



# **RAPPORTO DI GESTIONE 2021 DEL GRUPPO COOP**

## **Impressum**

Tutte le dichiarazioni riportate nel presente rapporto di gestione che non si basano su dati storici sono dichiarazioni previsionali che non forniscono alcuna garanzia sulle prestazioni future. Esse comprendono rischi e incertezze, includendo, ma non solo, future condizioni dell'economia globale, tassi di cambio, disposizioni di legge, condizioni di mercato, attività della concorrenza e altri fattori che sfuggono al controllo dell'azienda.

Il presente rapporto è disponibile in tedesco, francese, italiano e inglese. È determinante la versione tedesca. Una versione elettronica è disponibile online all'indirizzo: [report.coop.ch](http://report.coop.ch)

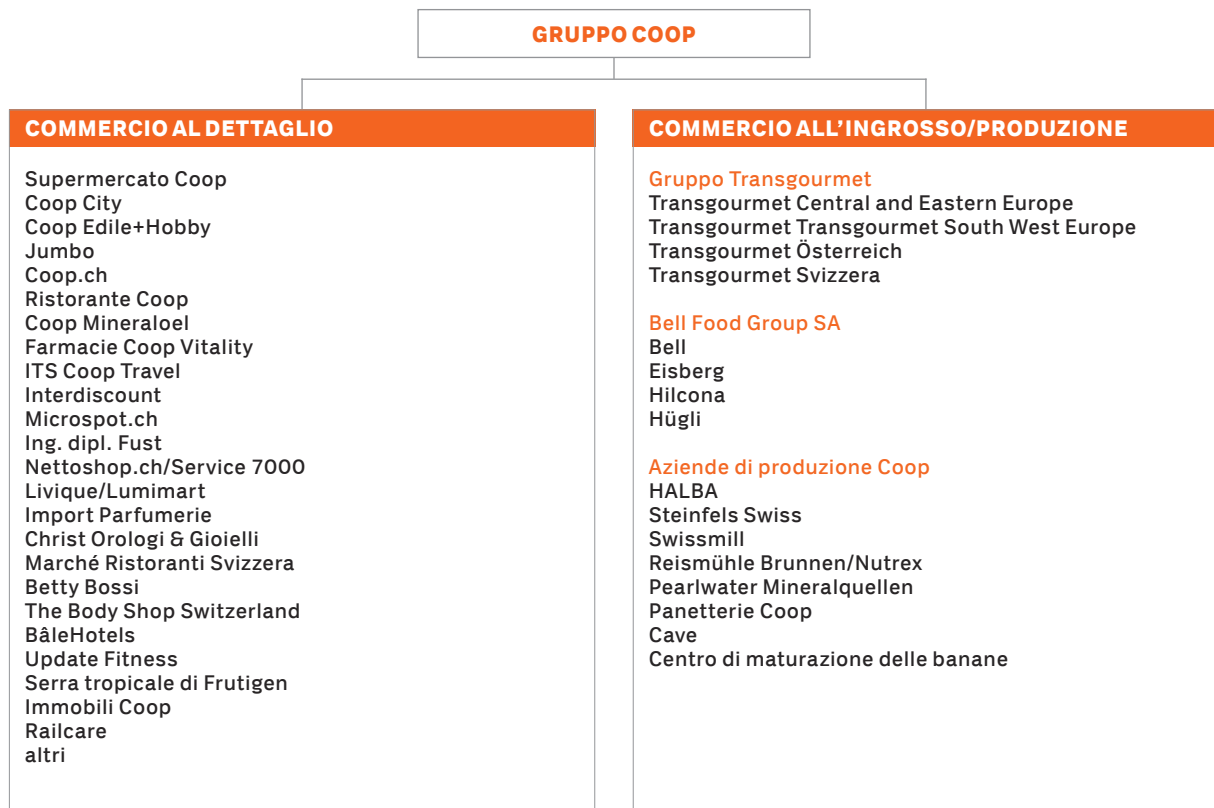
Editore: Coop Società Cooperativa, 4002 Basilea  
Redazione/coordinamento: Redazione PR Coop  
Realizzazione: Redazione PR Coop/gateB AG, Steinhausen/Zugo  
Pubblicazione: Marzo 2022

Informazioni/contatto  
Coop  
Servizio informazioni  
Casella postale 2550  
CH-4002 Basilea  
Telefono 0848 888 444  
[www.coop.ch](http://www.coop.ch)

# Rapporto di gestione 2021 del Gruppo Coop

<b>Settori aziendali del Gruppo Coop</b>	<b>4</b>
<b>Cifre indicative importanti in sintesi</b>	<b>5</b>
<b>Prefazione</b>	<b>6</b>
<b>Tappe principali nel 2021</b>	<b>8</b>
<b>Strategia e contesto</b>	<b>10</b>
Profilo aziendale	10
Strategie e obiettivi	11
Scenario economico e politico	13
<b>Tanta voglia di fare a favore della sostenibilità</b>	<b>14</b>
Temi generali nel campo della sostenibilità	16
<b>Settore aziendale Commercio al dettaglio</b>	<b>19</b>
Formati di vendita e offerta	20
Logistica, Informatica e Immobili	32
Prestazioni supplementari	35
<b>Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione</b>	<b>38</b>
Gruppo Transgourmet	39
Produzione	47
<b>Collaboratrici e collaboratori</b>	<b>52</b>
Un datore di lavoro interessante	54
Formazione e sviluppo delle risorse umane	55
<b>Corporate Governance</b>	<b>57</b>
<b>Il Gruppo Coop in cifre</b>	<b>73</b>

## Settori aziendali del Gruppo Coop



**COMMERCIO AL DETTAGLIO**

**COMMERCIO ALL'INGROSSO**

**PRODUZIONE**

## Cifre indicative importanti in sintesi

### Fatturato complessivo

**31 872** mio. di CHF

### Ricavo netto Gruppo

**30 752** mio. di CHF

di cui

**21 654** mio. di CHF Svizzera  
70.4% del ricavo netto Gruppo

**9 098** mio. di CHF Estero  
29.6% del ricavo netto Gruppo

### Ricavo netto settori

**19 618** mio. di CHF Commercio  
al dettaglio  
58.9% del ricavo netto settori

**13 711** mio. di CHF Commercio  
all'ingrosso/  
Produzione  
41.1% del ricavo netto settori

### Ricavo netto commercio online

**2 954** mio. di CHF

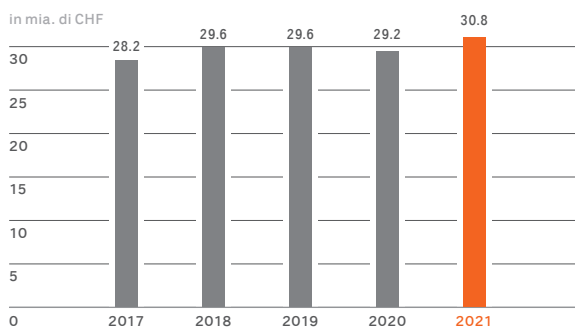
### Collaboratrici/tori al 31.12

**95 420**

### Persone in formazione al 31.12

**3 411**

### Ricavo netto



### Risultato operativo

**2 376** mio. di CHF EBITDA  
7.7% del ricavo netto

**905** mio. di CHF EBIT  
2.9% del ricavo netto

### Risultato del periodo

**559** mio. di CHF  
1.8% del ricavo netto

### Patrimonio netto

**11 060** mio. di CHF  
51.3% Quota di patrimonio netto

### Flusso finanziario da attività operative

**1 989** mio. di CHF

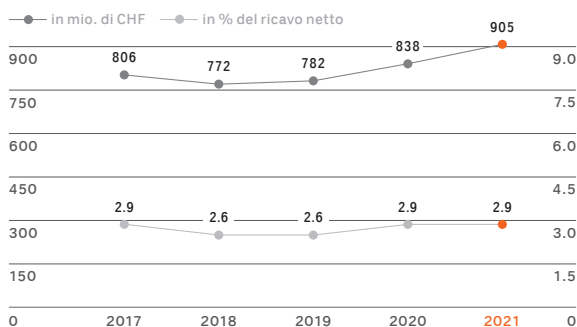
### Investimenti

**1 979** mio. di CHF

### Punti di vendita/mercati

**2 617**

### Risultato operativo (EBIT)





Joos Sutter e Philipp Wyss

## Prefazione

# Coop sulla via del successo anche nel 2021

Il 2021 entrerà nella storia del Gruppo Coop come un anno difficile, ma anche di successo. Nonostante la temporanea chiusura dei formati Non Food e della ristorazione a causa della pandemia di coronavirus, nel 2021 Coop ha generato un fatturato complessivo pari a 31.9 miliardi di franchi. L'utile ammonta a 559 milioni di franchi, il che corrisponde a un aumento di 21 milioni di franchi. Coop dichiara pertanto nuovamente un risultato solido. Il patrimonio netto di Coop ammonta al 51.3% della somma di bilancio. L'azienda continua quindi a fare affidamento su una base finanziaria molto solida.

Nel core business, ovvero il commercio al dettaglio, il ricavo netto complessivo è cresciuto di 506 milioni di franchi, raggiungendo 19.6 miliardi di franchi.

Il ricavo netto dei supermercati Coop, coop.ch compreso, ammonta a 12.1 miliardi di franchi ed è pertanto leggermente inferiore al record realizzato l'anno precedente. Considerato il tasso di rincaro negativo, il fatturato dei supermercati si attesta al livello dell'anno precedente. I nostri concept moderni per i negozi, la fitta rete di punti di vendita e il nostro assortimento variegato continuano a godere di grande popolarità tra i clienti. Soprattutto nello sviluppo e nel lancio di prodotti nuovi, Coop è sempre innovativa e offre già, ad esempio, 1 600 prodotti vegetariani-vegani. Inoltre, Coop continua a impegnarsi per garantire prezzi convenienti e ha abbassato i prezzi di oltre 1 500 prodotti oltre a offrire circa 1 400 articoli della linea Prix Garantie nel suo assortimento. È stato così possibile trasmettere alla clientela riduzioni di prezzo per un ammontare di circa 130 milioni di franchi.

I formati specializzati sono riusciti a compensare le perdite di fatturato temporanee causate dal secondo lockdown e hanno realizzato un ricavo netto di 7.5 miliardi di franchi, il che corrisponde a una crescita dell'8.6% rispetto all'anno precedente. Lo scorso anno Coop City, Livique/Lumimart, Christ Orologi & Gioielli e Coop Vitality, in particolare, hanno registrato un considerevole aumento del fatturato. Con l'acquisizione di Jumbo, Coop si attesta come leader assoluta nel settore dei mercati edili in Svizzera.

Anche il commercio online di Coop ha fatto registrare buoni risultati, raggiungendo un fatturato di circa 3 miliardi di franchi. In questo contesto, il supermercato online coop.ch con i suoi oltre 18 000 prodotti è cresciuto del 14.6%.

Il ricavo netto del settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione è cresciuto dell'8.5% e ha raggiunto i 13.7 miliardi di franchi, il che rappresenta una crescita di 1.1 miliardi di franchi.

Dopo il difficile esercizio precedente, Transgourmet ha realizzato un ricavo netto di 9.1 miliardi di franchi, pari a un aumento del 12.2%. Nonostante le nuove chiusure nel settore della ristorazione europea dovute alla pandemia, l'azienda di commercio all'ingrosso è riuscita a riprendersi e a consolidare ulteriormente la propria posizione in Europa con l'espansione in Spagna. Con nuovi prodotti a base vegetale, Transgourmet soddisfa la crescente domanda di alternative senza carne nelle cucine professionali della ristorazione per comunità e della gastronomia.

Anche quest'anno le aziende di produzione sono state messe a dura prova a causa della pandemia di coronavirus. Il loro ricavo netto è cresciuto di 99 milioni di franchi raggiungendo circa 5 miliardi di franchi. Grazie ai buoni risultati nella vendita al dettaglio, il Bell Food Group, ad esempio, che è una delle aziende leader nel settore della lavorazione della carne e dei prodotti convenienze in Europa, ha proseguito sulla buona scia dell'anno precedente, chiudendo positivamente l'esercizio.

Il tema della sostenibilità è profondamente radicato nel DNA del Gruppo Coop. Nel 2021, il fatturato con prodotti sostenibili è aumentato complessivamente di circa 409 milioni di franchi passando a 5.9 miliardi di franchi, con una crescita pari al 7.5%. Coop rimane quindi leader incontrastata del settore in Svizzera. Il fatturato dei prodotti bio ha nuovamente registrato una forte crescita pari a 110 milioni di franchi portandosi a 2.1 miliardi di franchi. Coop dispone già del più ampio assortimento di prodotti sostenibili, 3 700 dei quali sono certificati con la Gemma Bio Suisse. Anche dopo più di 400 "Fatti, non parole", Coop continua ad ampliare ulteriormente la propria leadership come pioniera nell'impegno per la sostenibilità. Nell'anno di riferimento è stata quindi approvata una nuova strategia di sostenibilità al fine di assumersi sistematicamente e a livello di gruppo le proprie responsabilità nell'ambito dei tre pilastri "Assortimenti sostenibili", "Tutela dell'ambiente e del clima" e "Personale e impegno sociale".

A proposito di personale: alla fine del 2021 Coop impiegava complessivamente 95 420 persone, che ringraziamo ancora una volta di cuore per il grande impegno profuso in questo momento difficile. I nostri collaboratori e le nostre collaboratrici sono sempre stati a disposizione della nostra clientela e hanno compiuto grandi sforzi ogni giorno, non solo nei punti di vendita, ma anche nella logistica, nella produzione o nell'approvvigionamento. Rispetto allo scorso anno, il Gruppo Coop impiega 4 601 persone in più. Inoltre, offriamo ogni anno oltre 3 000 posti di formazione in più di 30 professioni diverse.

In sintesi, nonostante le condizioni difficili, sia il commercio al dettaglio che il commercio all'ingrosso e la produzione registrano uno sviluppo positivo presso Coop. Possiamo continuare a contare su una base finanziaria molto solida con un forte flusso di cassa e un bilancio sano e disponiamo quindi dei migliori presupposti per un ulteriore sviluppo positivo del Gruppo Coop. Siamo lieti di poter continuare a contare sulla fedeltà della nostra clientela e proseguiamo con entusiasmo il nostro percorso verso un futuro ancora più sostenibile.



Joos Sutter  
Presidente del Consiglio d'amministrazione



Philipp Wyss  
Presidente della Direzione generale

# Tappe principali nel 2021



## Marzo

### Halba – Le Chocolatier Suisse: il nuovo cioccolato per la Svizzera

Coop presenta la sua nuova marca di cioccolato: "Halba – Le Chocolatier Suisse". Con il lancio della nuova marca, Coop potenzia il proprio assortimento e investe ulteriormente nei propri stabilimenti produttivi e nella piazza economica elvetica. Grazie a una produzione senza olio di palma e CO<sub>2</sub>-neutrale, il nuovo cioccolato definisce standard elevati in termini di sostenibilità.

## Aprile

### Cambio ai vertici

Il neoeletto Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa nomina Joos Sutter e Doris Leuthard rispettivamente presidente e vicepresidente. Dopo avere assunto la carica di presidente del Consiglio d'amministrazione, Joos Sutter cede la presidenza della Direzione Generale a Philipp Wyss, suo ex sostituto.

## Maggio

### I Ristoranti Coop possono riaprire a pieno regime

Dopo il nuovo lockdown imposto nel settore della ristorazione, i locali al chiuso dei Ristoranti Coop possono riaprire alla fine di maggio con un opportuno piano di protezione.

### Transgourmet approda in Spagna

Transgourmet acquisisce al 100% l'azienda spagnola GM Food, con sede a Vilamolla (Girona). Con questa operazione, Transgourmet fa il suo ingresso in Spagna, uno dei mercati gastronomici più grandi d'Europa, e rafforza ulteriormente la sua leadership nel settore del Cash & Carry e del rifornimento all'ingrosso in Europa.



### Successo per la seconda Giornata della buona azione Coop

La seconda Giornata della buona azione Coop riscuote un grande successo. Il 29 maggio la popolazione svizzera compie centinaia di migliaia di buone azioni: bambini, famiglie, associazioni, organizzazioni, collaboratori di Coop e personaggi famosi si impegnano per la società e per l'ambiente.

## Giugno

### Coop lancia i primi distributori alla spina nei suoi supermercati

Nell'ambito del suo impegno per la riduzione degli imballaggi, Coop incrementa l'offerta di soluzioni Zero Waste e introduce i primi distributori di prodotti alla spina nei suoi supermercati. In selezionati punti di vendita di Coop è possibile riempire autonomamente le bottiglie di acqua minerale e birra. In estate seguono ulteriori distributori alla spina per alimenti a lunga conservazione e detersivi per bucato e stoviglie.

## Luglio

### Märlhof: un nuovo boutique hotel a Basilea

L'affiliata di Coop BâleHotels inaugura nel centro storico di Basilea l'hotel a 4 stelle Märlhof. Si tratta di un boutique hotel ospitato in un edificio storico che si affaccia direttamente sulla Marktplatz e ospita 68 camere e il ristorante Bohemia.

### Coop Marktgass a Berna con un concept unico in Svizzera

Moderno, innovativo e invitante: così si presenta il nuovo Coop Marktgass Berna. Il punto di vendita propone un concept completamente nuovo e unico in Svizzera, riunendo acquisti e tante altre esperienze sotto lo stesso tetto.





## Agosto

### Coop punta su Jumbo

I marchi Jumbo ed Edile+Hobby si fondono e opereranno in futuro sotto il nome Jumbo come formato specializzato del Gruppo Coop. Coop punta così sulla competenza di Jumbo nei mercati edili in combinazione con i prodotti sostenibili e l'assortimento per il giardinaggio e il bricolage di Edile+Hobby. Jumbo rappresenta il meglio dei due mondi e si attesta come leader assoluto per i mercati edili in Svizzera.

### Oltre 400 "Fatti, non parole"

I fatti Coop, attualmente oltre 400, dimostrano la sua voglia di fare per il bene dell'uomo, degli animali e della natura. Con il motto "Fatti, non parole", Coop riassume il suo approccio sostenibile di ampio respiro e il ruolo di pioniere che ricopre da oltre 30 anni. Per Coop la sostenibilità ricopre un ruolo di primo piano ed è radicata nella sua strategia aziendale.

## Settembre

### Coop garantisce un futuro al caseificio bio di Vals

Il Padrinato Coop per le regioni di montagna dona l'intero ricavato dell'azione dei panini del 1° Agosto di quest'anno, pari a 700 000 franchi, al caseificio bio di Vals. Con il nuovo stabilimento, il caseificio potrà proseguire la sua attività anche in futuro.

### Concluso l'ampliamento della centrale di distribuzione di Aclens

La centrale di distribuzione di Aclens è stata ampliata. Dopo la conclusione di questo grande progetto, tutte le attività logistiche della Svizzera romanda sono ora riunite in un unico sito e le sinergie possono essere sfruttate appieno.



### 1° posto nella scorecard dell'olio di palma del WWF

Coop ottiene il 1° posto nella classifica mondiale dell'olio di palma redatta dal WWF grazie all'attuazione sistematica della propria vision in materia. Per gli alimenti di marca propria, Coop o non impiega affatto olio di palma o impiega sempre e soltanto olio di palma certificato Bio-Suisse e RSPO, proveniente da una produzione sostenibile.

## Ottobre

### Premio Lean & Green per trasporto più ecologico

Coop è la prima azienda in Svizzera a ricevere la seconda stella del programma Lean & Green nel 2021: un programma internazionale che onora l'impegno delle aziende a favore del clima nel settore della logistica e dei trasporti.

## Novembre

### Nuovo shop online Coop-City.ch

A novembre parte lo shop online Coop-City.ch, dove si possono ordinare circa 13 000 articoli di Coop City. Tra questi anche gli amati prodotti della marca propria Coop Naturaline e altre marche di vari segmenti di assortimento. I prodotti ordinati non solo vengono consegnati direttamente a casa, ma possono anche essere ritirati in uno dei 450 punti Pick-up di Coop.

# Strategia e contesto

Con assortimenti innovativi, il suo orientamento alla sostenibilità, l'espansione di concept moderni per i negozi e nuovi formati, Coop lascia il segno e consolida la propria posizione nel commercio al dettaglio svizzero. In tutti i suoi settori di attività, Coop promuove la digitalizzazione, automatizza processi e adegua la supply chain alle nuove esigenze. Nel commercio all'ingrosso, Coop punta con Transgourmet ad accrescere le sue competenze e a espandersi su nuovi mercati e su quelli esistenti. Con la Produzione, Coop punta sulla sostenibilità e sulla verticalizzazione di merci d'importanza strategica, traendo beneficio da un'organizzazione efficiente.

## 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. Nel commercio all'ingrosso, il Gruppo Coop opera con Transgourmet in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia, Austria, Svizzera e ora anche Spagna. Il gruppo Transgourmet è la seconda azienda in Europa in ordine di grandezza nel settore Cash&Carry e Foodservice. Nel settore della produzione, il Bell Food Group, operante a livello internazionale, è la maggiore azienda del Gruppo Coop. Oltre al Bell Food Group, Coop gestisce 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. Sul piano organizzativo si articola in sei Regioni e conta oltre 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. Essendo una società cooperativa, il Gruppo Coop non mira alla massimizzazione dei profitti e può pertanto perseguire progetti e investimenti 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 una visione comune, da linee guida condivise e dalle missioni delle singole aziende. Più di 95 420 collaboratori condividono un'unica visione: "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. Sono l'espressione della nostra filosofia lavorativa: vicinanza, varietà, immagine, innovazione e collaborazione. Le missioni, definite tenendo conto dell'azienda specifica e del formato, 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.

### Crescita e internazionalizzazione

In tema di crescita e internazionalizzazione, il Gruppo Coop segue due linee di orientamento. Nel commercio al dettaglio, Coop punta a ottimizzare e ampliare in modo mirato la rete dei punti di vendita in Svizzera adeguando il proprio assortimento, lanciando nuovi formati ed espandendo quelli esistenti. La digitalizzazione aiuta inoltre le aziende del Gruppo Coop a introdurre nuovi shop online e servizi, ad ampliare la propria offerta omni-channel e a gestire i processi in modo più efficiente. In questo modo, il Gruppo Coop rafforza la propria posizione nel mercato interno. Nel commercio all'ingrosso il gruppo vuole accedere a nuovi mercati in Europa, per ampliare così la posizione di mercato delle unità di Transgourmet. Per riuscirci s'impegna sia a favore di una crescita organica sia sul fronte delle acquisizioni.

### Verticalizzazione

Per le merci di particolare importanza strategica, Coop punta sulla verticalizzazione, ossia l'integrazione delle aziende di produzione nella propria attività commerciale. Che si tratti della carne del Bell Food Group, dell'acqua di Pearlwater, dei cereali Swissmill o del cioccolato di Chocolats Halba, grazie all'integrazione degli impianti di produzione, Coop è in grado di reagire velocemente ai nuovi trend e sfruttare le sinergie tra i settori aziendali Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione. I settori aziendali lavorano generalmente in stretta collaborazione, sfruttando sinergie a livello di approvvigionamento o di 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, differenziare l'assortimento con i prodotti e raggiungere un livello di efficienza ancora maggiore a vantaggio di prezzi al consumo più convenienti.

### Digitalizzazione

Nell'ambito della digitalizzazione, Coop segue due orientamenti strategici. La digitalizzazione deve innanzitutto contribuire a soddisfare ancora meglio i bisogni individuali del cliente e semplificare il processo di acquisto. Al tempo stesso deve organizzare con maggior efficienza e a costi contenuti i processi in background.

A tale scopo, Coop ha sviluppato un proprio concept di digitalizzazione, sistematicamente orientato al servizio al cliente e suddiviso in sette pilastri che mettono in primo piano temi come "E-Business e CRM", "Category Management e Acquisti", "Comunicazione", "Gestione dei flussi di merci" e "Logistica", nonché "E-Backoffice" e "Infrastruttura IT".

Il concept si incentra sull'approccio omni-channel, ossia sulla combinazione tra commercio e stazionario. Le aziende Coop figurano tra le imprese svizzere leader nel commercio online. Oltre allo shop online Coop.ch con l'assortimento dei supermercati, tutti i formati specializzati Non Food hanno un proprio shop online. La merce ordinata online può essere consegnata a casa oppure ritirata personalmente presso il punto di vendita del rispettivo formato specializzato o presso uno degli oltre 1 100 punti Pick-up (Click & Collect). Grazie all'estesa rete di vendita, il Gruppo Coop può incrementare il numero dei punti Pick-up sul territorio svizzero. Il Gruppo Coop gestisce complessivamente 41 shop online, di cui 24 nel settore Commercio al dettaglio e 17 nel settore Commercio all'ingrosso/Produzione.

Oltre all'approccio omni-channel, Coop utilizza la piattaforma di e-business Microspot.ch, la piattaforma Non Food del Gruppo Coop. Questo portale svizzero online per gli acquisti integra commercianti all'ingrosso nazionali e internazionali come distributori e assicura un'ampia e variegata offerta di prodotti Non Food. Presso Microspot.ch ci sono inoltre prodotti dei formati Non Food del Gruppo Coop, per esempio di Coop Edile+Hobby o Import Parfumerie.

La digitalizzazione offre numerose opportunità per l'apertura di nuovi mercati. Coop prosegue lo sviluppo delle innovazioni anche con Digital Switzerland e Kickstart Accelerator, l'hub di innovazione digitale per start-up, di cui Coop è partner principale.

### **Strategia di approvvigionamento**

Con la strategia di approvvigionamento, Coop mira ad assicurare l'accesso a fonti di materie prime e la loro alta qualità. In Svizzera, Coop punta su partnership a lungo termine con l'agricoltura svizzera. L'approvvigionamento di prodotti regionali e locali e di prodotti biologici ricopre un ruolo importante in questo contesto. Un ruolo centrale è affidato alla sostenibilità nell'approvvigionamento di merci sia in Svizzera che all'estero. 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 i redditi e la produzione in tali paesi. Il Gruppo Coop gestisce l'approvvigionamento di prodotti Food e Non Food in Asia attraverso la propria affiliata Eurogroup Far East Ltd. Le filiali di Hong Kong, Shanghai, Delhi e, dalla primavera del 2020, della città di Ho Chi Minh consentiranno al Gruppo Coop di garantire e imporre tutti i requisiti di qualità in loco, come pure di supportare i partner commerciali in Estremo Oriente nell'applicazione di standard socio-ecologici. Dell'approvvigionamento di frutta e verdura da Italia e Spagna si occupa, invece, la società affiliata di Coop Alifresca. I clienti beneficiano non solo dell'assicurazione qualità di Alifresca: l'azienda consegna la merce anche a tutti i centri di distribuzione del Gruppo Coop in tutta Europa e garantisce a tale scopo l'approvvigionamento di quantità adeguate sui mercati. La divisione Food di Alifresca è riuscita ad ampliare l'approvvigionamento e la fornitura di formaggio italiano e a integrare altre linee di prodotti, come il panettone. Anche Agecore, l'alleanza d'acquisti in Europa d'importanza internazionale per la promozione dello sviluppo di attività transfrontaliere nel settore del commercio al dettaglio, intende liberare ulteriori sinergie negli acquisti. Coop punta a livello nazionale e internazionale a partnership a lungo termine con i suoi fornitori. Insieme a loro, Coop ottimizza la Supply Chain e sfrutta le sinergie.

### **Gestione della qualità**

Già da 116 anni Coop gestisce laboratori per soddisfare le sue elevate esigenze nei confronti della qualità dei prodotti. Con un approccio orientato ai rischi, i prodotti sono testati non solo in base ai requisiti di qualità e sicurezza prescritti dalla legge, ma anche sulla base degli standard normativi e di settore, verificati in ogni fase della filiera produttiva. Anche i partner commerciali e i collaboratori di Coop rivestono un'importanza centrale nel garantire la qualità. 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 i label. Oltre alle attività di controllo interne svolte da esperti dell'assicurazione qualità, Coop collabora 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 di questi obiettivi vengono sviluppate misure concrete valide fino ai livelli operativi. Nell'ottica di intensificare costantemente il proprio impegno a favore della sostenibilità, il Gruppo Coop ha definito per tutti i settori aziendali obiettivi pluriennali in linea con i tre pilastri della strategia di sostenibilità.

## Scenario economico e politico

### Crescita nel commercio al dettaglio svizzero

Anche nel 2021, a causa della pandemia di coronavirus, la domanda si è spostata verso altri prodotti. All'inizio dell'anno, in seguito all'inasprimento delle misure adottate per combattere la pandemia, la spesa privata dei consumatori è diminuita. La chiusura del commercio al dettaglio stazionario con beni non destinati all'uso quotidiano, durata un mese e mezzo, e la chiusura dei ristoranti fino all'inizio dell'estate hanno inciso sull'andamento degli affari. Inoltre, molte persone hanno lavorato da casa in linea con le raccomandazioni del governo. Queste misure hanno fatto sì che la spesa dei consumatori si spostasse dai servizi ai beni di consumo. Nella prima metà dell'anno, il commercio al dettaglio di prodotti alimentari ha beneficiato ancora delle chiusure dei ristoranti e delle restrizioni al turismo degli acquisti, dopodiché non è stato più in grado di eguagliare i livelli raggiunti l'anno precedente a causa della pandemia. Tuttavia, nel 2021 le vendite di generi alimentari sono state ancora nettamente più elevate rispetto al 2019. Le vendite al dettaglio di prodotti Non Food sono crollate durante il lockdown. Dopo la riapertura, la domanda si è rapidamente ripresa, permettendo al settore del commercio al dettaglio di prodotti Non Food di registrare, su base annua, una crescita rispetto al 2020. Il settore ha infatti beneficiato dei cambiamenti indotti dalla pandemia, che ha spostato la spesa dei consumatori dai servizi ai beni di consumo durevoli, come mobili o apparecchi elettronici.

### Votazione per la legge sul CO<sub>2</sub>

Coop e la CI Commercio al dettaglio si sono impegnate a favore della nuova legge sul CO<sub>2</sub>. Pur accettando il risultato della votazione, a Coop rincresce che la legge sia stata respinta. Manca infatti una strategia vincolante volta a ridurre le emissioni di gas a effetto serra in tutti i settori dell'economia, che consenta di onorare l'impegno preso dalla Svizzera con l'accordo sul clima di Parigi. Quello che è importante adesso è trovare rapidamente nuove soluzioni. Coop e la CI Commercio al dettaglio si impegnano quindi a cercare soluzioni mirate e ambiziose che tengano adeguatamente conto dei vari settori.

### Iniziative sui pesticidi

Le iniziative sull'acqua potabile e sui pesticidi sono state entrambe respinte alle urne. Anche Coop e la CI Commercio al dettaglio hanno respinto queste iniziative a causa della portata delle richieste avanzate. Tuttavia, durante la discussione parlamentare delle iniziative, la CI Commercio al dettaglio ha insistito molto perché venisse presentata una controproposta. Dopo la sospensione dei lavori sull'evoluzione della Politica agricola a partire dal 2022 (PA22+), a marzo il Parlamento ha adottato, tra le altre cose, uno schema per la riduzione di pesticidi e nutrienti sancito dalla legge. Coop ha seguito da vicino il processo parlamentare e si è impegnata a favore di una soluzione normativa credibile.

# Tanta voglia di fare a favore della sostenibilità

La sostenibilità fa parte del DNA aziendale di Coop e confluisce in tutte le strategie rilevanti. L'attenzione è rivolta in particolare ai prodotti sostenibili, alla tutela dell'ambiente e del clima nonché all'impegno a favore dei collaboratori e della società. Con la sua gestione della sostenibilità, Coop fornisce un contributo essenziale per un futuro sostenibile sul lungo periodo.

## Forte radicamento della sostenibilità

Dopo oltre 30 anni in cui Coop si è fortemente impegnata a favore della sostenibilità, quest'ultima è diventata parte integrante del DNA dell'azienda. Il Gruppo Coop ha radicato questa tematica 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, per esempio, fluiscono sistematicamente nel processo globale di definizione degli obiettivi, nella formazione del personale, nei processi e negli iter operativi.

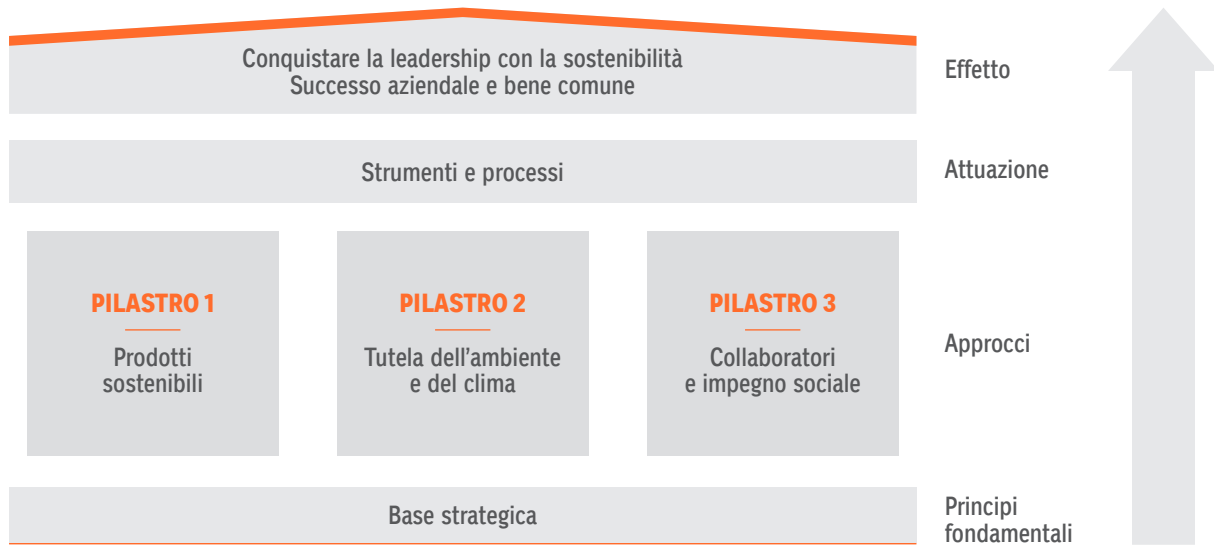
Con un approccio sostenibile di ampio respiro, il Gruppo Coop intende fornire prestazioni supplementari per distinguersi nei diversi mercati, assicurare l'accesso alle risorse e creare un valore condiviso in seno al Gruppo Coop. In questo modo, Coop garantisce inoltre che i crescenti standard in materia di sostenibilità imposti dalla società e dalla politica siano implementati con efficacia e credibilità in tutta l'attività aziendale, dando così un contributo all'intera collettività.

Coop comunica le numerose misure intraprese in questo settore soprattutto nella rivista Cooperazione, nel nuovo inserto "Cooperazione Weekend", sulla piattaforma Internet fatti-non-parole.ch e nel rapporto di gestione integrato del Gruppo Coop. Ogni anno viene pubblicato un Rapporto sui progressi in materia di sostenibilità che fornisce informazioni specifiche dettagliate sull'impegno e sul grado di raggiungimento degli obiettivi pluriennali di Coop nel settore della sostenibilità.

## Integrazione totale e grande rilevanza

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 determinati da analisi interne e presentano un'elevata rilevanza sociale, ecologica ed economica. Per definire i punti chiave sui 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. Gli ambiti d'intervento essenziali sono illustrati nel piano strategico Sostenibilità di Coop, che descrive i modi in cui il tema della sostenibilità è gestito da Coop e in cui la sostenibilità è complessivamente integrata nell'attuale sistema di gestione. Il piano strategico è basato su tre pilastri (Prodotti sostenibili, Tutela dell'ambiente e del clima e Collaboratori e impegno sociale), che a loro volta si basano sui principi fondamentali, ovvero la base strategica. I tre pilastri rappresentano i principi che le aziende del Gruppo Coop integrano nelle loro attività imprenditoriali. L'interazione di tutti questi elementi si traduce in un'efficace attuazione degli obiettivi di sostenibilità e si riflette nel successo aziendale e nel bene comune.

Nell'anno in esame Coop ha approvato la nuova strategia di sostenibilità 2022-2026, valida per l'intero Gruppo Coop, che fornisce risposte alle sfide di oggi.



### La base strategica

Coop è una società cooperativa e promuove gli interessi economici e sociali dei propri soci e consumatori. I principi dell'economia di mercato, ecologici ed etici garantiscono la competitività e l'esistenza della società cooperativa. La sostenibilità è anche un elemento centrale della visione 2025+ con la quale Coop si distingue dalla concorrenza grazie ai suoi prodotti sostenibili e all'impegno a favore di progetti sostenibili. Anche i principi guida della sostenibilità contribuiscono a differenziare ulteriormente Coop, stabilendo le linee guida per l'attuazione degli obiettivi generali e favorendo la comunicazione interna nell'intero Gruppo Coop.

### Pilastro 1: Prodotti sostenibili

Coop si adopera in tutti i segmenti d'assortimento per il rispetto di severi standard minimi lungo l'intera catena del valore. L'impegno di Coop si traduce anche in progetti d'approvvigionamento all'avanguardia 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. In tale contesto svolgono un ruolo importante le marche proprie sostenibili e i label di sostenibilità, grazie ai quali Coop si distingue nel commercio al dettaglio svizzero applicando gli standard più elevati. Coop promuove la sostenibilità dei consumi attraverso una composizione responsabile degli assortimenti, un'informazione al consumatore mirata e misure pubblicitarie di diversa natura.

### Pilastro 2: Tutela dell'ambiente e del clima

Anche lo sfruttamento efficiente di risorse ed energia concorre all'abbattimento dei costi. Gli sforzi di Coop si concentrano sulla riduzione dei consumi energetici e su un maggior ricorso alle energie rinnovabili, nonché sull'attuazione sistematica della visione "CO<sub>2</sub> neutrale entro il 2023" nel core business in Svizzera, approvata già nel 2008. A tal fine Coop ha definito un percorso di riduzione, la cui attuazione procede nei tempi previsti con misure e obiettivi appositamente definiti. Altri temi di rilievo sono l'ottimizzazione degli imballaggi, la riduzione del volume di rifiuti, il riciclaggio, la logistica e il trasporto merci, oltre che la gestione idrica, la tecnologia a idrogeno e un'edilizia sostenibile. Coop dedica particolari sforzi al settore dell'ottimizzazione degli imballaggi attraverso l'impegno a favore di una gestione responsabile della plastica. Nel 2021 Coop ha approvato la sua nuova strategia sul clima, che mira a raggiungere emissioni nette zero entro il 2050.

### Pilastro 3: Collaboratori e impegno sociale

Il pilastro 3 include l'impegno di Coop a favore dei collaboratori e i progetti a sfondo sociale rilevanti per la comunità. La formazione degli apprendisti, un nuovo moderno contratto collettivo di lavoro unificato su scala nazionale, in vigore a partire dal 2022, piani previdenziali di ampio respiro o progetti di inclusione sono solo alcuni degli importanti servizi 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 per 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. I clienti riscontrano i risultati di questi progetti non solo nell'assortimento Coop quando vanno a fare la spesa: gli approcci innovativi del Fondo per risolvere importanti questioni sociali ed ecologiche possono essere vissuti direttamente in occasione di iniziative ed eventi per il personale e il pubblico. Con prestazioni d'avanguardia nel campo della sostenibilità, Coop sensibilizza il pubblico verso il consumo sostenibile. Il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile dispone di almeno 16.85 milioni di franchi all'anno per sostenere questo tipo di progetti.

Per informazioni sui progetti del Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, visitare il sito [www.fatti-non-parole.ch/fondo](http://www.fatti-non-parole.ch/fondo).

### Radicamento strategico nel commercio all'ingrosso e nella produzione

Tutte le aziende del gruppo Transgourmet, il Bell Food Group nonché le principali aziende di produzione Coop hanno le proprie strategie di sostenibilità conformi al corrispondente piano strategico di Coop e tengono conto delle specificità dei settori ai quali si rivolgono, ma anche delle realtà dei mercati più importanti.

## Temi generali nel campo della sostenibilità

Anche quest'anno le aziende del Gruppo Coop si sono distinte per il loro impegno a favore della sostenibilità. Presentiamo di seguito una selezione di progetti relativi a questo settore. Le novità sui progetti sostenibili relative ai singoli settori aziendali sono riportate nei rispettivi capitoli.

### “Fatti, non parole”: 400 fatti a favore della sostenibilità

Con il motto “Fatti, non parole”, Coop riassume il suo approccio sostenibile di ampio respiro e il ruolo di pioniere che ricopre da oltre 30 anni. I fatti Coop, attualmente quota 400, dimostrano la sua voglia di fare per il bene dell'uomo, degli animali e della natura. I diversi fatti rappresentano il fulcro dell'impegno in materia di sostenibilità e forniscono una panoramica delle misure già attuate da Coop. Nel 2021 Coop ha inoltre modernizzato il proprio reporting di sostenibilità e da allora pubblica un rapporto digitale sui progressi ottenuti in questo settore fornendo informazioni trasparenti, dettagliate e conformi agli standard internazionali sull'impegno a favore della sostenibilità in seno a tutto il Gruppo Coop.

### 1° posto nella scorecard dell'olio di palma del WWF

Coop ottiene il 1° posto nella classifica mondiale dell'olio di palma redatta dal WWF grazie all'attuazione sistematica della propria vision in materia (fatto n. 379). Per gli alimenti di marca propria, Coop o non impiega affatto olio di palma o impiega sempre e soltanto olio di palma certificato Bio Suisse e RSPO, proveniente da una produzione sostenibile. La scorecard ha luogo ogni anno e in questo contesto il WWF premia l'impegno a favore dell'olio di palma sostenibile di oltre 220 rivenditori e produttori alimentari in tutto il mondo.

### Grande successo per la Giornata della buona azione

Nel 2021, Coop ha organizzato per la seconda volta la Giornata della buona azione motivando centinaia di migliaia di persone in Svizzera a compiere un bel gesto. Insieme a sei partner – WWF, Tavola Svizzera, Tavolino Magico, Movimento Scout Svizzero, CRS e Pro Infirmis – Coop ha realizzato diverse iniziative in tutta la Svizzera. Alla Giornata della buona azione hanno partecipato anche circa 2 000 filiali di tutti i formati di vendita al dettaglio Coop, che hanno sorpreso la clientela con piccoli regali e organizzato varie attività di raccolta fondi. La Giornata della buona azione 2021 ha riscosso grande successo, dimostrando che la solidarietà è molto diffusa nella nostra società e che insieme si possono ottenere grandi cose, anche con piccoli gesti.



### **Premio Lean & Green per trasporti più ecologici**

Coop è stata la prima azienda in Svizzera a ricevere la seconda stella del programma Lean & Green nel 2021, un programma internazionale che onora l'impegno delle aziende a favore del clima nel settore della logistica e dei trasporti. Negli ultimi otto anni, Coop ha ridotto del 30% le sue emissioni di CO<sub>2</sub>, soddisfacendo così i requisiti previsti per ottenere la seconda stella. Il tutto grazie a investimenti innovativi nei siti di produzione e di logistica nonché nel parco autocarri, il quale punta sul biodiesel prodotto in Svizzera e sempre più anche sulla tecnologia a idrogeno. In stretta collaborazione con l'affiliata Railcare, Coop promuove costantemente anche il trasporto merci su rotaia.

### **Impegno a favore dell'allevamento di pulcini maschi**

Con l'introduzione di uova e carne Demeter, Coop porta avanti il proprio impegno a favore dell'allevamento di pulcini maschi. Nell'ambito di "Hahn im Glück" (gallo felice) vengono allevati pulcini sia maschi che femmine. I polli maschi crescono in condizioni biodinamiche, trascorrendo molto tempo all'aperto e nutrendosi con mangimi Demeter. In una selezione di supermercati, Coop propone nell'assortimento della marca propria bio Naturaplan le uova Demeter delle galline ovaiole e la carne Demeter dei polli maschi. I prodotti Naturaplan Demeter soddisfano sia le rigide direttive della Gemma di Bio Suisse che i requisiti di Demeter. Con "Pollo a duplice attitudine", Coop aveva già avviato nel 2014 un progetto per l'allevamento di pulcini maschi e femmine.

### **I Ristoranti Coop salvano i pasti in eccesso**

Da giugno, tutti i Ristoranti Coop in Svizzera propongono una nuova offerta take-away. Tramite l'app Too Good To Go, i clienti possono prenotare un pasto a prezzi convenienti e ritirarlo nel Ristorante Coop selezionato. Con questa nuova offerta, Coop contribuisce alla lotta contro lo spreco alimentare e dà doppiamente prova del proprio impegno a favore della sostenibilità: i pasti salvati vengono infatti consegnati nei contenitori riutilizzabili reCIRCLE. Questo permette di ridurre al tempo stesso gli sprechi alimentari e l'utilizzo della plastica usa e getta. Dal 2005, Coop sostiene inoltre le organizzazioni Tavola Svizzera e Tavolino Magico con donazioni in natura e risorse finanziarie. Nel 2021 è stato possibile salvare in questo modo oltre 16.2 milioni di pasti.

### **Obiettivi pluriennali di sostenibilità: una retrospettiva**

Negli ultimi sei anni, il Gruppo Coop ha migliorato notevolmente la propria performance in materia di sostenibilità. Con obiettivi in tutti e tre i pilastri della sostenibilità e in tutti e tre i settori aziendali, Coop è riuscita a compiere grandi passi avanti in merito a tematiche di particolare rilevanza per clienti e stakeholder. L'86% degli obiettivi fissati è stato raggiunto, contro un 7% di obiettivi soltanto parzialmente raggiunti. Tra le altre cose, Coop è riuscita ad aumentare le vendite di prodotti sostenibili del 7.5% e quelle dei prodotti bio del 5.5%, a ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> e a portare a termine con successo alcuni progetti di pubblica utilità.



# Settore aziendale Commercio al dettaglio

<b>Formati di vendita e offerta</b>	<b>20</b>
<b>Supermercati e Formati Food</b>	<b>20</b>
Misure di protezione contro il coronavirus nei punti di vendita	21
Coop Marktqass con il suo concept unico in Svizzera	21
<b>Varietà degli assortimenti</b>	<b>21</b>
Nuovi prodotti convenienze ultrafreschi: "Freshly Made with Love"	21
Nuovi prodotti sostitutivi della carne e assortimento vegano e vegetariano mai così ampio	21
Prodotti sfusi: stazioni di riempimento nei punti di vendita Coop	21
Impegno per prezzi convenienti	22
Coop lancia la marca di cioccolato Halba	22
Nuovi prodotti di carne convenienze nell'assortimento	22
Lockdown nella ristorazione e limitazione del numero di clienti nei punti di vendita	22
Tappe principali dei formati Food	23
<b>Formati specializzati Non Food</b>	<b>26</b>
Coop punta su Jumbo	26
Nuovo shop online Coop-City.ch	26
Coop Vitality sostiene la lotta contro la pandemia	26
Import Parfumerie: un nuovo concept per i negozi	26
The Body Shop: un nuovo concept per i negozi e una stazione di ricarica	26
Interdiscount investe nella consulenza mobile nei punti di vendita	27
update Fitness continua a crescere	27
Nuovo boutique hotel 4 stelle sulla Marktplatz di Basilea	27
Lockdown dei formati Non Food	27
Tappe principali dei formati specializzati Non Food	27
<b>Logistica</b>	<b>32</b>
Attività logistiche nella Svizzera romanda in un unico sito	32
Ulteriore trasferimento su rotaia nella logistica	32
<b>Informatica</b>	<b>32</b>
Nuova strategia informatica	32
Il servizio Informatica lavora allo shop online per Coop City	32
<b>Immobili</b>	<b>33</b>
Rilevamento degli immobili Jumbo	33
Acquisizione del centro commerciale Perry Center	33
Progetti immobiliari	33
Roadshow EKZ National	34
Sostenibilità degli immobili	34
Premio solare per la Sede principale di Coop	34
<b>Prestazioni supplementari</b>	<b>35</b>
Gestione della qualità a 360°	35
Impegno sociale	35
Comunicazione e pubblicità	36

# Settore aziendale Commercio al dettaglio

Si procederà a una fusione dei marchi Jumbo ed Edile+Hobby, che continueranno a operare con il nome Jumbo come formato specializzato. Coop-City.ch è in fase di avvio e il fatturato realizzato con gli shop online è in continua crescita. Coop investe in prezzi convenienti e convince con prodotti innovativi sostenibili, vegetariani e vegani.

Anche quest'anno la pandemia di coronavirus ha lasciato il segno. Il 18 gennaio, il Consiglio federale ha disposto il secondo lockdown per tutti i negozi Non Food, i ristoranti e le palestre nonché una limitazione al numero massimo di persone nei supermercati. Durante questo periodo, i formati chiusi hanno registrato un incremento della domanda nei rispettivi shop online ed è aumentato anche l'afflusso dei clienti nei supermercati. Dopo le riaperture dei formati Non Food a marzo e dei locali al chiuso nella ristorazione a fine maggio, i formati interessati si sono in gran parte ripresi. Tuttavia, la pandemia di coronavirus ha continuato a mettere a dura prova l'intero commercio al dettaglio. Grazie a piani di protezione consolidati e al grande impegno di tutti i collaboratori, all'interno dei punti di vendita i clienti hanno potuto effettuare i loro acquisti sempre in totale sicurezza.

Nel 2021, il Gruppo Coop ha generato nel commercio al dettaglio un ricavo netto di 19.6 miliardi di franchi, traendo beneficio, in particolare, dalla sua vasta rete di supermercati e dalla sua vicinanza ai clienti.

## Formati di vendita e offerta

Il Gruppo Coop gestisce nel settore del commercio al dettaglio sia supermercati sia numerosi formati specializzati adatti alle esigenze di ogni cliente. A fine 2021 il gruppo contava 2 398 punti di vendita su tutto il territorio svizzero, 46 in più rispetto all'anno precedente. Coop si distingue, inoltre, per un'ampia offerta di shop online e per la sistematica integrazione tra commercio stazionario e commercio online (omni-channel). Quasi tutti i formati specializzati di Coop gestiscono anche uno shop online oltre ai propri punti di vendita.

---

**19.6** mia. di CHF

di ricavo netto nel  
commercio al dettaglio

---

Coop attribuisce particolare importanza strategica ai suoi assortimenti sostenibili. Nel 2021, il fatturato realizzato nel commercio al dettaglio con prodotti sostenibili ha sfiorato i 5 miliardi di franchi (maggiori dettagli su [sustainable.coop.ch](https://sustainable.coop.ch)). Solo il fatturato realizzato con i prodotti biologici è stato di quasi 1.8 miliardi di franchi, con un aumento del 4.4% rispetto all'anno precedente.

## Supermercati e Formati Food

Nel 2021, i supermercati Coop hanno realizzato un ricavo netto di oltre 12.1 miliardi di franchi. Con 955 punti di vendita, Coop vanta la più fitta rete di vendita di tutta la Svizzera. Nell'anno di esercizio 2021 sono stati aperti 18 punti di vendita e ne sono stati chiusi 8. Nel 2021, 49 supermercati sono

stati modernizzati in base al nuovo concept dei negozi 2025+, portando così a 205 i supermercati già adattati al nuovo concept.

### **Misure di protezione contro il coronavirus nei punti di vendita**

Coop continua a mettere al primo posto la protezione dei collaboratori e della clientela. All'ingresso dei punti di vendita, come nell'anno precedente, appositi cartelli segnalavano l'obbligo di indossare la mascherina. Inoltre erano disponibili disinfettanti e guanti monouso. La pulizia quotidiana delle superfici, come quella dei carrelli, è stata intensificata. Nella zona delle casse, appositi pannelli in plexiglas, segnaletiche a pavimento e cartelli hanno garantito la necessaria sicurezza. Ai clienti veniva inoltre ricordato, con spot diffusi dagli altoparlanti interni, l'obbligo di mantenere il distanziamento sociale e indossare la mascherina. I collaboratori hanno protetto se stessi e gli altri indossando correttamente la mascherina igienica.

### **Coop Marktgass con il suo concept unico in Svizzera**

Dopo circa sette mesi di lavori di ristrutturazione, ha riaperto il punto di vendita Coop Marktgass nel centro storico di Berna, con un concept unico in Svizzera. Oltre a un moderno supermercato, all'enoteca e a uno spazio dedicato a birra e bevande, ci pensano una caffetteria, una panetteria e un'ampia offerta gastronomica di prodotti freschi preparati in loco a soddisfare ogni esigenza dei clienti.

## **Varietà degli assortimenti**

### **Nuovi prodotti convenience ultrafreschi: "Freshly Made with Love"**

Nell'anno in esame, Coop ha ampliato l'offerta di prodotti convenience ultrafreschi, rispondendo così alla crescente esigenza di prodotti sani e freschi nel campo della ristorazione veloce. Con il marchio "Freshly Made with Love", la clientela trova panini freschi di giornata, insalate e muesli fatti a mano, pizze con guarnizioni personalizzate e, ultimamente, anche menu pronti appena cucinati. Fatti a mano, freschi e di qualità: ecco le caratteristiche di questo genere di prodotti. I prodotti "Freshly Made with Love" vengono preparati direttamente nel punto di vendita oppure, grazie a una nuova e rapida logistica notturna, consegnati freschi ai negozi dai laboratori di manifattura interni. I prodotti "Freshly Made with Love" sono molto apprezzati e si possono trovare ormai in quasi tutte le filiali, talvolta anche nella variante vegana o bio.

### **Nuovi prodotti sostitutivi della carne e assortimento vegano e vegetariano mai così ampio**

Con oltre 1 600 prodotti vegetariani e vegani nel comparto Food, Coop offre il più ampio assortimento per un'alimentazione vegetariana e vegana del commercio al dettaglio svizzero. La marca propria Karma continua a essere molto apprezzata. Inoltre, l'assortimento è stato ampliato con alternative vegetali ai tradizionali prodotti di origine animale e comprende oltre 100 prodotti sostitutivi della carne, più di 50 alternative al latte, 30 allo yogurt e 20 al formaggio. La novità di maggiore interesse è stata l'ampliamento della linea YOLO con alternative vegane a vari prodotti, dalla pizza a base di carne agli spaghetti alla bolognese, fino ai prodotti surgelati. Il marchio "The Green Mountain" ha vinto addirittura lo Swiss Vegan Award come novità dell'anno 2021, convincendo con novità come l'alternativa vegana al petto di pollo. A sorprendere i clienti con i loro prodotti esclusivi ci pensano anche start-up partner quali Planted Foods, Outlawz Food o Wild Foods.

### **Prodotti sfusi: stazioni di riempimento nei punti di vendita Coop**

Nel 2021, Coop ha avviato vari test per assortimenti di prodotti sfusi in tre segmenti finalizzati alla riduzione a lungo termine degli imballaggi:

*Detersivi/Detergenti:* insieme al partner commerciale Henkel è stato lanciato un impianto di riempimento per i detersivi Oecoplan e i detersivi Persil. Il test si svolge in due filiali.

*Alimenti di base:* Coop offre un assortimento con un massimo di 38 articoli in dodici filiali. La gamma include riso, pasta, legumi, muesli e fiocchi.

*Acqua minerale/birra:* in alcuni punti di vendita selezionati nella Regione di vendita NWZZ, la clientela può riempire autonomamente le bottiglie di acqua minerale e birra.

I concept hanno riscosso grande successo tra i clienti.

### Impegno per prezzi convenienti

Anche nel 2021, Coop ha portato avanti il suo impegno per prezzi al consumo convenienti. Complessivamente sono stati investiti oltre 130 milioni di franchi in riduzioni di prezzo. Oltre alle riduzioni di prezzo sui prodotti di marca, Coop ha investito anche nelle marche proprie, specialmente nel settore frutta e verdura. L'attenzione si è concentrata nuovamente sulla linea di prezzi bassi Prix Garantie, il cui assortimento è stato ampliato a oltre 1 400 prodotti. Accanto ai prodotti di prima necessità e per le famiglie, Coop ha introdotto nella linea Prix Garantie assortimenti di tendenza come ad esempio le alternative vegetali al latte e alla carne. Oltre ad aver lanciato nuovi articoli e ad aver ampliato la sua rete di distribuzione, Coop ha rivisitato numerosi prodotti in termini sia gastronomici sia di dimensione degli imballaggi. Con Prix Garantie, Coop garantisce, per ogni singolo prodotto della linea, il prezzo più basso sul mercato svizzero.

### Coop lancia la marca di cioccolato Halba

Ad aprile 2021, insieme alla sua azienda Halba, Coop ha lanciato l'omonima marca di cioccolato Halba. Nel corso dell'autunno, l'assortimento di prodotti di Halba è stato ulteriormente ampliato. Complessivamente, nel 2021 sono state introdotte sul mercato 76 novità ed è stato realizzato un fatturato di quasi 20 milioni di franchi. Nel frattempo, il nuovo assortimento di tavolette di cioccolato è riuscito a posizionarsi al pari di prodotti di marca affermati.

### Nuovi prodotti di carne convenienza nell'assortimento

Dalla primavera 2021, Coop sta costantemente ampliando l'assortimento di prodotti convenienza a base di carne cotta con il marchio Betty Bossi. In questo assortimento si trovano prodotti molto diversi tra loro, come ad esempio fettine di pollo panate e cordon bleu, ma anche bocconcini di pollo per l'insalata o sminuzzato con salse. Nella stagione invernale vi si sono aggiunti torte salate con vari ripieni a base di carne, ma anche cervo in salmi fresco e un polpettone cotto. Tutti questi prodotti rappresentano un grande valore aggiunto per la clientela: prodotti di carne raffinati pensati per essere riscaldati e consumati in tempi rapidi.

### Lockdown nella ristorazione e limitazione del numero di clienti nei punti di vendita

A causa della pandemia di coronavirus, dal 22 dicembre è stata disposta la chiusura dei ristoranti. Dal 31 maggio è stato poi nuovamente possibile servire i clienti al chiuso. Dal 13 settembre, ai clienti viene inoltre chiesto di presentare un certificato COVID valido. Quanto ai punti di vendita, nel 2021 è rimasta in vigore una limitazione del numero di persone ammesse.

## MARCHE PROPRIE E LABEL DI QUALITÀ SOSTENIBILI



## MARCHE PROPRIE PER GRUPPI TARGET SPECIFICI



## MARCHE PROPRIE STANDARD



➔ Questa lista riporta una selezione delle marche proprie e dei label di qualità più importanti. Per maggiori informazioni sulle marche proprie Coop, consultare la pagina [www.coop.ch/labels](http://www.coop.ch/labels).

## Tappe principali dei formati Food

La tabella seguente illustra i momenti salienti dell'anno in esame. Per maggiori informazioni sui formati specializzati del Gruppo Coop, consultare la pagina

[www.coop.ch/acquisti](http://www.coop.ch/acquisti)



I supermercati Coop dispongono della più fitta rete di punti di vendita della Svizzera

- Costante acquisizione di nuove quote di mercato negli ultimi anni
- Grado di soddisfazione della clientela e tasso di raccomandazione elevati
- Influsso positivo sul fatturato in seguito alla cessazione del turismo degli acquisti a causa della pandemia di coronavirus
- Oneri ancora elevati a causa del rispetto sistematico delle misure di protezione dal coronavirus
- Ampliamento dell'offerta di prodotti vegetariani/vegani, offerta più ampia dell'intero commercio al dettaglio svizzero
- Assortimento con oltre 16 000 prodotti sostenibili
- Ampliamento della gamma di prodotti Prix Garantie con lo stesso prezzo e la medesima qualità dei discounter
- Lancio della nuova marca di cioccolato Halba
- Installazione di stazioni di riempimento per detersivi/detergenti, vari alimenti di base, acqua minerale e birra in sedi selezionate
- Ristrutturazione di altre 49 filiali in base al nuovo concept dei negozi, per un totale di 205 filiali ristrutturate alla fine del 2021
- Apertura di 18 nuovi punti di vendita
- Ampliamento dell'impegno contro lo spreco alimentare con oltre 16.2 milioni di pasti a organizzazioni quali "Tavolino magico" e "Tavola svizzera"

Coop.ch

Piattaforma omni-channel con la più vasta scelta e consegna personale fino alla porta di casa

- Tassi di crescita del 14.5% rispetto al 2020
- Fidelizzazione dei nuovi clienti dell'anno scorso come acquirenti abituali
- La più grande offerta Food online con oltre 18 000 prodotti, di cui 2 100 vini
- Affermazione come operatore omni-channel completo: possibilità di verificare online la disponibilità delle merci e di utilizzare i buoni sia nei punti di vendita sia online
- Aumento dell'efficienza grazie a due nuove piattaforme logistiche a Dagmersellen e Meyrin



Il numero uno sul mercato svizzero dei prodotti convenience

- Aumento dell'attrattiva sui ciclisti con pompe di gonfiaggio e stazioni di riparazione
- Grande efficacia del concept "Per il superrapido e freschissimo" confermata anche durante il periodo del coronavirus
- Ampliamento dell'assortimento regionale e vegano/vegetariano
- Estensione a 121 siti, quindi al 40% circa della rete di negozi, di soluzioni logistiche avanzate relativamente all'assortimento di insalate e panini freschi di giornata
- Ulteriore sviluppo del concept di rotazione nella categoria pane e prodotti da forno
- Nuovo design: circa il 75% degli shop si presenta con il nuovo look
- Quattro nuove stazioni di servizio con shop Pronto – uno shop senza stazione di servizio
- Due shop riaperti dopo importanti lavori di ristrutturazione



Coop to go offre prodotti take-away esclusivi, che non si trovano in nessun altro formato Coop

- Elevato grado di soddisfazione della clientela e feedback positivi in termini di velocità, cordialità e varietà dell'assortimento
- Prodotti freschi e di tendenza, come ad esempio le bowl "Coop to go around the World"
- Nuova apertura all'aeroporto di Zurigo a maggio, nuova apertura alla stazione ferroviaria di Winterthur a dicembre



Il formato dedicato ad artigianalità culinaria, regionalità e sostenibilità

- Elevato grado di soddisfazione della clientela
- Il fatto che sia stato raccomandato il telelavoro e introdotto il certificato COVID ha avuto ripercussioni negative sull'affluenza nel concept store.
- Introduzione del concept gastronomico "Cook Sets" in collaborazione con Betty Bossi: prodotti sani, freschi, gustosi e pronti in cinque minuti. I "Cook Sets" possono essere consumati sul posto oppure a casa e sono molto apprezzati.
- Inaugurazione di una focacceria con focaccia fatta in casa
- Forte commistione di gastronomia e retail. Dalla primavera disponibili 133 posti a sedere, anche in terrazza.



Il formato di negozio trendy per prodotti vegetariani e vegani

- Elevato grado di soddisfazione della clientela e feedback positivi in termini di cordialità, sostenibilità e varietà dell'assortimento
- Novità vegetariane e vegane sempre nuove, come ad esempio una fonduta vegana, insalate, sandwich e smoothie freschi fatti in casa
- Più di 300 prodotti Karma in vendita nel retail
- Test con il concept "Greenbox": insalate e muesli appena preparati sono proposti in un imballaggio riutilizzabile. Il cliente paga un deposito di 5 franchi, che sarà restituito quando riporta il contenitore nel punto di vendita.



Il negozio di Coop dedicato alla gastronomia italiana

- Elevato grado di soddisfazione della clientela e feedback positivi in termini di cordialità, italianità e varietà dell'assortimento
- Ampliamento dell'assortimento di specialità e prelibatezze italiane, focacce fresche fatte in casa, insalate, panini e altre ghiottonerie
- Più di 200 prodotti Sapori d'Italia in vendita nel retail



La buona tavola, ogni giorno, a prezzi imbattibili

- Da diversi anni, acquisizione significativa di nuove quote di mercato
- Ripercussioni molto negative del telelavoro, soprattutto nei centri città
- Feedback positivi della clientela in termini di comunicazione in materia di coronavirus, in particolare in occasione dell'introduzione del certificato COVID
- Calo del fatturato dovuto al lungo lockdown della ristorazione nel primo semestre dell'anno
- Ampliamento degli assortimenti stagionali
- Roll-out dell'esperienza con caffè di qualità biologica: dal caffè biologico al latte, alla panna da caffè, fino allo zucchero
- Attuazione del progetto pilota Home Delivery
- Introduzione su scala nazionale dell'app Too Good To Go per la riduzione dello spreco alimentare



---

## Marché

Schweiz Suisse Svizzera

Ristorazione  
rigenerante  
in luoghi  
ad alta frequenza

- Marché resta leader di mercato nel canale dei servizi di ristorazione autostradale
- Ripercussioni negative sul fatturato a causa del coronavirus
- Dal 22 dicembre 2020 al 19 aprile 2021 solo take-away
- Anche se il 2021 è stato un anno difficile, l'azienda ha continuato a ristrutturare e modernizzare: il grande ristorante Airside all'aeroporto di Zurigo, Marché Cafébar e Burger King a Kölliken, Burger King al Wiggispark – il primo esercizio con drive thru fuori dall'autostrada

---

## Betty Bossi

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

- Ottimo andamento nel business dell'e-commerce con prodotti Betty Bossi propri (libri di cucina e utensili per la cucina)
  - Grande popolarità per i media digitali e stampati dedicati alle ricette, con un numero record di utenti
  - Sviluppo di oltre 1 000 prodotti Food per tutte le marche proprie di Coop
  - Rilancio riuscito della tradizionale rivista Betty Bossi
  - Affermazione dell'app "Dimagrire in modo sano" tra le migliori app per diete del mercato nel primo anno successivo al lancio
  - Introduzione della linea di prodotti "Utensili da cucina" per Betty Bossi e Coop
-

## Formati specializzati Non Food

### Coop punta su Jumbo

A seguito dell'approvazione (senza riserve) della Commissione della concorrenza, Coop ha rilevato dalla Maus Frères SA l'azienda svizzera Jumbo, attiva nel settore dei mercati edili. Si procederà a una fusione dei marchi Jumbo ed Edile+Hobby, che continueranno a operare con il nome Jumbo come formato specializzato del Gruppo Coop. Coop punta sulla competenza di Jumbo nei mercati edili in combinazione con i prodotti sostenibili e l'assortimento per il giardinaggio e il bricolage di Edile+Hobby. Jumbo riunirà in sé il meglio dei due mondi e sarà leader assoluto nel settore dei mercati edili in Svizzera. La rete di filiali Jumbo, con i suoi 40 punti di vendita, integra alla perfezione gli 84 centri Edile+Hobby di Coop. Con questa acquisizione, il Gruppo Coop si conferma leader di mercato nel settore dei mercati edili. Jumbo diventa il numero 1 in termini di sostenibilità, competenza e prezzi.

### Nuovo shop online Coop-City.ch

Con Coop City, da inizio novembre la clientela ha la possibilità di effettuare i propri acquisti online in modo semplice e rapido. Tutto questo è possibile grazie al nuovo shop online Coop-City.ch. In numerosi segmenti d'assortimento come giocattoli, elettrodomestici, cosmetici e prodotti per la cura personale sono disponibili più di 13 000 articoli, tra marche proprie (Coop Naturaline e Naturaline Swiss Cosmetics), marchi per la moda equosolidale in cotone biologico e la cosmesi sostenibile nonché tanti altri marchi e marche proprie particolarmente apprezzati. Gli ordini vengono consegnati alla clientela all'indirizzo desiderato o possono essere ritirati in uno dei 450 punti Pick-up di Coop.

### Coop Vitality sostiene la lotta contro la pandemia

Anche nel secondo anno di pandemia, Coop Vitality ha fornito un contributo essenziale all'assistenza medica di base. Con le sue 88 farmacie in tutta la Svizzera, Coop Vitality è un partner importante delle autorità e degli attori del settore sanitario. Coop Vitality ha saputo gestire le difficoltà e supportare la clientela offrendo prestazioni aggiuntive oltre al consueto approvvigionamento di medicinali. I collaboratori di Coop Vitality hanno garantito il servizio di consegna a domicilio ai pazienti e alle pazienti a rischio e la dispensazione degli auto-test per il coronavirus. In un brevissimo arco di tempo, Coop Vitality ha messo a punto nuovi servizi. In numerose farmacie Coop Vitality è possibile farsi vaccinare contro il COVID-19 e varie farmacie offrono il test molecolare e/o antigenico rapido.

### Import Parfumerie: un nuovo concept per i negozi

Import Parfumerie ha investito nel commercio stazionario e ha introdotto un nuovo concept per i negozi. Le filiali di Winterthur Bahnhof, Rapperswil, Centre St-François di Losanna, Coop City di San Gallo, Bahnhofstrasse di Zurigo, centro commerciale Sihlcity di Zurigo e Rue de Rive di Ginevra si presentano in una nuova veste. Oltre alla modernizzazione dei negozi, il nuovo concept prevede l'offerta di numerosi servizi. Alcune delle nuove sedi sono dotate di una macchina per l'incisione, che permette alla clientela di personalizzare i nuovi flaconcini di profumo o il nastro per regali. Inoltre, un tool digitale permette di sperimentare vari look senza che il proprio viso entri in contatto diretto con il make-up. Nell'anno in esame, l'assortimento online di Import Parfumerie è stato ampliato con nuovi prodotti per la cura del viso, del corpo e dei capelli. Nello shop online, inoltre, sono in vendita articoli delle etichette "Pro Ocean", "Pro Nature" e "Pro Animal", pensate per i prodotti conformi alle direttive Clean Beauty di Import Parfumerie.

### The Body Shop: un nuovo concept per i negozi e una stazione di ricarica

Ritorno alle radici: da luglio, il negozio The Body Shop di Berna ha introdotto un nuovo concept, ispirato agli esordi del marchio "The Body Shop" e frutto della visione rivoluzionaria della fondatrice Anita Roddick. Contenitori riutilizzabili invece della plastica – la filiale di Berna è stata modernizzata ed è la prima a essere dotata di una stazione di ricarica. Un'altra stazione di ricarica è presente da novembre nella filiale rinnovata di Losanna. È possibile ricaricare gel doccia, sapone per le mani, shampoo e balsamo in appositi flaconi di alluminio. Il passaggio al refill permette di risparmiare ogni anno oltre 25 tonnellate di plastica in tutto il mondo. Con il suo nuovo concept per i negozi, The Body Shop riduce l'impronta ecologica: il nuovo negozio di Berna è realizzato con mobili sostenibili in legno riutilizzabile e plastica riciclata. The Body Shop si sta impegnando affinché gli imballaggi dei suoi prodotti diventino col tempo al 100% riciclabili.

### Interdiscount investe nella consulenza mobile nei punti di vendita

Da ottobre, tutti i collaboratori delle 174 filiali Interdiscount in Svizzera sono dotati di dispositivi mobili personali che consentono un nuovo tipo di consulenza alla clientela e una migliore customer experience. Grazie a tablet piccoli e maneggevoli, il personale di vendita fornisce consulenza alla clientela in ogni parte del negozio e gestisce le vendite. Con il tablet è possibile visualizzare e ordinare direttamente nello shop online il vasto assortimento a disposizione nonché accessori adatti al prodotto desiderato. I moderni strumenti di lavoro possono essere impiegati in vario modo, come per stipulare contratti, ordinare prodotti, prenotare servizi, registrare e consultare gli ordini di riparazione, sostituire apparecchi difettosi e molto altro. Le funzionalità dei tablet vengono affinate di continuo.

### update Fitness continua a crescere

Al netto delle misure intraprese per contrastare il coronavirus e del lockdown, update Fitness si lascia alle spalle un anno positivo. Nei mesi estivi il numero di nuovi clienti è stato superiore a quello, già da record, del 2019. La rete è stata ampliata e conta 59 sedi in 14 cantoni. Il timeout forzato imposto dal coronavirus ha permesso l'accelerazione dei progetti IT, il passaggio all'assistenza da remoto in ulteriori sedi con orari di apertura contestualmente più lunghi e la messa a punto di strutture funzionali a un ulteriore ampliamento. Obiettivo, quest'ultimo, che ha a sua volta portato a un ampliamento dell'organico.

### Nuovo boutique hotel 4 stelle sulla Marktplatz di Basilea

Sulla Marktplatz, nel cuore di Basilea, il 28 luglio 2021 è stato inaugurato il Märthof, un boutique hotel 4 stelle ricco di fascino. L'hotel conta 68 camere in totale, arredate con stile e distribuite su cinque piani. Le otto "Markplatz junior suite", con vista diretta sulla Marktplatz, rendono il pernottamento in questo hotel un'esperienza fuori dal comune. Il Märthof dispone anche di una palestra, di una zona wellness, di una sala per i banchetti e di una terrazza sul tetto con una vista straordinaria sulla città di Basilea. Al pianterreno si trova il ristorante Bohemia con il suo ampio bar e una terrazza che affaccia direttamente sulla Marktplatz. Qui i clienti troveranno ad accoglierli un perfetto stile bohémien ed eccellenti proposte gastronomiche. Il Märthof è un autentico valore aggiunto per Basilea ed è molto apprezzato dagli abitanti della città e dalla clientela internazionale.

### Lockdown dei formati Non Food

Dal 18 gennaio al 1° marzo, quasi tutti i formati Non Food sono dovuti restare chiusi. Rispetto ai lockdown del 2020, Coop Edile+Hobby e Jumbo sono rimasti aperti, ma con limitazioni in termini di assortimento.

### Tappe principali dei formati specializzati Non Food

La tabella seguente illustra i momenti salienti dell'anno in esame. Per maggiori informazioni sui formati specializzati del Gruppo Coop, consultare la pagina [www.coop.ch/acquisti](http://www.coop.ch/acquisti)



La migliore esperienza d'acquisto per l'elettronica di consumo in Svizzera

- Aumento del grado di soddisfazione della clientela
  - Volume di pacchi elevato durante il lockdown
  - Chiusura dei punti di vendita durante il lockdown a causa del coronavirus
  - Consulenza alla clientela personalizzata e più rapida grazie all'introduzione della consulenza mobile nei punti di vendita
  - Introduzione dell'avviso di spedizione di fornitori di servizi di spedizione selezionati
  - Ampliamento degli strumenti di self service (consultazione dei documenti degli ordini, giustificativo d'acquisto e documento di garanzia/bollettino di consegna)
  - Introduzione Sales Force Service Cloud: evasione più rapida ed efficiente delle richieste dei clienti
  - Tre cambi di sede, due ristrutturazioni
-



La migliore esperienza d'acquisto online

- Crescita del fatturato del 7.3%
- Posizione di mercato e notorietà ulteriormente consolidate
- Aumento del numero di clienti che effettuano acquisti
- Aumento del grado di soddisfazione della clientela
- Volume di pacchi elevato durante il lockdown
- Integrazione di nuovi servizi di tipo self service nel portale online per i clienti (portale riparazione, consultazione dei documenti degli ordini, del giustificativo d'acquisto e del documento di garanzia/del bollettino di consegna)
- Chatbot Spoty per i clienti ora anche in francese e italiano
- Inserimento di altri rivenditori nella piazza di mercato (Ochsner Sport)
- Introduzione dell'avviso di spedizione di fornitori di servizi di spedizione selezionati
- Riapertura dell'ex showroom di Moosseedorf nella nuova sede di Jegenstorf



La seconda più grande catena di grandi magazzini in Svizzera

- Conquista di nuove quote di mercato
- Aumento significativo del grado di soddisfazione della clientela
- Riscontro positivo della clientela per quanto riguarda le casse self checkout per prodotti cosmetici e per la cura personale
- Go-live dello shop online Coop City con circa 13 000 articoli
- Introduzione di casse nuove e più a misura di cliente nel settore Non Food nel Coop City di Losanna St-François
- Avvio dei lavori per la realizzazione del nuovo concept del negozio "Bellacasa" nel Coop City di Losanna St-François (termine dei lavori: primavera 2022)



Leader nel settore dei mercati edili in Svizzera

- Crescita del fatturato totale del 5.3%
- Aumento dei fatturati sostenibili Oecoplan del 2.6%
- Leader nel settore dei mercati edili
- Acquisizione di quote di mercato
- Solida crescita nel commercio online del 9.6%
- Aumento del grado di soddisfazione della clientela
- Limitazioni in termini di assortimenti in vendita durante il lockdown a causa del coronavirus
- Definizione dei nuovi assortimenti e della nuova strategia di presentazione della merce nel settore degli utensili manuali, degli elettrodomestici e degli apparecchi per cottura alla griglia/accessori
- Roll-out del noleggio di macchine
- Lancio del canale Instagram in lingua francese
- Digital Commerce Award nella categoria "Home & Living"
- Ristrutturazione del punto di vendita di Gossau



Leader nel settore dei mercati edili in Svizzera

- Crescita di fatturato totale del 5%
- Crescita online del 9.3%
- Aumento del grado di soddisfazione della clientela
- Limitazioni in termini di assortimenti in vendita durante il lockdown a causa del coronavirus
- Lancio del marchio commerciale "Renovo" per le pitture in collaborazione con Hagebau
- Rilancio riuscito e nuova strategia di presentazione degli accessori per biciclette
- Parte del Gruppo Coop a partire da agosto
- Roll-out delle casse con self scanning in 19 punti di vendita
- Ampliamento significativo del punto di vendita di Basilea Città

---

## LIVIQUE

Il fornitore di soluzioni di arredo personalizzate

- Forte crescita del commercio stazionario
- Crescita online del 12.1%
- Acquisizione significativa di nuove quote di mercato
- Maggiore notorietà del marchio Livique
- Aumento del grado di soddisfazione della clientela
- Riposizionamento sul mercato avvenuto con successo: affermazione di Livique in qualità di centro di arredamento competente nella fascia media di prezzo
- Lancio del marchio ombrello "Swiss Collection", con il quale vengono proposti assortimenti Swiss Made di 10 produttori svizzeri
- Inserimento dei marchi "Willisau", "Superba Ateliers Suisse" e "Intertime" nell'assortimento di mobili
- Nuova apertura Livique Heimberg

## lumimart

La prima scelta per l'illuminazione

- Acquisizione di nuove quote di mercato e consolidamento della posizione di leader di mercato
- Aumento del grado di soddisfazione della clientela
- Esposizioni di smart home in tutte le filiali

---

## IMPORT PARFUMERIE

Il principale operatore in Svizzera nella vendita di profumi di prestigio

- Leader di mercato nel settore dei prodotti di bellezza di prestigio in Svizzera
- Acquisizione significativa di nuove quote di mercato nel settore del make-up
- Aumento del grado di soddisfazione complessiva della clientela
- Introduzione di nuovi marchi di prestigio, tra cui Kiehl's e Bobbi Brown
- Introduzione di label sostenibili (Clean Labels) nello shop online
- Introduzione di make-up virtuali nello shop online (modiface)
- 210 000 membri in "The Member Club"
- Realizzazione del nuovo concept per i negozi nella Bahnhofstrasse di Zurigo, nel centro commerciale Sihlcity di Zurigo e nella Rue de Rive a Ginevra

---

## CHRIST

Orologi & Gioielli

Il punto di riferimento per orologi e gioielli

- Crescita incoraggiante nel settore delle marche proprie
  - Crescita online ancora in aumento del 13%
  - Ulteriore aumento del grado di soddisfazione della clientela in termini d'immagine e del servizio offerto (competenza e cordialità)
  - Commercio stazionario dopo il lockdown con una notevole crescita del fatturato rispetto al periodo di riferimento, in particolare nelle categorie Gioielli by CHRIST, gioielli alla moda, smart watch e orologi Swiss Made
  - Introduzione riuscita della marca propria Kids by CHRIST con gioielli per bambini, orologi analogici per bambini Swiss Made e smart watch per bambini
  - Roll-out della nuova immagine di CHRIST in ulteriori filiali
  - Ristrutturazione riuscita delle filiali di Regensdorf, Winterthur Bankstrasse, Chavannes e Friburgo Sud
-



E funziona:  
il numero uno per  
gli elettrodomestici  
e per la ristruttura-  
zione della vostra  
cucina o del vostro  
bagno

- Acquisizione di nuove quote di mercato per tutto l'assortimento
- Vendita online come più importante canale di acquisizione della clientela sia nel commercio al dettaglio sia per cucina/bagno
- Consegna già il giorno successivo degli ordini online spedibili per posta effettuati fino alle ore 21
- Accorpamento dei settori cucina/bagno e gestione edilizia in un comparto comune denominato "Edilizia"
- Potenziamento e focalizzazione dell'offerta di servizi di assistenza per le amministrazioni immobiliari con i marchi Service 7000 e SCHUBIGER Haushalt
- Conclusione del processo di rinnovamento IT con il roll-out dei nuovi sistemi di cassa in tutti i punti di vendita
- Introduzione riuscita di una moderna soluzione ERP
- Ulteriore incremento dell'efficienza logistica con l'entrata in servizio del nuovo centro logistico
- Cinque punti di vendita modernizzati, cinque chiusure, due nuove aperture



Leader nella  
fornitura online  
di elettrodomestici  
con un'ampia  
offerta di servizi

- Costante crescita online
- Aumento significativo del grado di soddisfazione della clientela
- Ulteriore ampliamento dell'assortimento nei settori Giardino, Tavola imbandita, Mobilità, Tempo libero
- Ampliamento dei nuovi servizi di assistenza per l'intero assortimento (consegne su appuntamento, estensione di garanzia)
- Ulteriore ampliamento e accelerazione dei servizi di consegna con installazione e smaltimento in tutta la Svizzera



Tutto quello che  
fa bene alla salute:  
dai medicinali  
con obbligo  
di ricetta fino ai  
prodotti di bellezza

- Crescita del ricavo netto del 12.2%
- Incremento delle vendite di medicinali generici e marche proprie
- Conquista di nuove quote di mercato
- Aumento del grado di soddisfazione della clientela
- Messa a punto di offerte richieste a gran voce per la lotta contro il coronavirus: test stazionari (molecolari e antigenici), vaccinazioni contro il coronavirus e dispensazione degli auto-test
- Crescita significativa di "Primary Care" (primo consulto medico) e consegna di medicinali con obbligo di ricetta senza una prescrizione medica
- Roll-out del nuovo concept per i negozi in tre siti: BS Europe, Zurigo Bahnhofstrasse, Delémont
- Ampliamento della rete di farmacie con due aperture a Huttwil e Berna Freudenberg



L'azienda di  
cosmetici naturali  
e sostenibili

- Business online sempre forte
- Elevato grado di soddisfazione della clientela
- Rilancio Bodybutter
- Programma Community Trade per il riciclo della plastica in India: nel corso del terzo anno, The Body Shop ha eliminato 782 tonnellate di plastica dall'ambiente
- Successo della campagna di raccolta a favore dei caregiver familiari in collaborazione con la Croce Rossa Svizzera
- Nuovo concept per i negozi di Berna Ryfflihof e Losanna con stazione di ricarica



Leader sul mercato svizzero con una moderna rete di stazioni di servizio Coop

- AdBlue presente nei distributori di 67 siti
- Apertura di due nuovi impianti a idrogeno a Crissier e Berna, due ulteriori impianti previsti nel 2022



Calore e benessere

- Shop online apprezzato: la metà degli ordini viene effettuata online
- Crescita al 76% della quota di clienti che acquista olio combustibile ecologico a basso contenuto di sostanze nocive
- Possibilità di compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> con myclimate

BâleHotels

La catena alberghiera di Coop

- Grado di soddisfazione della clientela in aumento in tutti gli hotel
- Ristoranti aperti per gli ospiti degli hotel durante il lockdown
- Riapertura dei dehors di ristoranti, bar e attività di take-away dal 19 aprile
- Riapertura dei locali al chiuso dal 31 maggio
- Obbligo di certificato nei locali al chiuso di bar (di hotel) e ristoranti dal 13 settembre
- Inaugurazione riuscita del Boutique Hotel Märthof il 28 luglio
- Rilevamento del Holiday Inn Express Aarau-Oftringen
- Formazione per i collaboratori "Noi di BâleHotels diamo all'ospitalità la massima priorità"
- Nuovo concept di ristorante pop-up Les Quatre Saisons
- Ricertificazione ISO 9001 di BâleHotels fino al 2022



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

- Raddoppio del fatturato rispetto all'anno precedente
- Crescita al 41% della quota online
- Buon volume di prenotazioni per le vacanze estive e autunnali
- Ulteriori forti ripercussioni su ITS Coop Travel e sul settore dei viaggi per via della pandemia di coronavirus
- Maggiore stabilità e sicurezza della pianificazione grazie a norme di viaggio pensate a lungo termine



L'azienda leader nel settore del fitness nella Svizzera tedesca

- Al netto dei mesi del nuovo lockdown, numero di nuovi clienti superiore a quello, già da record, del 2019
- Ulteriore ampliamento delle offerte digitali
- Espansione a 59 sedi in 14 cantoni; ora presente anche nel Canton Uri



Serra tropicale con ristorante

- Aumento del fatturato del 6.2% nonostante le misure di contrasto al coronavirus
- Ristorante chiuso per cinque mesi a causa delle misure di contrasto al coronavirus
- Incoraggiante incremento di fatturato del 20.6% sul caviale rispetto al 2020
- Aumento del 6.5% della domanda di caviale e pesce nello shop
- Esposizione chiusa fino al 18 marzo a causa del coronavirus, ma ciononostante oltre 2 000 visitatori in più rispetto all'anno precedente
- Apertura degli escape room ad aprile
- Lancio del servizio di pernottamento "Tropen Lodge" a ottobre

## Logistica

### Attività logistiche nella Svizzera romanda in un unico sito

La centrale di distribuzione di Aclens è stata dotata di un nuovo edificio. Questo ha permesso di integrare le funzioni della centrale di distribuzione regionale di La Chaux-de-Fonds e della sede amministrativa di Renens e chiudere tali siti. Questo grande progetto ha visto coinvolte più di 500 persone. Nel sito riconvertito, la cui superficie utile è stata ampliata a quasi 80 000 m<sup>2</sup>, lavorano invece stabilmente 850 collaboratori in totale. Ogni anno, circa 77 000 vagoni lasciano il sito tramite l'apposito collegamento alla rete ferroviaria. I punti di vendita e i ristoranti della Svizzera Romanda che vengono ora riforniti sono circa 350. Complessivamente, negli ultimi anni sono stati investiti per il sito di Aclens oltre 100 milioni di franchi. Questa riconversione rappresenta un gigantesco passo avanti per la Svizzera romanda in tema di efficienza, qualità, modernità delle tecnologie e sostenibilità. In questo modo, sono riunite in un unico sito tutte le attività logistiche della Svizzera romanda, si sfruttano appieno le sinergie e si realizzano risparmi sui costi. Nel sito logistico di Aclens, l'energia viene prodotta mediante un sistema di utilizzo del calore residuo e un impianto fotovoltaico da 1 700 m<sup>2</sup> installato sul tetto. Risparmi in termini di CO<sub>2</sub> si ottengono anche trasferendo a Railcare, la società ferroviaria di Coop, la maggior parte dei trasporti su rotaia. Ad esempio, Ginevra viene rifornita quasi esclusivamente con il treno.

### Ulteriore trasferimento su rotaia nella logistica

Grazie al costante coinvolgimento della nostra società ferroviaria Railcare, è stato possibile incrementare ulteriormente il trasporto sostenibile su rotaia: rispetto al 2021, Coop ha trasportato indicativamente il triplo del volume su rotaia, per un totale di circa 237 milioni di tonnellate-chilometro nette all'anno. Per sviluppare ulteriormente il trasporto su rotaia, nel 2021 sono stati attuati nuovi progetti con Railcare. Ad esempio, 55 punti di vendita nel Giura sono ora riforniti dalla centrale di distribuzione di Aclens. Inoltre, Coop ha preso in carico servizi di trasporto su rotaia finora forniti a Coop da FFS Cargo.

## Informatica

### Nuova strategia informatica

Nella primavera 2021 è stata varata la nuova strategia informatica. Rielaborata completamente la strategia esistente, l'attenzione si è andata ulteriormente a focalizzare sul cloud computing e su moderni metodi di sviluppo del software, nonché sulla collaborazione. La nuova strategia IT punta su una collaborazione ancora più stretta tra il servizio Informatica e i vari servizi specializzati in settori come la pianificazione e le innovazioni, mediante la realizzazione di progetti con altri team agili.

### Il servizio Informatica lavora allo shop online per Coop City

Un'altra attività importante del servizio Informatica è stata la messa a punto del nuovo shop online Coop-City.ch. Il warehouse shop si basa sulla piattaforma Hybris di Coop, che costituisce anche la base per altri 10 shop di Coop. Lo shop online supporta numerose funzioni omni-channel, come consultazioni degli stock in tempo reale e funzioni di pick-up. Una novità tecnica importante è stata l'integrazione della soluzione di cassa centrale di Coop nello shop online. Ciò significa che il calcolo dei prezzi e delle promozioni viene fatto dallo stesso sistema utilizzato anche per le casse dei grandi magazzini. In questo modo, diventano superflui impegnativi e complessi meccanismi di replica necessari finora per assicurare la parità dei prezzi su tutti i canali.



## Immobili

### Rilevamento degli immobili Jumbo

Rilevando Jumbo-Markt AG, Coop è diventata al contempo proprietaria di 24 immobili indipendenti di Jumbo, con una superficie di vendita complessiva di circa 183 000 m<sup>2</sup>. Fra i vari siti figurano Allmendingen, Arbon, Bachenbülach, Dietlikon, Emmen, Meyrin o Montagny.

### Acquisizione del centro commerciale Perry Center

Nel 2021 Coop ha concluso le trattative con Interkauf SA per l'acquisto del centro commerciale Perry Center. L'hotel Holiday Inn, annesso al centro commerciale, è ora gestito da BâleHotels. Coop ha preso in carico i collaboratori. La presenza di Coop nel Perry Center è già forte. Oltre al supermercato, ci sono un ristorante Coop, una farmacia Coop Vitality e un Coop Edile+Hobby. Inoltre, nel centro sono presenti anche i negozi Fust, Interdiscount, Import Parfumerie, CHRIST e The Body Shop, appartenenti a Coop.

### Progetti immobiliari

Nel 2021, Coop ha avviato complessivamente 17 progetti immobiliari e ne ha portati a termine 16, di cui 1 nuova costruzione, 3 ampliamenti, 3 ristrutturazioni e 9 modernizzazioni/risanamenti.

#### *Conversione di un punto di vendita in un hotel a Basilea*

Nel 2018, Coop ha deciso di trasformare il Märthof di Basilea da attività commerciale tradizionale a boutique hotel di città. Nell'anno in esame, questa trasformazione in hotel ha rappresentato un progetto importante per la Direzione Immobili. Il Märthof, un monumento protetto, doveva tornare agli antichi splendori e diventare un luogo unico nel suo genere. Per questo l'edificio storico sulla Marktplatz di Basilea è stato totalmente risanato. Dopo 19 mesi di intensi lavori di ristrutturazione, il 28 luglio 2021 è stato inaugurato nei tempi previsti l'hotel con il ristorante Bohemia.

#### *Breite Center di Rickenbach*

Il 26 agosto 2021 è stato inaugurato nei tempi previsti il Breite Center di Rickenbach. L'area del centro commerciale ("mall"), insieme al negozio Coop dal concept moderno, propone un'offerta interessante per la clientela. Con l'ampliamento delle superfici di vendita è stato creato un mall di grandi dimensioni e luminoso, che va a costituire il vero cuore del Center. L'intero involucro dell'edificio è stato ristrutturato e modernizzato in linea con i più recenti requisiti in materia energetica. La facciata presenta ora un elegante rivestimento in legno e il calore viene prodotto per mezzo di un riscaldamento a pompa di calore ad alta efficienza energetica. All'esterno, l'intero parcheggio per la clientela è stato rinnovato prevedendo ampie aree di posteggio.

#### *Nuovo edificio di Aclens*

Il progetto Cinque di Aclens è stato ufficialmente inaugurato il 2 settembre 2021. Nel contesto di questo progetto logistico è stato costruito, tra le altre cose, un nuovo edificio. Al suo interno, oltre alla nuova centrale di gestione dei vuoti, si trovano i nuovi uffici della divisione Immobili e della Regione di vendita Suisse Romande nonché un ristorante Coop. Il nuovo edificio è stato costruito secondo lo standard Minergie. L'energia è garantita da un impianto di sfruttamento del calore residuo e la produzione di una parte del fabbisogno di corrente avviene mediante un impianto fotovoltaico sul tetto delle dimensioni di 1 850 m<sup>2</sup>. Il collegamento tra la centrale di distribuzione esistente e il nuovo edificio è stato realizzato con una passerella lunga 57 metri e del peso di 125 tonnellate. Le centrali di distribuzione di La Chaux-de-Fonds e di Renens sono state chiuse rispettivamente a fine settembre 2021 e a fine ottobre 2021. I due immobili erano già stati venduti a degli investitori nel 2017 e nel 2018 sulla base di contratti di leaseback flessibili.

#### *Ristrutturazione del ristorante City Berna Ryfflihof*

Il ristorante al 3° piano del City Ryfflihof di Berna è stato modernizzato nel giro di tre mesi in linea con le più recenti direttive e ampliato con una nuova terrazza con una superficie di 104 m<sup>2</sup> e 95 posti a sedere. La terrazza preesistente è stata trasformata in una veranda riscaldata e ventilata e i posti a sedere sono stati convertiti in posti a sedere al coperto. Le finestre del ristorante sono state sostituite in conformità alle direttive del Servizio monumenti storici e il 2 settembre 2021 si è tenuta l'inaugurazione.

#### *Centro commerciale Gäupark*

L'immobile è stato costruito nel 1972 e risanato nel 2003 dopo il rilevamento di Waro. L'edificio fa parte del centro commerciale Gäupark di Egerkingen. Il megastore è stato modernizzato da gennaio a ottobre 2021 in base al concept Negozio 2025+. Dal punto di vista dell'impiantistica, è stata necessaria anche una sostituzione degli impianti tecnici di ventilazione, riscaldamento e raffreddamento e degli impianti elettrici e sanitari. Inoltre si sono svolti interventi di rafforzamento della staticità antisismica e sono stati installati ulteriori impianti tecnici antincendio e un impianto fotovoltaico con una superficie di 1 575 m<sup>2</sup>. L'immobile è certificato secondo lo standard Minergie.

#### *Progetti Nutrex e Reismühle a Brunnen*

Per lo stabilimento di produzione Nutrex di Brunnen, Coop ha realizzato un fabbricato per la nuova produzione di aceto. Questo edificio è stato annesso all'esistente Reismühle Brunnen, che in questa occasione è stato anch'esso risanato. Inoltre, l'impianto fotovoltaico esistente è stato ampliato di ulteriori 775 m<sup>2</sup>.

#### *Kaiserhof a Kaiseraugst*

Nel centro commerciale Kaiserhof di Kaiseraugst, dopo la modernizzazione del lato megastore nel 2020, a luglio 2021 ha avuto inizio la modernizzazione dei due piani del lato Coop Edile+Hobby. I lavori si sono conclusi il 12 novembre 2021 e la piacevole atmosfera che si respira ora nel centro è motivo di attrazione per clienti e locatari.

#### *Megastore Coop a Biberist*

Il punto di vendita di Biberist, sulla Hauptstrasse, è stato modernizzato secondo il concept Negozio 2025+ e ampliato al punto da passare al formato megastore. Coop ha migliorato sostanzialmente la situazione delle consegne, ampliato contemporaneamente la superficie del magazzino e risanato il parcheggio sotterraneo rendendolo più a misura di cliente. L'installazione di un'ulteriore scala mobile ha poi agevolato l'accesso al ristorante Coop per la clientela, che può ora beneficiare, inoltre, del servizio supplementare della Cassa Depositi al piano superiore. L'inaugurazione si è tenuta il 9 dicembre 2021.

#### *Centro commerciale di Friburgo Sud*

A Villars-sur-Glâne, nel centro commerciale di Friburgo Sud, i lavori di costruzione sono iniziati a fine novembre 2019 e il 20 aprile 2020 è entrata in funzione una struttura provvisoria. Dopodiché, sono cominciati i lavori di demolizione e ricostruzione della parte del centro commerciale, in cui il 15 dicembre 2021 si è svolto il primo giorno di vendite. Nel 2022, Coop darà inizio ai lavori di demolizione della struttura provvisoria. Una volta che questi saranno terminati, avrà inizio la costruzione della parte adibita ai centri specializzati, che aprirà a marzo 2023 con un Jumbo e un Livique.

#### **Roadshow EKZ National**

Il 31 agosto 2021 è iniziato l'evento nazionale e si è tenuta la prima mondiale di "Harry Potter – Un'esperienza magica" nel centro commerciale Volkiland. Il roadshow è andato avanti poi per 16 settimane in altri 8 centri commerciali e proseguirà anche nel 2022.

#### **Sostenibilità degli immobili**

Per Coop, l'efficienza energetica e la produzione di energia sostenibile svolgono un ruolo chiave nella pianificazione e nella realizzazione dei suoi progetti immobiliari. Non saranno più installati impianti di produzione del calore a combustibili fossili. Coop realizza tutti gli edifici secondo lo standard Minergie. Nel campo degli impianti fotovoltaici, per il 2021 era prevista l'installazione di 20 000 m<sup>2</sup> di superficie a tetto. In realtà, si è riusciti a installarne 16 500 m<sup>2</sup>. Questo per via di ritardi nelle procedure di autorizzazione e nella fornitura dei materiali. Inoltre, per coordinare al meglio i tempi di costruzione dell'edificio con quelli dell'itticoltura, il progetto "Serra tropicale di Frutigen" è stato rinviato al 2022.

#### **Premio solare per la Sede principale di Coop**

Per i nuovi pannelli di facciata del grattacielo Coop della Sede principale di Basilea (anno di costruzione: 1978), Coop ha ottenuto il premio solare dell'Agenzia Solare Svizzera nella categoria "Edifici: risanamenti". I netti miglioramenti apportati all'involucro del grattacielo, l'isolamento termico, l'impiantistica dell'edificio, il sistema di aerazione e le lampade a LED hanno permesso di ridurre di quasi il 34% il fabbisogno energetico complessivo.

## Prestazioni supplementari

### Gestione della qualità a 360°

La gestione della qualità di Coop è orientata ai processi chiave: approvvigionamenti, produzione, logistica e vendita. Ciascun collaboratore e ciascuna collaboratrice contribuisce a garantire un livello di qualità adeguato.

Anche nel 2021, per quanto riguarda la gestione della qualità, è stato fondamentale garantire la conformità alle norme di legge e ai requisiti dei label nell'intero assortimento di marche proprie. Questo anche, ad esempio, in materia di etichettatura degli articoli prodotti e confezionati nel punto di vendita e, di conseguenza, di indicazione dei valori nutrizionali. Dal 2012, il rispetto dei requisiti di qualità da parte di tutti i negozi con vendita al banco è soggetto al controllo e alla certificazione dell'ente di controllo indipendente q.inspecta. Nel 2021, 407 punti di vendita in totale hanno superato con successo gli audit, che si sono svolti in aggiunta ai circa 2 000 audit effettuati internamente dall'Assicurazione qualità di Coop. Coop ha effettuato nel proprio laboratorio un totale di circa 38 000 controlli a campione di prodotti Food e Non Food per verificare il rispetto delle disposizioni. Per i controlli sono stati applicati oltre un milione di criteri. A seguito della crescente offerta di prodotti freschi preparati nei punti di vendita, il monitoraggio dell'igiene continua ad assumere sempre più importanza anche in questo settore.

Il livello di monitoraggio di aspetti centrali della sicurezza alimentare e dei prodotti è rimasto alto anche durante il difficile periodo del coronavirus. È stato dimostrato che la qualità è sempre stata all'altezza dei più severi requisiti. Nell'ambito della gestione dei rischi nel settore della qualità dei prodotti, nel 2021 Coop ha lavorato intensamente per garantire la sicurezza della catena di approvvigionamento delle materie prime critiche nei prodotti trasformati. È stato inoltre avviato lo sviluppo di un concept all'avanguardia per una gestione globale delle filiere basata sul valore.

Nel settore Non Food, Coop ha definito requisiti ancora più precisi per gruppi merceologici critici, mettendoli a disposizione dei potenziali fornitori in forma automatizzata. La competenza dei collaboratori in materia di processi di qualità nella vendita e nell'approvvigionamento è stata ulteriormente consolidata dalla partecipazione a nuovi corsi e-learning.

### Impegno sociale

Anche nel 2021, Coop ha preso parte a tantissimi progetti a sfondo sociale. Solo attraverso il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile, Coop ha investito 16.85 milioni di franchi in progetti di pubblica utilità. Oltre alla seguente selezione di progetti, è possibile trovarne altri sul sito web [www.fatti-non-parole.ch](http://www.fatti-non-parole.ch).

#### *Coop offrirà 25 milioni di pasti alle persone bisognose*

Al primo posto per le donazioni di generi alimentari alle organizzazioni Tavolino Magico e Tavola Svizzera, Coop rafforza ulteriormente il proprio impegno contro lo spreco alimentare ed entro il 2026 inserirà circa 500 supermercati nel circuito di ritiro e distribuzione delle due associazioni. In questo modo sarà possibile sottrarre al food waste più di 5 000 tonnellate di prodotti alimentari, arrivando a distribuire circa 25 milioni di pasti a persone indigenti.

#### *Coop promuove l'inclusione*

Grazie al progetto "Integrazione al lavoro", Coop impiega al momento circa 150 persone con disabilità. Il progetto consente a queste persone di svolgere una regolare attività lavorativa in un punto di vendita Coop. Esperti esterni li supportano in diverse mansioni lavorative quotidiane. Coop collabora con 15 fondazioni in tutta la Svizzera e si impegna a integrare nel mondo del lavoro ulteriori persone con disabilità nei prossimi anni.

#### *Sostegno alle persone in povertà con l'iniziativa "2x Natale"*

Anche quest'anno, Coop ha supportato l'iniziativa "2x Natale" a favore della Croce Rossa Svizzera, pensata per le persone in povertà della Svizzera. Coop ha venduto circa 8 000 pacchi di donazioni con un valore merceologico di 160 000 franchi. Tramite Coop.ch sono stati venduti circa 1 500 pacchi con un valore merceologico di oltre 80 000 franchi. Inoltre, Coop ha sostenuto l'iniziativa con una donazione di prodotti del valore di circa 400 000 franchi.

#### *Coop garantisce un futuro al caseificio bio di Vals*

Il Padrinato Coop per le regioni di montagna dona l'intero ricavato dell'azione dei panini del 1° Agosto, pari a 700 000 franchi, al caseificio bio di Vals. Gli impianti di produzione sono obsoleti ed è necessario predisporre una cantina per lo stoccaggio del formaggio in loco. Con il nuovo stabilimento, il caseificio potrà proseguire la sua attività anche in futuro. Da quasi 80 anni, il Padrinato Coop per le regioni di montagna si impegna per migliorare le condizioni di vita e di lavoro delle popolazioni montane. Ogni franco donato confluisce interamente in progetti di autoaiuto nelle regioni di montagna svizzere, poiché Coop si assume la totalità dei costi amministrativi.

#### *Pioniera nella ricerca sulle sementi biologiche*

Dalla fondazione del marchio Coop Naturaplan, Coop è pioniera nell'offerta e nella promozione dei prodotti biologici in Svizzera. Anche nel caso del bio, il presupposto fondamentale per ottenere i migliori prodotti possibili è una coltivazione professionale con l'utilizzo di sementi di qualità. Coop collabora da anni con Bio Suisse, con l'Istituto di ricerca dell'agricoltura biologica (FiBL) e con tutti i partner della catena di creazione del valore nell'intento di perfezionare continuamente le coltivazioni biologiche. Le difficili condizioni metereologiche e climatiche di quest'anno hanno mostrato quanto sia importante coltivare nuove varietà ancora più adatte all'agricoltura biologica. Prolungando la collaborazione con le aziende di coltivazione biologica svizzere, si fornisce un importante contributo in tal senso.

#### *Coop punta sullo zucchero di barbabietola bio svizzero*

La coltivazione della barbabietola da zucchero bio in Svizzera è importante per preservare la fertilità del suolo in agricoltura e quindi avere terreni sani con ridotte infestazioni di parassiti. In collaborazione con Bio Suisse, FiBL, l'Ufficio federale dell'agricoltura e altri partner, Coop sostiene un progetto per la promozione delle barbabietole da zucchero bio svizzere. Il progetto mira ad aumentare la resa delle barbabietole da zucchero bio a circa 12 000 tonnellate entro il 2023 e a diversificare l'agricoltura biologica. Coop utilizza interamente lo zucchero da barbabietola bio proveniente da questo progetto per tutti gli yogurt dolcificati Naturaplan a base di latte bovino e per tutti gli yogurt bio Karma.

#### *Olio di cocco e di palma dalla Costa d'Avorio*

Per Coop è prioritario investire negli standard di sostenibilità per le materie prime critiche. Il fabbisogno di olio di cocco e di palma è in costante crescita e Coop, ove possibile, punta su prodotti bio e Fair Trade. Per soddisfare i rigorosi requisiti interni e anche quelli di Bio Suisse, Coop ha deciso, insieme al FiBL e ad altri partner, di mettere a punto propri progetti di approvvigionamento in Costa d'Avorio che prevedano la collaborazione con cooperative di piccoli agricoltori. A beneficiarne sono tutte le parti coinvolte: i piccoli agricoltori, grazie a prezzi stabili ed equi, e Coop, grazie a filiere trasparenti e materie prime conformi alla qualità sostenibile auspicata.

#### *Coop devolve 50 000 franchi per gli aiuti d'emergenza in India*

Per far fronte alla devastante diffusione del coronavirus in India, Coop ha devoluto 50 000 franchi per gli aiuti immediati. La donazione è andata alla fondazione bioRe, con cui Coop sostiene in loco da oltre 25 anni la coltivazione biologica del cotone destinato alla sua marca propria di prodotti tessili Naturaline. Con l'importo della donazione, Coop finanzia concentratori di ossigeno, medicinali e materiali medici urgentemente necessari. Insieme a bioRE, Coop promuove inoltre attivamente la costruzione di scuole nelle zone rurali dell'India per offrire a bambini e ragazzi un'istruzione di base e una formazione professionale e continua. Con il bus ambulatorio, Coop garantisce da 15 anni l'assistenza medica di base a circa 125 000 persone in India.

## **Comunicazione e pubblicità**

#### *Il Servizio clienti risponde a oltre 600 000 richieste*

Nel 2021, il Servizio clienti della rivista Cooperazione, di Supercard e di Coop ha risposto complessivamente a oltre 600 000 richieste della clientela. Oltre a domande di carattere generale, i clienti hanno espresso preoccupazione, ad esempio, per la limitazione degli assortimenti all'inizio del 2021. Le richieste sono leggermente calate a partire da aprile, il che è in parte riconducibile alla revoca delle limitazioni legate al coronavirus. Nel primo semestre, chi era già cliente Supercard ha ricevuto una carta Supercard più sicura e con un design tutto nuovo; questo ha portato i clienti a formulare alcune richieste. La composizione dei prezzi e degli assortimenti continua a essere uno degli argomenti più sentiti dai clienti.

#### *Le famiglie beneficiano dei programmi fedeltà*

Nel 2021 le famiglie hanno beneficiato di tre attività di raccolta. La fedeltà dei clienti, in particolare delle famiglie con figli, è stata ricompensata con vari articoli gratuiti. Con l'azione "Pronti, partenza, estate!" nel settore Outdoor e Fun, i clienti potevano scegliere tra diversi prodotti interessanti per le attività estive. In autunno, l'attenzione si è spostata su "La montagna, che avventura!", un'azione all'insegna della sostenibilità incentrata sugli animali delle montagne svizzere e portata avanti in collaborazione con il WWF. Nel periodo di Natale, con "Let it snow", è stata riproposta una già nota azione di successo, che è stata integrata nella comunicazione natalizia Coop con Fiocco e Flo. Tutte le attività di raccolta sono state apprezzate dai clienti e hanno contribuito al successo anche in termini di fatturato.

#### *Le riviste Coop conquistano nuovi lettori e rafforzano la leadership*

Il giornale Cooperazione (d/f/i), con 3.3 milioni di lettori e lettrici (WEMF MACH Basic 2021-2) è il settimanale più letto e diffuso in Svizzera e rafforza la sua leadership in tutte le parti del Paese. Insieme a "Cooperazione Weekend", è letto da un totale di 4.8 milioni di lettori (WEMF MACH Basic 2021-2).

Con la nuova rubrica settimanale "Salute", realizzata in collaborazione con esperti del settore sanitario, Coop si profila come azienda competente nelle questioni inerenti alla salute.

#### *Ulteriore consolidamento di Cooperazione Weekend*

La rivista "Cooperazione Weekend" (d/f/i), che da agosto 2020 esce ogni venerdì come inserto di 16 pagine all'interno del quotidiano "20 minuti" e si rivolge a un target urbano giovane, dopo un solo anno dal lancio si è già affermata sul mercato dei lettori e della pubblicità. In base a uno studio rappresentativo, la rivista è molto apprezzata dai pendolari e viene letta regolarmente da oltre i due terzi dei lettori di "20 minuti".

#### *Dalla primavera ripartono le sponsorizzazioni*

Dopo un difficile anno come il 2020, segnato dalla pandemia di coronavirus, dalla primavera è stato possibile realizzare tutti i progetti di sponsorizzazione Coop. I progetti primaverili ed estivi, come il Paese dei Ragazzi Coop, il Coop Beachtour, il Cinema Open Air Coop e la Sfida fra comuni Coop, si sono svolti tutti all'aperto e in parte soltanto con la partecipazione di persone vaccinate, guarite o testate. Anche i progetti indoor di Coop, come ad esempio il musical per bambini Coop, il teatro delle favole Fidibus Coop o gli show di Bliss, hanno visto la partecipazione soltanto di persone vaccinate, guarite o testate, lasciando entusiasti bambini e adulti.

#### *Ufficio Stampa: Coop nell'interesse del pubblico*

Nel 2021 l'Ufficio Stampa di Coop, uno dei più rilevanti della Svizzera, ha ulteriormente intensificato il dialogo con i professionisti dei media. Anche nell'anno in esame, un gran numero di temi di attualità riguardanti Coop ha trovato spazio nei media. L'entrata in carica di Philipp Wyss, nuovo presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa, ha riscosso particolare interesse mediatico. L'attenzione dei giornalisti si è focalizzata inoltre sul rilevamento dell'azienda Jumbo, attiva nel settore dei mercati edili, sull'espansione di Transgourmet in Spagna e sull'apertura dell'Hotel Märthof nel cuore del centro storico di Basilea. Il tema centrale del 2021, su cui Coop è riuscita a catalizzare l'interesse dei media grazie al suo impegno sociale, alle sue attenzioni al benessere degli animali e ai suoi prodotti biologici, è stato quello della sostenibilità. La pandemia di coronavirus è passata leggermente in secondo piano, diventando argomento mediatico di tutti i giorni. Nell'anno in esame, l'Ufficio Stampa di Coop ha inviato 35 comunicati stampa, diffuso oltre 90 informazioni esclusive, anteprime e articoli su temi proattivi, concesso e partecipato a 55 interviste e risposto a 1 960 richieste dei media.

# Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

<b>Gruppo Transgourmet</b>	<b>39</b>
Transgourmet approda in Spagna	39
Transgourmet lancia il nuovo marchio internazionale "Plant-based"	40
Premio come novità dell'anno per il burger "The Green Mountain"	40
Sgravio del personale di cucina con Smart Cuisine	40
Panorama IT omogeneo	40
Transgourmet Svizzera si impegna contro gli sprechi alimentari	40
Apertura di un cantiere per un nuovo ingrosso di gastronomia in Austria	40
Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet	40
<b>Produzione</b>	<b>47</b>
<b>Bell Food Group</b>	<b>47</b>
La pandemia influenza l'andamento degli affari	47
Una scelta strategica per un futuro di successo	48
Tappe principali del Bell Food Group	48
<b>Aziende di produzione Coop</b>	<b>49</b>
HALBA conquista il 1° posto nel rating "Easter Scorecard"	49
Swissmill punta sull'upcycling	49
Nuovo edificio per la produzione di cosmetici Steinfels	49
Tappe principali delle aziende di produzione Coop	49

# Settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione

Con l'acquisto di GM Foods in Spagna, Transgourmet fa il suo ingresso nel più grande mercato gastronomico d'Europa. Il lancio del marchio di prodotti internazionale "Plant-based" è la risposta al trend dell'alimentazione senza carne. La pandemia di coronavirus continua a gravare sull'andamento delle attività commerciali dei fornitori del settore della ristorazione e, di conseguenza, anche del gruppo Transgourmet. Il Bell Food Group effettua cospicui investimenti e le aziende di produzione Coop convincono con eccellenti progetti a lungo termine.

La pandemia di coronavirus continua ad avere un forte influsso sui settori che riforniscono il commercio al dettaglio e la gastronomia. Le aziende di produzione Coop sono riuscite a compensare in larga misura il calo della domanda nella gastronomia grazie al buon andamento del commercio

---

**13.7** miliardi di CHF

**di ricavo netto nel commercio all'ingrosso e nella produzione**

---

al dettaglio di generi alimentari. Nel commercio all'ingrosso, il comparto Foodservice è quello che sta soffrendo in modo particolare per le conseguenze della pandemia a causa delle disposizioni delle autorità impartite alle aziende di ristorazione, alle fiere e agli eventi. Nonostante tutto, il settore aziendale Commercio all'ingrosso/Produzione del Gruppo Coop ha realizzato nel 2021 un ricavo netto di oltre 13.7 miliardi di franchi. Ciò si traduce in una crescita di 1.1 miliardi di franchi.

## 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, Svizzera e ora anche in Spagna. Come tutti i grossisti, anche Transgourmet aveva continuato a dover fare i conti con le conseguenze della pandemia di coronavirus, ma è riuscita a riprendersi. Ciò ha fatto sì che, con i suoi mercati Cash & Carry e il rifornimento all'ingrosso, il Gruppo abbia realizzato nel 2021 un ricavo netto di 9.1 miliardi di franchi, il che equivale a un incremento del 12.2%. Anche lo scorso anno Transgourmet è riuscita a consolidare ulteriormente il secondo posto nella classifica europea del commercio all'ingrosso, arrivando a generare un fatturato di 478 milioni di franchi con gli assortimenti sostenibili.

### Transgourmet approda in Spagna

Transgourmet acquisisce al 100% l'azienda spagnola GM Food, con sede a Vilamallà (Girona). Con questa operazione, Transgourmet fa il suo ingresso in Spagna, uno dei mercati gastronomici più grandi d'Europa. La storica azienda GM Food gestisce in Spagna oltre 70 mercati Cash & Carry con annesse forniture e opera come grossista per circa 800 punti di vendita di Suma, Proxim e Spar e per più di 2 500 ulteriori filiali di commercio al dettaglio. GM Food, con 2 400 collaboratori e un ricavo netto di oltre 1 miliardo di euro all'anno, si è affermata con successo sul mercato da decenni. Con questa acquisizione, Transgourmet rafforza ulteriormente la sua leadership nel settore del Cash & Carry e del rifornimento all'ingrosso in Europa.

### **Transgourmet lancia il nuovo marchio internazionale “Plant-based”**

I prodotti a base vegetale riscuotono sempre più successo anche nella gastronomia e nella ristorazione per comunità. Per supportare al meglio i professionisti della cucina nella loro offerta vegana e vegetariana, Transgourmet introduce “Plant-based”: articoli a base vegetale che sostituiscono prodotti di origine animale. La messa a punto di un marchio proprio dedicato al tema “veggie & vegan” è per Transgourmet la logica conseguenza delle tendenze osservate, delle esperienze del settore e delle esigenze della clientela. Il marchio internazionale è stato lanciato a inizio novembre 2021 in Germania; in altri Paesi del gruppo Transgourmet il lancio avverrà a gennaio 2022.

### **Premio come novità dell'anno per il burger “The Green Mountain”**

A settembre, il burger “The Green Mountain” è stato premiato agli Swiss Vegan Awards come “Novità dell'anno”. Nel 2020, il burger vegano aveva già vinto il test comparativo della trasmissione “Kassensturz”. Il burger vegetale ha lo stesso gusto di un hamburger di carne e si presta a tutti i gradi di cottura. Il nuovo burger, a base di proteine di piselli e di soia, è una vera alternativa per tutti coloro che vogliono di tanto in tanto rinunciare alla carne. Hilcona Foodservice, un'azienda del gruppo Transgourmet, è il partner esclusivo per la distribuzione europea di “The Green Mountain”.

### **Sgravio del personale di cucina con Smart Cuisine**

La carenza di personale generico e specializzato e la contrazione dei budget sono gli elementi che più concorrono alla complessità della moderna ristorazione per comunità, a cui si aggiungono rigorose disposizioni di legge in materia di igiene e documentazione. Per far fronte a questa complessità, Transgourmet si è unita a Bell Food Group, Hilcona e Hügli e ha avviato il concept di distribuzione Smart Cuisine. Grazie alle sue pietanze su misura, Transgourmet contribuisce a rendere più efficiente e meno stressante la gestione della cucina e delle pietanze, e questo a fronte di una qualità gastronomica sempre elevata. Attualmente si sta lavorando a 14 progetti innovativi e orientati al futuro che offrano soluzioni alternative per il mercato del Food Service. Da poco esiste inoltre un'applicazione Smart Cuisine.

### **Panorama IT omogeneo**

Il progetto SAP, con cui Transgourmet si propone di assicurare un panorama IT omogeneo a livello di gruppo per Transgourmet Central and Eastern Europe in Germania e nell'Europa dell'Est, procede bene. SAP funge da strumento generale per la creazione di una nuova gestione delle merci, nel cui contesto Transgourmet punta su processi automatizzati e al contempo a mantenere la flessibilità necessaria per soddisfare le esigenze individuali di ogni singolo cliente. Grazie alla soluzione SAP, i processi transnazionali vengono configurati in modo più omogeneo ed efficiente.

### **Transgourmet Svizzera si impegna contro gli sprechi alimentari**

Gli sprechi alimentari sono da tempo un tema sociale molto discusso. Infatti, lungo la catena di fornitura dal produttore al consumatore, circa un terzo degli alimenti prodotti finisce nel bidone dei rifiuti invece che in tavola. Insieme a “Tavolino magico”, Transgourmet/Prodega si impegna contro lo spreco dei generi alimentari. Gli alimenti ancora idonei al consumo vengono raccolti e ridistribuiti da “Tavolino magico”. In questo modo, vengono aiutate circa 20 000 persone in Svizzera che si trovano in una situazione finanziaria difficile. Nel 2021, solo con Transgourmet/Prodega è stato possibile recuperare circa 100 tonnellate di alimenti.

### **Apertura di un cantiere per un nuovo ingrosso di gastronomia in Austria**

In Austria, Transgourmet sta investendo in una nuova sede con un progetto da 30 milioni di euro e, all'inizio dell'estate del 2022, inaugurerà l'ingrosso di gastronomia di Zell am See, nello Stato federato di Salisburgo. Il cantiere per la costruzione di questa quattordicesima sede in Austria è stato aperto ufficialmente il 7 giugno 2021. Su una superficie totale di 10 500 m<sup>2</sup> sta sorgendo un nuovo mercato Cash & Carry e con servizio di consegna Transgourmet. Transgourmet è così ancora più vicina alla clientela di questa regione, così ben posizionata nel settore gastronomico e culinario.

### **Tappe principali delle società nazionali del gruppo Transgourmet**

La tabella seguente riporta le tappe principali delle singole società nazionali e delle aziende del gruppo Transgourmet durante l'esercizio in esame nonché un factsheet per ogni società nazionale. Per maggiori informazioni sul gruppo Transgourmet, consultare il sito [www.transgourmet.com](http://www.transgourmet.com).





## Transgourmet Central and Eastern Europe

### Germania



- Nascita della più grande rete per la gastronomia nella pandemia di coronavirus – #GastroMeistern riunisce associazioni di categoria, media, partner dell'industria del food and beverage e del settore non-food
- Transgourmet e Selgros Cash & Carry partecipano alla campagna “Leben statt Lockdown. Lass dich impfen.” (“Vita invece di lockdown. Fatti vaccinare.”)
- Introduzione della marca propria bio “Natura”
- Lancio del nuovo marchio internazionale “Plant-based” a novembre
- Test per alternative d’imballaggio sostenibili per pesce fresco e carne
- Gestione unitaria delle eccedenze alimentari
- Introduzione di una lista per incoraggiare la vendita degli alimenti ormai prossimi alla data di scadenza.
- Kick-off di un gruppo di lavoro per l’ulteriore riduzione degli sprechi alimentari a dicembre
- Collaborazione con start-up per soluzioni di distribuzione automatica interattive e digitali per prodotti convenience freschi
- Stipula di nuovi contratti con servizi di consegna di pizze
- Passaggio a SAP, Wanko, Wamas di tutte le centrali di distribuzione; prime fasi di consolidamento
- Controllo digitale delle operazioni di carico e scarico nelle centrali di distribuzione e nel magazzino centrale, avvio del cross-docking digitale
- Apertura del nuovo mercato Selgros a Heilbronn
- Apertura del nuovo negozio biologico al mercato Selgros di Eschborn

### Polonia



- Misure di protezione della salute previste per legge con limitazioni del numero di persone nel punto di vendita
- Programma di supporto alla gastronomia “Neustart 2.0” con un pacchetto di sconti speciali, bonus, pacchetti di formazione e iniziative di supporto al marketing
- Garanzia della disponibilità di prodotti strategici per i clienti durante la pandemia, come materiale protettivo o test per il coronavirus
- Vaccinazione contro il coronavirus di 3 400 collaboratori e familiari nelle aziende
- Mantenimento dei livelli di fatturato raggiunti dopo gli accaparramenti del 2020 da parte dei consumatori finali
- Aumento del fatturato con marche proprie
- Acquisizione di quote di mercato nel segmento Freschezza
- Acquisizione di nuovi clienti nel segmento Catering
- Sviluppo della collaborazione con clienti strategici
- Feedback positivi della clientela relativamente a qualità di consegna e servizio
- Garanzia della disponibilità delle merci nel settore Non Food alla luce dei ritardi delle consegne in Cina
- Organizzazione congiunta di conferenze online: “MADE FOR RESTAURANT FIGHTERS” e “MADE FOR RESTAURANT CREATORS”
- Campagne televisive per aumentare la visibilità di Selgros nell’opinione pubblica
- Attuazione dell’Employer Branding
- Avvio di una piattaforma di e-learning: Kampus Transgourmet
- Passaggio di Foodservice a SAP

### Romania



- Apertura graduale della ristorazione nel primo trimestre dopo le chiusure dovute al coronavirus
- Attività stagionale ed estiva stabile grazie a restrizioni contenute
- A partire dall’autunno, crescita nella ristorazione frenata dalle restrizioni (posti a sedere ridotti)
- Aumento dei clienti che acquistano, in particolare nel settore della ristorazione e nel settore dei clienti finali

- Ampliamento dell'assortimento nel segmento Freschezza, in particolare bio; attualmente 1 200 articoli
- Ampliamento della marca propria Topseller nel segmento primo prezzo; attualmente 239 articoli
- Ampliamento dei servizi di consegna nel settore della ristorazione
- Costituzione di una zona di consegna dedicata nel mercato di Bacau
- Prosecuzione della "formazione duale"; attualmente 91 studenti in 7 mercati
- Misure di risparmio energetico/riduzione dell'impronta di CO<sub>2</sub> con la sostituzione dell'impianto di refrigerazione e dei frigoriferi nei mercati di Targu Mures e Oradea
- Fotovoltaico a Targu Mures e Timisoara
- Programma completo di formazione e specializzazione per tutti i livelli e settori

---

## Russia



- Rapido adattamento alla situazione del coronavirus
- Il mini lockdown di inizio novembre influisce positivamente sull'andamento del fatturato Selgros in seguito alla chiusura di tutti i rivenditori Non Food
- L'andamento positivo del fatturato di GlobalFoods è frenato dall'obbligo temporaneo di presentazione di codici QR per l'accesso ai ristoranti e dal mini lockdown
- Catene di approvvigionamento in direzione Asia difficoltose anche per i prodotti Food
- Balzo dal 4° al 2° posto a Mosca nel settore Food Service (Global Foods)
- Il turismo interno cresce del 30%, per cui aumenta la domanda per Food Service e ristorazione
- Clienti Selgros Cash & Carry più soddisfatti
- Ampliamento dell'assortimento con la marca propria PoKarmanu (segmento primo prezzo)
- Gli alimenti biologici, senza glutine, senza lattosio e funzionali continuano a essere temi di tendenza
- Attuazione del progetto pilota "Shop in Shop" in collaborazione con lo specialista del NearFood "Beethoven"
- Ampliamento della partnership con il retailer FMCG Prisma per le marche proprie
- Attivazione dello shop online per i clienti business
- Ampliamento della collaborazione con i negozi (consegna a clienti finali a cura di partner di distribuzione)
- Attivazione dello shop online Selgros Whitelabel per i clienti finali
- Progettazione della partnership/alleanza d'acquisti con un ipermercato locale retailer FMCG (Tvoy Dom)

---

## Aziende specializzate

### *Transgourmet Seafood*

- Andamento positivo del fatturato grazie all'ingresso in nuovi settori d'attività
- Garanzia di una disponibilità delle merci prossima al 100% durante il lockdown
- Nuovi prodotti sostitutivi del pesce, pesce vegano
- Surf & Turf con sito web proprio
- Lancio di salsicce di pesce, bockwurst, polpette di pesce, pesce al bicchiere e altri prodotti
- Eventi di perfezionamento regolari nella "Seafood Academie" per clientela e personale
- Quota elevata di pesce sostenibile (la quota più elevata nell'assortimento)

### *GEVA*

- Calo della domanda a causa della pandemia di coronavirus
- Rafforzamento della collaborazione con Team Beverage
- Clienti entusiasti per via della costante reperibilità e presenza nel servizio interno ed esterno garantita durante il lockdown

### *Sump & Stammer*

- Forniture alle navi da crociera tuttora fortemente compromesse dalla pandemia di coronavirus
- Quote di mercato incrementate per via di concorrenti in parte spariti dal mercato
- Ampliamento significativo dell'assortimento
- Ottimo riscontro in termini di affidabilità, acquisizione di vari grandi nuovi clienti

#### TEAM BEVERAGE

- Contrazione del fatturato nel commercio all'ingrosso e nella ristorazione a causa della pandemia di coronavirus
- Leggero aumento delle quote di mercato grazie a quattro nuovi partner
- Commercio al dettaglio: ampliamento e ammodernamento dei mercati di bevande Cash & Carry e trend degli assortimenti di alta qualità (birre chiare/ birre bavaresi)
- Rilancio delle marche proprie, focus sull'assortimento di prodotti per l'igiene
- Convenience: JET come nuovo cliente – consolidamento della leadership di mercato nel canale delle stazioni di servizio
- Gastivo: lancio della campagna “Feuer und Flamme” (Fuoco e fiamme), ampliamento delle quote di mercato in Germania, avvio dei lavori per la realizzazione della nuova piattaforma tg Svizzera
- Lancio della campagna di social branding “Lokale Helden” (“Eroi locali”) nella gastronomia

#### Frischeparadies

- La strategia ibrida di Frischeparadies è meno suscettibile alle crisi, anche nel 2021 la situazione dovuta al coronavirus è stata affrontata con successo
- Dopo il lockdown si è stati subito in grado di rifornire gli esercizi di ristorazione
- Dopo il lockdown si sono potuti acquisire tanti nuovi clienti nel settore della ristorazione
- Le specialità gastronomiche sono sempre più apprezzate anche da una clientela più giovane
- Elevato grado di soddisfazione della clientela, anche nello shop online
- Riconoscimento: «Red dot design Award 2021» per la marca propria Frischeparadies
- Rilancio delle homepage Frischeparadies.de e Fruchthof.at, inoltre attivazione dello shop B2B Frischeparadies
- I preparativi per il TMC (Transgourmet Multi Channel) procedono spediti

#### EGV

- Affrontata con successo la domanda in crescita nei mesi estivi a seguito della revoca del lockdown dovuto al coronavirus

#### Gastronovi

- Per via della pandemia da coronavirus, gli esercizi gastronomici hanno puntato sempre più su ausili digitali
- Fatturato in crescita rispetto all'anno precedente
- La soddisfazione della clientela resta elevata

#### Sanalogic

- Un partner affidabile anche durante la crisi da coronavirus
- Adempimento all'incarico d'approvvigionamento nel settore sanitario
- Introduzione di prodotti Natura durante la pandemia

#### Niggemann

- I clienti del settore gastronomico sono rimasti fedeli anche durante la pandemia
- Successi con l'introduzione nel mercato di ulteriori assortimenti e prodotti
- Ottimo sviluppo del fatturato nel proprio mercato Cash & Carry
- Assortimento ampliato con prodotti del Bell Food Group





## Transgourmet South West Europe

### Francia



- Mantenimento della qualità del servizio e dell'attività commerciale per clienti importanti durante il lockdown
- Preparazione tempestiva alla fase successiva al lockdown a maggio
- Da giugno 2021, ripresa con forte dinamismo nel segmento della panetteria e pasticceria
- Rinnovo di contratti, acquisizione di nuovi clienti e consolidamento di partnership con grandi clienti
- Sviluppo del business One-Stop Delivery con grandi clienti
- Riattivazione del 96% dei clienti del 2019 (prima della pandemia di coronavirus)
- Introduzione del nuovo marchio Transgourmet "Natura" con oltre 140 prodotti
- Ampliamento dell'assortimento regionale a oltre 3 000 articoli e introduzione di 12 nuovi cataloghi con prodotti locali e regionali
- Ampliamento dell'assortimento premium
- Introduzione di Smart Cuisine – un concept innovativo che garantisce piatti pronti selezionati di alta qualità facili da preparare
- Collaborazione con uno chef francese insignito di 3 stelle Michelin per il progetto Smart Cuisine
- Ampliamento dell'offerta di servizi logistici (One-Stop Delivery)
- Apertura servizio vendita e logistica 6 giorni alla settimana
- Premium-Concierge – servizio di ordinazione e consegna ultra rapida 7 giorni alla settimana per i clienti premium parigini a partire da giugno
- Impiego di consulenti e formazioni culinarie nelle regioni
- Maggiore apprezzamento per i canali online
- Rinnovo della certificazione ISO 22000 per tg Opérations, tg Fruits & Légumes e la sede centrale tg France, rinnovo della certificazione ISO 14001 per tg Fruits & Légumes e la sede centrale
- Acquisizione dell'azienda di frutta e verdura "Les Petits Capus" di Bordeaux a giugno
- Adeguamento della strategia di prezzo
- Unificazione dei sistemi IT in tg Fruits & Légumes
- Partecipazione a fiere ed eventi del settore
- Miglior datore di lavoro del settore secondo la rivista "Capital"
- Tasso di raccomandazione dei clienti dell'86.6%

### Aziende specializzate



### Spagna



- Chiusure dovute al coronavirus nella ristorazione e nel settore alberghiero nonché coprifuoco a inizio anno
- Mancanza di turisti internazionali avvertita nel settore alberghiero e della ristorazione
- Approvvigionamento, assistenza e ampliamento della clientela durante il lockdown e avvio di iniziative per il recupero di clienti
- Processo di integrazione di Transgourmet Ibérica nel Gruppo Coop avvenuto con successo
- Completamento della fusione di Transgourmet Ibérica con il Bright Food Group Spain
- Acquisizione di quasi 100 nuovi franchisee nel settore Retail
- Elaborazione di un piano per l'acquisizione di clienti nel settore Food Service
- Riduzione del tenore di zucchero in prodotti come succhi e biscotti e del tenore di sale negli snack

- Digitalizzazione con l'introduzione di telesales per Cash & Carry e shop online per Cash & Carry e Food Service, introduzione di un portale clienti
- Lancio di un'app per i programmi fedeltà e lo shop online per i clienti retail
- Messa a punto del catalogo digitale per tutti i canali
- Nuova piattaforma di e-learning con più di 30 corsi
- Istituzione di gruppi tematici con clienti retail per individuare ancora meglio le loro esigenze
- Aumento dell'efficienza nella logistica grazie alla modifica del layout a Fuentedepiedra, Tortosa e Burgos
- Apertura di un nuovo mercato Cash & Carry a Manresa
- Apertura di quattro nuove stazioni di servizio
- Rinnovamento dei centri a Montcada, Olot, Palamós e Lleida
- Rinnovamento completo e nuovo allestimento di 9 centri
- Rinnovamento di 2 locali commerciali
- Implementazione di un nuovo layout in 16 mercati di prodotti freschi



## Transgourmet Österreich

### Austria



- Lockdown totale per la ristorazione e il settore alberghiero in Austria da ottobre 2020 a maggio 2021, il che ha portato a una forte contrazione dei fatturati in tale periodo
- Ripresa grazie a un'estate positiva, ma nuovo lockdown a novembre.
- Ulteriore ampliamento delle quote di mercato
- Introduzione del nuovo prodotto "Kalb rosé", pregiata alternativa regionale e sostenibile alla carne di vitello importata da allevamenti di vitelli a carne bianca tradizionali
- Introduzione della nuova marca propria Transgourmet "Natura"
- Apertura del cantiere e lavori di preparazione per il nuovo sito Transgourmet di Zell am See
- Terza edizione dell'evento Transgourmet PUR con più di 3 000 partecipanti e ulteriore sviluppo dell'app Transgourmet
- Nuovo posizionamento e nuovi principi guida per la comunicazione interna ed esterna
- Fase di test "Smart Cuisine" con clienti concept, grande roll-out previsto nel 2022
- Sviluppo di vassoi di sicurezza riciclabili e sostenibili per rollcontainer nella ristorazione e nel settore alberghiero
- Passaggio di Gastro Profi a SAP
- Estensione delle etichette elettroniche per gli scaffali ad altre cinque sedi Transgourmet
- Ampliamento delle superfici degli impianti fotovoltaici e passaggio all'illuminazione a LED in grandi parti dell'azienda
- Valore più alto del settore in merito alla soddisfazione della clientela

### Aziende specializzate





## Transgourmet Svizzera

### Svizzera



- Fatturato compromesso fino a maggio 2021 a causa del lockdown nel settore della ristorazione
- Fatturati incoraggianti dopo la ripartenza, specialmente nella ristorazione all'aperto e nel settore del turismo in montagna e sui laghi. Strutture cittadine, aeroporti, hotel per congressi e ristorazione per comunità ancora al di sotto dei valori del 2019.
- Lieve contrazione dei fatturati nel settore della ristorazione a fine 2021 per via dell'obbligo di presentare il certificato.
- Acquisizione di nuove quote di mercato in tutte le fasi
- Supporto al settore della ristorazione, come già successo nel 2020, con un bonus immediato per grossi acquisti suscettibili di incoraggiare la ripartenza e rimborso migliorato
- Gli articoli per allestire piani di protezione erano ancora richiesti, ma meno che nel 2020. Transgourmet ha proposto soluzioni per il take-away.
- Lancio della marca propria bio "Natura" ad aprile; in questo modo il settore della ristorazione ha accesso a prodotti biologici certificati a un prezzo interessante. L'offerta di assortimenti vegetariani e vegani è stata notevolmente ampliata.
- L'approvvigionamento di merci è stato complesso: a livello interno a causa delle forti precipitazioni estive, nel settore delle importazioni a causa di difficoltà nell'approvvigionamento di varie materie prime, ritardi nei trasporti ecc. La buona partnership con i produttori e un'ampia offerta hanno contribuito a un approvvigionamento sicuro delle merci.
- Nuovo shop online e assortimento più ampio per le forniture in Engadina
- I depositi regionali Transgourmet hanno ricevuto la certificazione ISO 22000 per la sicurezza alimentare.
- Vari mercati Prodega sono stati modernizzati e dotati di tecnologie di refrigerazione sostenibili

### Aziende specializzate

- Frischeparadies acquisisce nuovi clienti, sia nel mercato di prodotti freschi di Zurigo sia nelle forniture al settore della ristorazione.
- Casa del Vino offre l'assortimento più competente per tutte le regioni vitivinicole più importanti. Dopo la fine del lockdown, specialmente nella ristorazione, si sono potuti registrare buoni fatturati.
- I vini Vinattieri, Ligornetto e Roncaia prodotti da Vinattieri consolidano il loro posizionamento nel mercato della ristorazione. La vendemmia del 2021 promette una buona qualità a fronte di quantità normali.



## Produzione

Del Gruppo Coop fanno parte anche numerose aziende di produzione, prima fra tutte il Bell Food Group, di cui Coop è azionista di maggioranza. Il Bell Food Group, una delle aziende leader in Europa nel settore della lavorazione della carne e dei prodotti convenienze, rappresenta per Coop un importante pilastro nel panorama internazionale.

---

**1.5** mia. di fatturato

con prodotti sostenibili  
nella produzione

---

Nel 2021, il ricavo netto del settore aziendale Coop Società Cooperativa Produzione ammonta a 820 milioni di franchi, a cui si aggiunge il ricavo netto del Bell Food Group, salito a quasi 4.2 miliardi di franchi. Nel 2021, il fatturato complessivo realizzato con assortimenti sostenibili nel settore Produzione è stato pari a circa 1.5 miliardi di franchi, il che corrisponde per Coop a un incremento del 2.2% rispetto all'anno precedente.

## Bell Food Group

Grazie ai buoni risultati nella vendita al dettaglio, nel 2021 il Bell Food Group ha proseguito sulla buona scia dell'anno precedente, chiudendo positivamente l'esercizio. L'artefice principale del buon andamento degli affari è stato il core business con i prodotti a base di carne e i prodotti convenienze sul mercato svizzero. Tutte le divisioni hanno contribuito al successo della performance aziendale.

La divisione Bell Svizzera ha nuovamente realizzato un buon risultato con tutti i gruppi merceologici. A dare un contributo importante sono stati in particolare i settori del pollame e dei prodotti ittici, in continua crescita da anni. Il parziale ritorno del turismo degli acquisti ha influito sull'andamento degli affari, ma nell'anno in esame non era ancora tornato al livello pre-pandemico.

Nella divisione Bell International il focus strategico sui prodotti avicoli sostenibili e sulle specialità internazionali di prosciutto crudo continua a riscuotere successo. Le attività con il pollame biologico sono aumentate significativamente nell'anno in esame. Grazie a una composizione interessante dell'assortimento – con specialità di alto livello qualitativo e soluzioni di imballaggio innovative –, il Bell Food Group è riuscito ad affermarsi anche nel segmento del prosciutto crudo in un mercato europeo generalmente in contrazione.

Dopo le difficoltà dell'anno precedente dovute al coronavirus, nel 2021 la divisione Convenienze è riuscita a riprendersi leggermente: anche in questo caso grazie soprattutto al buon andamento nel commercio al dettaglio in Svizzera. La divisione ha inoltre beneficiato dell'aumento delle vendite nei settori Food Service e Convenienze To Go. Le attività con i prodotti vegetariani e vegani, cresciuti significativamente nell'anno di riferimento, hanno registrato un andamento positivo.

### La pandemia influenza l'andamento degli affari

Le misure adottate per contenere la pandemia di coronavirus hanno cambiato le abitudini di consumo e alimentazione della popolazione, generando un forte impatto sulla performance commerciale del Bell Food Group. La ridotta mobilità e la chiusura degli esercizi di ristorazione hanno portato a un calo delle vendite nel Food Service e negli assortimenti della ristorazione fuori casa. Le consumatrici e i consumatori hanno invece effettuato sempre più acquisti per il consumo a casa, il che ha fatto aumentare nettamente le vendite al dettaglio. Questi effetti sono stati determinanti per l'esercizio 2020 e si sono percepiti nettamente anche nell'anno in esame. Con il parziale allentamento delle misure, in primavera ed estate si è delineata una tendenza alla ripresa dei settori Food Service e To Go. Tuttavia, in particolare la seconda metà del 2021 è stata contrassegnata da mercati volatili e forti fluttuazioni della domanda a breve termine, il che ha reso difficile la pianificazione.

## Una scelta strategica per un futuro di successo

Oltre al modello di business di ampia portata, un importante presupposto per il buon risultato del Bell Food Group nell'anno di esercizio è stato il suo chiaro focus strategico. È emerso chiaramente che un forte core business sul mercato svizzero rappresenta una base importante per lo sviluppo positivo del Bell Food Group. Una delle priorità strategiche del Bell Food Group è consolidare a lungo termine la propria performance in Svizzera e adattarla alle future esigenze dei clienti. A tal fine, il gruppo sta investendo molto nell'ampliamento e nella modernizzazione dell'infrastruttura di produzione, al fine di consolidare la forte posizione del Bell Food Group sul mercato svizzero per i prossimi decenni.

## Tappe principali del Bell Food Group

La tabella seguente illustra le tappe principali del Bell Food Group SA nell'anno in esame. Per maggiori informazioni sul Bell Food Group consultare il factsheet in basso o il sito [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com).



## Bell Food Group SA

- I prodotti a base di carne e i prodotti convenience hanno fatto registrare un'ottima performance nel core business in Svizzera.
- Il fatturato nel canale di vendita Food Service si è ripreso rispetto all'anno precedente. Il canale di vendita al dettaglio, soprattutto in Svizzera, si è mantenuto su alti livelli.
- Le misure di contenimento della pandemia di coronavirus hanno continuato ad avere un impatto significativo sulla performance aziendale, per esempio sotto forma di fluttuazioni della domanda a breve termine.
- La divisione Bell Svizzera continua a registrare un buon andamento degli affari. Il parziale ritorno del turismo degli acquisti si è fatto sentire, ma non è ancora tornato al livello pre-pandemico.
- Le vendite dei prodotti avicoli sostenibili nella divisione Bell International sono aumentate. Il segmento del prosciutto crudo ha tenuto bene in un mercato generalmente in contrazione.
- La divisione Convenience è cresciuta rispetto ai deboli risultati dell'anno precedente grazie alla leggera ripresa del fatturato nel Food Service e a una buona attività di vendita al dettaglio in Svizzera.
- Il business con prodotti vegetariani e vegani continua a crescere. Le vendite delle alternative vegetariane e vegane alla carne della marca "The Green Mountain" hanno fatto registrare buoni risultati.
- Il programma d'investimento in Svizzera sta andando nella giusta direzione. Nello stabilimento di Oensingen sono in costruzione un magazzino per i surgelati, una piattaforma logistica centralizzata e un centro di affettazione per il taglio e il confezionamento di salumi. È inoltre prevista la modernizzazione del macello per la carne di manzo.
- Nei prossimi anni sarà modernizzata e ampliata in diverse fasi la sede centrale di Hilcona a Schaan. Nell'anno in esame è stata completata la prima fase con il nuovo edificio per la produzione della pasta.
- Anche le sedi principali di Eisberg Svizzera a Dänikon e Essert-sous-Champvent saranno modernizzate e ampliate nei prossimi anni. Gli stabilimenti più piccoli di Villigen e Dällikon saranno invece soppressi gradualmente entro il 2026.





## Aziende di produzione Coop

### HALBA conquista il 1° posto nel rating “Easter Scorecard”

Non c'è un periodo dell'anno in cui nel mondo non si acquisti così tanto cioccolato come a Pasqua. Le organizzazioni Be Slavery Free, Green America, INKOTA, Mighty Earth e National Wildlife Federation hanno quindi approfittato di questa festività per esaminare più attentamente il comportamento dei principali produttori di cioccolato in termini sociali ed ecologici. Grazie al suo impegno esemplare nel settore sostenibilità, HALBA ha ottenuto ottime valutazioni, conquistando il primo posto nel rating “Easter Scorecard” 2021.

### Swissmill punta sull'upcycling

Swissmill, la più importante azienda di molitura svizzera, gestisce, insieme a RethinkResource e Protifarm, un progetto pilota per la produzione di proteine di insetti di alta qualità partendo dal riciclo dei prodotti di scarto della molitura. Un progetto, questo, che rende Swissmill un pioniere di un settore altamente innovativo come quello della produzione sostenibile di proteine in Svizzera. Il progetto, concepito per una durata di 3 anni, si propone di convalidare processi di produzione e tecnologie, bioconversioni incluse. È sostenuto dal Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile.

### Nuovo edificio per la produzione di cosmetici Steinfels

Steinfels Swiss investe circa 35 milioni di franchi in un nuovo edificio per la produzione di cosmetici. In questo modo, Steinfels Swiss sarà in grado di stare al passo con la crescente domanda di prodotti cosmetici svizzeri sostenibili e, allo stesso tempo, aumenterà le sue capacità di produzione di disinfettanti, detersivi e detersivi per la casa. I lavori hanno preso ufficialmente il via nell'autunno 2021. Il nuovo impianto sarà completato a fine 2023.

### 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 la pagina [www.coop.ch/produzione](http://www.coop.ch/produzione).



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

- Approvvigionamento garantito in tutto il Paese durante la pandemia di coronavirus
  - Volume di vendita arrivato a oltre 218 000 tonnellate
  - Ampliamento fino a oltre il 35% delle quote del mercato dei cereali lavorati in Svizzera per l'alimentazione umana
  - Volumi dei prodotti sostenibili bio e IPS giunti a oltre 58 000 tonnellate
  - Lancio di altre innovazioni di prodotto nel segmento dell'avena
  - Risanamento del silo 1924 concluso con successo
  - Avvio del risanamento del mulino per grano tenero con sostituzione dei motori, delle elettroinstallazioni e dei cilindri
  - Primi risultati positivi nell'ambito del progetto pilota Zoí – riciclo dei prodotti di scarto della molitura per la produzione di proteine di insetti di alta qualità
-



Cioccolato; tavolette, articoli di confetteria e di stagione, industria.

Snack: noci, frutta secca, semi.

Ingredienti per prodotti da forno e cottura: zucchero, articoli per pasticceria, legumi, funghi e ortaggi secchi.

- Andamento del fatturato molto soddisfacente per tutti i tipi d'assortimento
- Crescita del fatturato delle esportazioni
- Esportazioni per il cioccolato notevolmente superiori alla media del settore
- Crescita al di sopra delle aspettative del fatturato per i clienti industriali svizzeri
- Focalizzazione su tre settori operativi: cioccolato, snack e ingredienti per prodotti da forno e cottura
- Cessione del settore dell'imbottigliamento di olio completata.
- Ampliamento della produzione del cioccolato su una superficie di circa 1 900 m<sup>2</sup> concluso.
- Ulteriore ampliamento dell'assortimento con focus sui prodotti sostenibili a fronte dell'incremento della domanda di prodotti biologici e Fairtrade su scala globale
- Sviluppo innovativo della gamma di prodotti verso "specialità" come il cioccolato con massa di cacao al 100%, ricette senza zucchero o a contenuto ridotto di zuccheri, vegane o proteiche.



Cosmetici, detersivi e detergenti, prodotti per l'igiene

- La contrazione del fatturato dovuta al lockdown nella ristorazione e nel settore alberghiero è stata in parte compensata dall'acquisizione di vari clienti.
- Significativo ampliamento delle quote di mercato nel settore dei prodotti per l'igiene professionale; a questo risultato hanno contribuito in misura sostanziale il vantaggio in fatto di sostenibilità, l'ampliamento degli assortimenti sostenibili con 9 prodotti e l'introduzione dei servizi digitalizzati.
- Sviluppo e lancio sul mercato con successo di un detersivo per tessuti senza olio di palma per uso domestico.
- Rinnovamento, in collaborazione con alcune scuole universitarie, delle ricette di cosmetici e detersivi al fine di risparmiare risorse e ottimizzare la produzione sotto l'aspetto energetico.
- Consolidamento della leadership nell'impiego di materie plastiche riciclate per gli imballaggi grazie alla conversione di altre 30 confezioni nel settore di tubetti e flaconi.
- Il progetto "WinTurbo" – rinnovamento della produzione di cosmetici in corso. I lavori di costruzione si concluderanno nell'autunno del 2023.

Panetterie  
Coop

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

- Approvazione della nuova Strategia Panetterie 2025+
- Ampliamento delle linee di forni a legna di Castione con un ulteriore forno
- Prezzi più alti dovuti alla situazione tesa sui mercati d'acquisto
- Ampliamento di 1 unità delle panetterie della casa per un totale di 56
- Ottenimento di certificazioni delle panetterie della casa su IPS
- Ulteriore estensione del concept di grande successo "Frisch gemacht in" a 16 punti di vendita per un totale di 77 sedi
- Rivisitazione di "Best in Class" come berliner o cake
- Nuove paste destinate alla vendita senza olio di palma, come pasta per torte e pasta sfoglia
- Ulteriore incremento della percentuale di Swissness nel pane
- Ampliamento del business con clienti terzi nel commercio al dettaglio con prodotti speciali
- Fornitura di prodotti precotti ai primi punti di vendita nel quadro di un progetto pilota e approvazione del piano di roll-out



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

Aceto e specialità a base di aceto

- Effetti del coronavirus ancora avvertiti nel settore degli approvvigionamenti a causa dei costi elevati dei container e nel settore delle vendite a causa degli slittamenti nei settori operativi
- Volumi ancora elevati di riso e aceto nel commercio al dettaglio, lenta ripresa del segmento della ristorazione nel 2° semestre dell'anno
- Nuova materia prima proveniente dalla Grecia per il riso parboiled vitaminizzato
- Nuova preparazione di aceto biologico Fairtrade per il riso da sushi
- Completamento dell'area destinata alla produzione di aceto a Brunnen e avvio della produzione
- Ampliamento dell'impianto fotovoltaico, produzione più che raddoppiata
- Acquisto di un silo per le materie prime con una capacità di 21 000 tonnellate



Acqua minerale e bibite gassate

- Ampliamento dell'assortimento Coop Limonata Orange, acqua tonica Prix Garantie da 1l, Swiss Alpina mela verde e frutto della passione
- Ampliamento dell'assortimento Transgourmet Limonata Lemon, Menta e Orange, Aquina Tonic da 1l
- Impianto fotovoltaico sul tetto in funzione
- Previsto un impianto fotovoltaico all'aperto per soddisfare maggiormente il fabbisogno proprio di corrente
- Messa in servizio dell'impianto di trattamento acque reflue dell'industria dello zucchero mediante ultrafiltrazione e osmosi inversa, separazione del concentrato di zucchero per riutilizzo con valore aggiunto
- Decisione positiva del Tribunale federale per l'esecuzione di trivellazioni esplorative su terreni Coop per nuove sorgenti.
- Assortimento Coop Swiss Alpina da 0,5l convertito da confezione termoretraibile da 18 unità a vassoio in cartone da 24 unità. Ottimizzazione per il retail (la confezione da 6 non si rompe più all'apertura dell'imballaggio da 18)
- Forniture Swiss Mountain Mineral Water a USA, Hong Kong e Australia

Cave

Vini bianchi, rosé, rossi, dolci, spumanti

- Forte domanda durante la pandemia di coronavirus; raggiungimento temporaneo dei limiti di capacità
- Performance elevata in termini di fatturato
- Crescita a due cifre con vini di vinificazione propria
- Ampliamento del portafoglio prodotti di Transgourmet Svizzera con trend positivo
- Ottima crescita con i vini biologici
- Integrazione e ulteriore ampliamento del nuovo formato di imballaggio "Bag in Box"
- Certificazione IFS della Cantina vini secondo la nuova versione IFS 7

Centro di maturazione delle banane

Banane, frutti esotici quali ananas e kiwi, frutta secca

- Disponibilità delle merci garantita per l'intero assortimento malgrado le notevoli limitazioni nelle filiere internazionali.
- Capacità di maturazione ampliata per mezzo di interventi edilizi.
- Ottenimento della certificazione IFS secondo lo standard versione 7

# Collaboratrici e collaboratori

<b>Un datore di lavoro interessante</b>	<b>54</b>
Risultato molto positivo per la CPV/CAP Cassa pensione Coop	54
Uguaglianza@Coop	54
Sondaggio tra il personale Veritas 2021	54
Trattative sul CCL nel 2021: nuovo CCL dal 1° gennaio 2022	54
La Regione di vendita Suisse Romande premiata come miglior datore di lavoro	55
<b>Formazione e sviluppo delle risorse umane</b>	<b>55</b>
Coop Campus Compact	55
Formazione di base: esperienze con Coopilot	55
Allargare gli orizzonti con "Seitenwechsel 10 Days"	55
Acquisire nuove competenze con "Quattro"	55
Organizzazione del CAS SUP in Processi e cultura	56
Riforme della formazione di base	56

# Collaboratrici e collaboratori

Le collaboratrici e i collaboratori hanno affrontato il secondo anno straordinario di pandemia dando prova di grande dedizione, motivazione e solidarietà e applicando sistematicamente le misure di protezione dal coronavirus. Il sondaggio tra il personale ha rilevato un alto livello di soddisfazione sul lavoro e la Regione di vendita Suisse Romande è risultata miglior datore di lavoro. Le trattative per il nuovo contratto collettivo di lavoro si sono concluse con successo.

---

## 95 420

collaboratrici e collaboratori  
nel Gruppo Coop

---

Come l'anno scorso, la pandemia di coronavirus ha richiesto grande impegno, flessibilità e perseveranza da parte del personale del Gruppo Coop. I piani di protezione sono stati implementati con grande impegno nei rispettivi punti di vendita, così come nella Produzione o nella Logistica, al fine di creare un ambiente di lavoro sicuro. Questo ha fatto sì che, all'interno dei punti di vendita, la clientela si sentisse in buone mani. Purtroppo, a causa del secondo lockdown del 18 gennaio, tutti i formati Non Food e i ristoranti hanno dovuto chiudere nuovamente e migliaia di collaboratrici e

collaboratori non hanno potuto svolgere le proprie attività abituali per un lungo periodo di tempo. Fino alla fine di maggio, per il personale amministrativo vigeva l'obbligo del telelavoro. In seguito, le collaboratrici e i collaboratori sono tornati a lavorare in ufficio nella misura di almeno il 50%. Dopo le prime riaperture a marzo (formati Non Food) e a fine maggio (ristoranti), si è tornati, nonostante la situazione straordinaria, a una certa normalità nella vita di tutti i giorni. Lo straordinario impegno profuso e la grande solidarietà tra le collaboratrici e i collaboratori in questo momento di difficoltà sono stati impressionanti e hanno dimostrato ancora una volta l'ottimo spirito di coesione all'interno del Gruppo Coop.

Nel 2021, il Gruppo Coop contava complessivamente 95 420 collaboratrici e collaboratori nei settori aziendali Commercio al dettaglio e Commercio all'ingrosso/Produzione, di cui 3 411 apprendisti. Nell'anno in esame, il 61.8% dei posti di lavoro si trovava in Svizzera, il resto all'estero. Impiegando persone di ogni livello formativo e nazionalità, Coop esercita un'importante funzione di integrazione nella società.

A causa degli attuali sviluppi sul mercato del lavoro rappresenta una sfida anche la gestione sostenibile del personale. I punti fondamentali sono la carenza di personale specializzato, la sempre maggiore concorrenza per attrarre collaboratori qualificati e il rapidissimo progresso tecnologico. Anche i cambiamenti demografici, in particolare in relazione alle fasce caratterizzate da un ridotto tasso di natalità e al pensionamento della generazione del "baby boom", richiedono un'elevata capacità di adattamento da parte delle imprese. L'occupazione femminile ha acquisito un'importanza notevole e il mondo del lavoro è sempre più multiculturale e richiede sempre più flessibilità. In questo contesto, il Gruppo Coop si presenta come un datore di lavoro poliedrico, interessante e sostenibile. Questo è particolarmente importante per attrarre e mantenere i migliori talenti.

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

## Un datore di lavoro interessante

### Risultato molto positivo per la CPV/CAP Cassa pensione Coop

In un anno ancora segnato dalla pandemia, la CPV/CAP Cassa pensione Coop riesce a realizzare un rendimento molto positivo pari all'8.6%. Il rendimento auspicato viene così ampiamente superato, e al 31.12.2021 il grado di copertura sale al 120.3% (anno precedente 118.2%); il valore auspicato del grado di copertura è pari al 118.0%. Sull'aver di vecchiaia degli assicurati attivi, per l'anno 2021 si applica un tasso di interesse del 3.0%, quindi un valore nettamente superiore al saggio minimo di interesse stabilito dalla LPP (1.0%). Il tasso di interesse provvisorio previsto per il 2022 è pari al 2.0%. Le pensioni sono rimaste invariate e lo stesso vale anche per l'anno 2022. Con 39 305 persone, il numero degli assicurati attivi supera quello dell'anno precedente (38 431 assicurati attivi). Il numero di pensionati cresce di 428 persone salendo a 21 140 alla fine del 2021.

### Uguaglianza@Coop

Nell'ambito del progetto "Uguaglianza@Coop", basato su principi come la parità salariale, le strutture a misura di famiglia e l'incentivazione dell'occupazione femminile in posizioni quadro, dal 2018 si svolgono corsi annuali per donne che ricoprono queste cariche; dal 2022 sono offerti anche nella Svizzera romanda. All'inizio dell'aprile 2020, Coop ha ricevuto dall'Associazione Svizzera per Sistemi di Qualità e di Management (SQS) la certificazione "Fair Compensation" per le proprie Direzioni, assicurando così la parità salariale. Al tempo stesso, Coop promuove modelli di orari lavorativi alternativi come il top sharing e il job sharing. Nel 2021, in vari supermercati nelle Regioni di vendita Retail viene introdotto il top sharing per i ruoli di gerente e vicegerente ottenendo risultati positivi. Il tema della "promozione delle posizioni quadro a tempo parziale" viene promosso in tutta la Svizzera e offre grandi opportunità alle donne, per esempio dopo il congedo di maternità. La percentuale di donne impiegate in posizioni quadro è di ben il 44.5% nel 2021.

### Sondaggio tra il personale Veritas 2021

Coop ha condotto per la sesta volta il sondaggio "Veritas" tra le collaboratrici e i collaboratori. Al fine di garantire l'anonimato, il sondaggio è stato nuovamente condotto in stretta collaborazione con un istituto esterno. Al sondaggio hanno partecipato complessivamente 22 451 collaboratrici e collaboratori: un numero di partecipanti leggermente superiore a quello dell'ultimo sondaggio nel 2017. La valutazione ha mostrato un elevato livello di soddisfazione sul lavoro dei collaboratori e delle collaboratrici di Coop. I valori relativi al senso di appartenenza (commitment) sono leggermente migliori rispetto al 2017. Valutazioni molto alte si registrano nelle aree relative all'orientamento al cliente e ai contenuti del lavoro. Quest'ultimo aspetto, insieme ad altri come "superiori diretti", "sicurezza del posto di lavoro" e "trattamento equo", ha ottenuto valutazioni particolarmente degne di nota. I risultati sono stati comunicati a tutti i livelli. Sono state anche definite le misure da adottare per tutti quegli aspetti per cui è emersa la necessità di intervenire.

### Trattative sul CCL nel 2021: nuovo CCL dal 1° gennaio 2022

Nel 2021 Coop e le parti sociali hanno rinegoziato il contratto collettivo di lavoro di Coop per i prossimi quattro anni. Il nuovo CCL prevede un potenziamento sostanziale delle prestazioni per le collaboratrici e i collaboratori di Coop a partire dal 1° gennaio 2022. Il salario minimo mensile sale a 4 100 CHF (+100 CHF) mentre il salario di riferimento mensile per un apprendistato biennale passa a 4 200 CHF (+50 CHF). Al tempo stesso sono stati inseriti nel CCL i salari di riferimento per la formazione di base triennale e quadriennale per un importo pari rispettivamente a 4 200 e 4 300 CHF ed è aumentata notevolmente l'indennità per il servizio di picchetto. Nel nuovo CCL, Coop ha inoltre migliorato ulteriormente le condizioni di lavoro per le famiglie. Per esempio, le collaboratrici beneficiano ora di un congedo di maternità forfettario di 18 settimane al 100% del regolare salario lordo, indipendentemente dall'anzianità di servizio. Coop va quindi ben oltre quelle che sono le disposizioni di legge. Con il nuovo CCL è stata ampliata anche l'offerta "Coop Child Care", grazie alla quale le collaboratrici e i collaboratori con un reddito basso ricevono un sostegno finanziario per l'accudimento esterno dei figli. La limitazione alle famiglie monoparentali è stata eliminata dal CCL e il limite massimo del salario che dà diritto al sostegno finanziario è stato notevolmente aumentato. Inoltre, in caso di decesso del coniuge o della coniuge, del partner o della partner, di figli propri o in affidamento, Coop concede, ai sensi della legge, 5 giorni di congedo pagato invece dei 4 finora previsti. Poiché le trattative sul CCL tra Coop e le parti sociali si sono svolte in un contesto costruttivo e orientato alla ricerca di soluzioni, tutte le parti coinvolte si dicono soddisfatte dei risultati ottenuti.

### **La Regione di vendita Suisse Romande premiata come miglior datore di lavoro**

Per la quarta volta consecutiva, la Regione di vendita Suisse Romande di Coop si aggiudica il premio della rivista “Bilan” come miglior datore di lavoro nella categoria delle grandi aziende. Questo premio riconosce l’impegno di Coop nell’offrire condizioni di lavoro eccellenti al proprio personale. La ricerca di soluzioni per l’accudimento dei figli, l’organizzazione ogni anno di una giornata gratuita per i pensionati (al di fuori del periodo del coronavirus), un’escursione domenicale per tutti, un torneo interno di pallavolo o il progetto “Confiance”, in cui il personale HR offre sostegno a collaboratrici e collaboratori, sono solo alcune delle iniziative realizzate nella Svizzera romanda. A tutto ciò si aggiungono naturalmente altri benefici come i corsi di formazione Campus di alto livello, il congedo di paternità o il riconoscimento dato alle collaboratrici e ai collaboratori che festeggiano un anniversario di servizio.

## **Formazione e sviluppo delle risorse umane**

### **Coop Campus Compact**

Con gli eventi Meet & Eat, che si svolgono durante la pausa pranzo, Coop Campus ha creato una piattaforma interessante per consentire a un elevato numero di collaboratrici e collaboratori di familiarizzare con temi specifici interni ed esterni. Un numero, questo, aumentato ulteriormente da quando gli eventi non si svolgono più in presenza ma vengono offerti in via digitale su Teams: è da qui che è scaturita l’idea del nuovo formato “Coop Campus Compact”. L’obiettivo è di creare una piattaforma per uno scambio di esperienze e know-how intersettoriale: brevi incontri aperti per le parti interessate in cui si affrontano argomenti come innovazioni, competenze informatiche, consigli per la leadership o questioni che riguardano gli apprendisti. Questa offerta serve a promuovere lo scambio di conoscenze all’interno dell’azienda e a stimolare ulteriormente il networking.

### **Formazione di base: esperienze con Coopilot**

Il 1° agosto 2020, Coop ha lanciato il nuovo programma didattico aziendale Coopilot. A febbraio e marzo 2021, Coop ha verificato che i supermercati Coop della Svizzera tedesca e della Svizzera romanda disponessero delle competenze richieste per il programma didattico. Il metodo del “mystery check” è stato utilizzato per verificare se le persone in formazione sono in grado di rispondere correttamente alle domande della clientela e se sanno impiegare abilmente i sistemi e gli strumenti operativi nel processo di gestione delle merci. In una fase successiva sono state condotte interviste con le persone in formazione e le formatrici/i formatori professionali sui processi del programma didattico aziendale e dell’apprendimento autoorganizzato. Le verifiche condotte hanno mostrato che la strada intrapresa da Coop per formare e sostenere le persone in formazione nel loro processo di crescita è quella giusta. Tuttavia, è emerso anche che è necessario adottare misure di ottimizzazione per quanto riguarda la formazione e il perfezionamento delle formatrici e dei formatori professionali, verificare i programmi di formazione nell’anno di base e sviluppare, sulla base della strategia didattica aziendale, un ulteriore programma per promuovere i talenti delle persone in formazione.

### **Allargare gli orizzonti con “Seitenwechsel 10 Days”**

Il progetto “Seitenwechsel 10 Days” (cambio di casacca per 10 giorni) offre alle collaboratrici e ai collaboratori della Direzione Marketing/Acquisti di Coop la possibilità di fare esperienza in prima persona dei più importanti processi di gestione delle merci in un punto di vendita Coop per due periodi da cinque giorni l’uno. Si tratta soprattutto di acquisire maggiori conoscenze, ovvero allargare i propri orizzonti, il che permetterà ai partecipanti di prendere decisioni migliori, nel medio termine, all’interno del proprio settore operativo e di incrementare quindi a lungo termine la soddisfazione della clientela. Il programma è improntato in modo tale che sia possibile sperimentare nuove situazioni di lavoro “on the job” e acquisire nuove conoscenze. In questo contesto, chi partecipa viene portato a familiarizzare con i processi sul campo, in modo da poter poi assumere autonomamente determinati incarichi nel punto di vendita.

### **Acquisire nuove competenze con “Quattro”**

Nell’ambito del programma “Quattro” un numero scelto di collaboratrici e collaboratori di livello manageriale assume un compito specifico in un altro settore per almeno due mesi. Il motto è: “Dal dire cosa fare al fare cosa si dice”. In alcuni casi è anche possibile che le collaboratrici e i collaboratori assumano un’altra funzione per un certo periodo di tempo. L’obiettivo è di ampliare le proprie conoscenze in una delle aree “clientela/vendite”, “informatica/digitalizzazione” o “processi”. I programmi Quattro sono in gran parte personalizzati e richiedono un certo impegno a livello di pianificazione e realizzazione. Le prime esperienze nelle Direzioni Retail e Marketing/Acquisti nel 2021 mostrano che di questo scambio beneficiano tutti i partecipanti.

### **Organizzazione del CAS SUP in Processi e cultura**

Ora che le collaboratrici e i collaboratori di Coop sono in grado di completare internamente il “CAS SUP in Management e Leadership” e che la quarta fase è iniziata, Coop offre un secondo CAS a livello di scuola universitaria professionale (SUP), la cui prima fase è iniziata con 12 partecipanti. Questo secondo setting formativo affronta e approfondisce argomenti come “Collaborazione moderna”, “Sperimentare modalità e processi strategici” o “Sviluppare la cultura e accompagnare il cambiamento”. Il superamento dei due CAS interni di Coop consente di conseguire 15 punti ECTS per ognuno di essi; un ulteriore CAS dà poi diritto a redigere una tesi di master. Al Coop Campus si fa il possibile per offrire prospettive e opportunità di sviluppo interessanti alle collaboratrici e ai collaboratori dei settori più disparati: sia con corsi per principianti sia con offerte al massimo livello.

### **Riforme della formazione di base**

La riforma “Vendita 2022+” procede a ritmo costante. Coop sta lavorando ad aggiustamenti e ottimizzazioni dell’ultimo minuto per il lancio previsto ad agosto 2022. Per il nuovo orientamento “Gestione di negozi online” è stato elaborato un programma di attuazione, che sarà offerto in coordinamento con i Cantoni BE, SG, VD e ZH sotto forma di progetto pilota a partire da agosto 2022. Ad agosto 2021 è stata applicata la nuova ordinanza in materia di formazione per il servizio Informatica, che prevede le due specializzazioni Sviluppo di applicazioni e Sviluppo di piattaforme. Anche la formazione di base in podologia AFC è stata integrata nel nuovo programma didattico aziendale di Coop ai sensi della nuova ordinanza in materia di formazione. È iniziato il processo di riforma per i programmi di formazione di base per addette e addetti alla logistica AFC e CFP. Anche i programmi di formazione di base per la tecnica alimentare e decoratrici/tori 3D rientrano nel processo di riforma. Per la gastronomia standardizzata è stata verificata la necessità di una formazione di base CFP, dopodiché è stata presentata la relativa domanda per svilupparla. La SEFRI ha posticipato di un anno, al 2023, l’introduzione della nuova formazione di base per impiegate e impiegati di commercio. Nei prossimi anni, vari apprendistati offerti da Coop saranno quindi rivisti totalmente.



# Corporate Governance

<b>Struttura del gruppo</b>	<b>58</b>
<b>Struttura del capitale</b>	<b>59</b>
<b>Consiglio d'amministrazione</b>	<b>60</b>
Membri del Consiglio d'amministrazione	60
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	60
Elezione e durata del mandato del Consiglio d'amministrazione	64
Organizzazione interna	64
Regolamentazione delle competenze	64
Strumenti di informazione e di controllo nei confronti della Direzione generale	65
<b>Direzione generale</b>	<b>66</b>
Membri della Direzione generale	66
Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse	66
Contratti di management	69
<b>Remunerazioni</b>	<b>70</b>
<b>Diritti di partecipazione</b>	<b>70</b>
<b>Cambio di controllo e misure di difesa</b>	<b>70</b>
<b>Ufficio di revisione</b>	<b>71</b>
<b>Politica dell'informazione</b>	<b>71</b>

# 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 informazioni sulla 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. La Bell Food Group 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 del Bell Food Group sono pubblicati sul suo rapporto di gestione e sul sito [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com).

## Struttura del gruppo

Il Gruppo Coop Società Cooperativa è una società cooperativa con sede a Basilea. Alla fine del 2021, il numero dei soci cooperativi aveva superato i 2.5 milioni. Possono diventare soci della società cooperativa tutte le persone domiciliate 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 da 110 a 113 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 dei membri 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 2021 al 2025. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 20 anni e un limite d'età (70° anno di età).

## Assemblea dei delegati

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

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

➔ [www.coop.ch](http://www.coop.ch) (Chi siamo > Il Gruppo Coop > Società cooperativa)

Al 31 dicembre 2021, l'Assemblea dei delegati era composta dai seguenti delegati:

Regione Suisse Romande	Regione Bern	Regione Nordwestschweiz	Regione Zentralschweiz-Zürich	Regione Ostschweiz (incluso il Liechtenstein)	Regione Ticino
Vincent Albasini	Sabine Boschung	Alexandra Abbt-Mock	Silvia Banfi Frost	Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Patrick Csikos	Patrick Bruni	Sibylle Bader Biland	Jolanda Bossert	Fridolin Eberle	Christian Broggi
Yvan Délèze	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Stefan Baumann	Markus Eugster	Cristina Calderari
Olivier Grangier	Sandra Ghisoni Schenk	André Dalla Vecchia	Kilian D'Alberto	Christa Flückiger	Carlo Frigerio
Doris Grobéty	Fränzi Grunder	Adrian Fankhauser	Anna Maria Forlano	Remo Keller	Raffaele Sartori
Nicole Hosseini	Jürg Kradolfer	Susanne Jäger	Alexander Gossauer	Kurt Gansner	
Nadine von Büren-Maier	Corinne Lehmann	Peter Jossi	Ronald Hauser	Roberto Godenzi	
Catherine Sahy	Sibylle Miescher	Pascal Konrad	Evelyn Hofer	Hedwig Kohler	
Benoît Santschi	Felix Truffer	Daniel Münger	Cornelia Luchsinger	Richard Kübler	
Catherine Stern	Annette Wisler Albrecht	Karin Alder-Blaser	Alex Rutz	Leonardo Longaretti	
Marc Vauthey	Zippora Wüthrich		Beda Schlumpf	Gabi Senn	

## Struttura del capitale

La struttura del capitale del Gruppo Coop può essere desunta dal bilancio consolidato (pagina 89 del rapporto di gestione) e dalle relative spiegazioni (pagine da 92 a 97). 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. Eccetto il 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).

All'inizio dell'anno, la Regione Nordwestschweiz non aveva più un rappresentante nel Consiglio d'amministrazione a seguito della morte di Roman Kuhn avvenuta nel dicembre 2020. Quattro membri hanno lasciato il Consiglio d'amministrazione a metà aprile: Hansueli Loosli (presidente), Irene Kaufmann (vicepresidente), Peter Eisenhut e Hans-Jürg Käser. A causa della pandemia, per il mandato 2021–2025 i delegati hanno eletto il Consiglio d'amministrazione mediante votazione scritta. I nuovi membri sono Markus Beer, Michael Fuhrer, Grégoire Ribordy, Joos Sutter e Karim Twerenbold. Nella riunione costitutiva, i membri del Consiglio d'amministrazione hanno eletto Joos Sutter e Doris Leuthard rispettivamente presidente e vicepresidente.

Al 31 dicembre 2021, il Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa era composto dai seguenti membri:

Nome	Classe	Funzione attuale	Primo anno di mandato	Eletto/a fino al
Joos Sutter <sup>2</sup>	1964	Presidente	2021	2025
Markus Beer	1970	Membro, rappresentante del personale	2021	2025
Michela Ferrari-Testa	1963	Membro, rappresentante della Regione Ticino	2006	2025
Michael Fuhrer	1972	Membro, rappresentante della Regione Ostschweiz/FL	2021	2025
Susanne Giger	1970	Membro, rappresentante della Regione Zentralschweiz-Zürich	2018	2025
Petra Jörg Perrin <sup>2</sup>	1964	Membro, rappresentante della Regione Bern	2017	2025
Doris Leuthard <sup>1</sup>	1963	Membro, vicepresidente	2019	2025
Grégoire Ribordy	1971	Membro	2021	2025
Bernard Rüeger	1958	Membro, rappresentante della Regione Suisse Romande	2009	2025
Karim Twerenbold	1985	Membro, rappresentante della Regione Nordwestschweiz	2021	2025

<sup>1</sup> Presidente del Comitato di revisione

<sup>2</sup> Membro del Comitato di revisione

## Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

(al 31.12.2021)

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.



### Joos Sutter

Svizzero

#### Formazione:

lic. oec. HSG, 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 Finanze/Servizi o responsabile Vendita presso Interdiscount, Jegenstorf; 2005–2009 responsabile Divisione Interdiscount; 2010–2011 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Trading di Coop Società Cooperativa, Basilea;

2011–2021 presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Retail di Coop Società Cooperativa, Basilea; da maggio 2021 presidente del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa, Basilea

**Mandati in consigli d'amministrazione:**

AgeCore SA, Ginevra; Bell Food Group SA, Basilea (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil (presidente); Swiss Household Services SA, Oberbüren (vicepresidente); Padrinato Coop per le regioni di montagna Società Cooperativa, Basilea (presidente); Transgourmet Holding°AG, Basilea (vicepresidente); Two Spice SA, Zurigo

**Altre funzioni e cariche:**

CPV/CAP Cassa pensione Coop, Basilea (presidente); Consiglio di fondazione della Cassa pensioni Jumbo, Dietlikon (presidente)



---

**Markus Beer**

Svizzero

**Formazione:**

panettiere-pasticciere, responsabile marketing con certificato ImBa, Certified Board Member (Rochester-Bern Executive Programs)

**Carriera professionale:**

1989 panettiere Coop Mittelland; 1994–2000 responsabile Panetteria della casa Coop Zofingen; 2000/01 viceresponsabile Panetteria Coop Mittelland; 2001–2010 responsabile di gruppo Category Management regionale Prodotti di panetteria; 2010–2015 responsabile di gruppo Category Management regionale Alimenti di base/Prodotti surgelati; dal 2015 responsabile Ambito specializzato Panetterie

**Altre funzioni e cariche:**

Associazione degli impiegati Coop (presidente)



---

**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:**

Banca dello Stato del Cantone Ticino, Bellinzona; Helsana SA, Dübendorf (vicepresidente); Helsana Partecipazioni SA, Dübendorf (vicepresidente); Helsana Infortuni SA, Dübendorf (vicepresidente); Helsana Assicurazioni SA, Dübendorf (vicepresidente); Helsana Assicurazioni integrative SA, Dübendorf (vicepresidente); Progrès Assicurazioni SA, Dübendorf (vicepresidente); Mobiliare Svizzera Società Cooperativa, Berna

**Altre funzioni e cariche:**

membro del consiglio di fondazione della Fondation Sana



---

**Michael Fuhrer**

Svizzero

**Formazione:**

dipl. fed. Esperto in finanza e controlling

**Carriera professionale:**

1996–2001 consulente alla clientela Banca Cantonale di San Gallo; 2001–2003 specialista crediti per clienti aziendali Credit Suisse San Gallo; 2003–2004 capo settore Finanza e contabilità Händseler AG; dal 2005 capo reparto Finanza & Amministrazione e membro della Direzione Händseler AG; dal 2021 vicedirettore Händseler AG

**Mandati in altri consigli d'amministrazione:**

Wasserversorgung Herisau

**Altre funzioni e cariche:**

membro del Comitato dell'Associazione IG Sport Region Herisau



---

**Susanne Giger**

Svizzera

**Formazione:**

lic. oec. HSG, Università di San Gallo

**Carriera professionale:**

1995–1998 capo progetto B+R Event AG, Glattbrugg; 1998–2000 responsabile Sponsoring ed eventi Zurigo Compagnia di Assicurazioni SA, Zurigo; 2001–2007 redattrice economica Schweizer Fernsehen und Schweizer Radio DRS, Zurigo e Berna; 2008 scrittrice e giornalista free lance; 2009–2017 redattrice economica e moderatrice Schweizer Radio und Fernsehen SRF, Berna e Zurigo; dal 2018 imprenditrice (Susanne Giger GmbH), Zollikon

**Mandati in altri consigli d'amministrazione:**

consiglio di fondazione Certosa di Ittingen, Warth-Weiningen; consiglio di fondazione Zewo, Zurigo; Gemeinnützige Stiftung gegen die Mädchenbeschneidung (Fondazione senza scopo di lucro contro l'infibulazione), Hittnau (vicepresidente); consiglio di fondazione Guardia Svizzera Pontificia al Vaticano, Friburgo

**Altre funzioni e cariche:**

delegata Patria Società cooperativa; membro del consiglio d'amministrazione di HSG Alumni Women's Chapter; membro del comitato consultivo dell'Istituto Lassalle



---

**Petra Jörg Perrin**

Svizzera

**Formazione:**

dr. rer. oec. Università di Berna

**Carriera professionale:**

dal 1989 redattrice, autrice e docente nonché manager di progetti; dal 2006 Managing Director e dal 2015 CEO presso Rochester-Bern Executive Programs

**Altre funzioni e cariche:**

professore titolare e docente all'Università di Berna; membro del Comitato consultivo per la formazione della Banca cantonale bernese; membro dello Strategic Advisory Board ZippSAFE



---

**Doris Leuthard**

Svizzera

**Formazione:**

lic. iur. Università di Zurigo, avvocato

**Carriera professionale:**

1991–2006 avvocato e partner presso lo studio di avvocatura Fricker Rechtsanwälte, Wohlen. Inoltre membro di vari Consigli d'amministrazione (tra cui Nuova Banca d'Argovia S.A., Società elettrica Laufenburg SA, Baugenossenschaft Merenschwand) e attività politica quale membro del consiglio scolastico distrettuale di Muri (1993–2000), membro del Gran Consiglio del Cantone di Argovia (1997–2000), Consigliera nazionale (1999–2006) nonché presidente del PPD Svizzera (2004–2006).

2006–2018 Consigliera federale, dapprima capo del Dipartimento federale dell'economia (DFE) e dal novembre 2010 capo del Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni (DATEC), 2010 e 2017 presidente della Confederazione

**Mandati in altri consigli d'amministrazione:**

Bell Food Group SA, Basilea (vicepresidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Stadler Rail AG, Bussnang; Transgourmet Holding AG, Basilea

**Altre funzioni e cariche:**

Fondazione Kofi Annan; Fondazione Ulrico Hoepli (presidente), Fondazione Swiss Digital Initiative (presidente), Steering Committee Europa Forum (copresidente), Consiglio di fondazione ETH Zürich Foundation



---

**Grégoire Ribordy**

Svizzero

**Formazione:**

Dr. in Fisica, Università di Ginevra

**Carriera professionale:**

dal 2001 Fondatore e CEO ID Quantique SA, Carouge

**Mandati in altri consigli d'amministrazione:**

Miraex SA, Ecublens

**Altre funzioni e cariche:**

Direzione Alumni Università di Ginevra; Association des Parents d'Elèves de l'Ecole de Troinex



---

**Bernard Rüeger**

Svizzero

**Formazione:**

MBA, Losanna

**Carriera professionale:**

dal 1986 in varie funzioni e 1992–2012 come direttore commerciale presso la società Rüeger SA, Crissier; 2013–2019 presidente della Rüeger Holding SA, Paudex

**Mandati in altri consigli d'amministrazione:**

Alpsens Technologies SA, Crissier (presidente); CSS Holding SA, Lucerna; Groupe Orllati SA, Bioley-Orjulaz; Lycée Tec SA, Ecublens; Precitherm SA, Paudex; Socorex Isba SA, Ecublens; SwissHealth Ventures SA, Lucerna

**Altre funzioni e cariche:**

Association PMEbox (PMEbox); Economiesuisse (vicepresidente)



---

**Karim Twerenbold**

Svizzero

**Formazione:**

BSc International Management, Scuola universitaria professionale della Svizzera nordoccidentale

**Carriera professionale:**

2011–2013 Project Manager/assistente del CEO del gruppo Twerenbold; 2013–2016 CEO del gruppo Twerenbold; dal 2016 titolare e presidente del Consiglio d'amministrazione del gruppo Twerenbold

**Mandati in altri consigli d'amministrazione:**

Rütihöfler Immobilien AG, Baden

**Altre funzioni e cariche:**

Fondazione Werner Twerenbold; direzione Young Presidents Organization (YPO) Zürich Chapter, Consiglio comunale Baden

## **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. La rielezione è possibile. Gli Statuti prevedono un limite della durata dei mandati pari a 16 anni e un limite d'età (si può esercitare il mandato solo fino alla prima Assemblea ordinaria dei delegati dell'anno civile dopo il raggiungimento del 70° 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 nel capitolo "Membri del Consiglio d'amministrazione". Il mandato attuale è iniziato nella primavera del 2021 e terminerà nella primavera del 2025.

## **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, a titolo di supporto, un Comitato di revisione che consiglia il Consiglio d'amministrazione in questioni relative alla presentazione dei conti e alla rendicontazione, alle attività di revisione interna ed esterna, al sistema di controllo interno e alla gestione dei rischi. È oggetto del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi anche la compliance.

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 2021, il Comitato di revisione ha tenuto quattro riunioni.

### **Modalità di lavoro del Consiglio d'amministrazione**

Il Consiglio d'amministrazione si riunisce almeno quattro volte all'anno e con la frequenza necessaria per svolgere le attività incumbenti. 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 2021, il Consiglio d'amministrazione ha tenuto sei riunioni con durate da una a due giornate. Inoltre, ha fatto un viaggio di quattro giorni attraverso la Svizzera. Non sono stati coinvolti consulenti esterni.

## **Regolamentazione 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'articolo 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

### Sistema di informazione del management

Il presidente del Consiglio d'amministrazione e il presidente della Direzione generale si riuniscono una o due volte al mese per discutere di questioni fondamentali relative al Gruppo Coop. Il presidente del Consiglio d'amministrazione prende regolarmente parte alle riunioni della Direzione generale. In occasione di ogni seduta ordinaria del Consiglio d'amministrazione, il presidente della Direzione generale informa dettagliatamente il Consiglio d'amministrazione sull'andamento delle attività commerciali, su progetti e avvenimenti importanti nonché sulle misure adottate. Ogni mese, il Consiglio d'amministrazione riceve 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 2021, 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 l'EBIT 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 2021 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).

### Compliance

Il codice di condotta del Gruppo Coop rende concrete le linee guida di Coop. Il codice di condotta, vincolante per le/i collaboratrici/tori, descrive le regole che disciplinano i rapporti interni, quelli con i nostri clienti e con tutti i nostri partner commerciali. Le regole prevedono in primo luogo l'adozione di un comportamento rispettoso, antidiscriminatorio, onesto e integro, e includono anche il rispetto delle norme di legge e delle direttive interne. Eventuali infrazioni al codice di comportamento vanno comunicate in primo luogo al(la) superiore. Nei casi in cui non fosse possibile, la persona che fornisce la segnalazione può contattare un apposito ufficio. Tutte le informazioni vengono trattate con la massima riservatezza.

## 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(a) presidente autorizzata/o a dare direttive agli altri membri della Direzione generale.

Il 1° maggio 2021 Philipp Wyss ha assunto la carica di Presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa succedendo a Joos Sutter. Negli ultimi anni, è stato vicepresidente della Direzione generale e responsabile della Direzione Marketing/Acquisti. Daniel Stucker è subentrato come suo vice. Philipp Wyss è stato sostituito da Andrea Kramer, ex responsabile Category Management/Acquisti Alimenti di base/Prodotti per la pulizia.

Al 31 dicembre 2021, la Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa era composta dai seguenti membri:

Nome	Classe	Funzione attuale	Membro dal
Philipp Wyss	1966	Presidente della Direzione generale	2009
Reto Conrad	1966	Membro	2012
Christian Coppey	1965	Membro	2017
Daniel Hintermann	1970	Membro	2017
Andrea Kramer	1969	Membro	2021
Daniel Stucker	1964	Vicepresidente della Direzione generale	2011
Adrian Werren	1969	Membro	2016

### Formazione, attività professionali e relazioni d'interesse

(al 31.12.2021)

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



#### Philipp Wyss

Svizzero

#### Formazione:

apprendistato commerciale e tirocinio per macellaio

#### Carriera professionale:

1990–1992 responsabile vendite presso Sempione Gehrig AG, Klus;  
1993–1997 Senior Product Manager presso la Federazione delle cooperative Migros, Zurigo; 1997–2003 Category Manager Carne, Pesce, Prodotti freschi convenienze 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 e vicepresidente della Direzione generale di Coop Società Cooperativa, Basilea; da maggio 2021 presidente della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Retail di Coop Società Cooperativa, Basilea

#### Mandati in consigli d'amministrazione:

AgeCore SA, Ginevra; Bell Food Group SA, Basilea; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon (presidente); Transgourmet Holding AG, Basilea; Two Spice SA, Zurigo

#### Altre funzioni e cariche:

Comitato consultivo Comunità d'interessi Commercio al dettaglio Svizzera



---

**Reto Conrad**

Svizzero

**Formazione:**

lic. oec. HSG, 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, Basilea; 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:**

Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (presidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Interkauf SA, Aarburg; Panflor AG, Zurigo; update Fitness AG, Münchwilen (presidente)

**Altre funzioni e cariche:**

membro del Consiglio di fondazione della CPV/CAP Cassa pensione Coop, Basilea; membro del Consiglio di fondazione della Cassa pensioni Jumbo, Dietlikon (presidente)



---

**Christian Coppey**

Svizzero

**Formazione:**

Arch. dipl. ETH Zurigo, Advanced Master in Urban Planning ENPC Parigi

**Carriera professionale:**

1992–1995 assistente del Prof. D. Schnebli, ETH Zurigo; 1993–2005 responsabile di progetto Coppey & Coppey Architectes, Martigny; 2003–2006 responsabile Corporate Real Estate Svizzera Romanda Credit Suisse, Losanna; 2006–2016 responsabile Real Estate & Shopping Management Maus Frères SA, Ginevra; dal 2017 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Immobili di Coop Società Cooperativa, Basilea.

**Mandati in consigli d'amministrazione:**

Interkauf SA, Aarburg; Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (presidente); Robix AG, Basilea (presidente)



---

**Daniel Hintermann**

Svizzero

**Formazione:**

lic. rer. pol. Università di Berna; dipl. fed. Capo di logistica

**Carriera professionale:**

1997–2001 consulente e responsabile di progetto Abegglen Management Consultants AG, Volketswil; 2001–2005 responsabile assistenza tecnica Interdiscount, Jegenstorf; 2005–2010 responsabile logistica, informatica, assistenza tecnica Interdiscount; 2010–2016 responsabile della Regione logistica Coop Nordwestschweiz, Schafisheim; dal 2017 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Logistica di Coop Società Cooperativa, Basilea.

**Mandati in consigli d'amministrazione:**

Cargo sous terrain SA, Basilea; railCare AG, Härkingen (presidente)



---

**Andrea Kramer**

Svizzera

**Formazione:**

lic. oec. publ. Università di Zurigo

**Carriera professionale:**

1995–1998 capo progetto marketing Winterthur Assicurazioni, Winterthur; 1999–2001 Brand Manager Unilever; 2001–2005 Product Manager Lindt & Sprüngli (Schweiz) AG, Kilchberg; 2005–2010 Key Account Manager, poi Head National Sales e successivamente Country Business Manager Switzerland Nestlé Suisse SA, Divisione Mövenpick Ice Cream; 2011–2013 responsabile Business Unit “Hilcona Fresh Express”, Hilcona SA, Schaan; 2013–2014 Commercial Director “Gourmet Svizzera” Barry Callebaut Svizzera SA, Zurigo; 2014–2021 Category Manager, poi responsabile Category Management/Acquisti “Alimenti di base/Prodotti per la pulizia” Coop Società Cooperativa, Basilea; da maggio 2021 membro della Direzione generale del Gruppo Coop Società Cooperativa e capo della Direzione Marketing/Acquisti di Coop Società Cooperativa, Basilea

**Mandati in consigli d’amministrazione:**

Alifresca SA, Basilea (presidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (presidente)

**Altre funzioni e cariche:**

GfM Società Svizzera per il Marketing (membro del consiglio direttivo); membro del consiglio di fondazione della Fondazione Biore



---

**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 capo 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; inoltre vicepresidente di Gruppo Coop Società Cooperativa

**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); Swiss Household Services SA, Oberbüren (presidente); Elektronik Distribution AG, Basilea (presidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong; Retail Marketing Switzerland AG, Basilea; Service 7000 AG, Netstal (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; Swiss Household Services SA, Oberbüren; Interkauf SA, Aarburg; Marché Ristoranti Svizzera SA, Dietlikon; RS Vertriebs AG, San Gallo; Railcare AG, Härkingen; Retail Marketing Switzerland AG, Basilea (presidente); The Body Shop Switzerland SA, Uster; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Basilea; Transgourmet Holding AG, Basilea; Transgourmet Ibérica, S.A.U., Vilamalla; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Svizzera SA, Basilea

## Contratti di management

Non esistono contratti di management con terze parti.

## Remunerazioni

### Contenuto e modalità di determinazione 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 2021, per le attività del Consiglio d'amministrazione del Gruppo Coop Società Cooperativa nonché di Coop Società Cooperativa e Coop Immobiliare AG sono state versate remunerazioni per un importo pari a 1.4 milioni di franchi (2020: 1.4 milioni di franchi). Alla Direzione generale sono stati versati nel 2021 salari lordi per un importo pari a 4.2 milioni di franchi per sette unità di personale (2020: 4.2 milioni di franchi per 7 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 statuarie.

## 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 2019 da KPMG. Il revisore capo responsabile, Jürg Meisterhans, ha assunto il mandato nel 2019.

### Onorari degli audit

Per adempiere al suo mandato legale per l'anno di esercizio 2021, l'Ufficio di revisione ha fatturato onorari per un totale di 3.6 milioni di franchi.

### Onorari supplementari

Per i servizi aggiuntivi che vanno oltre il mandato legale, l'Ufficio di revisione ha fatturato durante l'anno di esercizio 2021 un totale di 1.2 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 2021, 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 i siti web di Coop. I soci possono inoltre consultare e scaricare dal sito web il rapporto di gestione del Gruppo Coop.

➔ [report.coop.ch](https://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 quadrimestrale scritto informa inoltre i delegati sull'andamento delle attività commerciali correnti.

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

➔ [www.coop.ch/medien](https://www.coop.ch/medien)





# Il Gruppo Coop in cifre

<b>Le cifre indicative</b>	<b>74</b>
Cifre indicative importanti in sintesi	74
Sviluppo del Gruppo Coop	75
Ricavo netto	76
Punti di vendita/Mercati	77
Investimenti (flusso finanziario)	78
Conto economico a valore aggiunto	79
Collaboratrici/tori	80
Sostenibilità	84
<b>Rendiconto sull'anno di esercizio</b>	<b>86</b>
<b>Conto annuale consolidato</b>	<b>88</b>
Conto economico consolidato	88
Bilancio consolidato	89
Rendiconto finanziario consolidato	90
Prospetto di variazione del patrimonio netto	91
Allegato al conto annuale consolidato	92
Relazione dell'ufficio di revisione	114

Tutte le cifre sono state arrotondate singolarmente

## Le cifre indicative

### Cifre indicative importanti in sintesi

#### Fatturato complessivo

**31 872** mio. di CHF

#### Ricavo netto Gruppo

**30 752** mio. di CHF

di cui

**21 654** mio. di CHF Svizzera  
70.4% del ricavo netto Gruppo

**9 098** mio. di CHF Estero  
29.6% del ricavo netto Gruppo

#### Ricavo netto settori

**19 618** mio. di CHF Commercio  
al dettaglio  
58.9% del ricavo netto settori

**13 711** mio. di CHF Commercio  
all'ingrosso/  
Produzione  
41.1% del ricavo netto settori

#### Ricavo netto commercio online

**2 954** mio. di CHF

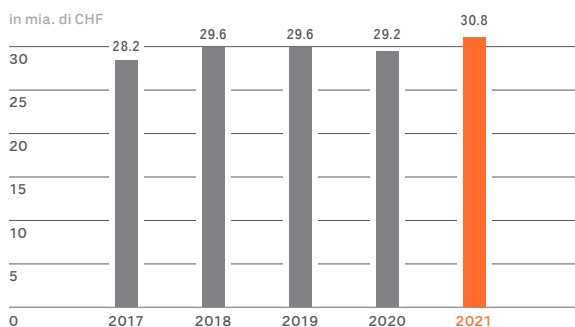
#### Collaboratrici/tori al 31.12

**95 420**

#### Persone in formazione al 31.12

**3 411**

#### Ricavo netto



#### Risultato operativo

**2 376** mio. di CHF EBITDA  
7.7% del ricavo netto

**905** mio. di CHF EBIT  
2.9% del ricavo netto

#### Risultato del periodo

**559** mio. di CHF  
1.8% del ricavo netto

#### Patrimonio netto

**11 060** mio. di CHF  
51.3% Quota di patrimonio netto

#### Flusso finanziario da attività operative

**1 989** mio. di CHF

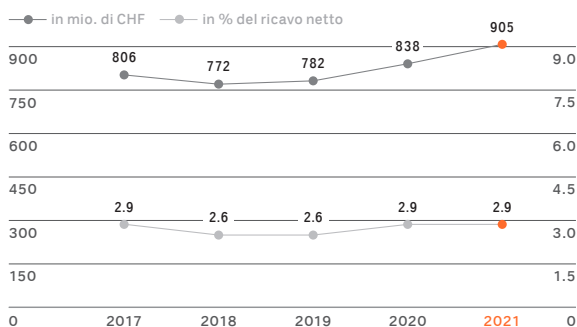
#### Investimenti

**1 979** mio. di CHF

#### Punti di vendita/mercati

**2 617**

#### Risultato operativo (EBIT)



## Sviluppo del Gruppo Coop

in mio. di CHF o come indicato	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Fatturato complessivo</b>	29 207	30 662	30 669	30 173	31 872
<b>Commercio al dettaglio</b>	17 405	17 743	17 986	19 113	19 618
<b>Commercio all'ingrosso/Produzione</b>	13 006	14 170	14 148	12 632	13 711
<b>Consolidamento</b>	-2 259	-2 348	-2 502	-2 592	-2 576
<b>Ricavo netto da forniture e servizi</b>	28 152	29 565	29 633	29 153	30 752
di cui ricavo netto Svizzera	19 476	19 931	20 159	21 110	21 654
in % del ricavo netto	69.2	67.4	68.0	72.4	70.4
di cui ricavo netto Estero	8 676	9 634	9 474	8 043	9 098
in % del ricavo netto	30.8	32.6	32.0	27.6	29.6
<b>Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)</b>	1 994	2 103	2 046	2 227	2 376
in % del ricavo netto (margine EBITDA)	7.1	7.1	6.9	7.6	7.7
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	806	772	782	838	905
in % del ricavo netto (margine EBIT)	2.9	2.6	2.6	2.9	2.9
<b>Risultato del periodo</b>	485	473	531	539	559
in % del ricavo netto (margine di guadagno)	1.7	1.6	1.8	1.8	1.8
<b>Flusso finanziario da attività operative</b>	1 453	1 701	1 877	2 426	1 989
in % del ricavo netto (margine di cash flow)	5.2	5.8	6.3	8.3	6.5
<b>Flusso finanziario da attività d'investimento</b>	-1 473	-1 792	-1 391	-1 293	-1 979
in % del ricavo netto	5.2	6.1	4.7	4.4	6.4
<b>Flusso finanziario da attività di finanziamento</b>	-238	325	-536	-180	-355
<b>Free cash flow<sup>1</sup></b>	99	218	533	1 146	726
<b>Somma di bilancio</b>	19 482	20 364	20 456	20 646	21 569
<b>Patrimonio netto incluse le quote di minoranza</b>	9 339	9 754	10 144	10 579	11 060
Quota di patrimonio netto incluse le quote di minoranza in % Obiettivo > 40.0	47.9	47.9	49.6	51.2	51.3
<b>Debiti finanziari</b>	5 096	5 781	5 348	5 288	5 199
<b>Indebitamento finanziario netto</b>	4 368	4 832	4 427	3 404	3 664
Fattore di indebitamento Obiettivo < 3.0	2.2	2.3	2.2	1.5	1.5
Fattore di copertura degli interessi <sup>2</sup> Obiettivo > 8.0	40.2	42.7	49.9	47.4	53.8
<b>FTE (persone in formazione incluse) al 31.12</b>	74 638	77 448	78 118	78 574	82 697
<b>Collaboratrici/tori (persone in formazione incluse) al 31.12</b>	86 424	89 579	90 520	90 819	95 420
<b>Persone in formazione al 31.12</b>	3 486	3 449	3 457	3 364	3 411
<b>Punti di vendita/mercati Commercio al dettaglio al 31.12</b>	2 296	2 313	2 331	2 352	2 398
<b>Superficie di vendita Commercio al dettaglio in m<sup>2</sup> al 31.12</b>	1 869 362	1 882 500	1 891 525	1 907 627	2 117 125
<b>Punti di vendita/mercati Commercio all'ingrosso/Produzione al 31.12</b>	142	145	148	149	219
<b>Superficie di vendita Commercio all'ingrosso/Produzione in m<sup>2</sup> al 31.12</b>	1 007 100	1 008 731	1 021 119	1 026 269	1 204 221
<b>Numero di soci</b>	2 582 309	2 547 851	2 536 702	2 537 294	2 505 578

Valori dell'anno precedente adattati

<sup>1</sup> Definizione di Free cash flow: flusso finanziario dall'attività operativa con detrazione degli investimenti netti su immobilizzi materiali e immateriali

<sup>2</sup> Definizione di fattore di copertura degli interessi: EBITDA/Oneri per interessi e altri oneri finanziari

## Ricavo netto

in mio. di CHF	2021	2020
<b>Supermercati Coop (coop.ch incluso)</b>	<b>12 103</b>	<b>12 194</b>
Interdiscount	1 107	1 089
Coop City	751	707
Coop Edile+Hobby/Jumbo	948	694
Livique/Lumimart	236	222
Import Parfumerie	133	131
Christ Orologi & Gioielli	77	72
Ing. dipl. Fust	1 022	1 018
Coop Vitality AG	261	233
The Body Shop Switzerland SA	24	25
Coop Mineraloel AG	2 496	2 197
Betty Bossi	92	92
Marché Ristoranti Svizzera SA	72	68
Coop Ristorante	109	153
Altre società/formati ed effetti di consolidamento del settore	186	218
<b>Formati specializzati</b>	<b>7 514</b>	<b>6 918</b>
<b>Commercio al dettaglio</b>	<b>19 618</b>	<b>19 113</b>
Transgourmet France	1 227	962
Transgourmet Ibérica	526	
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 382	5 200
Transgourmet Svizzera	1 454	1 480
Transgourmet Österreich	506	463
Altre società ed effetti di consolidamento Transgourmet	6	3
<b>Gruppo Transgourmet</b>	<b>9 100</b>	<b>8 109</b>
Bell Food Group	4 152	4 019
Coop Società Cooperativa Produzione	820	853
Altre società ed effetti di consolidamento del settore	-361	-350
<b>Commercio all'ingrosso/Produzione</b>	<b>13 711</b>	<b>12 632</b>
<b>Consolidamento Gruppo Coop</b>	<b>-2 576</b>	<b>-2 592</b>
<b>Ricavo netto</b>	<b>30 752</b>	<b>29 153</b>
<b>Altri ricavi operativi</b>	<b>1 120</b>	<b>1 020</b>
<b>Fatturato complessivo</b>	<b>31 872</b>	<b>30 173</b>
di cui ricavo netto commercio online	2 954	2 601
Commercio online Elettronica di consumo	841	800
- Microspot.ch	358	334
- Nettoshop.ch	116	113
- Altri	367	354
coop.ch	266	232
Altro commercio online Commercio al dettaglio	224	207
Commercio online Commercio al dettaglio	1 330	1 239
Commercio online Commercio all'ingrosso/Produzione	1 624	1 362
di cui ricavo netto Svizzera	21 654	21 110
di cui ricavo netto Estero	9 098	8 043

Valori dell'anno precedente adattati

## Punti di vendita/Mercati

	2021	Quantità al 31.12 2020	Superficie di vendita in m <sup>2</sup> al 31.12 2021	Superficie di vendita in m <sup>2</sup> al 31.12 2020
<b>Supermercati Coop</b>	<b>955</b>	<b>943</b>	<b>1 012 157</b>	<b>1 006 531</b>
Interdiscount	173	175	52 229	52 681
Coop City	31	32	128 149	131 246
Coop Edile+Hobby/Jumbo	113	73	507 080	307 197
Livique/Lumimart	45	44	128 420	123 300
Import Parfumerie	110	114	9 159	9 435
Christ Orologi & Gioielli	61	62	5 103	5 118
Ing. dipl. Fust	153	157	85 978	86 998
Coop Vitality AG	88	87	10 610	10 445
The Body Shop Switzerland SA	43	45	2 473	2 610
Coop Mineraloel AG	328	326	39 331	38 795
Marché Ristoranti Svizzera SA	39	36	16 197	15 858
Coop Ristorante	192	195	60 850	61 100
BâleHotels	7	6		
update Fitness AG	59	56	59 389	56 313
Tropenhaus	1	1		
<b>Formati specializzati</b>	<b>1 443</b>	<b>1 409</b>	<b>1 104 968</b>	<b>901 096</b>
<b>Commercio al dettaglio</b>	<b>2 398</b>	<b>2 352</b>	<b>2 117 125</b>	<b>1 907 627</b>
Transgourmet Ibérica	70		178 346	
Transgourmet Central and Eastern Europe	105	105	842 834	843 228
Transgourmet Svizzera	31	31	127 560	127 560
Transgourmet Österreich	13	13	55 481	55 481
Gruppo Transgourmet	219	149	1 204 221	1 026 269
<b>Commercio all'ingrosso/Produzione</b>	<b>219</b>	<b>149</b>	<b>1 204 221</b>	<b>1 026 269</b>
<b>Gruppo Coop</b>	<b>2 617</b>	<b>2 501</b>	<b>3 321 346</b>	<b>2 933 896</b>

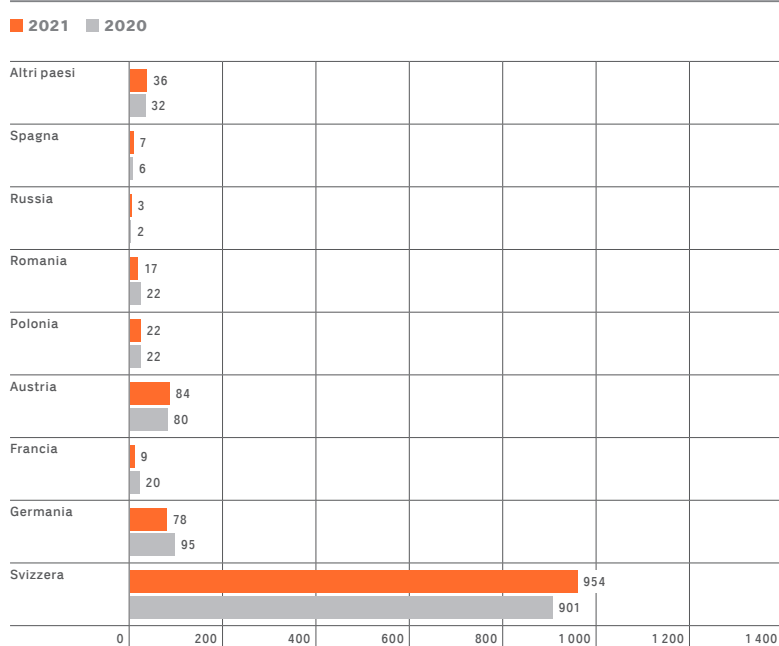
Valori dell'anno precedente adattati

## Investimenti (flusso finanziario)

in mio. di CHF	2017	2018	2019	2020	2021
Svizzera	920	1 016	888	901	954
Germania	161	224	144	95	78
Francia	27	43	24	20	9
Austria	58	95	68	80	84
Polonia	32	35	29	22	22
Romania	23	33	37	22	17
Russia	38	36	10	2	3
Spagna	6	24	17	6	7
Altri paesi	16	38	31	32	36
<b>Estero</b>	<b>361</b>	<b>527</b>	<b>360</b>	<b>280</b>	<b>256</b>
<b>Investimenti in immobilizzi materiali</b>	<b>1 281</b>	<b>1 544</b>	<b>1 248</b>	<b>1 181</b>	<b>1 210</b>
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	59	198	41	42	68
<b>Investimenti netti in immobilizzi materiali</b>	<b>1 222</b>	<b>1 346</b>	<b>1 206</b>	<b>1 138</b>	<b>1 142</b>
Altri investimenti netti	251	446	184	154	837
<b>Investimenti netti</b>	<b>1 473</b>	<b>1 792</b>	<b>1 391</b>	<b>1 293</b>	<b>1 979</b>

Valori dell'anno precedente adattati

### Investimenti in immobilizzi materiali per paese in mio. di CHF



## Conto economico a valore aggiunto

in mio. di CHF	2021	2020	Indice %
Ricavo netto da forniture e servizi	30 752	29 153	105.5
Altri servizi operativi	1 161	1 062	109.3
Costo merci e altre prestazioni preliminari	23 125	21 806	106.1
<b>Valore aggiunto lordo</b>	<b>8 788</b>	<b>8 409</b>	<b>104.5</b>
Ammortamenti/altro	1 459	1 398	104.4
<b>Valore aggiunto aziendale</b>	<b>7 329</b>	<b>7 011</b>	<b>104.5</b>
<b>Collaboratrici/tori</b>			
Salari e stipendi	3 947	3 847	102.6
Oneri sociali/altri oneri	1 360	1 276	106.5
Mano pubblica	1 274	1 176	108.4
Mutuanti	44	47	93.9
Interessi di minoranza (azionisti terzi)	144	126	114.5
Utili non distribuiti (autofinanziamento)	559	539	103.8
<b>Ripartizione del valore aggiunto</b>	<b>7 329</b>	<b>7 011</b>	<b>104.5</b>

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 72.4% (anno precedente: 73.1%), la maggior parte del valore aggiunto finisce ai collaboratori del Gruppo Coop. Il Gruppo Coop contava 82 697 FTE (anno precedente: 78 574).

Il 17.4% (anno precedente: 16.8%) è destinato alla mano pubblica sotto forma di imposte, dazi doganali e tasse.

Lo 0.6% (anno precedente: 0.7%) 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.

## Collaboratrici/tori

### FTE

	2021	2020
Supermercati Coop (coop.ch incluso)	20 287	20 257
Interdiscount	1 606	1 630
Coop City	1 946	1 985
Coop Edile+Hobby/Jumbo	2 942	1 659
Livique/Lumimart	654	621
Import Parfumerie	463	479
Christ Orologi & Gioielli	269	273
Ing. dipl. Fust	2 244	2 247
Coop Vitality AG	731	712
The Body Shop Switzerland SA	137	141
Coop Mineraloel AG	124	122
Betty Bossi	104	99
Marché Ristoranti Svizzera SA	555	533
Coop Ristorante	1 431	1 449
Altre società e formati	1 063	975
Logistica/Settori centrali	5 607	5 564
<b>Commercio al dettaglio</b>	<b>40 163</b>	<b>38 746</b>
Transgourmet France	2 784	2 796
Transgourmet Ibérica	2 208	
Transgourmet Central and Eastern Europe	20 983	20 726
Transgourmet Svizzera	1 785	1 821
Transgourmet Österreich	1 605	1 558
<b>Gruppo Transgourmet</b>	<b>29 365</b>	<b>26 900</b>
Bell Svizzera	4 770	4 784
Bell Estero	6 583	6 332
Bell Food Group	11 353	11 116
Coop Società Cooperativa Produzione	1 806	1 801
Altre società	11	11
<b>Commercio all'ingrosso/Produzione</b>	<b>42 534</b>	<b>39 828</b>
<b>FTE (persone in formazione incluse) al 31.12</b>	<b>82 697</b>	<b>78 574</b>

Valori dell'anno precedente adattati



## Collaboratrici/tori

	2021	2020
<b>Supermercati Coop (coop.ch incluso)</b>	<b>26 370</b>	<b>26 399</b>
Interdiscount	1 683	1 714
Coop City	2 413	2 451
Coop Edile+Hobby/Jumbo	3 570	2 060
Livique/Lumimart	748	705
Import Parfumerie	606	630
Christ Orologi & Gioielli	364	368
Ing. dipl. Fust	2 319	2 322
Coop Vitality AG	1 022	985
The Body Shop Switzerland SA	198	205
Coop Mineraloel AG	130	128
Betty Bossi	126	120
Marché Ristoranti Svizzera SA	807	794
Coop Ristorante	1 847	1 889
Altre società e formati	1 916	1 800
Logistica/Settori centrali	6 087	6 036
<b>Commercio al dettaglio</b>	<b>50 206</b>	<b>48 606</b>
Transgourmet France	2 882	2 851
Transgourmet Ibérica	2 312	
Transgourmet Central and Eastern Europe	22 551	22 126
Transgourmet Svizzera	1 953	1 989
Transgourmet Österreich	1 727	1 660
<b>Gruppo Transgourmet</b>	<b>31 425</b>	<b>28 626</b>
Bell Svizzera	5 100	5 152
Bell Estero	6 781	6 540
Bell Food Group	11 881	11 692
Coop Società Cooperativa Produzione	1 897	1 884
Altre società	11	11
<b>Commercio all'ingrosso/Produzione</b>	<b>45 214</b>	<b>42 213</b>
<b>Collaboratrici/tori (persone in formazione incluse) al 31.12</b>	<b>95 420</b>	<b>90 819</b>

Valori dell'anno precedente adattati

## Persone in formazione

	2021	2020
<b>Supermercati Coop (coop.ch incluso)</b>	<b>1 248</b>	<b>1 275</b>
Interdiscount	290	308
Coop City	156	154
Coop Edile+Hobby/Jumbo	164	113
Livique/Lumimart	35	38
Import Parfumerie	38	42
Christ Orologi & Gioielli	16	19
Ing. dipl. Fust	97	91
Coop Vitality AG	152	142
The Body Shop Switzerland SA	1	
Coop Mineraloel AG	4	3
Marché Ristoranti Svizzera SA	14	10
Coop Ristorante	13	18
Altre società e formati	27	32
Logistica/Settori centrali	174	175
<b>Commercio al dettaglio</b>	<b>2 429</b>	<b>2 420</b>
Transgourmet France	48	31
Transgourmet Ibérica	1	
Transgourmet Central and Eastern Europe	570	557
Transgourmet Svizzera	91	88
Transgourmet Österreich	76	75
<b>Gruppo Transgourmet</b>	<b>786</b>	<b>751</b>
Bell Svizzera	91	86
Bell Estero	66	71
Bell Food Group	157	157
Coop Società Cooperativa Produzione	39	36
<b>Commercio all'ingrosso/Produzione</b>	<b>982</b>	<b>944</b>
<b>Persone in formazione al 31.12</b>	<b>3 411</b>	<b>3 364</b>

Valori dell'anno precedente adattati

## Diversità collaboratrici/tore

in %	Commercio al dettaglio		Commercio all'ingrosso/Produzione 2020		Gruppo Coop	
	2021	2020	2021	2020	2021	2020
<b>Rapporto di lavoro</b>						
Collaboratrici/tori a tempo pieno	56.5	55.7	80.4	80.5	67.8	67.2
Collaboratrici/tori a tempo parziale	43.5	44.3	19.6	19.5	32.2	32.8
<b>Quota di donne</b>						
con grado di occupazione a tempo pieno	43.1	43.7	37.5	37.7	40.0	40.4
con grado di occupazione a tempo parziale	85.6	85.2	60.9	60.8	78.5	78.5
nel management	42.8	42.8	26.9	27.0	36.5	36.6
nel CdA e nella DG del Gruppo Coop Società Cooperativa					29.4	29.4
Quota di collaboratrici/tori sopra i 50 anni	26.6	26.4	29.9	28.5	28.1	27.4
<b>Persone in formazione</b>						
Vendita	86.0	86.0	27.8	27.3	69.2	69.5
Settore commerciale	4.6	4.9	39.4	40.3	14.6	14.8
Artigianato/altro	9.4	9.1	32.8	32.4	16.2	15.7
<b>Paese di lavoro</b>						
Svizzera	99.5	99.6	19.8	21.4	61.8	63.2
Germania			30.5	31.7	14.4	14.7
Polonia			11.0	11.7	5.2	5.4
Romania			10.7	11.2	5.1	5.2
Spagna			5.7	0.5	2.7	0.2
Francia			7.2	7.7	3.4	3.6
Austria			7.5	7.5	3.6	3.5
altri	0.5	0.4	7.7	8.3	3.9	4.1
<b>Nazionalità<sup>1</sup></b>						
Svizzera	68.3	67.1	43.3	42.7	64.5	63.3
Esteri	31.7	32.9	56.7	57.3	35.5	36.7

Valori dell'anno precedente adattati

<sup>1</sup> solo di settori con sede sociale in Svizzera

## Sostenibilità

### Prodotti sostenibili

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Fatturato assortimenti sostenibili</b>					
in mio. di CHF					
Fatturato assortimenti sostenibili Gruppo Coop	4 256	4 671	4 711	5 449	5 858
di cui bio	1 389	1 653	1 793	2 003	2 113
di cui fairtrade <sup>1</sup>	514	755	760	797	818

<sup>1</sup> fino al 2017 esclusi UTZ e Rainforest Alliance

### Imballaggi

in tonnellate

Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio al dettaglio	145	336	273	1 849	1 048
Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Commercio all'ingrosso/Produzione	287	605	277	523	415
Riduzione e ottimizzazione degli imballaggi Supermercati dal 2012 (cumulata)					36 500

### Tutela dell'ambiente e del clima

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Consumo energetico</b>					
in megawattora					
Commercio al dettaglio	1 167 296	1 115 086	1 081 532	1 029 387	1 009 469
Commercio all'ingrosso/Produzione	1 602 460	1 593 851	1 608 521	1 592 257	1 615 275
Consumo energetico totale	2 769 756	2 708 937	2 690 052	2 621 643	2 624 744

Dal 2019 nuovo sistema di rilevamento

### Vettori energetici rinnovabili

Quota in %

Commercio al dettaglio	68.5	71.5	68.9	69.1	66.9
Commercio all'ingrosso/Produzione	39.6	40.1	38.4	39.1	40.7
Quota di vettori energetici rinnovabili	51.8	53.7	50.9	51.3	51.1

### Emissioni di biossido di carbonio (CO<sub>2</sub>)

in tonnellate

Commercio al dettaglio	105 751	97 983	87 541	85 349	87 381
Commercio all'ingrosso/Produzione	309 806	322 224	363 558	347 826	310 871
Emissioni totali di biossido di carbonio (CO <sub>2</sub> )	415 557	420 207	451 099	433 175	398 252

Dal 2019 nuovo sistema di rilevamento

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Consumo idrico</b>					
in migliaia di metri cubi					
Commercio al dettaglio	1 300	1 378	1 313	1 235	972
Commercio all'ingrosso/Produzione	6 115	6 756	6 069	7 282	6 923
<b>Consumo idrico totale</b>	<b>7 415</b>	<b>8 134</b>	<b>7 382</b>	<b>8 517</b>	<b>7 895</b>

Dal 2020 nuovo sistema di rilevamento

## Rifiuti

### Quota di riciclaggio

in %

Commercio al dettaglio	80.7	80.5	81.1	81.7	79.2
Commercio all'ingrosso/Produzione	76.9	78.6	80.0	83.4	84.0

Valori dell'anno precedente adattati

Dal 2021 nuovo sistema di rilevamento

### Quantità di rifiuti

in tonnellate

Commercio al dettaglio	139 445	136 665	132 474	136 101	138 087
Commercio all'ingrosso/Produzione	109 551	124 073	141 352	148 457	156 001
<b>Quantità totale di rifiuti</b>	<b>248 996</b>	<b>260 738</b>	<b>273 826</b>	<b>284 558</b>	<b>294 088</b>

Valori dell'anno precedente adattati

## Impegno sociale

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Impegno sociale</b>					
in migliaia di CHF					
Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile	17 511	17 146	16 850	16 850	16 850
Padrinato Coop per le regioni di montagna	700	606	597	658	643
Altri contributi per progetti di natura sociale	5 782	6 952	7 176	5 439	5 592
<b>Impegno sociale totale</b>	<b>23 993</b>	<b>24 704</b>	<b>24 623</b>	<b>22 947</b>	<b>23 085</b>

Valori dell'anno precedente adattati

## 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 2021 è aumentato del 5.5% a 30 752 milioni di CHF (anno precedente: 29 153 milioni di CHF). Il fatturato complessivo del Gruppo Coop ammonta a 31 872 milioni di CHF (anno precedente: 30 173 milioni di CHF). Con il commercio online, il Gruppo ha conseguito un ricavo netto di 2 954 milioni di CHF (anno precedente: 2 601 milioni di CHF).

#### Risultato operativo (EBIT)

Le spese per il personale ammontano a 5 266 milioni di CHF e gli altri costi operativi a 3 325 milioni di CHF. Il risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA) ammonta a 2 376 milioni di CHF (anno precedente: 2 227 milioni di CHF) e genera un margine EBITDA leggermente più elevato pari al 7.7%.

Gli ammortamenti, pari a 1 471 milioni di CHF, si compongono di ammortamenti su fabbricati/terreni e impianti per 636 milioni di CHF, altri immobilizzi materiali per 483 milioni di CHF, avviamento per 125 milioni di CHF e altri immobilizzi immateriali per 227 milioni di CHF. Il risultato operativo (EBIT), pari a 905 milioni di CHF, è superiore rispetto all'esercizio precedente (838 milioni di CHF), con un margine EBIT che rimane stabile al 2.9%.

#### Risultato d'esercizio

L'inclusione delle organizzazioni associate genera un utile di 6 milioni di CHF. La perdita legata al risultato su valute estere e al risultato finanziario ammonta a 41 milioni di CHF (anno precedente: perdita di 51 milioni di CHF). Una volta dedotti 3 milioni di CHF per un guadagno estraneo all'esercizio, 169 milioni di CHF di imposte sul reddito (anno precedente: 117 milioni di CHF) e 144 milioni di CHF di partecipazioni minoritarie (anno precedente: 126 milioni di CHF), risulta un utile netto di 559 milioni di CHF, ovvero 21 milioni di CHF in più rispetto all'anno precedente.

### Analisi per settore

#### Commercio al dettaglio

Nel commercio al dettaglio, Coop registra una crescita del 2.6%, realizzando un ricavo netto di 19 618 milioni di CHF.

Il ricavo netto dei supermercati Coop, compreso coop.ch, ammonta a 12 103 milioni di CHF ed è pertanto leggermente inferiore al record realizzato l'anno precedente.

I formati specializzati sono riusciti a compensare le perdite di fatturato temporanee registrate durante il secondo lockdown generando un ricavo netto di 7 514 milioni di CHF. Il segmento dell'elettronica di consumo ha realizzato un ricavo netto di 2 129 milioni di CHF. Ciò equivale a una crescita dell'1.0%. Coop ha così consolidato la propria posizione di leader nel mercato dell'elettronica di consumo.

Livique/Lumimart è riuscita a guadagnare nuove quote di mercato e a incrementare il ricavo netto del 6.6% a 236 milioni di CHF.

Con l'acquisizione di Jumbo, Coop Edile+Hobby rafforza la propria posizione di leader nel settore dei mercati edili. Il ricavo netto, pari a 948 milioni di CHF, ha superato del 36.5% quello dell'anno precedente.

Il ricavo netto dei grandi magazzini Coop City è aumentato del 6.2%, attestandosi a 751 milioni di CHF. Coop Mineraloel AG si conferma leader di mercato. Il ricavo netto pari a 2 496 milioni di CHF è aumentato del 13.6% rispetto a quello dell'anno precedente. L'aumento è dovuto alle maggiori vendite di carburanti e combustibili; anche gli shop Pronto hanno registrato un aumento dell'1.2%.

Coop Vitality AG ha nuovamente registrato un andamento molto positivo, incrementando il ricavo netto del 12.2% a 261 milioni di CHF.

Nel commercio al dettaglio online, il ricavo netto è cresciuto del 7.4% a 1 330 milioni di CHF. A questo risultato hanno contribuito in modo determinante Microspot.ch e Coop.ch. Il supermercato online coop.ch ha registrato una crescita del 14.6%, totalizzando un ricavo netto di 266 milioni di franchi.

I punti di vendita del settore (inclusi i ristoranti) sono ora 2 398, ossia 46 in più. Il Gruppo Coop impiega nel commercio al dettaglio 50 206 collaboratori e collaboratrici (anno precedente: 48 606).

### **Commercio all'ingrosso/Produzione**

Malgrado le rinnovate chiusure nel settore della ristorazione legate alla pandemia, il settore Commercio all'ingrosso/Produzione è in ripresa ed è riuscito a realizzare un ricavo netto di 13 711 milioni di CHF (anno precedente: 12 632 milioni di CHF).

Il gruppo Transgourmet, che opera nel settore del Cash&Carry e del rifornimento all'ingrosso in Germania, Polonia, Romania, Russia, Francia, Austria, Spagna e Svizzera, ha realizzato un ricavo netto di 9 100 milioni di CHF (anno precedente: 8 109 milioni di CHF), pari a un aumento del 12.2%.

Transgourmet gestisce complessivamente 219 mercati Cash&Carry (anno precedente: 149) con 31 425 collaboratori e collaboratrici (anno precedente: 28 626) alle proprie dipendenze. Questa crescita è dovuta principalmente all'acquisizione del gruppo Transgourmet Ibérica.

Il ricavo netto delle aziende di produzione è aumentato del 2.0% a 4 980 milioni di CHF (anno precedente: 4 879 milioni di CHF).

Il Bell Food Group è tra i principali operatori in Europa per la lavorazione della carne e di prodotti convenience. Con i marchi Bell, Hilcona, Eisberg e Hügli, il gruppo copre le svariate esigenze dei clienti, che operano in diversi settori, tra cui commercio, Foodservice e industria alimentare. Con 4 152 milioni di CHF il ricavo netto ha superato del 3.3% quello dell'anno precedente (4 019 milioni). Il Bell Food Group conta 11 881 collaboratori e collaboratrici (anno precedente: 11 692).

## **Situazione finanziaria e patrimoniale**

### **Bilancio**

La somma di bilancio del Gruppo Coop è aumentata di 923 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Sul lato degli attivi, l'attivo circolante è aumentato di 370 milioni di CHF, passando a 7 257 milioni di CHF, a fronte di un calo delle liquidità e un incremento dei crediti e delle scorte. L'attivo fisso è cresciuto di 553 milioni di CHF a 14 312 milioni di CHF. Gli investimenti e gli aumenti derivanti dalle acquisizioni hanno superato gli ammortamenti programmati e non programmati. Il capitale di terzi, attestatosi a 10 508 milioni di CHF, è salito di 442 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il capitale di terzi a breve termine è salito di 628 milioni di CHF a 5 062 milioni di CHF, mentre quello a lungo termine è sceso di 186 milioni di CHF a 5 446 milioni di CHF. Per quanto riguarda il capitale di terzi a lungo termine, il Gruppo Coop si finanzia tramite prestiti e depositi. Il patrimonio netto, incluse le partecipazioni minoritarie, è salito a 11 060 milioni di CHF. Al 31 dicembre 2021 la quota di patrimonio netto, attestatasi al 51.3%, si situa ben al di sopra dell'obiettivo strategico del 40%.

### **Rendiconto finanziario**

Il flusso monetario da attività operativa ammonta a 1 989 milioni di CHF, con un calo di 437 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Il deflusso monetario da attività di investimento, pari a 1 979 milioni di CHF, corrisponde a 686 milioni di CHF in più rispetto all'anno precedente. Ciò è dovuto principalmente all'aumento delle uscite per le acquisizioni. Sono stati investiti al netto 1 263 milioni di CHF in immobilizzi materiali e immateriali e 717 milioni di CHF in acquisizioni. Negli investimenti finanziari / titoli è stato registrato un disinvestimento netto di 1 milione di CHF. Ne è derivato un free cash flow di 726 milioni di CHF. Il deflusso monetario da attività di finanziamento ammonta a 355 milioni di CHF. Il Gruppo Coop Società Cooperativa ha rimborsato un prestito di 200 milioni di CHF e i debiti finanziari a breve e lungo termine hanno registrato un calo pari complessivamente a 43 milioni di CHF. Sono inoltre stati versati dividendi agli azionisti minoritari per un importo di 112 milioni di CHF.

## Conto annuale consolidato

### Conto economico consolidato

in mio. di CHF	Spiegazioni	2021	2020
Ricavo netto da forniture e servizi	1	30 752	29 153
Altri ricavi operativi	2	1 120	1 020
Costo delle merci		20 905	19 733
Costi del personale	3	5 266	5 082
Altri costi operativi	4	3 325	3 131
<b>Risultato operativo al lordo di interessi, imposte e ammortamenti (EBITDA)</b>		<b>2 376</b>	<b>2 227</b>
Ammortamenti immobilizzi materiali	5	1 119	1 111
Ammortamenti immobilizzi immateriali	5	352	278
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>1</b>	<b>905</b>	<b>838</b>
Risultato organizzazioni associate		6	-10
Risultato da valute estere		-8	-18
Risultato finanziario	6	-33	-33
<b>Risultato ordinario</b>		<b>870</b>	<b>777</b>
Risultato estraneo all'esercizio	7	3	4
<b>Risultato ante imposte sull'utile (EBT)</b>		<b>873</b>	<b>782</b>
Imposte sull'utile	8	169	117
<b>Risultato al netto delle imposte sull'utile</b>		<b>703</b>	<b>664</b>
Quote di minoranza		144	126
<b>Risultato del periodo</b>		<b>559</b>	<b>539</b>



## Bilancio consolidato

in mio. di CHF	Spiegazioni	31.12.2021	31.12.2020
Liquidità	9	1 532	1 880
Titoli		3	4
Crediti da forniture e servizi	10	1 198	1 028
Altri crediti a breve termine	11	293	266
Ratei e risconti attivi		648	539
Rimanenze	12	3 583	3 170
<b>Attivo circolante</b>		<b>7 257</b>	<b>6 887</b>
Immobilizzi materiali	13	13 119	12 675
Immobilizzi finanziari	14	165	150
Immobilizzi immateriali	15	1 028	934
<b>Attivo fisso</b>		<b>14 312</b>	<b>13 759</b>
<b>Attivi</b>		<b>21 569</b>	<b>20 646</b>
Debiti da forniture e servizi		1 899	1 666
Debiti finanziari a breve termine	16	929	756
Altri debiti a breve termine	17	409	440
Accantonamenti a breve termine	18	301	284
Ratei e risconti passivi		1 524	1 289
Capitale di terzi a breve termine		5 062	4 434
Debiti finanziari a lungo termine	16	4 270	4 532
Accantonamenti a lungo termine	18	1 176	1 101
Capitale di terzi a lungo termine		5 446	5 632
<b>Capitale di terzi</b>		<b>10 508</b>	<b>10 066</b>
Riserve da utili		10 076	9 636
Riserve di capitale		-241	-241
Risultato del periodo		559	539
Patrimonio netto senza quote di minoranza		10 395	9 934
Quote di minoranza		665	645
<b>Patrimonio netto incluse le quote di minoranza</b>		<b>11 060</b>	<b>10 579</b>
<b>Passivi</b>		<b>21 569</b>	<b>20 646</b>

## Rendiconto finanziario consolidato

in mio. di CHF	2021	2020
Risultato al netto delle imposte sull'utile	703	664
Ammortamenti	1 228	1 196
Perdite per riduzioni durevoli di valore	254	212
Soppressione di riduzioni durevoli di valore	-10	-18
Utili (-)/perdite da cessione attivo fisso	-26	-9
Altri costi/ricavi senza effetto sulla liquidità	75	127
Risultato organizzazioni associate	-6	10
Dividendi percepiti da organizzazioni associate	1	1
Aumento (-)/Riduzione dei crediti da forniture e servizi	-125	226
Aumento (-)/Riduzione degli altri crediti e dei ratei e risconti attivi	-112	36
Aumento (-)/Riduzione delle rimanenze	-273	88
Aumento/Riduzione (-) dei debiti da forniture e servizi	71	-117
Aumento/Riduzione (-) degli altri debiti a breve termine e dei ratei e risconti passivi	153	-9
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a breve termine	19	10
Aumento/Riduzione (-) degli accantonamenti a lungo termine	37	8
<b>Flusso finanziario da attività operative</b>	<b>1 989</b>	<b>2 426</b>
Investimenti in immobilizzi materiali	-1 210	-1 181
Disinvestimenti in immobilizzi materiali	68	42
Investimenti in immobilizzi finanziari/titoli	-8	-20
Disinvestimenti in immobilizzi finanziari/titoli	9	12
Versamenti per l'acquisizione di organizzazioni consolidate	-717	-4
Investimenti in immobilizzi immateriali	-121	-144
Disinvestimenti in immobilizzi immateriali	1	2
<b>Flusso finanziario da attività d'investimento</b>	<b>-1 979</b>	<b>-1 293</b>
Accensioni di prestiti	0	320
Rimborso di prestiti	-200	-300
Aumento/Riduzione del capitale	0	2
Dividendi agli azionisti minoritari	-112	-111
Acquisto/Vendita quote di minoranza	0	-6
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a breve termine	-265	-142
Aumento/Riduzione (-) dei debiti finanziari a lungo termine	223	59
<b>Flusso finanziario da attività di finanziamento</b>	<b>-355</b>	<b>-180</b>
<b>Saldo flusso finanziario</b>	<b>-345</b>	<b>954</b>
Liquidità all'inizio del periodo d'esercizio	1 880	917
Saldo flusso finanziario	-345	954
Effetto valutario liquidità	-3	9
<b>Liquidità alla fine del periodo d'esercizio</b>	<b>1 532</b>	<b>1 880</b>

## Prospetto di variazione del patrimonio netto

in mio. di CHF	Utili non distribuiti	Differenze di valuta cumulate	Riserve di capitale	Risultato del periodo	Patrimonio netto escluse le quote di minoranza	Quote di minoranza	Patrimonio netto incluse le quote di minoranza
<b>Patrimonio netto al 01.01.2021</b>	<b>10 331</b>	<b>-695</b>	<b>-241</b>	<b>539</b>	<b>9 934</b>	<b>645</b>	<b>10 579</b>
Aumento/Riduzione del capitale							
Acquisto/Vendita quote di minoranza							
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	539			-539			
Risultato del periodo				559	559	144	703
Dividendi						-112	-112
Effetto valutario		-98			-98	-12	-110
<b>Patrimonio netto al 31.12.2021</b>	<b>10 870</b>	<b>-793</b>	<b>-241</b>	<b>559</b>	<b>10 395</b>	<b>665</b>	<b>11 060</b>
<b>Patrimonio netto al 01.01.2020</b>	<b>9 800</b>	<b>-584</b>	<b>-233</b>	<b>531</b>	<b>9 514</b>	<b>630</b>	<b>10 144</b>
Aumento/Riduzione del capitale						2	2
Acquisto/Vendita quote di minoranza			-8		-8	1	-6
Utilizzo dell'utile netto dell'anno precedente	531			-531			
Risultato del periodo				539	539	126	664
Dividendi						-111	-111
Effetto valutario		-111			-111	-3	-114
<b>Patrimonio netto al 31.12.2020</b>	<b>10 331</b>	<b>-695</b>	<b>-241</b>	<b>539</b>	<b>9 934</b>	<b>645</b>	<b>10 579</b>

Un incremento o una riduzione della quota di partecipazione detenuta in società consolidate integralmente è considerata un'operazione con i soci. La differenza tra il prezzo della transazione e la corrispondente quota di minoranza è compensata con il patrimonio netto e iscritta nelle riserve di capitale.

## 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 2021 e fornisce un quadro veritiero dello stato patrimoniale, finanziario ed economico. I conti del Gruppo Coop sono allestiti in conformità alle direttive globali delle Raccomandazioni professionali per l'allestimento dei conti annuali Swiss GAAP RPC e alle prescrizioni della legislazione svizzera.

La base di valutazione degli attivi è costituita dai costi di acquisto o di produzione. I passivi sono iscritti al valore storico. Il conto economico è rappresentato secondo il metodo dei costi per natura. I principi di valutazione sono stati applicati in modo invariato rispetto all'anno precedente. Il conto annuale consolidato del Gruppo Coop è rappresentato in franchi svizzeri (CHF). Salvo indicazione contraria, tutti gli importi sono espressi in milioni di franchi svizzeri.

#### Rendiconto finanziario

Il rendiconto finanziario è preparato sulla base del fondo Mezzi liquidi. Il flusso finanziario da 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 nell'allegato al conto annuale consolidato.

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 società sulle quali il Gruppo Coop può esercitare un influsso determinante, di norma quando la percentuale dei diritti di voto è compresa tra il 20 e il 50%.

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 a valori equi in base ai principi uniformi del gruppo e integrate nel conto annuale consolidato a partire dal momento in cui la presa di controllo diventa effettiva. 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. Un incremento o una riduzione della quota di partecipazione detenuta in società consolidate integralmente è considerata un'operazione con i soci. Di conseguenza, gli utili e le perdite derivanti da tali operazioni sono compensati direttamente con il patrimonio netto.

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. Gli effetti valutari derivanti dalla conversione in franchi svizzeri di chiusure predisposte in valuta estera nel bilancio e nel conto economico vengono registrati nel patrimonio netto esclusivamente senza alcuna incidenza sul risultato. In caso di vendita di società affiliate o aziende associate estere, le differenze di valuta proporzionali accumulate restano nel patrimonio netto e non vengono trasferite al conto economico.

### Corsi di conversione monetaria in CHF

		Corsi medi		Cambi del giorno	
		2021	2020	31.12.2021	31.12.2020
1	EUR	1.081	1.070	1.033	1.080
1	GBP	1.258	1.203	1.229	1.202
1	HKD	0.118	0.121	0.117	0.114
100	HUF	0.302	0.305	0.280	0.297
1	PLN	0.237	0.241	0.225	0.237
1	RON	0.220	0.221	0.209	0.222
1	RUB	0.012	0.013	0.012	0.012
1	USD	0.914	0.937	0.912	0.880

### 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. I ricavi netti della vendita di beni alla clientela sono generati nei supermercati, nei vari formati specializzati, nei mercati all'ingrosso, nelle forniture o provengono da beni prodotti nelle nostre aziende di produzione. I ricavi netti da servizi derivano tra l'altro dalla fornitura di servizi di trasporto, dall'industria alberghiera e dagli abbonamenti ai centri fitness. I ricavi sono iscritti al valore di mercato. Le imposte sulla cifra d'affari e sul valore aggiunto nonché le diminuzioni del ricavo dovute per esempio a sconti, ribassi e altre riduzioni di prezzi risultano dedotte nel ricavo netto dichiarato. I ricavi vengono contabilizzati quando i vantaggi e i rischi principali legati alla proprietà dei prodotti venduti così come il potere di disporre sono stati trasferiti al cliente e il recupero dei crediti così generati è assicurato in maniera adeguata, a condizione che non si tratti di vendite in contanti. I ricavi netti 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 servizio prestato direttamente.

### 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 come pure gli assegni. 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 a 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 a 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 di realizzo. 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 di 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.

Di norma, il periodo di ammortamento delle immobilizzazioni materiali rientra nei seguenti intervalli:

### Terreni ed edifici

Terreni	nessun ammortamento programmato
Edifici	30-67

Installazioni	10-30
---------------	-------

### 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 edifici si estende da 30 anni per gli edifici aziendali con un maggiore livello di sfruttamento fino a 67 anni per gli edifici a uso misto. Le installazioni vengono generalmente ammortizzate in 10 o 20 anni. Nelle aziende di produzione, gli specifici impianti di produzione vengono ammortizzati con una durata di utilizzo 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 CC 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.

In caso di nuove acquisizioni nel perimetro di consolidamento, l'attivo fisso viene rivalutato sulla base dei costi di acquisto accumulati e degli ammortamenti accumulati relativi agli investimenti acquisiti al momento dell'acquisizione. La rivalutazione prevede la rettifica degli ammortamenti accumulati in modo che gli investimenti acquisiti siano valutati su base netta al valore corrente al momento dell'acquisizione. Nello schema degli investimenti questi valori sono dichiarati al lordo. Tenuto conto della vita utile economica residua, il periodo di ammortamento viene inoltre sottoposto a controllo e se necessario rettificato.

### 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 disdeffabili. 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 RPC 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. L'avviamento completamente ammortizzato viene registrato nel periodo contabile successivo.

Di norma, il periodo di ammortamento delle immobilizzazioni immateriali rientra nei seguenti intervalli:

Goodwill	fino a 20
Marchi	fino a 20
Brevetti/Licenze	5-8
Altri immobilizzi immateriali	3-10

### 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. 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.

Coop si finanzia tra l'altro con la Cassa Depositi, che propone conti deposito fruttiferi agli investitori. Una volta conclusosi il blocco di 6 mesi sui nuovi depositi previsto dalla legge, è possibile prelevare CHF 20 000 per mese civile dal saldo disponibile sul conto deposito, mentre per importi superiori è necessario un preavviso di 3 mesi. La ripartizione dei conti deposito in debiti finanziari a breve e lungo termine si basa sui dati empirici relativi alle precedenti uscite monetarie (approccio economico).

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 sull'utile sono rilevate su tutte le differenze di valutazione imponibili temporanee o deducibili fiscalmente tra i valori fiscali e i valori Swiss GAAP RPC 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. I crediti potenziali d'imposta sull'utile dovuti a riporti di perdite fiscali non vengono attivati.

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 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 previdenziali**

Per impegni previdenziali s'intendono tutte le obbligazioni derivanti da piani previdenziali e istituti di previdenza che prevedono prestazioni per pensionamento, decesso o invalidità.

Le/i collaboratrici/tori del Gruppo Coop ricevono prestazioni di previdenza o rendite di vecchiaia versate in conformità alle disposizioni di legge e alle disposizioni dei singoli Paesi. I piani previdenziali e gli istituti di previdenza sono generalmente finanziati dai contributi versati dai datori di lavoro e dai lavoratori. I contributi versati dalle aziende del Gruppo Coop sono inclusi nel costo del personale alla voce Oneri sociali.

In Svizzera le/i collaboratrici/tori sono affiliate/i a un istituto di previdenza giuridicamente autonomo o a una fondazione collettiva di banche o compagnie di assicurazioni. I regolamenti prevedono prestazioni che di norma superano nettamente il regime obbligatorio LPP. La maggior parte delle/dei collaboratrici/tori può anche scegliere di aderire a un piano all'interno dell'istituto di previdenza che prevede contributi di risparmio di maggiore o minore entità.

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 i bilanci d'esercizio degli istituti di previdenza, redatti secondo Swiss GAAP RPC 26, e un attuale eccesso o deficit di copertura in base alla situazione reale.

I benefici economici sono iscritti all'attivo solo se è ammesso impiegare l'eccesso di copertura per ridurre i contributi del datore di lavoro e se si prevede di farlo. Le eventuali riserve dei contributi del datore di lavoro liberamente disponibili sono iscritte all'attivo. Un impegno economico è iscritto tra le passività se sono soddisfatte le condizioni per la costituzione di un accantonamento.

Le società del Gruppo all'estero non dispongono di istituti di previdenza giuridicamente autonomi con valori patrimoniali separati. In tali società, gli impegni previdenziali sono iscritti direttamente nel bilancio.



### **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 fideiussioni, 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 mio. di CHF

1 Ricavo netto da forniture e servizi per settori	2021	2020
Commercio al dettaglio	19 618	19 113
Commercio all'ingrosso/Produzione	13 711	12 632
Consolidamento	-2 576	-2 592
<b>Gruppo Coop</b>	<b>30 752</b>	<b>29 153</b>

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

In deroga alla raccomandazione complementare per società quotate (Swiss GAAP RPC 31), il Gruppo Coop si astiene, fino a nuovo ordine, dal pubblicare i risultati per segmento, avendo questi subito gravi scombussolamenti dovuti al Covid-19 che potrebbero produrre svantaggi concorrenziali rispetto ai concorrenti e svantaggi economici innescati da clienti e fornitori.

Ricavo netto da forniture e servizi per singoli mercati geografici	2021	2020
Svizzera	21 654	21 110
Esteri	9 098	8 043
<b>Gruppo Coop</b>	<b>30 752</b>	<b>29 153</b>

2 Altri ricavi operativi	2021	2020
Ricavi locativi operativi	176	174
Utili da cessione di attivo fisso operativo	23	11
Prestazioni proprie iscritte all'attivo	49	47
Altri ricavi da servizi	872	788
<b>Totale</b>	<b>1 120</b>	<b>1 020</b>

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	2021	2020
Salari/Stipendi	3 947	3 847
Oneri sociali	971	925
Altri costi del personale	347	309
<b>Totale</b>	<b>5 266</b>	<b>5 082</b>

Tasso oneri sociali in %

2021	24.6	2020	24.1
------	------	------	------

4 Altri costi operativi	2021	2020
Spese pubblicitarie	483	456
Spese di locazione	756	719
Spese di ufficio e di amministrazione	338	301
Tributi e assicurazioni cose	86	84
Imposte di esercizio	45	45
Manutenzione e sostituzione	513	482
Costi energetici e materiale di esercizio	471	435
Spese di trasporto	425	397
Spese varie	208	212
<b>Totale</b>	<b>3 325</b>	<b>3 131</b>

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 mio. di CHF

5 Ammortamenti	2021	2020
Avviamento, ammortamenti programmati	111	99
Avviamento, ammortamenti non programmati	15	8
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti programmati	122	117
Altri immobilizzi immateriali, ammortamenti non programmati	105	53
Ammortamenti immobilizzi immateriali	352	278
Immobilizzi materiali, ammortamenti programmati	994	976
Immobilizzi materiali, ammortamenti non programmati	134	150
Ripristino di valore di immobilizzi materiali	-10	-15
Ammortamenti immobilizzi materiali	1 119	1 111
<b>Totale</b>	<b>1 471</b>	<b>1 389</b>

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.

6 Risultato finanziario	2021	2020
Dividendi e utili di corso su titoli	1	0
Altri ricavi finanziari	11	14
Ricavi finanziari	12	14
Perdite di corso su titoli	0	0
Oneri per interessi e altri oneri finanziari	44	47
Rettifiche di valore su immobilizzi finanziari	0	0
Oneri finanziari	45	47
<b>Totale</b>	<b>-33</b>	<b>-33</b>

7 Risultato estraneo all'esercizio	2021	2020
Ricavi locativi	0	1
Ripristino di valore di attivo fisso non operativo	0	3
Utili da cessione di attivo fisso non operativo	6	3
Altri ricavi non operativi	2	4
Ricavi non operativi	8	12
Costi immobiliari non operativi (incl. ammortamenti su immobilizzi non operativi)	1	6
Altri costi non operativi	4	2
Costi non operativi	6	8
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

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 mio. di CHF

8 Imposte sull'utile	2021	2020
Imposte correnti sull'utile	146	125
Variazione delle imposte differite	23	-8
<b>Totale</b>	<b>169</b>	<b>117</b>

	2021		2020	
	Aliquota d'imposta in %	Importo fiscale in mio. di CHF	Aliquota d'imposta in %	Importo fiscale in mio. di CHF
Aliquota d'imposta media applicabile/Previsione delle imposte sull'utile	15.7	137	13.1	102
Perdite per l'anno in corso per le quali non sono state attivate imposte differite		33		68
Utilizzo di perdite riportate non ancora registrate		-7		-3
Aliquota media d'imposta sull'utile da applicare al netto delle perdite riportate	18.8	164	21.4	167
Altri effetti		5		-50
<b>Aliquota d'imposta effettiva sull'utile/Imposte effettive sull'utile</b>	<b>19.4</b>	<b>169</b>	<b>15.0</b>	<b>117</b>

Le previste imposte sull'utile vengono calcolate sotto il presupposto che il risultato estraneo all'esercizio sia tassato allo stesso modo del risultato ordinario. Gli altri effetti nel 2020 derivano per la maggior parte da modifiche riguardanti l'aliquota d'imposta delle imposte differite. Gli ulteriori effetti provengono sostanzialmente da spese e ricavi non tassabili nonché da imposte sull'utile estranee al periodo.

Non è stato attivato un credito potenziale d'imposta pari a 297 mio. di CHF (31.12.2020: 275 mio. di CHF) sull'utile dovuto a perdite non ancora fiscalmente sfruttate.

9 Liquidità	31.12.2021	31.12.2020
Disponibilità di cassa, averi di conto corrente postale e bancario	1 509	1 863
Assegni	2	2
Depositi a termine	22	15
<b>Totale</b>	<b>1 532</b>	<b>1 880</b>

10 Crediti da forniture e servizi	31.12.2021	31.12.2020
Crediti da forniture e servizi	1 264	1 090
Rettifica di valore	-66	-62
<b>Totale</b>	<b>1 198</b>	<b>1 028</b>

11 Altri crediti a breve termine	31.12.2021	31.12.2020
Altri crediti	289	253
Acconti a fornitori	11	15
Rettifica di valore	-7	-1
<b>Totale</b>	<b>293</b>	<b>266</b>

12 Rimanenze	31.12.2021	31.12.2020
Merci commerciali	3 021	2 661
Prodotti finiti (Produzione)	263	251
Semilavorati, prodotti in produzione	174	169
Materie prime	191	168
Materiale ausiliario e d'imballaggio	108	97
Acconti a fornitori	141	68
Rettifica di valore	-315	-245
<b>Totale</b>	<b>3 583</b>	<b>3 170</b>



in mio. di CHF

14 Immobilizzi finanziari	Riserva dei contributi del datore di lavoro	Organizzazioni associate	Altri immobilizzi finanziari	Totale
<b>Immobilizzi finanziari 2021</b>				
Valori contabili netti 01.01.2021	10	73	68	150
Variazioni nel perimetro di consolidamento		3	9	12
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto		1	7	8
Disinvestimenti			-7	-7
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		5	0	5
Effetto valutario		-1	-1	-2
Riclassificazioni		1	-1	-1
<b>Valori contabili netti 31.12.2021</b>	<b>10</b>	<b>82</b>	<b>73</b>	<b>165</b>
di cui avviamento organizzazioni associate		0		0
<b>Immobilizzi finanziari 2020</b>				
Valori contabili netti 01.01.2020	10	79	61	150
Variazioni nel perimetro di consolidamento				
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto		5	18	23
Disinvestimenti		0	-11	-12
Rivalutazioni (+)/rettifiche di valore (-)		-11	0	-11
Effetto valutario		0	0	0
Riclassificazioni				
<b>Valori contabili netti 31.12.2020</b>	<b>10</b>	<b>73</b>	<b>68</b>	<b>150</b>
di cui avviamento organizzazioni associate		0		0
<b>Altri immobilizzi finanziari</b>				
			31.12.2021	31.12.2020
Prestiti			55	58
Vari immobilizzi finanziari			25	16
Rettifiche di valore su altri immobilizzi finanziari			-7	-7
<b>Totale</b>			<b>73</b>	<b>68</b>

in mio. di CHF

15 Immobilizzi immateriali	Avviamento	Marchi/ Brevetti/ Licenze	Software	Altri immobilizzi immateriali	Immobilizzi immateriali in fase di sviluppo	Totale
<b>Immobilizzi immateriali 2021</b>						
Valori d'acquisto 01.01.2021	988	654	713	68	211	2 635
Variazioni nel perimetro di consolidamento	284	35	50			368
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto		0	21	5	106	132
Disinvestimenti/decontabilizzazioni	-31	-3	-141	-1	-1	-177
Effetto valutario	-9	-1	-8	-2	-1	-22
Riclassificazioni		1	253	1	-256	0
<b>Valori d'acquisto 31.12.2021</b>	<b>1 232</b>	<b>685</b>	<b>888</b>	<b>71</b>	<b>60</b>	<b>2 936</b>
<b>Ammortamenti cumulati al 01.01.2021</b>	<b>586</b>	<b>467</b>	<b>514</b>	<b>54</b>	<b>80</b>	<b>1 700</b>
Variazioni nel perimetro di consolidamento		3	41			44
Ammortamenti programmati	111	30	86	6		233
Ammortamenti non programmati	15	23	37	2	43	120
Disinvestimenti/decontabilizzazioni	-31	-3	-141	-1	0	-176
Effetto valutario	-4	-1	-6	-1		-13
Riclassificazioni			120		-120	0
<b>Ammortamenti cumulati al 31.12.2021</b>	<b>676</b>	<b>519</b>	<b>650</b>	<b>59</b>	<b>3</b>	<b>1 908</b>
<b>Valori contabili netti 31.12.2021</b>	<b>556</b>	<b>167</b>	<b>238</b>	<b>12</b>	<b>56</b>	<b>1 028</b>
<b>Immobilizzi immateriali 2020</b>						
Valori d'acquisto 01.01.2020	998	653	607	65	199	2 521
Variazioni nel perimetro di consolidamento	2		0	0		2
Investimenti/Adeguamenti del prezzo d'acquisto	0	0	56	5	80	141
Disinvestimenti/decontabilizzazioni	-10	0	-15	-1	0	-26
Effetto valutario	-1	0	-1	-1	0	-3
Riclassificazioni		1	66	0	-67	0
<b>Valori d'acquisto 31.12.2020</b>	<b>988</b>	<b>654</b>	<b>713</b>	<b>68</b>	<b>211</b>	<b>2 635</b>
<b>Ammortamenti cumulati al 01.01.2020</b>	<b>488</b>	<b>438</b>	<b>444</b>	<b>47</b>	<b>30</b>	<b>1 447</b>
Variazioni nel perimetro di consolidamento			0	0		0
Ammortamenti programmati	99	30	80	7		217
Ammortamenti non programmati	8	0	2	1	50	61
Disinvestimenti/decontabilizzazioni	-10	0	-12	-1		-23
Effetto valutario	0	0	-1	0		-2
Riclassificazioni		0	0	0		0
<b>Ammortamenti cumulati al 31.12.2020</b>	<b>586</b>	<b>467</b>	<b>514</b>	<b>54</b>	<b>80</b>	<b>1 700</b>
<b>Valori contabili netti 31.12.2020</b>	<b>403</b>	<b>187</b>	<b>199</b>	<b>14</b>	<b>131</b>	<b>934</b>

in mio. di CHF

16 Debiti finanziari	Tasso d'interesse in % (ponderato)	31.12.2021	31.12.2020
Conti correnti bancari		0	1
Conti deposito	0.52	1 828	1 753
Obbligazioni di cassa	0.60	383	353
Prestiti obbligazionari		2 625	2 825
Prestiti bancari	1.02	57	57
Ipoteche	1.76	8	12
Leasing finanziario		1	0
Altri debiti finanziari		296	287
<b>Totale</b>		<b>5 199</b>	<b>5 288</b>
di cui debiti finanziari a breve termine		929	756
di cui debiti finanziari a lungo termine		4 270	4 532
di cui debiti verso istituti di previdenza	0.00	207	216

La suddivisione dei debiti derivanti dai conti depositi avviene in virtù di valori empirici delle uscite monetarie verificatesi in passato. Degli effettivi pari a 1 828 mio. di CHF (31.12.2020: 1 753 mio. di CHF), 210 mio. di CHF (31.12.2020: 202 mio. di CHF) sono iscritti a bilancio a breve termine e 1 618 mio. di CHF (31.12.2020: 1 551 mio. di CHF) a lungo termine.

Prestiti obbligazionari	Valuta	Durata	Tasso d'interesse in % (ponderato)	31.12.2021	31.12.2020
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Giu. 2014–2021	0.875		200
Bell Food Group SA	CHF	Mag. 2013–2022	1.750	175	175
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2016–2022	0.250	200	200
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Mag. 2020–2023	0.750	320	320
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2014–2023	1.000	200	200
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Lug. 2015–2024	0.875	200	200
Bell Food Group SA	CHF	Feb. 2018–2024	0.375	200	200
Bell Food Group SA	CHF	Mar. 2016–2025	0.625	300	300
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Giu. 2018–2025	0.750	300	300
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Mag. 2016–2026	0.500	380	380
Gruppo Coop Società Cooperativa	CHF	Set. 2017–2027	0.500	200	200
Bell Food Group SA	CHF	Gen. 2018–2028	0.750	150	150
<b>Totale</b>				<b>2 625</b>	<b>2 825</b>

17 Altri debiti a breve termine	31.12.2021	31.12.2020
Buoni in circolazione	97	87
Anticipi da clienti	166	187
Altre imposte	94	107
Altri debiti a breve termine	53	60
<b>Totale</b>	<b>409</b>	<b>440</b>



in mio. di CHF

18 Accantonamenti	Previdenza del personale	Ristrutturazioni	Supercard	Imposte differite	Altri accantonamenti	Totale
<b>Accantonamenti 2021</b>						
Valori contabili 01.01.2021	255	4	165	694	267	1 385
Variazioni nel perimetro di consolidamento	0			46	6	52
Costituzione di accantonamenti	40	2	221		84	346
Utilizzo degli accantonamenti	-23	-1	-217		-62	-302
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-4	-1	-4		-12	-20
Variazione delle imposte differite				23		23
Effetto valutario	-2			-1	-3	-6
<b>Valori contabili 31.12.2021</b>	<b>265</b>	<b>4</b>	<b>165</b>	<b>762</b>	<b>281</b>	<b>1 477</b>
di cui accantonamenti a breve termine	24	4	165		108	301
di cui accantonamenti a lungo termine	241			762	173	1 176
<b>Accantonamenti 2020</b>						
Valori contabili 01.01.2020	246	7	171	705	243	1 372
Variazioni nel perimetro di consolidamento				0		0
Costituzione di accantonamenti	30	0	205		89	324
Utilizzo degli accantonamenti	-19	-1	-208		-45	-272
Scioglimento degli accantonamenti non più necessari	-3	-2	-4		-19	-29
Variazione delle imposte differite				-8		-8
Effetto valutario	0	0		-3	0	-3
<b>Valori contabili 31.12.2020</b>	<b>255</b>	<b>4</b>	<b>165</b>	<b>694</b>	<b>267</b>	<b>1 385</b>
di cui accantonamenti a breve termine	22	2	165		95	284
di cui accantonamenti a lungo termine	233	2		694	172	1 101

Gli altri accantonamenti includono principalmente gli accantonamenti per il personale pari a 131 mio. di CHF (127 mio. di CHF al 31.12.2020) e per i punti di vendita pari a 38 mio. di CHF (24 mio. di CHF al 31.12.2020).

in mio. di CHF

## 19 Istituti di previdenza

Riserva dei contributi del datore di lavoro 2021	Valore nominale	Rinuncia utilizzazione	Valore del bilancio
Valori contabili 01.01.2021	10	0	10
Utilizzo (Costi del personale)	0	0	0
Valori contabili 31.12.2021	10	0	10

## Riserva dei contributi del datore di lavoro 2020

Valori contabili 01.01.2020	10	0	10
Utilizzo (Costi del personale)	0	0	0
Valori contabili 31.12.2020	10	0	10

Utile economico/impegno economico	Fondi liberi/copertura insufficiente		Quota economica del Gruppo Coop	
	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020
Istituto di previdenza con fondi liberi	232	290	0	0
Piano di previdenza senza azioni proprie	0	0	-265	-255
<b>Totale</b>	<b>232</b>	<b>290</b>	<b>-265</b>	<b>-255</b>

Costo per la previdenza	Modifica voce di bilancio 2021		Contributi di competenza del periodo 2021	Costo per la previdenza nei costi del personale 2021	Modifica voce di bilancio 2020		Contributi di competenza del periodo 2020	Costo per la previdenza nei costi del personale 2020
	senza influsso sul risultato <sup>1</sup>	con influsso sul risultato			senza influsso sul risultato <sup>1</sup>	con influsso sul risultato		
Istituto di previdenza senza fondi liberi/copertura insufficiente			15	15			17	17
Istituto di previdenza con fondi liberi			296	296			285	285
Piano di previdenza senza azioni proprie	-25	36	0	36	-19	27	0	27
Istituto di previdenza riassicurato			3	3			3	3
<b>Totale</b>	<b>-25</b>	<b>36</b>	<b>314</b>	<b>350</b>	<b>-19</b>	<b>27</b>	<b>305</b>	<b>332</b>

<sup>1</sup> Versamenti, conversione divise estere, variazioni nel perimetro di consolidamento

Il 31.12.2021, la CPV/CAP presentava un grado di copertura del 120.3% (anno precedente: 118.2%). Nell'ottica delle Swiss GAAP RPC 16 sussiste una sovracopertura, in quanto il valore target della riserva di fluttuazione è stato raggiunto.

in mio. di CHF

20 Operazioni fuori bilancio	31.12.2021	31.12.2020
Fideiussioni, garanzie	9	9
Altri impegni quantificabili di carattere eventuale	7	7
Altri impegni potenziali che non devono essere registrati nel bilancio	56	46
Valore contabile degli attivi costituiti in pegno a garanzia dei debiti propri	15	20

Le obbligazioni verso gli azionisti minoritari derivanti da opzioni put sulle quote in loro possesso delle società del Gruppo integralmente consolidate sono iscritte alla voce "Ulteriori obbligazioni non soggette a bilancio". Lo stesso vale per le obbligazioni per l'acquisizione di quote delle organizzazioni associate. Vi sono ulteriori impegni eventuali, derivanti da contratti in essere, che non possono essere valutati in modo affidabile a causa della scarsa probabilità che si realizzino e di possibili uscite monetarie difficilmente quantificabili. Questi riguardano prevalentemente gli immobili in locazione.

21 Obblighi da leasing operativo non iscritto in bilancio	31.12.2021	31.12.2020
Scadenza entro un anno	713	686
Scadenza nell'arco di 1-5 anni	2 290	2 463
Scadenza dopo oltre 5 anni	2 469	2 946

Le obbligazioni da contratti di leasing operativo non iscritte nel bilancio risultano principalmente da contratti di locazione e contratti di superficie a lungo termine.

## 22 Strumenti finanziari derivati in essere

Strumenti finanziari derivati 2021		Valori di contratto	Riconciliati al bilancio		Non riconciliati al bilancio	
Valore base	Scopo		Attivi	Passivi	Attivi	Passivi
Valute	Copertura	1 552	42	-1	0	5

Strumenti finanziari derivati 2020		Valori di contratto	Riconciliati al bilancio		Non riconciliati al bilancio	
Valore base	Scopo		Attivi	Passivi	Attivi	Passivi
Valute	Copertura	1 308	0	2	1	4

## 23 Transazioni con parti correlate

Transazioni con organizzazioni associate	2021	2020
Ricavo netto da forniture e servizi	21	10
Altri ricavi operativi	1	3
Ricavi finanziari	1	1
Costo delle merci	8	8
Spese di ufficio e di amministrazione	1	1
Spese di locazione	3	3
	31.12.2021	31.12.2020
Crediti da forniture e servizi	1	0
Altri crediti a breve termine	4	0
Prestiti	40	42
Debiti da forniture e servizi	3	3
Debiti finanziari a breve termine	1	1
Ratei e risconti passivi	1	1

Sussistono inoltre debiti nei confronti di istituti di previdenza del personale in Svizzera, dichiarati nei debiti finanziari. Non sussistono inoltre altre transazioni significative con altre parti correlate.

## 24 Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento

2021

Società		Variazione	Data	31.12.2021 in %	31.12.2020 in %
Centro per Seminari Coop	CH-Muttenz	Deconsolidamento	01/2021		100.0
Betty Bossi SA	CH-Zurigo	Fusione in Coop Società Cooperativa	01/2021	100.0	100.0
Centre de formation "du Léman"	CH-Jongny	Fusione in Coop Società Cooperativa	01/2021	100.0	100.0
transCoop GmbH	DE-Riedstadt	Fusione in Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	01/2021	100.0	100.0
Hilcona Holding SA	CH-Zugo	Fusione in Eisberg Holding AG	01/2021	66.3	66.3
Domaines & Châteaux Vins Birrhard SA	CH-Birrhard	Cambio di nome in Vini Zanini SA	02/2021	100.0	100.0
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Le Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Le Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Val de Lyon SAS	FR-St-Symphorien-sur-Coise	Fusione in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Fusione in Abraham Benelux S.A.	04/2021	66.3	66.3
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-jolie	Fusione in SPEIR SAS	06/2021	100.0	100.0
AgeCore SA	CH-Ginevra	Aumento della quota di partecipazione	06/2021	25.0	16.7
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Amburgo	Fusione in Richard Sump GmbH	07/2021	100.0	100.0
Richard Sump GmbH	DE-Amburgo	Cambio di nome in Sump & Stammer GmbH International Food Supply	07/2021	100.0	100.0
Jumbo-Markt AG	CH-Dietlikon	Acquisizione e fusione in Coop Società Cooperativa	08/2021	100.0	
RS Vertriebs AG	CH-San Gallo	Fusione in Ing. dipl. Fust SA	08/2021	100.0	100.0
Bright Food Group Spain SAU	ES-Vilamalla	Acquisizione	08/2021	100.0	
General Markets Food Ibérica SAU	ES-Vilamalla	Acquisizione	08/2021	100.0	
General Markets Food Service Ibérica SLU	ES-Vilamalla	Acquisizione	08/2021	100.0	
General Markets Food Canarias SLU	ES-Ingenio	Acquisizione	08/2021	100.0	
General Markets Food Service Canarias SLU	ES-Ingenio	Acquisizione	08/2021	100.0	
GM Food Andorra SL	AD-Andorra la Vella	Acquisizione	08/2021	100.0	
MISERVI de Supermercats SL	ES-Girona	Acquisizione	08/2021	50.0	
update akademie GmbH	CH-Uzwil	Aumento della quota di partecipazione	08/2021	44.0	40.0
Marché Valocto SA	CH-Martigny	Acquisizione e fusione in Coop Società Cooperativa	09/2021	100.0	
Transgourmet Service GmbH	DE-Riedstadt	Costituzione	09/2021	100.0	
Interkauf SA	CH-Oftringen	Acquisizione	10/2021	100.0	
A.HOII! networking unit GmbH	DE-Amburgo	Aumento della quota di partecipazione	11/2021	17.8	9.0
Ing. dipl. Fust SA	CH-Oberbüren	Cambio di nome in Swiss Household Services SA	11/2021	100.0	100.0
General Markets Food Ibérica SAU	ES-Vilamalla	Cambio di nome in Transgourmet Ibérica SAU	11/2021	100.0	
Bright Food Group Spain SAU	ES-Vilamalla	Fusione in Transgourmet Ibérica SAU	12/2021	100.0	

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

2020

Società		Variazione	Data	31.12.2020 in %	31.12.2019 in %
Weinkeller Riegger AG	CH-Mellingen	Fusione in Casa del Vino SA	01/2020	100.0	100.0
Interfrais Frisch-Service AG	CH-Schlieren	Fusione in Transgourmet Svizzera SA	01/2020	100.0	100.0
Team Beverage Einzelhandel GmbH	DE-Brema	Fusione in NEV Nordwest GmbH	01/2020	35.7	35.7
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbál	Aumento della quota di partecipazione	03/2020	66.3	66.2
All Fresh Logistique SAS	FR-Rungis	Fusione in SPEIR SAS	07/2020	100.0	100.0
proGetränkePartner GmbH	DE-Eggenfelden	Aumento della quota di partecipazione e fusione in Team Beverage Einzelhandel Süd GmbH	07/2020	35.7	17.9
GEVA Beteiligungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	Fusione in F&B – Food and Beverage Services GmbH	07/2020	51.0	51.0
Transgourmet Immobilien GmbH & Co. KG	DE-Pullach	Fusione in transCoop GmbH	09/2020	100.0	100.0
update Fitness AG	CH-Münchwilen	Aumento della quota di partecipazione	09/2020	80.0	51.0
Transgourmet Foodservice Immobilien GmbH	DE-Riedstadt	Fusione in transCoop GmbH	11/2020	100.0	100.0
Zanini Vinattieri SA	CH-Ligornetto	Cambio di nome in Vinattieri Ticino SA	11/2020	100.0	100.0
Richard Sump GmbH	DE-Amburgo	Aumento della quota di partecipazione	12/2020	100.0	75.0
NEV Nordwest GmbH	DE-Brema	Cambio di nome in Team Beverage Einzelhandel GmbH	12/2020	35.7	35.7

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

25 Componenti principali all'acquisizione di organizzazioni

2021

in mio. di CHF

	Interkauf SA	Jumbo-Markt AG	Gruppo Transgourmet Ibérica
Liquidità	3	113	40
Crediti e risconti attivi	0	22	66
Rimanenze	0	101	109
Immobilizzi materiali	110	353	65
Immobilizzi finanziari		2	10
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)		31	9
Debiti e ratei e risconti passivi	1	77	190
Debiti finanziari	36	61	43
Accantonamenti	10	41	1

2020

in mio. di CHF

	proGetränke- Partner GmbH
Liquidità	2
Crediti e risconti attivi	3
Rimanenze	0
Immobilizzi materiali	0
Immobilizzi finanziari	
Immobilizzi immateriali (senza avviamento)	
Debiti e ratei e risconti passivi	4
Debiti finanziari	
Accantonamenti	

26 Perimetro di consolidamento

		Quota di capitale <sup>1</sup>		Inclusione
		31.12.2021 in %	31.12.2020 in %	
<b>Gruppo Coop</b>				
Gruppo Coop Società Cooperativa	CH-Basilea	100.0	100.0	□
Alifresca SA	CH-Basilea	100.0	100.0	□
Alifresca Italy S.R.L.	IT-Villafranca di Verona	100.0	100.0	□
Alifresca Spain S.L.	ES-Valencia	100.0	100.0	□
Autobahn-Raststätte Basel-Nord AG	CH-Basilea	38.3	38.3	●
CapCo AG	FL-Vaduz	100.0	100.0	□
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	75.0	75.0	□
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	50.0	50.0	●
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	51.0	51.0	□
Coop Vitality AG	CH-Berna	51.0	51.0	□
Coop Vitality Management AG	CH-Berna	51.0	51.0	□
Elektronik Distribution AG	CH-Basilea	100.0	100.0	□
Eurogroup Europe AG	CH-Wangen	100.0	100.0	□
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	100.0	100.0	□
Interkauf SA	CH-Oftringen	100.0		□
Marché Ristoranti Svizzera SA	CH-Dietlikon	100.0	100.0	□
Panflor AG	CH-Zurigo	100.0	100.0	□
railCare AG	CH-Härkingen	100.0	100.0	□
Raststätte Glarnerland AG	CH-Niederurnen	21.3	21.3	□
Raststätte Heidiland AG	CH-Maienfeld	51.5	51.5	□
Relais du St-Bernard Martigny SA	CH-Martigny	68.0	68.0	●
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Basilea	100.0	100.0	□
SC Swiss commercial GmbH	DE-Costanza	100.0	100.0	□
Stazioni Autostradali Bellinzona SA	CH-Bellinzona	68.4	68.4	●
Steinfels Swiss GmbH	DE-Costanza	100.0	100.0	□
Tanklager Rothenburg AG	CH-Rothenburg	17.0	17.0	●
Two Spice SA	CH-Dietlikon	32.8	32.8	●
update Fitness AG	CH-Münchwilen	80.0	80.0	□
update akademie GmbH	CH-Münchwilen	44.0	40.0	●
Coop Società Cooperativa	CH-Basilea	100.0	100.0	□
AgeCore SA	CH-Ginevra	25.0	16.7	●
Coop Immobilien AG	CH-Berna	100.0	100.0	□
Parking des Remparts SA	CH-La Tour-de-Peilz	33.3	33.3	●
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	100.0	100.0	□
Service 7000 AG	CH-Netstal	100.0	100.0	□
Swiss Household Services SA	CH-Oberbüren	100.0	100.0	□
The Body Shop Switzerland SA	CH-Uster	100.0	100.0	□
<b>Gruppo Transgourmet</b>				
Transgourmet Holding AG	CH-Basilea	100.0	100.0	□
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basilea	100.0	100.0	□
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
A.HOII! networking unit GmbH	DE-Amburgo	17.8	9.0	●
Brand Views GmbH	DE-Amburgo	22.3	22.3	●
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	100.0	100.0	□
F&B - Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	51.0	51.0	□
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Francoforte	100.0	100.0	□
FRISCHEPARADIES ESPAÑA S.L.U.	ES-Palma de Mallorca	100.0	100.0	□
Fruchthof Handel-GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□
gastivo portal GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□

		Quota di capitale <sup>1</sup>		Inclusione
		31.12.2021 in %	31.12.2020 in %	
Gastro Tracking GmbH	DE-Norimberga	17.9	17.9	●
gastronovi GmbH	DE-Brema	51.0	51.0	□
Geo-Marketing GmbH	DE-Colonia	25.0	25.0	●
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH	DE-Frechen	26.0	26.0	□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH & Co. KG	DE-Frechen	26.0	26.0	□
Hamburger Feinfrost GmbH	DE-Amburgo	100.0	100.0	□
MVF Markenvertriebs- und Förderungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	26.0	26.0	□
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	100.0	100.0	□
OOO Basa	RU-Mosca	100.0	100.0	□
OOO Mikotrans	RU-Mosca	100.0	100.0	□
OOO Selgros	RU-Mosca	100.0	100.0	□
OOO Selgros Immobilien	RU-Mosca	100.0	100.0	□
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Mosca	100.0	100.0	□
Sanalogic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	100.0	100.0	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Amburgo	100.0	100.0	□
Team Beverage AG	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Beverage Category Management und Vermarktung GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Beverage Convenience GmbH	DE-Rostock	35.7	35.7	□
Team Beverage Dienstleistungen GmbH	DE-Rostock	35.7	35.7	□
Team Beverage Einzelhandel GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Beverage Einzelhandel Süd GmbH	DE-Eggenfelden	35.7	35.7	□
Team Beverage Großhandel GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Beverage Marken und Systeme GmbH	DE-Brema	35.7	35.7	□
Team Business IT GmbH	DE-Stralsund	35.7	35.7	□
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	100.0	100.0	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Service GmbH	DE-Riedstadt	100.0		□
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	100.0	100.0	□
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
ALDIS ASP 6 SARL	FR-Valenton	100.0	100.0	□
BSP SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
COFIDA SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	30.8	30.8	●
Locagroup SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
SCI Mittelfeld-Knoderer	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Sodiexval SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
SPEIR SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Transgourmet Immobilier France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Management Gie	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Opérations SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Seafood SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Transgourmet Services SNC	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Ibérica SAU	ES-Vilamalla	100.0		□
General Markets Food Canarias SLU	ES-Ingenio	100.0		□
General Markets Food Service Canarias SLU	ES-Ingenio	100.0		□
General Markets Food Service Ibérica SLU	ES-Vilamalla	100.0		□
GM Food Andorra SL	AD-Andorra la Vella	100.0		□
MISERVI de Supermercats SL	ES-Girona	50.0		●
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	100.0	100.0	□
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	100.0	100.0	□

		Quota di capitale <sup>1</sup>		Inclusione
		31.12.2021 in %	31.12.2020 in %	
immodevelop GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	☐
Top Team Zentraleinkauf GmbH	AT-Traun	50.0	50.0	●
Transgourmet Svizzera SA	CH-Basilea	100.0	100.0	☐
Casa del Vino SA	CH-Zurigo	100.0	100.0	☐
Grossopanel AG	CH-Stans	33.3	33.3	●
Vinattieri Ticino SA	CH-Ligornetto	100.0	100.0	☐
Vini Zanini SA	CH-Birrhard	100.0	100.0	☐
wine AG Valentin & Von Salis	CH-Pontresina	50.0	50.0	●
<b>Bell Food Group</b>				
Bell Food Group SA	CH-Basilea	66.3	66.3	☐
Bell Svizzera SA	CH-Basilea	66.3	66.3	☐
Geiser SA	CH-Schlieren	66.3	66.3	☐
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Production Services GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	66.3	66.3	☐
Bell España Alimentación S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	66.3	66.3	☐
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	66.3	66.3	☐
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	☐
Bell Nederland B.V.	NL-Breda	66.3	66.3	☐
Bell Logistics N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	☐
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	66.3	66.3	☐
Bell France SAS	FR-St-André-sur-Vieux-Jonc	66.3	66.3	☐
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
Hubers Landhendl GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
Süddeutsche Truthahn AG	DE-Ampfing	66.3	66.3	☐
Brütere Schlierbach GmbH	AT-Pettenbach	63.0	63.0	☐
Frisch Express GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
VTE-Beteiligungs GmbH + Co. KG	DE-Ampfing	66.3	66.3	☐
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	66.3	66.3	☐
ZIMBO Perbal Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbál	66.3	66.3	☐
Hilcona SA	FL-Schaan	66.3	66.3	☐
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	66.3	66.3	☐
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden-Echterdingen	66.3	66.3	☐
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	66.3	66.3	☐
Eisberg SA	CH-Dällikon	66.3	66.3	☐
Eisberg Österreich GmbH	AT-Marchtrenk	66.3	66.3	☐
Eisberg Hungary Kft.	HU-Gyál	66.3	66.3	☐
Eisberg Spolka z o.o.	PL-Legnica	66.3	66.3	☐
Eisberg srl	RO-Pantelimon	66.3	66.3	☐
E.S.S.P. España 2000 SL	ES-Aguilas	66.3	66.3	☐
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	66.3	66.3	☐
Hügli Holding AG	CH-Steinach	66.3	66.3	☐
Hügli Nahrungsmittel AG	CH-Steinach	66.3	66.3	☐
Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung Ges.mBH	AT-Hard	66.3	66.3	☐



		Quota di capitale <sup>1</sup>		Inclusione
		31.12.2021 in %	31.12.2020 in %	
Hügli Nahrungsmittel GmbH	DE-Radolfzell	66.3	66.3	☐
Granovita S.A.	ES-La Vall d'Uixó	66.3	66.3	☐
Hügli UK Ltd.	GB-Redditch	66.3	66.3	☐
Bresc B.V.	NL-Sleeuwijk	66.3	66.3	☐
Ali-Big Industria Alimentare s.r.l.	IT-Brivio	66.3	66.3	☐
Hügli Food s.r.o.	CZ-Zásmuky u Kolína	66.3	66.3	☐
Hügli Food Élelmiszeripari Kft.	HU-Budapest	66.3	66.3	☐
Hügli Food Polska sp. z o.o.	PL-Lódz	66.3	66.3	☐
Hügli Food Slovakia s.r.o.	SK-Trnava	66.3	66.3	☐
Centravo Holding AG	CH-Zurigo	19.7	19.7	●
GVFI SA	CH-Basilea	17.2	17.2	●
Baltic Vianco OÜ	EE-Sänna, Rõuge Vald	22.1	22.1	●

☐ = Società consolidata integralmente

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

<sup>1</sup> Le quote elencate sono calcolate in base alle quote detenute dal Gruppo Coop.

## 27 Eventi successivi alla chiusura del bilancio

Modifiche essenziali nel perimetro di consolidamento:

A gennaio 2022, il Gruppo Coop Società Cooperativa incrementa la quota di partecipazione nella società Two Spice SA dal 32.8% al 50.4%. Da questo punto in poi, la società risulta consolidata integralmente.

L'8 febbraio 2022, il Consiglio d'amministrazione ha approvato il conto annuale consolidato del Gruppo Coop che dovrà essere approvato dall'Assemblea dei delegati il 24 marzo 2022.



## 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 2021, dal conto economico consolidato, dal prospetto di variazione del patrimonio netto e dal rendiconto finanziario consolidato per l'esercizio chiuso a tale data, come pure l'allegato al conto annuale consolidato, ivi inclusa una sintesi dei principi contabili significativi.

A nostro giudizio, l'annesso conto annuale consolidato (pagine 88 - 113) presenta un quadro fedele della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo al 31 dicembre 2021, 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.

Riteniamo che gli elementi probativi da noi ottenuti siano sufficienti e appropriati per fondare il nostro giudizio.

#### Aspetti significativi emersi dalla revisione secondo la Circolare 1/2015 dell'Autorità federale di sorveglianza dei revisori



##### Riconoscimento dei ricavi



##### Valutazione delle merci commerciali

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.



## Riconoscimento dei ricavi

### Aspetto significativo emerso dalla revisione

Il Gruppo riconosce i ricavi quando i rischi e i benefici derivanti dalla proprietà dei prodotti sono trasferiti all'acquirente. I ricavi sono costituiti dalle vendite al dettaglio e dalle vendite da forniture (fatturate). I ricavi sono indicati al netto di sconti, ribassi e altre riduzioni di prezzo.

Il fatturato è una base importante per valutare l'andamento degli affari del Gruppo e pertanto è al centro degli obiettivi interni e delle aspettative di sviluppo del pubblico, degli analisti finanziari, degli investitori istituzionali, dei creditori significativi e di altre parti interessate. In quanto posizione centrale del conto economico, il fatturato riveste quindi una grande importanza per il Gruppo.

Pertanto, in quest'area ci siamo focalizzati sulla verifica dell'esistenza di transazioni di vendita e della loro contabilizzazione nel corretto periodo temporale, nonché sulla corretta registrazione dei dati.

### La nostra procedura di revisione

Nell'ambito della nostra revisione contabile, abbiamo verificato l'adeguatezza dei principi contabili in relazione con il riconoscimento dei ricavi del Gruppo. Per la valutazione del corretto riconoscimento dei ricavi abbiamo svolto, fra le altre, le seguenti procedure:

- Abbiamo analizzato il processo di riconoscimento dei ricavi e di contabilizzazione temporale e abbiamo valutato se i flussi di valore sono correttamente riflessi in bilancio. Abbiamo identificato i controlli chiave relativi al riconoscimento dei ricavi e ne abbiamo testato l'efficacia su base campionaria. Abbiamo coinvolto i nostri specialisti IT per assisterci nelle nostre procedure di revisione contabile;
- Per verificare la correttezza dei dati anagrafici (prezzi dei prodotti, periodi di promozione, ecc.), questi sono stati riconciliati con i relativi documenti selezionati sulla base di campioni;
- Nell'ambito delle vendite al dettaglio abbiamo verificato il corretto funzionamento dei registratori di cassa controllando le impostazioni di sistema. Inoltre, abbiamo riconciliato, su base campionaria, gli scontrini di cassa con i corrispondenti pagamenti in entrata;
- Inoltre, nell'ambito del fatturato da fornitura, abbiamo verificato su base campionaria la registrazione delle vendite nel periodo corretto attraverso il confronto delle fatture di vendita, dei relativi ordini di acquisto e delle bolle di consegna. Ci siamo concentrati in particolare sulle operazioni di vendita poco prima e dopo la data di chiusura del bilancio.

Abbiamo inoltre verificato se i principi contabili utilizzati per il riconoscimento dei ricavi sono stati adeguatamente descritti e presentati.

Per maggiori informazioni sul riconoscimento dei ricavi si rimanda alle seguenti note dell'allegato al conto annuale:

- Principi di consolidamento e contabili



## Valutazione delle merci commerciali

### Aspetto significativo emerso dalla revisione

Il bilancio consolidato del Gruppo include al 31 dicembre 2021 rimanenze per CHF 3.6 miliardi (anno precedente: CHF 3.2 miliardi). Le rimanenze sono valutate al minore tra il costo d'acquisto o di produzione e il valore netto di realizzo.

Dei CHF 3.6 miliardi di rimanenze, CHF 2.8 miliardi si riferiscono a merci commerciali (anno precedente: CHF 2.4 miliardi). Le merci commerciali sono valutate al prezzo medio d'acquisto (prezzo medio ponderato) a cui vanno aggiunti i costi della logistica e detratti i rimborsi dai fornitori, i ribassi, gli sconti, ecc.

La determinazione della corretta valutazione delle merci commerciali contiene componenti di stima. Inoltre, vi è il rischio di sopravvalutazione a causa di merci non più utilizzabili, giacenze di magazzino difficili da vendere così come pressioni sui prezzi. Di conseguenza, la determinazione delle rettifiche di valore comporta diversi ipotesi discrezionali. La corretta valutazione delle merci commerciali è quindi fondamentale per la comprensione globale del bilancio consolidato.

Di conseguenza, nella verifica della valutazione delle rimanenze ci siamo focalizzati sulla corretta valutazione delle merci commerciali.

### La nostra procedura di revisione

Nell'ambito della nostra revisione contabile, abbiamo verificato l'adeguatezza dei principi contabili utilizzati per la valutazione delle merci commerciali del Gruppo. Abbiamo eseguito, fra le altre, le seguenti procedure di verifica:

- Abbiamo valutato l'adeguatezza dei processi nell'ambito della valutazione delle merci commerciali. Abbiamo identificato i controlli chiave e li abbiamo testati, su base campionaria, per verificarne l'efficacia;
- Sulla base di un campionamento e con il supporto dei nostri specialisti IT, abbiamo valutato l'integrità dei controlli generali IT e testato l'efficacia dei controlli chiave delle applicazioni IT. In particolare, abbiamo condotto una verifica nell'ambito della registrazione degli ordini valutando i campi obbligatori e la separazione delle funzioni nel processo di ordinazione. Inoltre, abbiamo verificato il corretto calcolo dei prezzi nel sistema utilizzando le impostazioni di sistema, le fatture dei fornitori così come le entrate e le uscite di merci;
- Abbiamo controllato se le riduzioni di prezzo (rimborsi dai fornitori, ribassi, sconti, ecc.) e i costi della logistica sono stati computati correttamente tramite la ricostruzione dei calcoli;
- Abbiamo valutato l'adeguatezza dei processi gestionali utilizzati per l'identificazione delle merci non più utilizzabili e dei prodotti di difficile vendita. Inoltre, abbiamo valutato criticamente le basi e le modalità di valutazione di tali merci commerciali;
- Abbiamo verificato il calcolo delle rettifiche di valore sulle merci commerciali.

Abbiamo inoltre verificato se i principi contabili utilizzati sono stati adeguatamente descritti e presentati.

Per maggiori informazioni sulla valutazione delle rimanenze si rimanda alle seguenti note dell'allegato al conto annuale:

- Principi di consolidamento e contabili
- Nota illustrativa 12 Rimanenze



#### **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 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, presenti nel conto annuale consolidato, 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 o la disattivazione 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 norme 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 modificare il nostro giudizio. 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 dificienze 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 misure adottate per eliminare i rischi o sulle misure di protezione attuate.

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. 906 CO in correlazione 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.

KPMG SA

Jürg Meisterhans  
Perito revisore abilitato  
Revisore responsabile

Martin Löber  
Perito revisore abilitato

Basilea, 8 febbraio 2022



