EUR	□
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	Rifornimento all'ingrosso	100.00	0.00	1.0 EUR	□
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Commercio all'ingrosso	100.00	100.00	66.5 CHF	□
Casa del Vino SA	CH-Zürich	Commercio di bevande	100.00	0.00	0.3 CHF	□
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Società di partecipazione	51.00	0.00	0.1 CHF	□

□ = Società consolidata integralmente

● = Società valutata con il metodo del patrimonio netto (Equity)

¹ Quota della società detentrici

² Quota sul capitale delle azioni in circolazione

31 Eventi successivi alla chiusura del bilancio

Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento (con riserva dell'approvazione da parte delle autorità locali in materia di concorrenza):

- Il Gruppo Coop rileva a inizio gennaio 2017 il gruppo Aperto con sede a Ebikon, in Svizzera. Il gruppo opera nel commercio al dettaglio e gestisce shop in stazioni ferroviarie e stazioni di rifornimento in Svizzera.
- Il gruppo Transgourmet rileva a inizio gennaio 2017 la Weinkeller Riegger AG, la Riegger Holding AG e la Domaines Châteaux Vins Birrhard SA con sede a Birrhard, in Svizzera. Il gruppo aziendale opera nel commercio del vino.
- Il gruppo Bell rileva a inizio gennaio 2017 la Frostag Food-Centrum AG con sede a Landquart, in Svizzera. L'azienda è specializzata nella produzione di pasta e prodotti vegetariani.

Il 9 febbraio 2017, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 6 aprile 2017.



Relazione dell'ufficio di revisione all'Assemblea dei delegati del Gruppo Coop società cooperativa, Basilea

Relazione di revisione sul conto annuale consolidato

Giudizio di revisione

Abbiamo svolto la revisione del conto annuale consolidato del Gruppo Coop Società Cooperativa e delle sue società affiliate (il Gruppo), costituito dal bilancio consolidato al 31 dicembre 2016, dal conto economico consolidato, dal conto consolidato dei flussi finanziari e dal prospetto di variazione del patrimonio netto per l'esercizio chiuso a tale data, come pure dalla nota integrativa di Gruppo, ivi inclusa una sintesi dei principi contabili più significativi.

A nostro giudizio, l'annesso conto annuale consolidato (pagine 80-101) presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo al 31 dicembre 2016, della sua situazione reddituale e dei flussi finanziari per l'esercizio chiuso a tale data in conformità agli Swiss GAAP FER ed è conforme alla legge svizzera.

Base del giudizio di revisione

Abbiamo svolto la nostra revisione conformemente alla legge svizzera e agli Standard svizzeri di revisione (SR). Le nostre responsabilità secondo queste norme e questi standard sono ampiamente descritte al paragrafo della nostra relazione intitolato «Responsabilità dell'Ufficio di revisione per la revisione del conto annuale consolidato».

Siamo indipendenti dal Gruppo, conformemente alle disposizioni legali svizzere e ai requisiti della categoria professionale, e abbiamo adempiuto agli altri nostri obblighi di condotta professionale in conformità a tali disposizioni. Siamo dell'avviso che gli elementi probativi da noi ottenuti costituiscano una base sufficiente e adeguata su cui fondare la nostra opinione di revisione. Riteniamo che gli elementi probativi da noi ottenuti siano sufficienti e appropriati per fondare il nostro giudizio.

Il nostro approccio di revisione

Panoramica



Significatività globale: CHF 130 milioni

Abbiamo effettuato le verifiche ("full scope audit") presso il Gruppo Bell e presso 4 società del Gruppo in Svizzera. In collaborazione con un altro ufficio di revisione è stato inoltre svolto un "full scope audit" presso il gruppo Transgourmet. Le nostre verifiche coprono il 95% dei ricavi netti da forniture e servizi e il 94% degli attivi del Gruppo. Inoltre sono state svolte delle attività di verifica presso altre 3 società del Gruppo.

Quali aspetti significativi della revisione abbiamo individuato i seguenti temi:

- valore recuperabile dell'avviamento
- valore recuperabile dei marchi
- valore recuperabile delle rimanenze

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 fa parte di una rete internazionale di società giuridicamente autonome e indipendenti tra loro.



Estensione delle nostre verifiche

L'attività di verifica è stata pianificata sulla base della significatività determinata e su una valutazione del rischio di anomalie significative nel conto annuale consolidato. Particolare attenzione è stata dedicata agli ambiti in cui sono state prese decisioni discrezionali. Ci riferiamo ad esempio alle stime più importanti della rendicontazione basate su ipotesi che dipendono da eventi futuri per loro natura imprevedibili. Come di consueto abbiamo tenuto conto del rischio di una disattivazione dei controlli interni ad opera della Direzione generale e, tra gli altri aspetti, di segnali che possono indicare un rischio di anomalie intenzionali.

Per eseguire adeguate attività di verifica abbiamo definito l'estensione della revisione in modo tale da poter esprimere un giudizio sul conto annuale consolidato nella sua globalità, tenendo conto dell'organizzazione del Gruppo, dei controlli e dei processi interni nell'ambito della rendicontazione.

Significatività

L'estensione delle nostre verifiche è stata influenzata dal principio di significatività applicato. La nostra opinione di revisione ha lo scopo di dare una ragionevole sicurezza che il conto annuale consolidato non includa anomalie significative. Le anomalie possono risultare da atti intenzionali o non intenzionali, sono considerate significative qualora sia ragionevole aspettarsi che possano influenzare, sia considerandole individualmente che nel loro insieme, le decisioni economiche che gli utilizzatori del conto annuale consolidato prendono sulla base di quest'ultimo.

Sulla base delle nostre valutazioni professionali, abbiamo determinato delle soglie di materialità quantitative e compreso il carattere significativo globale applicabile al conto annuale consolidato considerato nel suo insieme, come descritto nella tabella di cui sotto. Sulla base di dette soglie quantitative e di considerazioni relative a elementi qualitativi, abbiamo determinato l'estensione delle nostre verifiche, la natura, le tempistiche e l'estensione delle procedure di revisione e valutato gli effetti di anomalie significative, considerate individualmente o nel loro insieme, sul conto annuale consolidato considerato nel suo insieme.

<i>Significatività globale</i>	CHF 130 milioni
<i>Come l'abbiamo determinata</i>	0,5% dei ricavi netti da forniture e servizi (arrondato)
<i>Giustificazione della scelta del valore di riferimento per la determinazione della significatività</i>	Abbiamo scelto i ricavi netti da forniture e servizi quale valore di riferimento, in quanto il Gruppo non è una cooperativa che opera principalmente sul mercato dei capitali e i suoi soci non mettono a disposizione del capitale di rischio. Tale valore è inoltre un criterio di riferimento generalmente riconosciuto per valutare la significatività.

Abbiamo convenuto con il Comitato di revisione di comunicare le anomalie significative superiori a CHF 6,5 milioni constatate nell'ambito dei nostri lavori di revisione, nonché tutte le anomalie inferiori a questo importo per le quali sarebbe auspicabile a nostro giudizio una comunicazione sulla base di considerazioni di ordine qualitativo.

Comunicazione su aspetti significativi emersi dalla revisione conformemente alla Circolare 2015/1 dell'Autorità federale di sorveglianza dei revisori

Gli aspetti significativi emersi dalla revisione sono quegli aspetti che secondo il nostro giudizio professionale rivestono maggiore importanza per la nostra revisione del conto annuale consolidato nel periodo in questione. Questi aspetti sono stati considerati nell'ambito della nostra revisione del conto annuale consolidato nel suo complesso e ne abbiamo tenuto conto nella formazione del nostro giudizio; non forniamo un giudizio specifico circa tali aspetti.



Valore recuperabile dell'avviamento

<i>Aspetto significativo emerso dalla revisione</i>	<i>Procedure applicate</i>
<p>La valutazione del valore recuperabile dell'avviamento che prevede ammortamenti con durate comprese tra 8 e 20 anni appare particolarmente importante per i motivi indicati di seguito:</p> <ul style="list-style-type: none">• L'avviamento ammontava a CHF 636 milioni al 31 dicembre 2016 e rappresenta un importo significativo nel bilancio. Gli importi maggiori si riferiscono ad acquisizioni effettuate negli esercizi precedenti.• Esiste inoltre una certa discrezionalità nella previsione delle entrate legate a risultati operativi futuri e nella determinazione dei tassi di sconto applicati ai flussi finanziari prospettati. <p>Si rimanda alle principi di consolidamento e contabili (pagina 86) e all'Allegato 15, Immobilizzi immateriali (pagina 93).</p>	<p>Abbiamo discusso con il management i risultati e le prospettive future dei diversi rami d'azienda con ammortamenti relativi ad avviamento ed esaminato i relativi verbali del Consiglio d'amministrazione e della Direzione generale. Tramite questi colloqui siamo riusciti a comprendere le modalità di approvazione del piano finanziario pluriennale e di eventuali indicatori di perdite di valore.</p> <p>A fronte di queste considerazioni sul rischio e sulla significatività abbiamo deciso di interpellare gli esperti valutatori del nostro ufficio che ci hanno assistito nella verifica dei test di impairment. Il nostro esame si è concentrato in particolare sulla correttezza logica e matematica dei metodi di valutazione applicati e sulla plausibilità dei valori che sono stati così ottenuti (tasso di sconto e tassi di crescita). Tramite un raffronto tra i risultati dell'esercizio in esame e le relative previsioni dell'anno precedente siamo stati inoltre in grado di valutare l'adeguatezza di queste ultime.</p> <p>Abbiamo provveduto altresì a confrontare le ipotesi utilizzate dal management per prevedere l'andamento del fatturato e degli utili con le analisi economiche e specifiche del settore in cui opera il Gruppo. I costi ponderati del capitale sono stati determinati applicando il modello di Capital Asset Pricing. Il tasso di sconto applicato è stato confrontato con quello di imprese simili, tenuto conto delle specificità nazionali. Abbiamo verificato anche l'adeguatezza della variazione prevista per il capitale circolante e gli investimenti.</p> <p>Anche le analisi di sensibilità condotte dal management sulle ipotesi più importanti sono state oggetto di scrutinio. Tali analisi ci sono servite per verificare il potenziale di deprezzamento dell'avviamento. I risultati di queste verifiche sono stati discussi con il management e con il Comitato di revisione.</p> <p>Secondo il nostro giudizio le procedure di valutazione e le ipotesi utilizzate dal management costituiscono una base adeguata e sufficiente per verificare il valore recuperabile dell'avviamento.</p>



Valore recuperabile dei marchi

<i>Aspetto significativo emerso dalla revisione</i>	<i>Procedure applicate</i>
<p>La valutazione del valore recuperabile dei marchi con una durata di ammortamento fino a un massimo di 20 anni appare particolarmente importante per i motivi indicati di seguito.</p> <ul style="list-style-type: none">• Il valore dei marchi, brevetti e licenze iscritto in bilancio ammontava a CHF 321 milioni alla chiusura del 31 dicembre 2016 e rappresenta un importo significativo.• Esiste inoltre una certa discrezionalità nella previsione delle entrate legate a risultati operativi futuri e nella determinazione dei tassi di sconto applicati ai flussi finanziari prospettati. <p>Si rimanda alle principi di consolidamento e contabili (pagina 86) e all'Allegato 15, Immobilizzi immateriali (pagina 93).</p>	<p>Abbiamo discusso con il management i risultati e le prospettive future dei diversi marchi e visionato i relativi verbali del Consiglio d'amministrazione e della Direzione generale. Tramite questi colloqui siamo riusciti a comprendere eventuali indicatori per le perdite di valore.</p> <p>A fronte di queste considerazioni sul rischio e sulla significatività abbiamo calcolato il valore di ricavo dei marchi al fine di verificare il loro valore recuperabile sulla base dei contratti di licenza e dei piani pluriennali approvati dal Consiglio d'amministrazione. I risultati di queste verifiche sono stati discussi con il management e con il Comitato di revisione.</p> <p>L'esito delle verifiche corrobora la stima del valore dei marchi elaborata dal management per l'esercizio in esame.</p>

Valore recuperabile delle rimanenze

<i>Aspetto significativo emerso dalla revisione</i>	<i>Procedure applicate</i>
<p>La valutazione del valore recuperabile delle rimanenze appare particolarmente importante in considerazione dell'entità di tale valore che ammontava a CHF 3,0 miliardi al 31 dicembre 2016.</p> <p>Nella nostra verifica ci siamo concentrati sul rischio di una sopravvalutazione delle rimanenze che non tenga conto delle merci ormai inutilizzabili o difficilmente smerciabili.</p> <p>Si rimanda alle principi di consolidamento e contabili (pagina 85) e all'Allegato 12, Rimanenze (pagina 90).</p>	<p>I principi utilizzati per la determinazione del valore recuperabile delle rimanenze sono stati oggetto di valutazione e insieme al management abbiamo discusso l'esito delle analisi e le rettifiche di valore necessarie. Abbiamo esaminato i relativi verbali del Consiglio d'amministrazione e della Direzione generale al fine di verificare eventuali indicatori di perdita di valore.</p> <p>Sono state effettuate prove a campione per verificare la compliance con il processo di gestione delle merci di scarto e la correttezza dei calcoli per la valutazione delle merci. Abbiamo condotto inoltre esami selettivi dell'inventario allo scopo di conoscere le modalità di identificazione e deprezzamento delle merci di scarto.</p> <p>I risultati delle nostre verifiche corroborano il giudizio del management sulle rettifiche di valore delle rimanenze al 31 dicembre 2016.</p>



Responsabilità del Consiglio d'amministrazione per il conto annuale consolidato

Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento di un conto annuale consolidato che presenti un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale conformemente agli Swiss GAAP FER e alle disposizioni legali, ed è altresì responsabile dei controlli interni che il Consiglio d'amministrazione ritiene necessari per permettere l'allestimento di un conto annuale consolidato privo di anomalie significative, siano esse intenzionali o non intenzionali.

Nell'ambito dell'allestimento del conto annuale consolidato il Consiglio d'amministrazione è responsabile della valutazione della capacità del Gruppo di continuare l'attività operativa, della menzione – se del caso – degli aspetti correlati alla continuazione di tale attività operativa e all'applicazione del principio contabile della continuazione dell'attività operativa, a meno che il Consiglio d'amministrazione non intenda liquidare il Gruppo o cessare determinate attività operative, oppure non abbia alcuna soluzione alternativa realistica.

Responsabilità dell'ufficio di revisione per la revisione del conto annuale consolidato

Il nostro obiettivo è accertare con una ragionevole sicurezza che il conto annuale consolidato nel suo complesso non contenga anomalie significative, siano esse intenzionali o non intenzionali, e presentare una relazione che contiene il nostro giudizio. Una sicurezza ragionevole corrisponde a un elevato grado di sicurezza, ma non garantisce che una revisione svolta conformemente alla legge svizzera e agli SR permetta sempre di rilevare un'anomalia significativa, qualora esistente. Le anomalie possono derivare da frodi o da errori e sono ritenute significative qualora si possa ragionevolmente presumere che singolarmente o nel loro complesso possano influire sulle decisioni economiche prese dagli utilizzatori sulla base di questo conto annuale consolidato.

Nel quadro di una revisione svolta conformemente alla legge svizzera, nonché agli SR, durante tutta la revisione esercitiamo il nostro giudizio professionale mantenendo un approccio critico. Inoltre:

- individuiamo e valutiamo i rischi di anomalie significative, sia intenzionali che non intenzionali, pianifichiamo ed eseguiamo procedure di verifica aventi funzione di risposta a questi rischi ed acquisiamo elementi probativi sufficienti e idonei su cui fondare il nostro giudizio. Il rischio di un mancato rilevamento di anomalie significative derivanti da frodi è più elevato di quello riguardante anomalie derivanti da errori, in quanto le frodi possono implicare un'interazione fraudolenta, falsificazioni, dati intenzionalmente incompleti, rappresentazioni fuorvianti a danno del revisore o l'elusione dei controlli interni;
- acquisiamo una comprensione del sistema di controllo interno rilevante per la revisione in modo da pianificare delle procedure di verifica adeguate alle circostanze senza però perseguire l'obiettivo di esprimere un giudizio sull'efficacia del sistema di controllo interno del Gruppo;
- valutiamo l'adeguatezza delle principi contabili applicate e la ragionevolezza dei valori stimati riportati nel rendiconto e dei dati ad essi correlati;
- traiamo conclusioni sull'adeguatezza dell'applicazione del principio contabile della continuazione dell'attività operativa da parte del Consiglio d'amministrazione e sulla base degli elementi probativi ottenuti deduciamo l'eventuale esistenza di un'insicurezza significativa, legata a degli eventi o a delle circostanze, che potrebbe sollevare importanti dubbi sulla capacità del Gruppo di continuare l'attività operativa. Qualora concludessimo che esiste un'insicurezza significativa, siamo tenuti a rendere attenti nella nostra relazione ai relativi dati nella nota integrativa del conto annuale consolidato oppure, in caso di dati inappropriati, a circoscrivere il nostro giudizio o ad astenerci dalla sua formulazione. Le nostre conclusioni si basano sugli elementi probativi acquisiti fino alla data della nostra relazione. Eventi o circostanze futuri possono però comportare l'abbandono della continuazione dell'attività operativa da parte del Gruppo;
- valutiamo la presentazione nel suo complesso, la struttura e il contenuto del conto annuale consolidato, compresi i dati contenuti nella nota integrativa, e analizziamo se il conto annuale consolidato riflette le operazioni e gli eventi cui si riferisce in modo completo e appropriato e quindi se è in grado di trasmettere un quadro fedele della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale del Gruppo;



- acquisiamo elementi probativi sufficienti e appropriati in merito alle informazioni finanziarie delle unità o attività operative all'interno del Gruppo allo scopo di fornire un giudizio sul conto annuale consolidato. Assumiamo la responsabilità della conduzione, della supervisione e dello svolgimento della revisione del conto annuale consolidato. Il giudizio di revisione è di nostra esclusiva responsabilità.

Con il Consiglio d'amministrazione o con il Comitato di revisione scambiamo informazioni riguardanti, fra le altre cose, la pianificata estensione della revisione e la tempistica prevista, nonché importanti constatazioni, comprese eventuali carenze significative nel sistema di controllo interno, rilevate nel corso della revisione.

Dichiariamo inoltre al Consiglio d'amministrazione o al Comitato di revisione di esserci attenuti alle regole di condotta professionali in materia di indipendenza e di scambiare con essi informazioni riguardanti tutte le relazioni e gli altri aspetti che potrebbero ragionevolmente incidere sulla nostra indipendenza e – se del caso – sulle relative misure di protezione.

Fra gli aspetti riguardo ai quali abbiamo scambiato informazioni con il Consiglio d'amministrazione o con il Comitato di revisione definiamo quelli di maggiore rilevanza ai fini della revisione del conto annuale consolidato nel periodo in questione e che sono quindi gli aspetti particolarmente significativi emersi dalla revisione. Descriviamo tali aspetti nella nostra relazione, a meno che la legge o altre disposizioni normative ne escludano la diffusione pubblica oppure decidiamo, in casi estremamente rari, di non comunicare un determinato aspetto nella nostra relazione, in quanto si può ragionevolmente supporre che ciò avrebbe conseguenze negative superiori agli effetti positivi per l'interesse pubblico di una tale comunicazione.

Relazione su altre disposizioni di legge e regolamentari

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

Raccomandiamo di approvare il presente conto annuale consolidato.

PricewaterhouseCoopers AG

Bruno Rossi
Perito revisore
Revisore responsabile

Pascal Bucheli
Perito revisore

Basel, 9 febbraio 2017