



RAPPORT DE GESTION DU GROUPE COOP 2022

Impressum

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

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

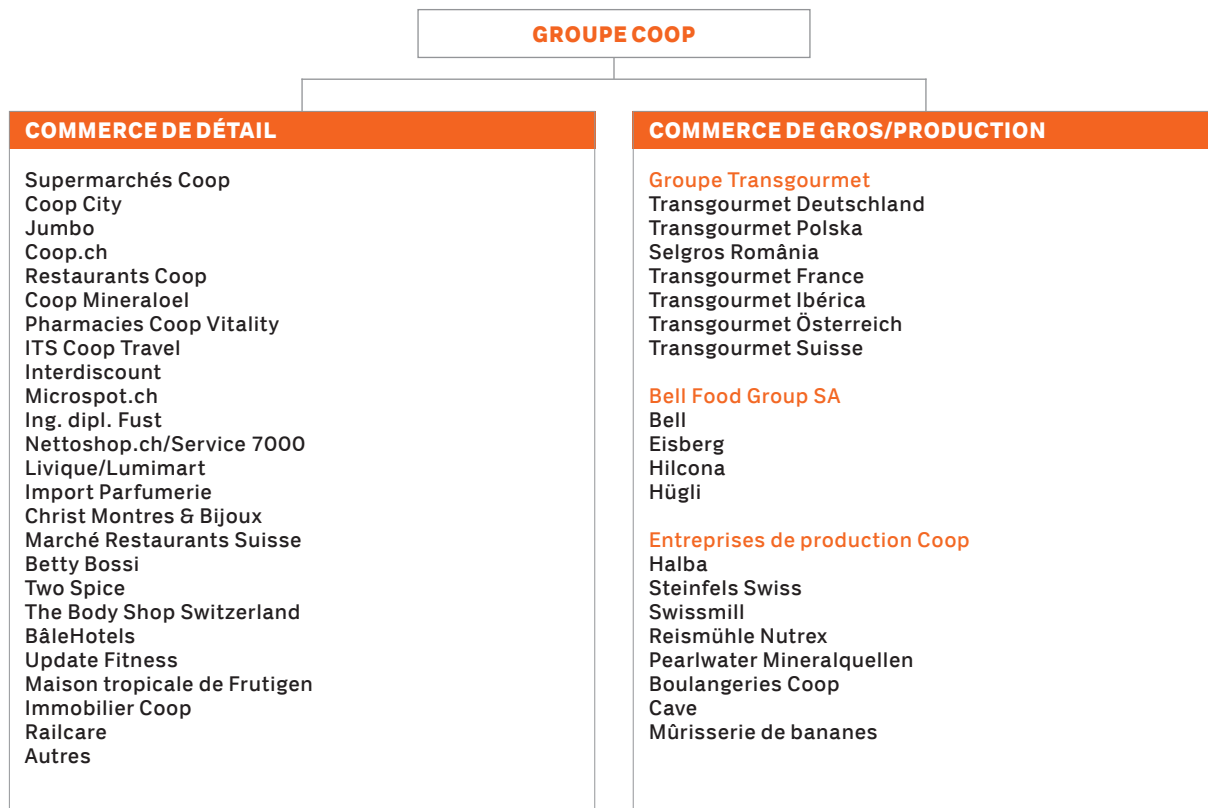
Éditeur: Coop Société Coopérative, 4002 Bâle
Rédaction/coordination: Corporate Content Coop
Mise en œuvre: Corporate Content Coop/gateB AG, Steinhausen/Zoug
Publication: mars 2023

Information/contact
Coop
Info Service
Case postale 2550
CH-4002 Bâle
Téléphone 0848 888 444
www.coop.ch

Rapport de gestion du groupe Coop 2022

Domaines d'activité du groupe Coop	4
Les principaux chiffres-clés	5
Avant-propos	6
Temps forts de l'année 2022	8
Stratégie et environnement général	10
Profil de l'entreprise	10
Stratégies et objectifs	11
Environnement économique et politique	13
Une véritable volonté d'agir pour le développement durable	14
Thèmes transversaux en matière de développement durable	16
Domaine d'activité Commerce de détail	19
Formats et offre	20
Domaines spécialisés	31
Engagement sociétal	37
Domaine d'activité Commerce de gros/Production	39
Groupe Transgourmet	40
Production	48
Collaboratrices et collaborateurs	52
Un employeur attractif	54
Esprit d'entreprise et style de conduite	55
Gestion du changement	56
CPV/CAP Caisse de pension Coop	56
Gouvernement d'entreprise	57
Le groupe Coop en chiffres	71

Domaines d'activité du groupe Coop



Les principaux chiffres-clés

Chiffre d'affaires total

34 206 Mio CHF

Produit net Groupe

33 104 Mio CHF

dont

22 231 Mio CHF Suisse
67.2% du produit net Groupe

10 873 Mio CHF Étranger
32.8% du produit net Groupe

Produit net Secteurs

19 921 Mio CHF Commerce de détail
55.9% du produit net Secteurs

15 747 Mio CHF Commerce de gros/
Production
44.1% du produit net Secteurs

Produit net Commerce en ligne

4 952 Mio CHF

Effectifs au 31.12

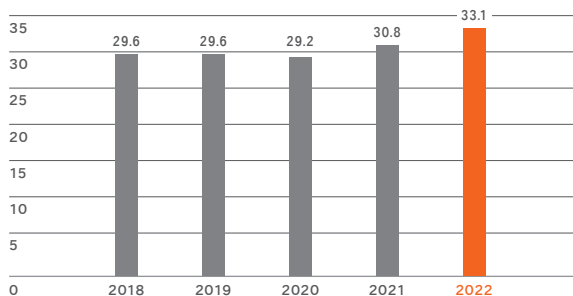
94 790

Apprentis au 31.12

3 417

Produit net

en Mrd CHF



Résultat d'exploitation

2 184 Mio CHF EBITDA
6.6% du produit net

843 Mio CHF EBIT
2.5% du produit net

Résultat de l'exercice

562 Mio CHF
1.7% du produit net

Fonds propres

11 439 Mio CHF
52.1% Part des fonds propres

Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation

1 696 Mio CHF

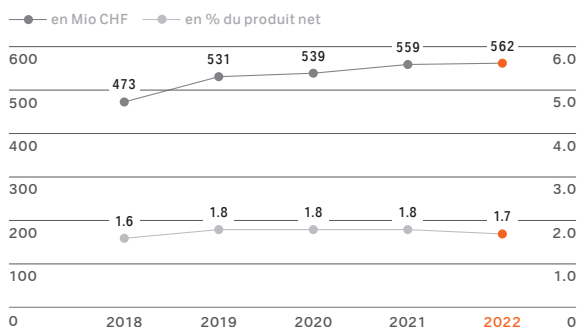
Investissements

1 496 Mio CHF

Nombre de points de vente/magasins

2 633

Résultat de l'exercice





Joos Sutter et Philipp Wyss

Avant-propos

Coop 2022: chiffre d'affaires en forte progression et bénéfice stable

Le groupe Coop a connu une bonne année 2022. Avec une hausse de 2,3 milliards de francs, son chiffre d'affaires total a atteint 34,2 milliards de francs, ce qui représente la plus forte progression depuis dix ans. Ce résultat est aussi le fruit de sa stratégie éprouvée, basée sur deux piliers, avec sa présence réussie dans le commerce de détail, mais aussi dans le commerce de gros et la production. Le segment du commerce de détail comme celui du commerce de gros/de la production ont vu leur chiffre d'affaires nettement progresser. Les hausses de coûts de près de 250 millions de francs ont été supportées par le groupe au détriment des bénéfices, sans être répercutées sur la clientèle. Le bénéfice qui s'élève à 562 millions de francs, en légère hausse par rapport à l'année précédente, sera intégralement réinvesti dans l'entreprise. Ses fonds propres représentent 52,1% du total du bilan. Le groupe Coop continue donc de bénéficier d'un socle financier solide.

Fort de son réseau de magasins, le plus dense de Suisse, et d'une offre très diversifiée, Coop a vu son produit net s'accroître de 304 millions de francs pour atteindre 19,9 milliards de francs dans le commerce de détail.

Les supermarchés Coop, Coop.ch compris, ont réalisé un produit net de 11,6 milliards de francs, en hausse de 8,8% par rapport à l'année de référence 2019 avant la crise sanitaire, mais en dessous des records atteints les années précédentes en raison de la pandémie. Malgré la pression sur les coûts, il était particulièrement important pour nous que le groupe Coop continue d'investir dans des baisses de prix et dans le développement de sa gamme Prix Garantie pour soulager sa clientèle pendant cette année difficile.

Les formats spécialisés ont réalisé un produit net de 8,4 milliards de francs, en hausse de 11,2% par rapport à l'année précédente. Coop City, Jumbo, Import Parfumerie, Christ Montres & Bijoux, Coop Vitality et les Restaurants Coop, notamment, ont enregistré une hausse réjouissante de leur chiffre d'affaires. Avec ses concepts de magasin innovants, ses nouveaux produits et services enthousiasmants et ses outils numériques à la pointe, le groupe Coop fait figure de pionnier sur ces marchés aussi.

Cette année, le commerce en ligne a fait un nouveau bond en avant: les ventes en ligne de Coop, en hausse de 1,2 milliard, ont généré un chiffre d'affaires de quelque 5 milliards de francs. Le supermarché en ligne Coop.ch, qui compte plus de 18 000 références, a progressé de 8,5%. Dans le commerce de gros, les ventes en ligne ont grimpé de 55,2%.

Nous sommes également très satisfaits du domaine d'activité Commerce de gros/Production, qui a réalisé un chiffre d'affaires record au cours de l'année sous revue. Le produit net a augmenté au total de 14,9% pour atteindre 15,7 milliards de francs, soit une progression de 2,0 milliards de francs.

Transgourmet a réalisé un produit net de 11,1 milliards de francs, en hausse de 21,4%. Ce bon résultat tient à la levée des confinements dus à la pandémie dans les différents pays, mais aussi à l'acquisition de Transgourmet Ibérica, le numéro un espagnol du commerce de gros. Toutes les sociétés nationales de Transgourmet ont largement dépassé les chiffres de l'année précédente. Transgourmet confirme ainsi sa position dominante dans le secteur du libre-service et de la livraison en gros sur le marché européen.

Les entreprises de production du groupe Coop ont, elles aussi, enregistré une croissance durable. Leur produit net a augmenté de 177 millions pour atteindre 5,2 milliards de francs. Les investissements réalisés, notamment chez Reismühle Nutrex, Swissmill et Steinfels, témoignent de notre volonté affirmée de produire en Suisse.

Nous sommes particulièrement fiers que Coop ait pu continuer à renforcer sa position de leader dans le domaine du développement durable. Au cours de l'année sous revue, Coop a adopté une nouvelle stratégie de développement durable qui définit quelque 70 objectifs mesurables dans le cadre des trois piliers du développement durable "Assortiments durables", "Protection de l'environnement et du climat" et "Collaborateurs et engagement sociétal". Aujourd'hui, avec 20 900 produits, Coop propose déjà le plus vaste assortiment durable. Avec 1360 produits Fairtrade, Coop propose en outre le plus grand assortiment au monde de produits issus du commerce équitable. Dans le cadre de notre engagement en faveur de la protection de l'environnement et du climat, nous visons zéro émission nette d'ici à 2050. Pour y parvenir, Coop réduira par exemple ses émissions directes de CO₂ de plus de 20% d'ici 2026. Dans le domaine social aussi, Coop continue de s'engager fortement. Le groupe continue par exemple de développer la "Journée de la bonne action" et propose chaque année 3400 places d'apprentissage dans 33 métiers différents.

Au total, le chiffre d'affaires lié au développement durable a augmenté d'environ 382 millions de francs, pour atteindre 6 milliards de francs, soit une hausse de 6,5%.

Nous tenons à remercier une nouvelle fois les quelque 95 000 collaborateurs du groupe Coop qui ont accompli ensemble, avec beaucoup d'engagement et de passion, un travail remarquable. D'excellents résultats ont été réalisés aussi bien dans les points de vente que dans la production, la logistique et tous les autres domaines.

Dans l'ensemble, et malgré un contexte difficile, le groupe Coop est confiant pour l'avenir. Dotée de modèles commerciaux prospères dans le commerce de détail et le commerce de gros/la production, l'entreprise est on ne peut mieux parée pour l'avenir. Nous nous réjouissons d'enthousiasmer à nouveau nos clientes et clients avec des nouvelles offres et idées en 2023.

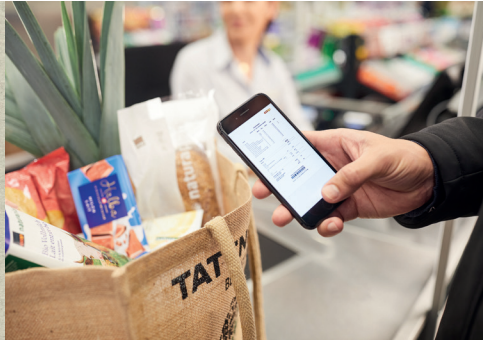


Joos Sutter
Präsident des Verwaltungsrates



Philipp Wyss
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Temps forts de l'année 2022



Janvier

Nouvelle stratégie de développement durable 2022–2026

La nouvelle stratégie de développement durable de Coop, centrée notamment sur les attentes de ses clientes et clients, est entrée en vigueur. Structurée en 26 grands thèmes, elle définit 70 objectifs ambitieux et mesurables dans le cadre des trois piliers du développement durable, tels qu'atteindre une part de 90% de produits offrant une valeur ajoutée en matière de bien-être animal dans le commerce de détail ou encore parvenir au zéro émission nette dans l'ensemble du groupe d'ici à 2050. Très engagée dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, Coop vise également à doubler le volume de ses dons de produits alimentaires d'ici à 2026. Elle distribue d'ores et déjà 16 millions de repas chaque année.

Mars

Fin de l'impression systématique des tickets de caisse

Les tickets de caisse sont désormais imprimés uniquement sur demande, également aux caisses traditionnelles. Un geste qui permet d'économiser chaque année plus de 400 tonnes de papier.

Transgourmet se retire entièrement de Russie

En raison de la guerre en Ukraine, Transgourmet s'est retiré de ses activités en Russie. Pour assurer un avenir au personnel sur place, ce retrait a été effectué sous la forme d'un management buyout.

Coop apporte son soutien aux victimes de la guerre en Ukraine

En collaboration avec le Département fédéral des affaires étrangères, Coop a envoyé des produits de consommation courante pour une valeur de plus de 500 000 francs dans la région frontalière entre la Pologne et l'Ukraine. Elle a également reversé les recettes issues d'une vente de petits pains, soit 150 000 francs, à la Croix-Rouge suisse pour aider les victimes de la guerre et fait don de bons d'achat d'une valeur de 500 000 francs à des réfugiés d'Ukraine en Suisse.



Avril

Coop étend ses installations photovoltaïques

Coop a étendu ses installations photovoltaïques, portant à environ 115 000 m² la surface de production d'électricité solaire. Chaque année, Coop produit ainsi quelque 19 millions de kilowattheures d'électricité solaire durable avec ses installations, contribuant ce faisant de manière déterminante à son objectif de zéro émission nette d'ici à 2050.

Mai

Des centaines de milliers de bonnes actions lors de la "Journée de la bonne action"

La population suisse s'est mobilisée en faveur de la société et de l'environnement en réalisant des centaines de milliers de bonnes actions lors de la troisième édition de la "Journée de la bonne action". De nombreux bénévoles et différentes associations et organisations des quatre coins du pays ont participé aux différentes actions collectives qui ont été organisées à cette occasion.

Lancement de "scoop!", le nouveau magazine en ligne

Coop a lancé le magazine en ligne "scoop!" sur TikTok et Instagram. Parfait complément de Coopération et Coopération Weekend, scoop! se veut une plate-forme dédiée à la jeune génération. Le magazine propose de l'infodivertissement dans des domaines aussi divers et variés que le développement durable, l'alimentation, la technologie, l'art de vivre et la société.



Juillet

80 ans de Parrainage Coop pour les régions de montagne

Le Parrainage Coop pour les régions de montagne s'emploie depuis 80 ans à améliorer les conditions de vie et de travail des populations de montagne. Au cours de l'année sous revue, il a soutenu plus de 150 projets à hauteur d'environ 5.2 millions de francs. Sous sa marque propre Pro Montagna, Coop propose depuis 15 ans des spécialités des montagnes suisses. Pour chaque produit vendu, elle reverse une contribution de solidarité au Parrainage Coop pour les régions de montagne.

Août

Plus de 1 000 nouveaux apprentis

1 130 jeunes ont commencé leur apprentissage au sein du groupe Coop. Avec environ 3 000 apprentis au total à l'heure actuelle, la société coopérative compte parmi les entreprises formatrices les plus importantes de Suisse.

Coop soutient quatre projets d'aide dans les montagnes suisses avec son action du 1^{er} Août

Cette année, Coop a soutenu pour la première fois quatre projets à la fois dans les montagnes suisses avec la somme récoltée lors de l'action du 1^{er} Août, soit 412 000 francs. Cet argent sera utilisé pour des travaux de rénovation et de construction, devenus urgents, dans les alpages d'Onnaz, de Wimmisalp et d'Oberflüe, ainsi que dans une ferme à Obersaxen.

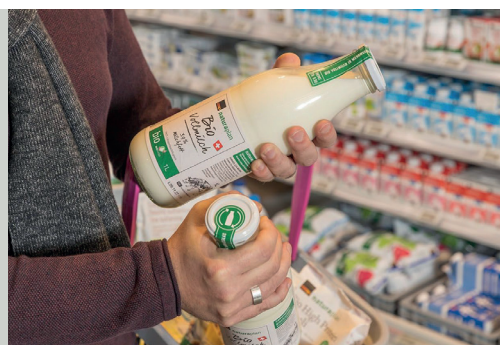
Septembre

Marque commune Jumbo

Les deux principales enseignes suisses de bricolage et de jardinage Coop Brico+Loisirs et Jumbo se sont regroupées pour devenir Jumbo.

Première place aux Swiss Fairtrade Awards

Max Havelaar a décerné à Coop la première place dans la catégorie "Commerce de détail" aux Fairtrade Awards, récompensant ainsi les 30 ans d'action pionnière de Coop avec ses produits certifiés Fairtrade. Avec plus de 1 360 produits Fairtrade, Coop propose la plus vaste gamme Fairtrade au monde.



Novembre

Coop mise sur l'éco-score pour ses produits de marque propre

Coop est le premier grand distributeur suisse à adopter un système d'étiquetage volontaire des denrées alimentaires. Mis au point par l'entreprise Beelong, l'éco-score fournit de précieuses informations sur l'impact environnemental des produits alimentaires, et aide ainsi les clientes et clients dans leurs choix. En adoptant cet étiquetage, Coop fait un pas de plus en matière de transparence pour ses produits de marque propre.

Lait entier bio Naturaplan en bouteille en verre consignée

Coop a réintroduit le lait entier en bouteille en verre consignée dans ses rayons. Grâce à son emballage durable, ce lait entier bio Coop Naturaplan permet d'éviter les déchets et de boucler le cycle des emballages. Coop poursuit ainsi son engagement en faveur de la réduction des emballages jetables.

Décembre

Nouvelle usine de fabrication de vinaigre pour Reismühle Nutrex

La nouvelle usine de fabrication de vinaigre à Brunnen a été mise en service après 17 mois de travaux. Quelque 10 000 000 de litres de vinaigre sont fabriqués ici chaque année.

Déploiement de l'appli du personnel myCoop

Coop a lancé l'appli du personnel myCoop, permettant ainsi aux collaborateurs et collaboratrices de la vente, de la logistique et de la production d'accéder eux aussi à des informations importantes et à des fonctions utiles.

Stratégie et environnement général

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

Profil d'entreprise

Commerce de détail, commerce de gros et production

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

Le groupe Coop, une société coopérative

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

Stratégies et objectifs

Lignes directrices

Une vision et des lignes directrices communes, associées aux missions spécifiques aux entreprises du groupe, constituent la base du travail quotidien et de la culture d'entreprise. Les plus de 94 790 collaboratrices et collaborateurs du groupe partagent une seule et même vision: "Ensemble jusqu'au sommet". Les Lignes directrices sont elles aussi communes à tous les formats de magasin et entreprises du groupe. Elles traduisent la conception que nous avons de notre travail: proximité, variété, image, innovation et partenariat. Les missions sont spécifiques aux entreprises et formats qui composent le groupe Coop. Elles reflètent leur positionnement dans la branche et leur orientation stratégique. Chacune des missions contribue à la mise en œuvre de la vision et des Lignes directrices du groupe.

Croissance et internationalisation

Le groupe Coop suit deux grands axes en matière de croissance et d'internationalisation. Dans le commerce de détail, sa priorité est d'optimiser de façon ciblée ses magasins en Suisse pour ses clientes et clients en faisant évoluer son offre et en y intégrant les nouvelles tendances. Il s'attache également à développer encore son réseau de points de vente. Le groupe s'agrandit par ailleurs en lançant de nouveaux formats et en développant les formats existants. Profitant des opportunités offertes par le numérique, les entreprises Coop ont aussi ouvert de nouveaux magasins en ligne, proposé de nouvelles prestations de services, renforcé leurs offres omnicanal et amélioré leurs processus. Le groupe Coop consolide ainsi sa position sur le marché suisse. Dans le commerce de gros, le groupe Coop entend développer la position des unités de Transgourmet en gagnant de nouveaux marchés en Europe, tant par une croissance organique qu'au travers d'acquisitions.

Intégration verticale

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

Virage numérique

Dans le contexte du virage numérique, Coop vise principalement à répondre encore mieux aux souhaits de la clientèle et à simplifier son processus d'achat, mais aussi à rendre les processus d'arrière-plan toujours plus efficaces et moins coûteux. Coop s'est dotée, à cette fin, d'un concept de numérisation résolument orienté vers les services à la clientèle, qui repose sur les six piliers thématiques suivants: "Vente en magasin", "E-commerce & CRM", "Category management & achats", "Logistique et production", "E-backoffice" et "Infrastructure informatique". L'accent est mis sur l'approche omnicanal, qui vise à relier commerce sédentaire et commerce en ligne. Les entreprises Coop comptent parmi les entreprises leaders en Suisse dans le commerce en ligne. Le groupe possède le magasin en ligne coop.ch, qui propose l'assortiment des supermarchés, et tous ses formats spécialisés non alimentaires ont leur propre magasin en ligne. Le centre commercial en ligne Microspot.ch propose le meilleur de l'électronique domestique et grand public, mais aussi de nombreux autres articles offrant une vraie valeur ajoutée pour le quotidien, les loisirs et la maison. Les commandes passées en ligne sont livrées à domicile ou retirées par la clientèle, soit dans un magasin du format concerné, soit dans l'un des quelque 525 points de retrait Pick-up (click and collect). Le groupe Coop exploite au total 46 magasins en ligne, dont 25 dans le Commerce de détail et 19 dans le Commerce de gros/Production. Le virage du numérique offre de nombreuses opportunités de pénétrer de nouveaux marchés. Coop favorise l'innovation dans le cadre de l'initiative Digital Switzerland, dont elle est le partenaire principal, et du Kickstart Accelerator, pôle d'innovation numérique pour les start-ups.

À partir du 1^{er} janvier 2023, le groupe Coop réunit ses domaines Informatique, Marketing et Services numériques au niveau de la Direction générale au sein de la nouvelle Direction “Digital & Customer”. Cette décision lui permet de mieux prendre la mesure des enjeux du numérique et de répondre de manière encore plus ciblée et efficace aux attentes de sa clientèle, de ses partenaires commerciaux et de son personnel. Elle tient également compte du fait que, d’une part, l’Informatique est en contact de plus en plus direct tant avec le client (p. ex. avec les caisses automatiques et les applis) qu’avec le personnel (p. ex. avec les appareils mobiles utilisés par le personnel des magasins) et, d’autre part, le Marketing est de plus en plus amené à utiliser données et outils techniques.

Approvisionnement

Dans le domaine de l’approvisionnement, Coop s’attache à sécuriser l’accès aux sources de matières premières et à assurer leur qualité. L’entreprise privilégie, avec l’agriculture suisse, les partenariats inscrits dans la durée. L’achat de produits régionaux et locaux, ainsi que de produits bio joue à cet égard un rôle majeur. Priorité est donnée au développement durable, que ce soit pour les achats en Suisse ou à l’étranger. Coop mène ainsi à bien de nombreux projets respectant des normes écologiques et sociales exigeantes en collaboration avec des producteurs, dans les pays émergents et en développement en particulier. Cela permet aux producteurs de dégager des revenus réguliers et leur assure une production stable. L’approvisionnement en Asie des produits alimentaires et non alimentaires est assuré par Eurogroup Far East Ltd., une filiale du groupe Coop. Les succursales à Hong Kong, Shanghai, Delhi et à Hô Chi Minh-Ville permettent au groupe d’assurer sur place le respect et la mise en œuvre de toutes les exigences de qualité et d’apporter un soutien aux partenaires commerciaux d’Extrême-Orient pour la mise en application des normes écologiques et sociales. L’approvisionnement en fruits et légumes d’Espagne et d’Italie est confié à Alifresca, une autre filiale de Coop, dont le rôle dépasse le cadre de l’assurance qualité: Alifresca ravitaille en effet aussi les différents marchés, garantissant la disponibilité des produits dans les conditions de quantités et de qualité requises. La Division Food d’Alifresca a pu développer l’approvisionnement et la livraison de fromages provenant d’Italie et intégrer d’autres lignes de produits comme le panettone. Coop privilégie les partenariats pérennes avec ses fournisseurs tant en Suisse qu’à l’étranger. C’est en collaboration avec eux qu’elle optimise la chaîne d’approvisionnement et exploite les synergies.

Management de la qualité

Depuis 117 ans, Coop vérifie dans ses laboratoires si ses produits répondent aux exigences de qualité élevées qu’elle s’est fixées. Les produits y sont analysés pour tous les maillons de la chaîne des marchandises en fonction des risques qu’ils présentent d’enfreindre les dispositions légales en termes de qualité et de sécurité ou les standards sectoriels et normatifs en vigueur. Les partenaires commerciaux et les collaboratrices et collaborateurs de Coop jouent, eux aussi, un rôle majeur dans l’assurance de la qualité des produits. Coop s’entoure de partenaires commerciaux fiables qui remplissent les critères de qualité requis et font certifier leurs processus de fabrication selon des normes internationales. Pour ses marques propres et ses labels, l’entreprise a élaboré un concept qui lui permet de garantir le respect de ses exigences en matière de qualité et de développement durable dans la chaîne d’approvisionnement. Coop mène ses propres contrôles, effectués par des experts en assurance qualité, mais travaille aussi en collaboration avec des organismes de contrôle indépendants.

Processus de fixation des objectifs

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

Environnement économique et politique

Le commerce de détail suisse en recul - Effets de la pandémie et de la guerre en Ukraine

L'année 2022, qui a signé le retour à la normale après la pandémie, a été marquée par la hausse des prix liée au conflit en Ukraine. Les chiffres d'affaires du secteur alimentaire dans le commerce de détail, qui avaient fortement progressé pendant la pandémie, ont essuyé un repli l'année dernière malgré la hausse des prix. Les consommateurs ont modifié leurs habitudes d'achat, réorientant leurs dépenses au profit de biens non alimentaires, des carburants et des services. La hausse du prix de l'énergie, liée à la guerre en Ukraine, a laissé des traces dans les assortiments aussi bien alimentaires que non alimentaires du commerce de détail, en particulier dans le domaine des carburants. La hausse des chiffres d'affaires dans le commerce de détail, carburants compris, est principalement due à l'inflation. En termes réels, c'est-à-dire sans le renchérissement, on note une légère augmentation.

Initiative contre l'élevage intensif

Coop, comme membre de la CI du commerce de détail suisse, s'est opposée à l'initiative sur l'élevage intensif. Elle s'est engagée activement en faveur d'un contre-projet efficace lors des débats parlementaires et déplore le fait que celui-ci n'ait pas abouti. Fin septembre, l'initiative a finalement été massivement rejetée par le peuple. Indépendamment de ce résultat, Coop continuera de s'engager pour améliorer le bien-être animal en poursuivant le développement de ses programmes éthologiques, aussi bien dans le commerce de détail que dans le commerce de gros, en Suisse comme à l'étranger. Coop est le seul distributeur de Suisse à proposer de la viande issue d'exploitations élevant les veaux sous la mère, offrant aux animaux un accès à un pâturage et les nourrissant principalement d'herbe. Elle travaille à cette fin avec Vache mère Suisse, son partenaire depuis plus de 40 ans.

Élaboration d'une politique agricole pérenne

La mise en suspens de la politique agricole 2022 a en quelque sorte créé un vide politique qu'il faut, selon Coop, combler à l'aide des instruments désormais disponibles. Coop plaide en faveur d'une politique agricole axée sur le marché et le développement durable et mise fortement sur les produits suisses dans son assortiment. La résilience de l'agriculture suisse doit être renforcée dans les stratégies politiques agricoles et alimentaires pour 2030. Il faut pour cela des instruments favorisant des approches innovantes et une autonomie plus grande pour les exploitations et les branches, ainsi que des conditions-cadres ouvrant la voie à une production axée sur le marché.

Économie circulaire

Avec la révision de la loi sur la protection de l'environnement (LPE), l'économie circulaire s'inscrit encore un peu plus dans la législation suisse. Coop et la CI du commerce de détail suisse estiment qu'il est judicieux de traiter les très nombreuses demandes de manière groupée. Les propositions présentées en 2022 constituent selon Coop un cadre politique ciblé pour boucler encore mieux les cycles des matières. Dans la mise en œuvre concrète, les initiatives déjà en place du secteur privé doivent, du point de vue de Coop, être impérativement prises en compte. Il s'agit à cet égard d'assouplir le monopole communal sur le traitement des déchets urbains, d'éviter les comportements opportunistes et d'établir un cadre libéral pour les accords de branche. Indépendamment du contexte politique, Coop s'est fixé des objectifs ambitieux pour boucler ses cycles des matières et réduire les emballages. Les conditions-cadres sont toutefois déterminantes pour faire progresser le recyclage, une étape à laquelle tous les acteurs concernés peuvent et doivent participer.

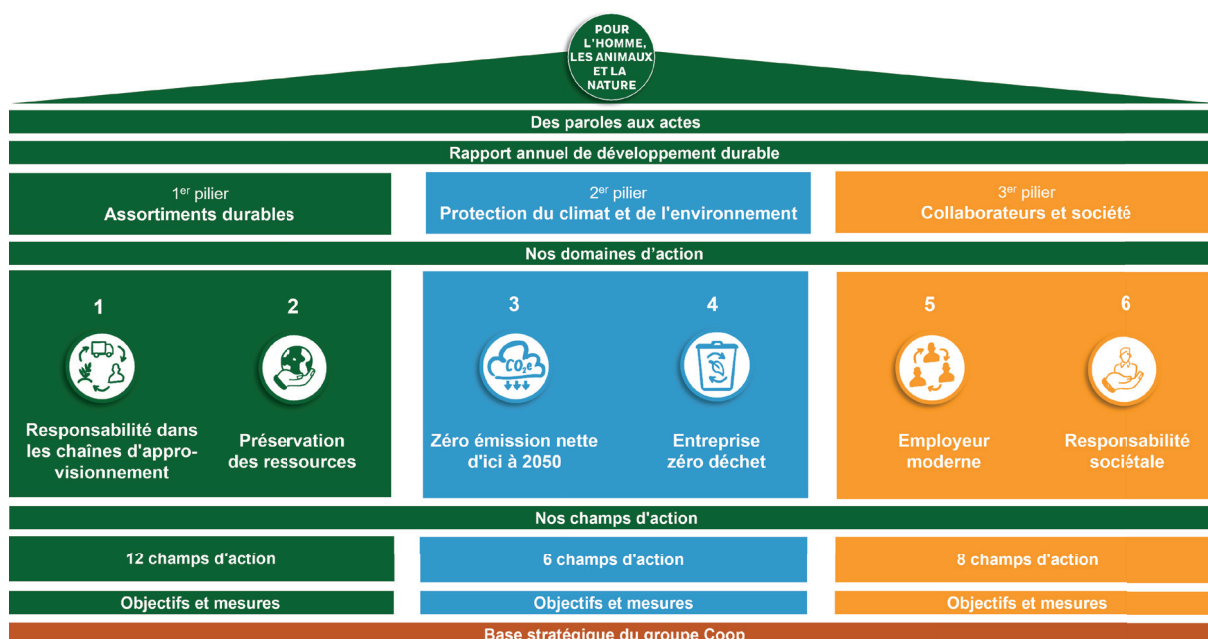
Une véritable volonté d'agir pour le développement durable

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

Intégration stratégique du développement durable

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

Par son approche globale du développement durable, le groupe Coop veut se démarquer sur les différents marchés en y apportant une plus-value, garantir l'accès aux ressources et créer une valeur partagée par tous au sein du groupe. Il entend aussi répondre avec efficacité et fiabilité aux exigences croissantes qu'imposent la société et la politique à l'ensemble de ses activités commerciales et apporter ainsi une contribution qui profite à la collectivité toute entière. Les thèmes sont choisis en fonction des attentes de nos clientes et clients, de nos partenaires commerciaux et d'autres parties prenantes telles que des ONG et les autorités.



La base stratégique

En tant que société coopérative, Coop favorise les intérêts économiques et sociaux de ses membres comme ceux des consommatrices et consommateurs. Sa compétitivité et sa pérennité reposent sur des principes économiques, écologiques et éthiques. Le développement durable se trouve également au cœur de la Vision 2025+, qui permet à Coop de se distinguer de ses concurrents par des produits durables et par son engagement dans des projets de développement durable. Chez Coop, le développement durable s'inscrit dans une démarche intégrée: tous les objectifs en la matière sont inclus dans les grandes stratégies de l'entreprise. En 2022, Coop a adopté une nouvelle stratégie de développement durable centrée sur les attentes de ses clientes et clients et d'autres parties prenantes. Structurée en 26 grands thèmes, elle définit quelque 70 objectifs mesurables pour l'ensemble du groupe dans le cadre des trois piliers du développement durable: "Assortiments durables", "Protection du climat et de l'environnement" et "Collaborateurs et engagement sociétal". Basée sur des standards internationaux, cette nouvelle stratégie tient notamment compte des limites d'émissions tolérables pour la planète. Coop contribue ainsi à la protection des ressources naturelles sur le long terme.

1^{er} pilier: assortiments durables

Coop œuvre pour le respect d'exigences minimales ambitieuses dans toutes les filières et tout au long de la chaîne de valeur et s'engage en faveur de l'agriculture biologique, du commerce équitable, du bien-être animal et de la biodiversité dans le cadre de projets d'approvisionnement porteurs d'avenir et de partenariats de longue durée. Ses labels et marques propres durables, qui appliquent les normes les plus sévères du commerce de détail suisse, constituent un facteur de différenciation important. Coop encourage la consommation durable en proposant une offre réfléchie de produits, qu'elle soutient par une publicité diversifiée et une information ciblée auprès de ses clients. Grâce à cet engagement, le chiffre d'affaires réalisé avec les produits bio a progressé de 82% et le chiffre d'affaires global réalisé avec les produits durables, de 244% depuis 2012.

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

Coop a signé la "Science Based Targets initiative" et s'engage en faveur d'objectifs basés sur des données scientifiques, pour une protection du climat efficace. Ainsi, elle calcule régulièrement ses émissions de CO₂e et se fixe des objectifs ambitieux et efficaces dans tous ses domaines d'activité. Entre 2008 et 2021, les émissions de CO₂e générées dans le cœur de métier ont pu être réduites de 38%. D'ici à 2026, Coop réduira ses émissions de CO₂e de 21% supplémentaires dans les domaines où elle exerce une influence directe. Elle travaille également à la réduction des émissions générées dans ses chaînes d'approvisionnement et aux étapes en amont. Coop mise en outre sur la préservation des ressources naturelles: elle entend devenir une entreprise zéro déchet et boucle les cycles des matières et de l'énergie chaque fois que c'est possible. Elle s'efforce également de réduire systématiquement sa consommation d'eau.

3^e pilier: collaborateurs et engagement sociétal

En tant que société coopérative, Coop a une responsabilité particulière à l'égard de ses membres, mais aussi à l'égard de la société et de ses collaboratrices et collaborateurs. Dans tout le pays, quelque 38 000 collaborateurs bénéficient de la meilleure convention collective de travail du commerce de détail suisse, d'une offre variée de cours de formation et de perfectionnement, ainsi que de perspectives de carrière intéressantes. Coop est par ailleurs le deuxième plus grand employeur d'apprentis en Suisse. Par ailleurs, en collaboration avec différents partenaires, Coop agit directement pour le bien commun et encourage ses collaboratrices et collaborateurs et toute la population à œuvrer pour de bonnes causes.

Fonds Coop pour le développement durable: 80 Mio CHF jusqu'en 2026

Le Fonds Coop pour le développement durable finance des projets relevant de chacun des trois piliers. Les clientes et clients découvrent le résultat de ces projets chaque jour dans les rayons de leur supermarché Coop. Mais ce n'est pas tout: des actions et des manifestations sont également organisées pour promouvoir auprès du personnel et du grand public les solutions innovantes mises en œuvre par le Fonds pour répondre à de grandes questions écologiques et sociales. Coop sensibilise le grand public à la consommation durable en lançant des initiatives pionnières dans le domaine du développement durable. Le Fonds dispose pour ce faire d'au moins 16.85 millions de francs par an. Ces dix dernières années, il a financé des projets pour une somme totale de plus de 100 millions de francs. Pour en savoir plus sur les projets du Fonds Coop pour le développement durable: www.des-paroles-aux-actes.ch/fonds.

Rapport sur le progrès Développement durable

Un Rapport sur le progrès Développement durable est publié tous les ans sur le site sustainable.coop.ch. Celui-ci fournit des renseignements spécifiques et détaillés sur l'engagement de Coop en matière de développement durable et sur le degré de réalisation des objectifs pluriannuels définis. Il est conforme aux normes internationales s'appliquant aux rapports et fait l'objet d'une révision externe.

Thèmes transversaux en matière de développement durable

Cette année aussi, les entreprises du groupe Coop se sont distinguées par leurs prestations durables. Voici quelques exemples de projets issus de nos six domaines d'action, qui reposent eux-mêmes sur les trois piliers du développement durable. Les nouveaux projets durables réalisés dans le cadre des domaines d'activité sont présentés en détail dans les chapitres dédiés du présent rapport.

Responsabilité dans les chaînes d'approvisionnement

Première place aux Swiss Fairtrade Awards

Pour la première fois, Fairtrade Max Havelaar a décerné les Fairtrade Awards en Suisse en septembre. Coop s'est distinguée en décrochant la première place dans la catégorie "Commerce de détail". Pionnière dans la distribution de produits certifiés Fairtrade, Coop est partenaire de Fairtrade Max Havelaar depuis 30 ans. Avec plus de 1 360 produits, elle propose la plus vaste gamme Fairtrade au monde et peut être considérée comme un modèle au niveau international, selon la directrice de Fairtrade. En outre, Coop a fait passer à Fairtrade de nombreux segments de son assortiment de marque propre, notamment les plaques de chocolat, et est la première enseigne du commerce de détail suisse à avoir introduit le label Fairtrade pour les ingrédients individuels. Coop a pour objectif de développer encore davantage sa gamme Fairtrade.

Coop adopte une stratégie en faveur de salaires décents dans ses chaînes d'approvisionnement

Coop analyse régulièrement ses chaînes d'approvisionnement, y compris dans le domaine social, afin d'identifier les risques en matière de développement durable. Dans certains pays, le salaire versé aux paysans ou aux employés des usines ne suffit pas pour vivre. Coop est consciente de cette problématique: portée par son esprit pionnier, elle s'est beaucoup engagée ces 30 dernières années aux côtés de Max Havelaar pour rendre les conditions de travail plus justes dans ces pays. Avec l'appui de ses partenaires et sa nouvelle stratégie en faveur de salaires décents, elle franchit désormais une nouvelle étape en comblant d'autres écarts de revenu pour les personnes concernées. Coop envoie ainsi un signal fort dans toute la branche et entend convaincre d'autres entreprises du commerce de détail de la suivre dans cette voie.

Value-based Supply Chain Management

Coop a pour objectif global de devenir le supermarché leader en matière de qualité et de développement durable et entend également parvenir à une transparence totale tout au long de la chaîne de valeur critique. Pour répondre aux exigences et aux obligations de justification toujours plus élevées qui lui sont imposées, ainsi qu'aux acteurs de ses chaînes d'approvisionnement, la mise en place d'un système centralisé et intégré s'est avérée nécessaire. Grâce à la nouvelle unité d'organisation "Value-based Supply Chain Management (VSCM)" et à la plate-forme technique qui a été créée, Coop est désormais en mesure d'assurer l'efficacité de la collecte, de même que la validation, l'évaluation, l'analyse centralisée et la disponibilité des données et informations, ce afin de garantir et de communiquer les prestations en matière de qualité et de développement durable.

Préservation sur le long terme des ressources naturelles

Plus d'huile de palme conventionnelle dans les pâtes et produits de boulangerie frais Coop

Coop pose des jalons supplémentaires dans la mise en œuvre de son projet Huile de palme et réalise un projet pionnier d'approvisionnement durable d'huile de palme bio avec une chaîne d'approvisionnement transparente. Désormais, Coop peut se passer d'huile de palme conventionnelle pour toutes ses pâtes et tous ses produits de boulangerie frais de marque propre et poursuit son objectif de remplacer intégralement l'huile de palme conventionnelle dans toutes les denrées alimentaires de marque propre.

Zéro émission nette d'ici à 2050

Extension des installations photovoltaïques

Afin de produire de l'énergie solaire, Coop a équipé d'installations photovoltaïques plus de 60 toits de supermarchés, centres commerciaux, entreprises de production et centrales de distribution. Grâce à ces installations, qui recouvrent une surface totale avoisinant les 120 000 mètres carrés, Coop produit chaque année environ 19 millions de kilowattheures d'électricité solaire, soit la consommation annuelle d'électricité de près de 5 800 foyers suisses. En raison des risques de pénuries d'énergie, Coop a adapté les directives applicables à la construction de ces installations. L'ensemble du toit peut désormais être recouvert, ce même dans le cas où une surface plus petite suffirait pour atteindre une autoconsommation maximale. Lorsqu'elle rénove des bâtiments, Coop étudie systématiquement la possibilité d'installer des panneaux en façade, contribuant ainsi à assurer la sécurité d'approvisionnement en Suisse dans le domaine de l'énergie également.

Livraisons neutres pour le climat chez Transgourmet Deutschland

Depuis le 1^{er} octobre, les clientes et clients de Transgourmet bénéficient tous d'une livraison neutre sur le plan climatique. Pionnière en la matière dans sa branche, l'entreprise est le premier grossiste alimentaire allemand à atteindre la neutralité climatique pour le transport. D'ici à 2026, Transgourmet Deutschland convertira un tiers de ses camions au biogaz, qui génère 90% de CO₂e en moins comparé au diesel. Les émissions incompressibles seront compensées dans le cadre de projets de protection du climat.

Poursuite du transfert de la route au rail dans la logistique

Grâce à l'implication constante de Railcare, l'entreprise ferroviaire de Coop, le transport par le rail a encore pu gagner du terrain: Coop transporte par le rail un volume environ trois fois supérieur à celui de 2010, ce qui lui permet d'économiser chaque année quelque 13 millions de kilomètres sur route.

Vision d'une entreprise zéro déchet

Coop toujours engagée contre le gaspillage alimentaire

Coop a encore renforcé son engagement contre le gaspillage alimentaire en 2022. Tous ses restaurants proposent désormais des menus surprise à prix réduit avant la fermeture dans le cadre du partenariat avec Too Good To Go. Le volume des dons aux organisations partenaires Table couvre-toi et Table Suisse a par ailleurs encore progressé. Chaque année, 20 millions de repas sont ainsi distribués à des personnes dans le besoin. Plusieurs projets visant à optimiser les processus de commande et la valorisation ont également été lancés. Dans le cadre de la CI du commerce de détail suisse, Coop est devenue membre de l'initiative United Against Waste. Aux côtés d'autres représentants de la branche, elle contribue ainsi de manière notable à la lutte contre le gaspillage.

Employeur moderne

Coop favorise l'inclusion

Grâce au projet "Intégration Handicap", Coop emploie actuellement 150 personnes en situation de handicap. Le projet permet à ces personnes d'occuper un emploi aménagé dans un point de vente Coop. Des spécialistes externes les assistent dans leurs tâches quotidiennes. Coop travaille avec 15 fondations en Suisse et met tout en œuvre pour intégrer d'autres personnes en situation de handicap dans le monde du travail ces prochaines années.

Responsabilité sociétale

Journée de la bonne action 2022

Des centaines de milliers de personnes ont agi pour une bonne cause à l'occasion de la Journée de la bonne action 2022. Quelque 2 000 magasins Coop y ont à nouveau participé. Objectif de cette initiative: placer la solidarité mutuelle et collective sur le devant de la scène en collaboration avec six partenaires d'envergure nationale: Pro Infirmis, le WWF, le Mouvement Scout de Suisse, la CRS, Table couvre-toi et Table Suisse.

Transgourmet France soutient l'alimentation durable de demain

Transgourmet France a franchi un pas de plus vers une alimentation plus durable et plus responsable en s'alliant à Hectar, le plus grand campus agricole du monde, sur lequel est installé une ferme pilote en agriculture régénératrice. Parce qu'elle partage avec Hectar des valeurs et des constats communs, Transgourmet a décidé de soutenir ce projet avec une première action concrète: le lancement de "tg Origine", une nouvelle gamme de yogourts. Ce partenariat, qui crée une passerelle entre les producteurs, la ferme et le consommateur, permet à Transgourmet France de garantir à ses clientes et clients une production la plus écologique possible et une chaîne logistique et commerciale optimisée. D'autres projets sont d'ores et déjà prévus.

Domaine d'activité Commerce de détail

2

Formats et offre	20
Supermarchés et formats alimentaires	21
Faits marquants des formats alimentaires	21
Formats spécialisés non alimentaires	24
Faits marquants des formats non alimentaires	24
Marques propres et labels de qualité	30
Domaines spécialisés	31
Approvisionnement	31
Logistique	31
Intégration des centrales de distribution Jumbo	31
Railcare utilise désormais ses propres wagons pour le transport des marchandises	31
Optimisation du bénéfice client grâce au remaniement du Service-Level-Agreement	31
Coop soutient "Cargo sous terrain" pendant la phase d'octroi de l'autorisation de construire	31
Informatique	31
Migration vers SAP S/4HANA	31
Intégration de Jumbo	32
Immobilier	32
Projets immobiliers	32
Ouvertures	32
Chantiers en cours	33
Nouveaux chantiers	33
EKZ National	34
Pénurie de gaz et d'électricité	34
Management de la qualité	34
Une assurance qualité globale	34
Communication et publicité	35
Engagement sociétal	37

Domaine d'activité Commerce de détail

Coop investit à nouveau dans les baisses de prix, mise sur le savoir-faire artisanal dans ses supermarchés et propose la plus vaste gamme végétane et végétarienne. Les formats spécialisés accueillent leur clientèle dans des magasins réagencés et Jumbo réunit le meilleur de deux mondes en un seul pour devenir le numéro 1 incontesté du marché suisse du bricolage et du jardinage.

Le groupe Coop a réalisé en 2022 un produit net de 19.9 milliards de francs dans le commerce de détail, profitant notamment de son réseau de supermarchés vaste et moderne, de la proximité avec les clientes et clients qui en résulte et de son assortiment de produits diversifiés et innovants.

Formats et offre

Dans le domaine d'activité Commerce de détail, le groupe Coop exploite des supermarchés et de nombreux formats spécialisés dans les secteurs les plus divers. Fin 2022, il comptait 2 425 magasins en Suisse, soit 29 de plus que l'année précédente. Coop possède également un large éventail de magasins en ligne qui fonctionnent en synergie avec ses magasins physiques dans une démarche omnicanal: presque tous ses formats spécialisés ont désormais leur propre magasin en ligne.

Coop donne un poids stratégique particulier à ses produits durables. Dans le commerce de détail, le chiffre d'affaires réalisé avec ces produits a atteint 4.9 milliards de francs en 2022 (pour en savoir plus, voir sustainable.coop.ch). Les produits bio ont, à eux seuls, apporté à Coop un chiffre d'affaires de près de 1.7 milliards de francs.

19.9 Mrd. CHF

Produit net du commerce de détail

4.2 Mrd. CHF

Chiffre d'affaires des produits durables dans le commerce de détail

1.7 Mrd. CHF

Chiffre d'affaires des produits bio



Supermarchés et formats alimentaires

Les supermarchés Coop ont réalisé en 2022 un produit net de plus de 11.6 milliards de francs. Au cours de l'année sous revue, Coop a ouvert 11 magasins et en a fermé 6, portant le nombre total de magasins à 960 fin 2022. Elle possède ainsi le réseau de supermarchés le plus dense de Suisse. En 2022, 42 d'entre eux ont été remaniés selon le nouveau concept d'aménagement 2025+, portant à 247 le nombre de supermarchés transformés.

Faits marquants des formats alimentaires

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les faits marquants de l'exercice écoulé.



Coop possède le réseau de supermarchés le plus dense de Suisse.

Faits marquants en 2022

- Transformation de 42 magasins selon le nouveau concept, portant à 247 le nombre de magasins réaménagés fin 2022
- Ouverture de 11 nouveaux magasins
- Réalisation du premier hypermarché doté du concept 2025+ à Tenero au Tessin
- Développement de l'offre Prix Garantie, qui compte désormais 1 270 produits de même prix et de même qualité que ceux des discounters
- Développement de l'offre végane/végétarienne, qui compte désormais 2 000 produits, soit le choix le plus vaste dans le commerce de détail suisse
- 1 360 produits équitables, soit le plus vaste assortiment Fairtrade du monde
- Plus de 20 900 produits durables dans les rayons
- Référencement d'herbes aromatiques suisses issues de l'agriculture verticale
- Soutien des régions de montagne suisses avec la marque propre Pro Montagna depuis maintenant 15 ans
- Développement de l'offre de produits artisanaux dans les magasins avec boulangeries maison, Maisons des fromages, îlots Traiteur et comptoirs Viande et Poisson
- 50 millions de francs investis dans les baisses de prix
- Suppression de l'impression systématique des tickets de caisse à toutes les caisses
- Développement de la lutte contre le gaspillage alimentaire avec plus de 20 millions de repas donnés à des organisations telles que Table couvre-toi et Table Suisse
- Collaboration avec plus de 50 institutions et fondations suisses œuvrant pour les personnes en situation de handicap

Coop.ch

La plate-forme omnicanal offrant le plus grand choix, avec livraison à domicile.

Faits marquants en 2022

- Taux de croissance situés à 8.5% par rapport à 2021
- Maintien et développement de la clientèle acquise pendant la pandémie
- La plus vaste offre en ligne de produits alimentaires, avec plus 18 000 références; 500 nouveaux vins ajoutés, ce qui porte le nombre total de vins à 2 700
- Lancement, en collaboration avec Beelong, de l'éco-score, un système d'étiquetage indiquant l'impact environnemental d'un produit
- Lancement de "Ma Coop", une expérience d'achat personnalisée qui permet de faire ses courses encore plus vite
- Mise en service de deux nouvelles plateformes d'éclatement à Winterthur et Conthey pour se rapprocher encore de la clientèle

Magasins

 960⁺⁵

Nouveautés

 3 332

Magasin en ligne

 www.coop.ch



Le numéro un du commerce de proximité en Suisse.

Faits marquants en 2022

- Développement des assortiments de viande, de produits laitiers, de pain et d'eau
- Développement des assortiments ultra-frais dans les domaines du prêt-à-consommer et du prêt-à-cuire avec Freshly Made
- Développement du concept fraîcheur: vente de hot-dogs dans 181 magasins et de sandwiches frais du jour dans 320 magasins
- Mise en place de nouvelles machines à café Franke performantes pour l'offre "Coffee to go" dans l'ensemble du réseau de magasins
- Adoption d'un nouveau design "aspect bois" dans tous les shops Coop Pronto
- Collaboration entre Coop Pronto et EcoDrive avec conseils pour réduire les émissions de CO₂e
- Collaboration avec myclimate pour permettre la compensation des émissions de CO₂e
- Compensation des émissions de CO₂e générées par la propre flotte de véhicules

Magasins

 320

Pour en savoir plus: www.coop-pronto.ch



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

Faits marquants en 2022

- Lancement de "Too Good To Go" dans tous les magasins Coop to go pour réduire le gaspillage alimentaire

Magasins

 20

Pour en savoir plus: www.cooptogo.ch



Un format tendance dédié aux produits véganes et végétariens de la ligne Karma.

Faits marquants en 2022

- Greenbox: nouvelle offre de salades préparées sur place et conditionnées dans un emballage réutilisable fourni contre une consigne de 5 francs
- Nouveaux produits innovants tels que Karma Max Havelaar Creamy Hazelnut Balls

Produits

 323

Pour en savoir plus: www.karmastore.ch



D'authentiques spécialités italiennes et un format de magasin de Coop.

Faits marquants en 2022

- Lancement de "Too Good To Go" dans tous les magasins Sapori pour réduire le gaspillage alimentaire
- Nouveaux produits innovants tels que Farine Manitoba Sapori d'Italia

Produits

 311

Pour en savoir plus: www.saporiditalia.ch



Le format dédié au savoir-faire culinaire artisanal, à la régionalité et au développement durable, avec une appli de recettes leader.

Faits marquants en 2022

- Lancement d'un buffet de pâtes proposant des pâtes fraîches prêtes à être dégustées, préparées au wok avec une sauce au choix
- Nouvelle fonction Swipe&Cook, qui permet de découvrir de nouvelles recettes de manière ludique

Pages consultées

 65 millions

Pour en savoir plus: www.fooby.ch/bel-air

coop restaurant

Pour se régaler tous les jours au prix juste.

Faits marquants en 2022

- Nette augmentation des parts de marché et des chiffres d'affaires
- Lancement d'alternatives au lait sans lactose et véganes dans tous les restaurants Coop du pays
- Très forte augmentation de la proportion de produits arborant le Bourgeon Bio, qui s'élève désormais à 15.2%
- 1 nouvelles ouvertures et 6 réouvertures
- Premières publications de contenus sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram et Facebook)

Restaurants

 183

Pour en savoir plus: www.coop-restaurant.ch

Marché

Schweiz Suisse Svizzera



Pour les voyageurs en quête d'une pause fraîcheur, leader sur le marché des restaurants d'autoroute.

Faits marquants en 2022

- Forte reprise des chiffres d'affaires après la pandémie
- Transformation réussie à l'aéroport de Zurich
- Ouverture du neuvième site, un Burger King au Parc Saint-Jacques à Bâle
- Reprise des trois Popeyes suisses et ouverture de son premier propre restaurant Popeyes au centre commercial Letzipark
- Lancement à l'échelle nationale de l'appli "Too Good To Go" pour réduire le gaspillage alimentaire
- Intégration à l'échelle nationale de la Supercard Coop

Restaurants

 45⁺⁶

Pour en savoir plus: www.marche.ch

twospice



Des restaurants "fast casual" innovants et dans l'air du temps.

Faits marquants en 2022

- Retour à une évolution favorable des chiffres d'affaires par marque après la pandémie
- Augmentation de la participation de Coop, désormais supérieure à 50%
- Élargissement de l'offre végane proposée dans les établissements Yooji's, qui est passée d'une part de 7% en 2018 à 20% aujourd'hui
- Progression réjouissante du chiffre d'affaires pour Yalda
- Développement des sources de protéines d'origine végétale pour la marque Rice Up!
- Évolution favorable de la marque Zenbu (ligne de sushis proposés chez Coop)

Restaurants

 28

Pour en savoir plus: www.twospice.ch

Betty Bossi

Le numéro un en Suisse de la cuisine et du goût

Faits marquants en 2022

- Relancement de l'appli de recettes Betty Bossi, utilisée par plus de 100 000 personnes chaque mois
- 20^e anniversaire d'une collaboration réussie: les produits Betty Bossi sont présents dans les rayons de Coop depuis 20 ans
- Lancement du premier livre de cuisine végane de Betty Bossi
- Nouvelle, grande étape vers la numérisation dans la banque de recettes Betty Bossi: diffusion automatisée de la valeur nutritive, des allergènes, de la forme d'alimentation et de la saisonnalité.

Nombre de lecteurs du journal

 1.56 millions

Pour en savoir plus: www.bettybossi.ch

Formats spécialisés non alimentaires

Les formats spécialisés non alimentaires de Coop ont réalisé en 2022 un produit net de plus de 8.4 milliards de francs. Au nombre de 18 (Coop Mineraloel et Coop mazout comptant comme un seul format), ils totalisent 1 465 magasins et sites ainsi que 20 magasins en ligne. 57 magasins ont été réaménagés selon de nouveaux concepts. Les formats spécialisés jouent résolument la carte de l'omnicanal en investissant dans de nouveaux concepts de magasin attrayants et des magasins en ligne modernes. Leur intégration dans la nouvelle appli Supercard a permis de simplifier l'accès aux différents magasins en ligne.

Faits marquants des formats non alimentaires

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les faits marquants de l'exercice écoulé.



La meilleure expérience d'achat dans le domaine de l'électronique domestique en Suisse.

Faits marquants en 2022

- Ouverture à Zurich d'un magasin pilote aménagé selon un nouveau concept
- Renforcement du Customer Care Center en termes de disponibilité et de qualité de service
- Intégration de zones dédiées à la marque Apple dans 20 magasins supplémentaires
- Mise en place d'une présentation dédiée aux produits de santé Beurer dans 170 magasins
- Intégration de zones dédiées à la marque Logitech dans 150 magasins
- Tablettes vendeur dans les magasins: extension des fonctionnalités (ajout du processus de réparation, entre autres)

Magasins



170

Magasin en ligne



www.interdiscount.ch



La meilleure expérience d'achat en ligne.

Faits marquants en 2022

- Développement de la position sur le marché ainsi que de la notoriété
- Intégration dans le programme Supercard de Coop
- Lancement de l'appli microspot.ch
- Lancement d'un centre d'assistance pour simplifier le traitement des questions des clientes et clients
- Élargissement de l'assortiment avec l'ajout de 100 000 articles
- Mise sur pied d'un assortiment de vélos électriques comptant plus de 200 références (avec des marques premium comme "Flyer" et "Stromer", entre autres)
- Développement de l'assortiment d'accessoires dans le domaine de la mobilité avec des marques comme "Thule", "POC" et "Abus"
- Développement de l'assortiment Home & Living avec les marques "House Nordic", "Brilliant", "Steinhauer" et "Inter Link"
- Développement des domaines des grillades et de la cuisine

Points de retrait
Pick-up



525

Magasin en ligne



www.microspot.ch



Le numéro un des magasins de bricolage en Suisse.

Faits marquants en 2022

- Regroupement des formats Brico+Loisirs et Jumbo sous une seule et même marque
- Changement de raison sociale pour tous les anciens magasins Brico+Loisirs
- Regroupement des services communs sur le site de Dietlikon
- Relancement du magasin en ligne unifié et optimisation pour les appareils mobiles
- Harmonisation progressive des assortiments
- Ouverture d'un nouveau magasin à Coire Wiesental
- Déploiement des systèmes informatiques de Coop dans les magasins Jumbo
- Intégration de l'ensemble du personnel de Jumbo dans Coop Société Coopérative et reprise de la convention collective de travail de Coop

Magasins

 114 ⁺¹

Magasin en ligne

 www.jumbo.ch

lumimart

Le meilleur du luminaire.


Faits marquants en 2022

- Ouverture d'un nouveau magasin Lumimart à Villmergen
- Modernisation du magasin Lumimart de Romanel
- Référencement des marques "HAY", "Secto Design" et "Anglepoise"

Magasins

 19 ⁺¹

Magasin en ligne

 www.lumimart.ch

coop city

La deuxième chaîne de Grands Magasins de Suisse.

Faits marquants en 2022

- Mise en œuvre du concept de magasin "Bellacasa" dans le Coop City Lausanne St-François et transformation du Coop City Neuchâtel
- Nouveau concept de magasin avec boulangerie maison et comptoir de produits frais à Zoug et transformation du département alimentaire à Genève Plainpalais
- Développement de la position sur le marché
- Développement du concept de magasin "Bellacasa" pour améliorer l'expérience client
- Développement de l'offre proposée en ligne

Magasins

 31

Magasin en ligne

 www.coop-city.ch

LIVIQUE

L'enseigne d'ameublement centrée sur les solutions individualisées.

Faits marquants en 2022

- Ouverture du premier concept de boutique Livique au Centre Signy près de Nyon
- Transformation et modernisation des magasins Livique de Bienne et de Lyssach
- Lancement d'un configurateur dans le domaine des meubles sur livique.ch
- Développement de la marque-ombrelle "Swiss Collection", sous laquelle sont proposés des assortiments "swiss made" de 10 fabricants suisses
- Référencement des marques "Willisau Design Collection" et "Novamobili"

Magasins

 26

Magasin en ligne

 www.livique.ch



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

Faits marquants en 2022

- Déploiement du nouveau concept de magasin sur trois sites: Bâle Europe, Zurich Bahnhofstrasse et Delémont
- Extension du réseau de pharmacies avec deux ouvertures, l'une à Huttwil et l'autre à Berne Freudenberg
- Forte croissance de "Primary Care" (premier entretien de conseil médical) et remise de médicaments normalement soumis à ordonnance
- Chiffre d'affaires en hausse pour les génériques et les marques propres

Magasins

 86

Magasin en ligne

 www.coopvitality.ch

IMPORT PARFUMERIE

Le numéro un des parfums haut de gamme en Suisse.

Faits marquants en 2022

- Mise en œuvre du nouveau concept de magasin dans 19 magasins supplémentaires
- Référencement de nouvelles marques de prestige et de luxe comme Tom Ford, Sisley Paris, Origins et Gisada
- Lancement d'un service de gravure en ligne sur impo.ch pour plus de 600 produits
- Lancement du live shopping comme nouveau canal de conseil et de vente
- Développement de "The Member Club", qui compte désormais 300 000 membres

Magasins

 108

Magasin en ligne

 www.impo.ch



THE BODY SHOP

Le spécialiste des cosmétiques naturels et durables.


Faits marquants en 2022

- Nouveau concept de magasin avec station de recharge dans les Bodyshop de Bâle Freie Strasse et Genève Balaxert
- Relancement de l'ensemble de l'assortiment grâce à des nouveautés (lignes Edelweiss, Choice et Wellness); d'ici à 2023, tous les produits seront certifiés véganes et dotés d'emballages écologiques
- Organisation d'une opération de collecte au profit de la Fondation Étoile filante

Magasins

 41

Magasin en ligne

 www.thebodyshop.ch

CHRIST

Montres & Bijoux

Le numéro un de l'horlogerie-bijouterie.

Faits marquants en 2022

- Transformation des magasins de Kriens, d'Oftringen et de Sierre
- Belle progression toutes catégories CHRIST confondues: montres, bijoux et prestations de services
- Évolution positive des marques propres de CHRIST, en particulier de Diamonds by CHRIST, Kids by CHRIST et Men's by CHRIST
- CHRIST une nouvelle fois numéro 1 dans le secteur des montres et des bijoux selon l'étude Omni Channel Readiness 2022 (ORI 2022)
- Lancement réussi du live shopping comme nouveau canal de conseil et de vente, avec publication de vidéos tous les mois
- Lancement d'une nouvelle ligne de montres fantaisie sous la marque propre de bijoux fantaisie Silver Spirit by CHRIST
- Lancement d'un service de recyclage de montres avec l'institution sociale Bürgerspital Basel

Magasins

 61

Magasin en ligne

 www.christ-swiss.ch



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

Faits marquants en 2022

- Modernisation de 18 magasins, ouverture de deux nouveaux magasins
- Développement du téléconseil, tous canaux confondus: vente par téléphone, conseils par chat et conseils par vidéo
- Formulaire de demande de réparation en ligne pour les gros appareils électroménagers, avec possibilité de choisir une date de passage à domicile
- Développement de la compétence "Transformation cuisine/salle de bains": fourniture de prestations de direction des travaux dans l'esprit d'une solution tout-en-un
- Refonte du site Internet www.fust.ch

Magasins

 153

Magasin en ligne

 www.fust.ch



Le numéro un de la vente en ligne d'électroménager avec une palette complète de services.


Faits marquants en 2022

- Développement de l'assortiment dans les domaines "Gastro" et "Do it"
- Intégration de nouveaux partenaires proposant des prestations logistiques et de services afin d'améliorer les services à la clientèle
- Livraison des commandes passées en ligne avant 21h00 dès le lendemain pour les articles pouvant être expédiés par la Poste
- Introduction de SAP
- Lancement d'un nouveau système de tickets au sein du Service clients

Produits

 30 000

Magasin en ligne

 www.nettohop.ch



La passion du service.

Faits marquants en 2022

- Forte croissance dans le domaine des marques propres
- Lancement systématique d'enquêtes de satisfaction auprès des clientes et clients selon la logique du NPS, avec premiers résultats supérieurs à la moyenne
- Lancement d'un planificateur d'itinéraires automatique pour les techniciens

Interventions

 95 000

Pour en savoir plus:

www.service7000.ch



Le premier institut de podologie de Suisse.

Faits marquants en 2022

- Déménagement du cabinet de podologie dans des locaux neufs et modernes dans la Freie Strasse 38 à Bâle
- Développement de l'offre grâce à des salles de soins supplémentaires
- Intégration des chaussures spéciales dans le rayon chaussures du magasin Pfauen à Bâle
- Forte augmentation du nombre de nouveaux clients
- Encadrement réussi des apprentis (excellents résultats et accueil de 3 nouveaux apprentis en 2022)

Nombre de soins

 22 000

Pour en savoir plus:

www.per-piedi.ch



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

Faits marquants en 2022

- Ouverture de deux nouvelles stations-service à hydrogène à Frenkendorf et à Coire; trois ouvertures supplémentaires sont prévues en 2023
- 75 stations-service proposant de l'AdBlue à la pompe

Magasins

 326

Pour en savoir plus: www.coop-mineraloel.ch



Chaleur et bien-être chez soi.

Faits marquants en 2022

- Site Internet très apprécié par la clientèle: 60% des commandes sont passées en ligne
- Depuis début 2022, vente de mazout écologique à faible teneur en soufre uniquement
- Possibilité de compenser les émissions de CO₂e avec myclimate

Commandes en ligne

 14 500

Pour en savoir plus: www.coop-heizoel.ch



Maison tropicale avec restaurant.

Faits marquants en 2022

- Hausse du nombre de visiteurs par rapport à l'année dernière
- Hausse de 38% des chiffres d'affaires réalisés avec le caviar; premières exportations de caviar vers l'Autriche
- Extension de l'activité de pisciculture avec bâtiment supplémentaire dédié à l'élevage de poissons
- Obtention des labels durables Suisse Garantie et Pro Montagna pour les perches et les esturgeons provenant de la Maison tropicale
- Pose d'une installation photovoltaïque de 980 m²

Perche

 1.2 millions

Pour en savoir plus: www.tropenhaus-frutigen.ch



Le voyageur de Coop et Rewe, numéro 1 en Suisse de la vente directe de vacances balnéaires.

Faits marquants en 2022

- Développement significatif de l'offre grâce à une nouvelle technologie de réservation
- Redressement du chiffre d'affaires après les années de pandémie
- Augmentation de la part des ventes en ligne, qui atteignent désormais 45%
- Lancement réussi du nouveau système de réservation

Destinations  **112** ⁺⁴

Magasin en ligne  www.itscoop.ch



L'un des principaux centres de fitness de Suisse.

Faits marquants en 2022

- Expansion à 65 salles dans 17 cantons
- Ouverture de trois salles en Suisse romande
- Plus de 52 000 abonnés
- Update Akademie: cursus de formation désormais en ligne et sous forme hybride

Salles de sport  **65** ⁺⁶


Pour en savoir plus: www.update-fitness.ch

BâleHotels

Le groupe hôtelier de Coop.

Faits marquants en 2022

- Forte croissance de l'Hôtel-boutique Märthof de Bâle
- Rachat du Holiday Inn Express d'Aarburg/Oftringen
- Organisation de micro-formations pour les collaborateurs de BâleHotels: "Nous sommes BâleHotels et l'hospitalité nous tient à cœur"
- Élaboration de nouveaux sites Internet pour plusieurs hôtels
- Poursuite de la coopération dans le domaine de la restauration avec Swiss Indoors
- Renouvellement de la certification ISO 9001 pour BâleHotels jusqu'en 2023

Nuitées  **8** ⁺¹

Pour en savoir plus: www.balehotels.ch

Marques propres et labels de qualité

Coop propose à sa clientèle le plus large éventail de produits de marques nationales et internationales dans toutes les gammes de prix. Saveur, développement durable, régionalité, écologie, prix avantageux et art de vivre sont au centre de ses préoccupations. Coop s'appuie sur ses labels de qualité indépendants pour proposer à sa clientèle une offre durable tout en collaborant étroitement avec des organismes indépendants pour favoriser un développement durable. Sa marque propre durable Naturaplan est ainsi la première marque bio de Suisse. Coop utilise systématiquement le label du Bourgeon de Bio Suisse sur ses produits Naturaplan. Les produits bio transformés ou importés sont soumis aux mêmes exigences que les autres. Naturafarm est le label numéro un en matière de bien-être animal. Oecoplan offre une alternative écologique à presque tous les produits pour l'entretien de la maison, le jardinage, le bricolage et la construction. Coop est le premier distributeur mondial de coton bio issu du commerce équitable et aussi le premier distributeur de produits certifiés Fairtrade Max Havelaar en Suisse comme dans le monde.

MARQUES PROPRES ET LABELS DE QUALITÉ DURABLES



MARQUES PROPRES POUR GROUPES CIBLES



MARQUES PROPRES STANDARD



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

Domaines spécialisés

Approvisionnement

Les incertitudes liées au conflit en Ukraine et à ses retombées ont pesé sur l'approvisionnement et posé des défis de taille sur les marchés en 2022. Les pénuries d'énergie et de matières premières, les problèmes de capacités dans les entreprises de production et l'instabilité des chaînes d'approvisionnement ont fait grimper les prix d'achat et pesé sur la disponibilité. Grâce aux relations partenariales qu'elle entretient avec ses fournisseurs, aux négociations serrées qu'elle a menées, mais aussi grâce à l'effet de change, Coop a pu assurer une disponibilité quasi continue tout en limitant la hausse des prix à un minimum.

Logistique

Intégration des centrales de distribution Jumbo

En rachetant les 41 magasins Jumbo, Coop a également repris les trois centrales de distribution de Dagmersellen, d'Oensingen et d'Oberbuchsiten qui assuraient jusqu'ici leur approvisionnement. Au cours de l'année sous revue, les processus logistiques de Jumbo ont été regroupés avec ceux de l'univers de Coop. Parmi les changements mis en œuvre figurent notamment l'élaboration de nouveaux plannings de tournée, l'adaptation de la gestion des stocks, l'harmonisation des rythmes de commande et de livraison et la mise en place d'une organisation commune de valorisation et d'élimination des déchets. D'autres processus de Coop, comme le système de gestion des stocks WAMAS, ont par ailleurs été progressivement introduits chez Jumbo tout au long de l'année sous revue.

Railcare utilise désormais ses propres wagons pour le transport des marchandises

Railcare, l'entreprise ferroviaire de Coop, a mis sur les rails ses propres wagons porteurs au cours de l'année sous revue, ce qui lui permet de se passer des wagons conventionnels qu'elle louait jusqu'à présent. Les 105 nouveaux wagons, équipés au total de 210 conteneurs de 45 pieds, assurent les transports quotidiens de marchandises entre les centrales de distribution nationales et régionales de Coop. Clairement identifiables comme un moyen de transport Coop, ces conteneurs de couleur blanche sont dotés sur le flanc du logo Coop et de fruits et légumes frais, à l'instar de ceux qui sillonnent les routes. Autre avantage: ils sont isolés et peuvent, si nécessaire, être refroidis, permettant ainsi de remplir toutes les exigences requises en matière de température.

Optimisation du bénéfice client grâce au remaniement du Service-Level-Agreement

Pivot de la collaboration entre la vente (Retail) et la logistique, le Service-Level-Agreement (SLA) en vigueur chez Coop a été passé au crible et remanié dans le but d'optimiser le bénéfice client. Son objectif est de garantir au client final un approvisionnement en quantités suffisantes et de la meilleure qualité possible. Cela demande en amont une logistique bien rodée, dotée de processus informatiques spécifiques. Les heures limites de commande dans les magasins ont ainsi été adaptées aux habitudes des clientes et clients et les tournées des camions ont été optimisées pour pouvoir livrer des produits encore plus frais avant l'ouverture du magasin. Les créneaux de livraison ont par ailleurs été resserrés pour permettre une meilleure articulation avec les processus en place dans les magasins.

Coop soutient "Cargo sous terrain" pendant la phase d'octroi de l'autorisation de construire

Le projet visionnaire "Cargo sous terrain" devient de plus en plus concret. Avec dix autres investisseurs, Coop s'est très tôt déclarée prête à s'impliquer de manière significative dans la phase d'octroi de l'autorisation de construire, pour autant que les conditions définies soient remplies. Entré fin août dans la phase clé de l'autorisation de construire, le projet "Cargo sous terrain" va bon train. Prochaines étapes: préparer le début des travaux, prévu en 2026, et concrétiser la conception du système.

Informatique

Migration vers SAP S/4HANA

Pour se préparer aux enjeux du numérique, mais aussi pour assurer la maintenance pour les années à venir, les systèmes informatiques centraux du Retail ont basculé vers la nouvelle solution S/4HANA de SAP. La migration des deux systèmes SAP s'est achevée avec succès pendant le week-end de Pâques 2022, après environ un an et demi de travaux intenses. Principaux avantages de la nouvelle version: une gestion des données plus rationnelle et un système plus performant.

Intégration de Jumbo

Depuis début septembre, Brico+Loisirs et Jumbo réunissent le meilleur de deux mondes sur le nouveau site Internet jumbo.ch - une fusion qui s'est achevée avec succès après d'intenses travaux. Parallèlement, tous les processus de vente en ligne de Jumbo ont basculé vers les processus et systèmes de gestion des marchandises de Coop. Le déploiement dans les 41 magasins Jumbo, lancé avec succès au cours d'une deuxième étape en octobre, durera jusqu'à la mi-février 2023.

Immobilier

Projets immobiliers

Coop a lancé au cours de l'année sous revue neuf nouveaux projets immobiliers et en a achevé 24: deux nouvelles constructions, une extension et 21 modernisations/rénovations.

Ouvertures

Le nouveau magasin *Fust de St-Gall* a ouvert ses portes le 20 janvier 2022 après 13 mois de travaux. La zone clientèle s'étend du rez-de-chaussée, qui abrite le magasin spécialisé dans l'électroménager, jusqu'au premier étage, où sont exposées des cuisines et des salles de bains. Le bâtiment est surmonté de quatre appartements au deuxième étage et en attique. Construit selon le standard Minergie par souci écologique, il a été doté d'une pompe à chaleur bivalente couplée à des sondes géothermiques et une installation photovoltaïque. Ses abords végétalisés favorisent la préservation des microorganismes et des abeilles sauvages tout en rendant le bâtiment visuellement très attractif.

Le centre commercial *Centro à Tenero* a été inauguré le 31 mars 2022 après la redynamisation du premier étage en 2020 et celle du rez-de-chaussée, de la terrasse et des deux niveaux du parking en 2021. Parallèlement à ces travaux, le Retail a réalisé en plusieurs étapes le premier hypermarché doté du concept 2025+ au Tessin. Le restaurant Coop et la pharmacie Coop Vitality ont par ailleurs été entièrement transformés.

Érigé il y a 53 ans, le bâtiment d'habitation situé Austrasse 1 à *Reinach (Bâle-Campagne)* a retrouvé son charme d'antan après 10 mois de travaux qui se sont achevés le 31 mars 2022. En étroite collaboration avec le service de développement urbain de la commune, l'enveloppe d'origine, toiture comprise, a été entièrement retirée pour permettre le renforcement du bâtiment sur les plans de la statique, de l'efficacité énergétique et de la protection incendie.

L'*Ifis Center à Langnau im Emmental (Berne)* un centre commercial qui appartient à Coop et qui a ouvert ses portes en 2010, a été redynamisé. Les travaux ont démarré à l'été 2021 avec la modernisation complète de l'espace intérieur. À la fin de l'été, la coupole en toiture a été remplacée par un imposant vitrage. Les travaux se sont achevés le 31 octobre 2022.

Le nouveau magasin de *Courroux (Jura)* a ouvert ses portes comme prévu le 16 novembre 2022. Il offre à sa clientèle un choix de produits très attrayants sur une surface de 660 m². Doté d'un chauffage avec récupération de la chaleur basé sur un système tout-en-un, d'une nouvelle enveloppe et d'une installation photovoltaïque sur le toit, le nouveau bâtiment remplit toutes les exigences énergétiques et conceptuelles de Coop. Sa structure porteuse, de même que sa façade, sont fabriquées en bois et ses généreuses baies vitrées laissent entrer un maximum de lumière du jour.

Le centre commercial *Bärenmarkt* situé à *Reinach (Argovie)* s'est lui aussi offert un coup de neuf et accueille désormais sa clientèle dans un espace plus attrayant et convivial. Ses installations techniques ont été optimisées et mises en conformité avec les nouvelles dispositions. L'ancien chauffage au mazout a été remplacé par un chauffage aux granulés et une installation photovoltaïque a été posée sur le toit. Grâce à son éclairage zénithal offrant une vue sur l'extérieur, le mall est désormais baigné de lumière naturelle. La réouverture complète du centre commercial a eu lieu le 24 novembre 2022.

Construit pendant les années 80, le magasin *Grüze Markt à Winterthur* a fait l'objet d'une rénovation totale: le bâtiment a été pourvu d'une nouvelle isolation extérieure et d'une façade en bois moderne, toutes ses installations techniques ont été remplacées et son toit a été entièrement rénové et doté d'une installation photovoltaïque. Par ailleurs, l'hypermarché de 5 300 m² et le restaurant Coop ont été modernisés et des surfaces locatives supplémentaires aménagées. La réouverture complète a eu lieu le 24 novembre 2022.

Le *centre commercial Aarepark à Würenlingen (Argovie)* a lui aussi gagné en attrait et en convivialité. Ses installations techniques ont été optimisées et mises en conformité avec les nouvelles dispositions. Une installation photovoltaïque a par ailleurs été posée sur le toit et le magasin, de même que le restaurant Coop, ont été transformés. La réouverture complète a eu lieu le *24 novembre 2022*.

Chantiers en cours

En constante croissance ces dernières années, la *centrale des vides* de la *centrale de distribution de Berne* n'a pas pu être adaptée et optimisée comme il l'aurait fallu. Pour disposer dorénavant d'une grande surface d'un seul tenant, il a été décidé d'une part, de doter le bâtiment existant de la centrale des vides d'une annexe de deux étages ainsi que de cinq quais supplémentaires, et d'autre part, de démolir l'actuel garage à partir du rez-de-chaussée. La mise en service est prévue pour 2024.

Les travaux dans le *centre commercial Fribourg-Sud à Villars-sur-Glâne* ont commencé fin novembre 2019; un bâtiment provisoire a été mis en service en 2020. Le chantier s'est poursuivi avec la démolition puis la reconstruction de la partie centre commercial, qui a ouvert ses portes peu avant Noël 2021. Au cours de l'année sous revue, le bâtiment provisoire a été démoli et les travaux de construction de la partie magasins spécialisés ont démarré. Un magasin Jumbo et un magasin Livique avec Lumimart accueilleront leurs clients dans ces lieux à partir du *23 mars 2023*.

Dans le *centre commercial Centre Bahnhof à Bienne (Berne)*, qui est installé dans un bâtiment datant de 1936 classé monument historique, l'espace restauration a pu être déplacé sur la façade côté place Robert Walser suite à l'aménagement et au développement des parcelles voisines. Le restaurant Coop a ouvert ses portes à son nouvel emplacement en décembre 2021. Les enseignes Interdiscount, Fust et Import Parfumerie ont été dotées de nouvelles surfaces de vente et la façade du magasin Livique a été intégralement remplacée à des fins d'optimisation énergétique. Parmi les autres travaux réalisés dans le cadre de cette redynamisation figure le remplacement de tous les revêtements de sol et de plafond ainsi que des devantures de magasin. De nouveaux espaces dédiés aux événements et des zones détente avec lounges baignées de lumière du jour ont par ailleurs été aménagés. L'hypermarché, la pharmacie Coop Vitality et le point de vente à l'emporter seront transformés à leur tour en 2023.

Au *centre commercial Riviera Centre à Rennaz (Vaud)*, les travaux suivent leur cours; l'ouverture officielle devrait, comme prévu, avoir lieu le 8 mars 2023. Un hypermarché de 3 700 m² doté d'un kiosque, d'un restaurant Coop de 500 m² et de surfaces de vente louées à des tiers de 3 000 m², y verra le jour. La production d'énergie sera assurée par une installation de valorisation des rejets thermiques et la consommation d'électricité sera en partie couverte par des panneaux photovoltaïques posés sur le toit.

Nouveaux chantiers

Fin janvier 2022, le coup d'envoi a été donné aux travaux de démolition prévus à *Bachenbülach (Zurich)* en vue de la construction d'un *bâtiment de remplacement pour le magasin*. Le long délai nécessaire pour la mise en œuvre des différentes exigences a été mis à profit pour fabriquer à l'avance une grande partie des éléments constructifs afin d'optimiser la construction et d'en accélérer la mise en œuvre. L'ouverture du magasin est programmée au *8 mars 2024*.

L'entreprise *Steinfels Swiss à Winterthour (Zurich)* s'est taillé une place de choix sur le marché: ses parts de marché et ses chiffres d'affaires sont en constante augmentation ces dernières années. Pour pérenniser la production, une réfection partielle des bâtiments et des installations, désormais vétustes, est devenue nécessaire. Les travaux ont commencé le *30 mars 2022* et devraient s'achever en septembre 2023.

Les travaux de redynamisation du *centre commercial Littoral Centre à Allaman (Vaud)* ont démarré le 19 avril 2022. Ils sont réalisés en plusieurs étapes et en site ouvert. Dans une première phase, le magasin Brico+Loisirs ainsi que le magasin Livique, aujourd'hui présent à Etoy (Vaud), ont fermé leurs portes. À partir de mars 2024, des locataires viendront progressivement grossir les rangs de ceux déjà présents. Les travaux de rénovation devraient s'achever vers la fin du *mois d'octobre 2024*.

Le *centre commercial Tell à Aarau (Argovie)* s'est lui aussi lancé dans une redynamisation. Objectif: rénover et remettre en état, d'ici à 2026, la structure devenue vétuste du bâtiment. Ces travaux, qui ont démarré le *22 août 2022* et qui se concentreront principalement sur l'enveloppe et les installations techniques, permettront non seulement de préserver la valeur du bâtiment et d'augmenter son attractivité, mais aussi de lui donner un aspect visuellement plus moderne aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur.

EKZ National

Avec ses plus de 400 événements nationaux, locaux et régionaux, Coop crée sans cesse la surprise dans ses centres commerciaux. Au cours de l'année sous revue, elle a organisé quatre événements nationaux sur les thèmes "Harry Potter", "Swiss Voice Tour", "Selfie World" et "Viva Montagna". Coop fait également la part belle à la nouveauté dans ses centres commerciaux, par exemple en plongeant ses clientes et clients dans le monde du virtuel, en leur proposant différents jeux-concours numériques ou en nouant des partenariats exclusifs. Elle poursuit ce faisant toujours le même objectif, à savoir améliorer la fréquentation et la satisfaction de la clientèle et, par là, la notoriété de ses centres commerciaux et les chiffres d'affaires qu'ils génèrent. Grâce à l'implication d'associations et d'organisations locales, au storytelling et à des collaborations avec des VIP, Coop a généré plus de 500 comptes-rendus positifs dans les médias.

Pénurie de gaz et d'électricité

Coop, en tant qu'important consommateur de gaz et d'électricité, s'est préparée en conséquence pour pouvoir réagir aux différentes mesures prévues en cas de pénurie. Celles-ci s'ordonnent toutes autour de la mission d'approvisionnement de la population. Diverses mesures d'économies volontaires, telles que l'extinction de l'éclairage des enseignes et des vitrines en dehors des heures d'ouverture, ont d'ores et déjà été mises en œuvre dans tout le pays. La recommandation du Conseil fédéral de passer du gaz naturel au mazout a également été suivie. Par ailleurs, des dispositions ont été prises pour pouvoir réagir en conséquence en cas de contingentement.

Membre de différentes associations économiques, Coop s'engage en faveur de la définition de mesures d'économie d'énergie qui ont le plus petit impact possible sur le plan économique. Elle voit également dans la situation actuelle l'occasion d'accélérer le remplacement des combustibles fossiles et des systèmes industriels de production de chaleur.

Management de la qualité

Une assurance qualité globale

Le management de la qualité de Coop est axé sur les étapes clés que sont l'approvisionnement, la production, la logistique et la vente. L'ensemble du personnel veille à ce que la qualité soit au rendez-vous. Cette année aussi, l'une des priorités du management de la qualité a été de garantir le respect des prescriptions légales et des exigences imposées par les labels pour tous les produits de marques propres. En fait partie l'étiquetage des valeurs nutritives sur les produits fabriqués et conditionnés dans les magasins, par exemple. Depuis 2012, l'organisme indépendant q.inspecta contrôle et certifie tous les magasins disposant de rayons en service traditionnel. En 2022, 409 points de vente ont passé et réussi l'audit. Parallèlement à ces contrôles, le service d'assurance qualité de Coop a effectué environ 1 200 audits internes. Coop a également analysé quelque 40 000 échantillons de produits alimentaires et non alimentaires sur la base de plus d'un million de critères dans son propre laboratoire, pour vérifier le respect des exigences. En raison de l'offre croissante de produits frais fabriqués en magasin, les contrôles d'hygiène continuent de gagner en importance dans ce domaine.

Face à ces nouvelles exigences, l'automatisation a encore été renforcée dans le laboratoire afin d'améliorer les processus. Les résultats montrent que la qualité satisfait aux exigences les plus poussées. Dans le cadre de la gestion des risques dans le domaine de la qualité des produits, Coop s'est tout particulièrement consacrée à la sécurisation de la chaîne d'approvisionnement des matières premières critiques dans les produits transformés. Un concept innovant visant une gestion de la chaîne d'approvisionnement fondée sur des valeurs a été développé et l'organisation adaptée en vue de sa mise en œuvre. Dans le secteur non alimentaire, Coop a continué à concrétiser les exigences posées aux groupes de produits critiques et les a mises à la disposition des fournisseurs potentiels sous forme numérique. Par ailleurs, les systèmes de management de la qualité de Jumbo et de Coop Brico+Loisirs ont été regroupés. Pour développer encore les compétences de ses collaborateurs en matière de processus qualité dans la vente et l'approvisionnement, des formations en ligne actualisées ont été organisées.

Communication et publicité

Le Service clients sollicité plus de 640 000 fois

Les Services clients de Coopération, de la Supercard et de Coop ont été sollicités plus de 640 000 fois en 2022. Le passage aux tickets de caisse numériques au printemps a suscité des réactions positives et quelques-unes négatives. La fin de l'impression systématique du ticket de caisse est désormais bien acceptée et même encouragée par les clients. Autre sujet phare cette année: le conflit entre la Russie et l'Ukraine. Le Service clients a reçu, outre des demandes de dons, de nombreuses questions en rapport avec la décision de boycotter certains produits. À côté de cela, les cartes cadeaux, la fixation des prix et la composition de l'assortiment sont restées des préoccupations majeures tout au long de l'année.

Coop lance la nouvelle appli Supercard

La nouvelle appli Supercard a été lancée en octobre. Dotée d'une présentation plus moderne, elle fournit désormais un aperçu plus rapide des différentes fonctionnalités, ainsi qu'un accès direct vers les formats du Trading, les clubs clients et la boutique des primes de la Supercard. Dans l'espace dédié aux formats, les clients peuvent consulter les actions du moment, s'inspirer en lisant des contenus publiés sur les réseaux sociaux et accéder directement au magasin en ligne. Autre nouveauté: la possibilité de consulter les tickets de caisse et bons de garantie numériques. La nouvelle version de l'appli contient, comme la précédente, les bons numériques, les opérations fidélité et les jeux-concours

Les familles profitent de programmes de fidélisation

Pour récompenser la fidélité de ses clientes et clients, notamment les familles avec enfants, Coop a organisé en 2022 quatre opérations fidélité leur permettant de profiter de différents articles gratuits. Au printemps, l'activité "Plumes et Cie" a fait la part belle au monde fascinant des oiseaux. Elle a été suivie par la campagne "Let's chill", prélude à un été à la fois animé et reposant avec sa mascotte, un sympathique paresseux. À l'automne, lors de la campagne "Nos amis les arbres", les clientes et clients ont pu collectionner des produits en rapport avec la saison. L'année s'est terminée en beauté avec Charly le hérisson et l'activité "Le temps des rêves", qui ont rendu les fêtes de fin d'année encore un peu plus douces. Ces opérations fidélité ont toutes les quatre remporté un franc succès.

Les Trophées, des programmes de fidélisation très appréciés par la clientèle

Coop a organisé en 2022 trois Trophées pour faire plaisir à ses clientes et clients. Le premier de la série, dédié aux poêles et aux casseroles de la célèbre marque suisse Kuhn Rikon, s'est terminé fin février. Il restera dans les annales comme le plus populaire des Trophées de ces 15 dernières années.

De mars à août, Coop a surpris ses clientes et clients avec un Trophée Outdoor. Les 15 articles de la marque Rewind, de la lampe frontale jusqu'au bateau pneumatique, ont été spécialement conçus pour Coop. Un quart des clientes et clients ont collecté des timbres sous forme numérique - un record dans l'histoire des Trophées de Coop. L'année s'est terminée avec le Trophée Sound, organisé à l'automne avec Interdiscount et Fust et dédié à des écouteurs, casques et enceintes JBL.

Les journaux Coop voient leur lectorat augmenter et leur position de leader se renforcer

Avec plus de 3.3 millions de lectrices et de lecteurs (REMP MACH Basic 2022-2), Coopzeitung, Coopération et Cooperazione affichent le lectorat le plus important et le taux de pénétration le plus fort en Suisse. En 2021, les trois hebdomadaires ont renforcé encore leur position dominante dans toutes les régions du pays: avec "Coopération Weekend", ils touchent désormais 4.6 millions de lectrices et de lecteurs (REMP MACH Basic 2022-2). Par rapport à l'année précédente, ils ont gagné 60 000 lectrices et lecteurs, et ce sur un marché de la presse écrite en recul.

Coopération Weekend bien établi

"Coopération Weekend" est un magazine de 16 pages intégré chaque vendredi au milieu du journal "20 minutes" depuis août 2020. Cet hebdomadaire, qui se décline en trois langues, est désormais bien établi sur le marché des lecteurs et de la publicité. Un sondage représentatif montre qu'il est très populaire auprès des pendulaires, qui sont 1.3 million à le lire chaque semaine.

Proche de ses clients grâce au sponsoring

Les activités de sponsoring sur site de Coop n'ont plus souffert des conséquences de la pandémie en 2022. Les manifestations telles que le Coop Open Air Cinema, le Duel intercommunal Coop, Coop Andiamo, le Coop Festikids Openair, les comédies musicales Coop pour enfants, les Contes Coop Märchentheater Fidibus et les spectacles de Bliss ont été bien accueillies par les clientes et clients et leurs familles. L'année a également été riche en projets locaux, qui ont été mis en œuvre avec succès jusque dans les points de vente. Les cartes de rabais pour les camps pour enfants et adolescents se sont également fortement développées.

Le magazine du personnel Forte récompensé

Le magazine Forte paraît quatre fois par an et est tiré à plus de 75 000 exemplaires. Envoyé directement au domicile de tous les collaborateurs et retraités du groupe Coop, il se décline en huit éditions différentes, qui proposent des articles de fond sur les nouveautés, les décisions et les objectifs du groupe, le tout adapté au domaine de travail et rédigé dans la langue du public ciblé. Moderne et agréable à lire, le magazine a obtenu le prix "Award of Excellence" lors de l'International Creative Media Award (ICMA) en 2022.

Coop fait ses premiers pas sur TikTok

Coop a lancé "scoop!" en mai 2022, un magazine numérique taillé sur mesure pour les consommatrices et consommateurs de demain. Dès les cinq premiers mois de son lancement, il a touché plus de 4.7 millions de jeunes sur Instagram et TikTok, dont plus de la moitié (soit 2.8 millions) manifestent régulièrement leur intérêt en réagissant aux publications. Frais, jeune et audacieux, le concept repose dans une large mesure sur des collaborations avec des influenceurs. Sur le plan thématique, "scoop!" propose des sujets qui intéressent la génération Z tout en tissant chaque semaine un lien direct avec le groupe Coop. Au programme: des idées, des histoires et du divertissement.

Réseaux sociaux

L'année 2022 a démarré avec le Veganuary sur les réseaux sociaux. La campagne a pour la première fois été relayée par des influenceurs, 8 en tout, qui ont généré 2.1 millions de contacts pour un total de 8.9 millions de vues. En mai de l'année sous revue, le logiciel de gestion des communautés en ligne Salesforce a été remplacé par Khoros. Environ 13 000 posts et mentions y convergent chaque mois, dont près de 300 réclamations pour le Service clients. Sur le réseau social TikTok, qui ne cesse de se développer, Coop a passé la barre du million de likes et compte désormais 80 000 followers contre 60 000 l'année précédente. Cette croissance fulgurante s'est répercutée sur tous les autres réseaux sociaux, raison pour laquelle Coop mise davantage sur les contenus animés depuis début 2022.

Service médias: Coop très présente dans les médias suisses

Le Service médias de Coop, qui est l'un des plus importants services de presse de Suisse, a encore renforcé le dialogue avec les professionnels des médias en 2022 en approfondissant les contacts personnels et en organisant plusieurs conférences de presse. De nombreux thèmes d'actualité concernant Coop ont ainsi été traités dans les médias au courant de l'année. Le bon résultat réalisé en 2021, le nouveau magazine numérique "scoop!", la Journée de la bonne action et la nouvelle stratégie de développement durable ont figuré parmi les sujets phares. Les journalistes se sont également beaucoup intéressés à Philipp Wyss, le président de la Direction générale de Coop qui, avec 22 interviews, était encore plus présent dans les médias externes qu'en 2021. Un succès qu'il doit à la troisième place obtenue au classement des CEO ayant la meilleure image de la Sonntagszeitung et à la sixième place obtenue au classement des 100 meilleurs dirigeants de l'année de la Handelszeitung. Parallèlement, des sujets plus sensibles en rapport la gestion de l'énergie, l'inflation et la guerre en Ukraine ont été portés sur le devant de la scène. Le retrait de Transgourmet de ses activités en Russie, notamment, a suscité un large écho. La pandémie, quant à elle, est passée encore un peu plus au second plan pour devenir un sujet commun dans l'actualité. En 2022, le Service médias Coop a publié 25 communiqués de presse, plus de 80 informations exclusives, informations en primeur et thèmes proactifs, donné et encadré quelque 50 interviews et répondu à 1 800 questions de journalistes.

Engagement sociétal

L'engagement de Coop Société Coopérative en faveur de la société s'inscrit dans la stratégie de développement durable de Coop. En plus des exemples mentionnés page 16, l'entreprise s'est impliquée dans de nombreux autres projets, présentés plus en détail sur le site Internet www.des-paroles-aux-actes.ch. Voici quelques exemples de projets réalisés au cours de l'année sous revue:

Parrainage Coop pour les régions de montagne: 80 années de solidarité avec les régions de montagne

C'est en 1942, en pleine deuxième guerre mondiale et alors que régnait la misère, que l'Union suisse des coopératives de consommation - aujourd'hui Coop - a fondé le Parrainage pour les régions de montagne. Son objectif: venir en aide, en tant que société coopérative, aux habitants des montagnes. Les recettes du Parrainage Coop, constituées de nombreux dons de particuliers, d'héritages, des sommes collectées lors de l'Action "Pain du 1^{er} Août" et des collectes de vêtements organisées chez Coop, se sont élevées à 5.3 millions de francs en 2022. À cette somme viennent s'ajouter les contributions issues de la vente de produits Pro Montagna, qui ont atteint 1.25 millions de francs pendant l'année anniversaire. Coop prenant à sa charge tous les frais administratifs, chaque centime donné va aux régions de montagne. Au cours de l'année sous revue, le Parrainage Coop a soutenu plus de 1 000 personnes dans les montagnes suisses dans le cadre de 180 projets, pour un montant de plus de 7.1 millions de francs.

Coop soutient quatre projets d'aide dans les montagnes suisses avec son action du 1^{er} Août

Cette année, Coop a soutenu pour la première fois quatre projets à la fois dans les montagnes suisses avec la somme récoltée lors de l'action du 1^{er} Août, soit 412 000 francs. Cet argent sera utilisé pour des travaux de rénovation et de construction, devenus urgents, dans les alpages d'Onnaz en Valais, de Wimmisalp dans le canton de Berne et d'Oberflüe dans le canton d'Obwald, ainsi que dans une ferme à Obersaxen dans les Grisons. La vente de pains, petits pains et cervelas du 1^{er} Août ainsi que la contribution de Coop ont permis de rassembler la somme de 280 000 francs. Le Parrainage Coop pour les régions de montagne a complété ce montant par d'autres aides financières pour le porter à un total de 412 000 francs. Une initiative qui permet d'assurer un avenir meilleur aux habitants des montagnes suisses et de renforcer ces régions.

Coop apporte son soutien aux victimes de la crise en Ukraine

Coop a réagi promptement au printemps 2022 en fournissant aux nombreuses victimes de la crise en Ukraine les biens essentiels dont elles avaient besoin. En collaboration avec la Direction du développement et de la coopération (DDC) et les CFF, des produits de consommation courante ont été envoyés dans la région frontalière entre la Pologne et l'Ukraine en mars 2022. Par ailleurs, dans le cadre de la "Journée de la bonne action", Coop a organisé une vente de petits pains dont les recettes, soit 150 000 francs, ont été intégralement reversées à la Croix-Rouge suisse pour aider les victimes de la guerre. Dans le magasin en ligne, les clientes et clients ont pu envoyer des colis de dons alimentaires aux personnes dans le besoin en Ukraine. Coop a également fait don de bons d'achat d'une valeur de 500 000 francs.

Soutien des personnes dans le besoin avec l'action "2x Noël"

Coop a cette année aussi soutenu l'opération "2x Noël" de la Croix-Rouge Suisse pour aider des familles dans le besoin en Suisse. En 2022, elle a vendu quelque 11 500 colis d'une valeur de 230 000 francs. Sur Coop.ch, 1 124 colis d'une valeur de 65 080 francs ont été commandés. Coop a également apporté son soutien à l'opération en remettant gracieusement des marchandises pour une valeur d'environ 350 000 francs.

Approvisionnement durable d'huile de palme et de coco

Coop a mis sur pied deux projets d'approvisionnement en Côte d'Ivoire, l'un dédié à la production d'huile de palme certifiée Bio Suisse et l'autre, à celle d'huile de coco certifiée Fairtrade et Bio Suisse. Ces projets ont pour objectif d'offrir aux entreprises de production de Coop une source d'approvisionnement durable qui soit non seulement respectueuse du climat, mais aussi basée sur les meilleures pratiques, telles que la production et l'utilisation de charbon végétal pour améliorer la fertilité du sol. Les activités menées englobent le soutien aux certifications Fairtrade et Bio Suisse et l'amélioration de la gestion du bio chez les producteurs et tout au long de la chaîne de valeur. Un projet de promotion de l'agroforesterie dynamique - un système de culture mixte associant cocotiers, arbres fruitiers et essences précieuses - a par ailleurs été lancé dans le cadre du projet de production d'huile de coco. Ces projets profitent à la fois aux producteurs, qui peuvent ainsi bâtir des partenariats fiables et durables, porteurs de débouchés pour leurs produits, et à Coop, qui dispose de matières premières issues de sources durables et de qualité.

Promotion de l'agriculture bio avec Transgourmet Deutschland

Pour devenir producteur bio en Allemagne, il faut savoir s'armer de patience et s'entourer de partenaires forts. Pour que la démarche soit un succès, elle doit pouvoir s'appuyer sur un financement approprié et un bon réseau de distribution. Face à la demande croissante en produits bio locaux, Transgourmet Deutschland a lancé le programme d'encouragement "Bio-Möglichmacher:innen", qui permet à des exploitations agricoles souhaitant se reconvertir au bio de décrocher une aide financière de Transgourmet dans le cadre d'un jeu-concours. Un projet gagnant-gagnant puisqu'il permet d'une part, aux exploitations de bénéficier d'un soutien conséquent pendant leur phase de reconversion et d'autre part, à Transgourmet de trouver des partenaires fiables pour développer son réseau de fournisseurs et répondre ainsi à la demande toujours plus forte de ses clients en produits bio.

Des framboises cultivées sous des panneaux photovoltaïques en Suisse et en Espagne

Deux projets pilotes mêlant production agricole et production d'énergie photovoltaïque ont été mis sur pied, l'un en Suisse, chez Beerenland, un partenaire de Coop (fraises et framboises) et l'autre en Espagne, à Huelva (framboises). Ce système de culture, qu'on appelle "agrivoltaïque", associe production d'électricité et production alimentaire sur une même parcelle, offrant ainsi une double utilisation du sol, et une solution face à la pénurie des terres. Autre avantage: les panneaux photovoltaïques protègent les cultures des intempéries qui se multiplient et permettent à l'agriculture de contribuer de manière significative à l'approvisionnement en électricité de la population. En soutenant ces projets, Coop assume ses responsabilités dans le domaine de la protection du climat et devient, avec ses fournisseurs, pionnière du développement durable dans un domaine innovant et porteur d'avenir de l'agriculture.

3

Domaine d'activité Commerce de gros/ Production

Groupe Transgourmet	40
Faits marquants des sociétés du groupe Transgourmet	40
Production	48
Bell Food Group	48
Faits marquants de Bell Food Group	48
Entreprises de production Coop	49
Faits marquants des entreprises de production Coop	49

Domaine d'activité Commerce de gros/Production

Transgourmet se remet bien de la pandémie, étoffe encore ses prestations durables et se positionne comme un acteur majeur sur le marché européen du libre-service et de la livraison en gros avec l'intégration de Transgourmet Ibérica. Les entreprises de production de Coop sont impactées par le contexte géopolitique, la hausse du prix de l'énergie et des matières premières et les changements climatiques.

15.7 Mrd. CHF

Produit net dans le Commerce de gros et la Production

Le groupe Transgourmet a connu un fort rebond de la demande après la levée, en début d'année, de la fermeture des restaurants entraînée par la pandémie. L'intégration de Transgourmet Ibérica en Espagne, l'un des plus grands marchés européens de la restauration, a également eu un effet très positif sur son évolution. Mais la situation sur les marchés d'approvisionnement mondiaux, fortement affectés par la conjoncture internationale, de même que les effets de change, la hausse du prix de l'énergie et les inter-

ruptions ponctuelles des exportations, ont placé le commerce de gros et la production devant d'énormes défis. Le domaine d'activité Commerce de gros/Production du groupe Coop a malgré tout généré en 2022 un produit net de plus de 15.7 milliards de francs, ce qui correspond à une progression de 14.6%.

Groupe Transgourmet

Avec sa filiale Transgourmet Holding AG spécialisée dans la livraison et le libre-service en gros, le groupe Coop est présent en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Espagne, en France, en Autriche et en Suisse. Le groupe Transgourmet a réalisé en 2022, avec ses magasins cash and carry et la livraison en gros, un produit net de 11.1 milliards de francs, en hausse de 22%. Il a ainsi pu consolider encore sa position de numéro deux du commerce de gros en Europe. Dans l'année sous revue, ses assortiments durables ont généré un chiffre d'affaires de 847 millions de francs.

Avec l'intégration de Transgourmet Ibérica, le groupe Coop a pu faire son entrée dans l'un des plus grands marchés européens de la restauration. En raison de la guerre en Ukraine, Transgourmet s'est entièrement retirée de ses activités en Russie. Les activités de Selgros et Global Foods dans le pays ont été maintenues dans le cadre d'un management buyout, ce, afin de donner des perspectives aux collaborateurs et collaboratrices concernés.

Faits marquants des sociétés du groupe Transgourmet

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



TRANSGOURMET

Deutschland

Allemagne

La marque-ombrelle Transgourmet Deutschland regroupe les spécialistes Transgourmet pour la livraison en gros et Selgros Cash & Carry pour le libre-service en gros. Elle compte en outre d'autres entreprises spécialisées qui proposent un large éventail de prestations.

Faits marquants en 2022

- Transgourmet Deutschland, y compris Selgros, et Transgourmet Foodservice enregistrent des chiffres d'affaires record
- Une croissance de 39,8% - c'est-à-dire bien supérieure à la moyenne - pour les assortiments durables, avec des produits bio et des produits "plant-based" qui caracolent en tête (respectivement +82,8% et +46,1%)
- Un chiffre d'affaires pour les marques propres qui dépasse pour la première fois la barre des 500 millions d'euros
- Le chiffre d'affaires du magasin en ligne multiplié par deux
- Des livraisons aux clients neutres en carbone depuis le 1er octobre grâce au concept de "logistique verte"
- Développement du crowdfarming basé sur l'action "poisson Origine" avec le lancement d'une action "volaille"
- Depuis le mois de novembre, soutien aux agriculteurs qui veulent passer de l'agriculture conventionnelle à l'agriculture écologique avec le projet de développement durable "Bio-Möglichmacher"
- Médaille de bronze dans le classement EcoVadis des enseignes les plus durables
- Transformation du magasin Selgros – gros succès qui pose de nouveaux jalons pour le commerce de gros sédentaire
- Lancement d'un nouveau shop d'épicerie fine light dans les premiers magasins Selgros qui élargit de façon originale l'offre actuelle de produits hauts de gamme



Spécialistes



Transgourmet Seafood

- Nouveau chiffre d'affaires record
- Organisation de la 1^{re} foire de l'innovation à Bremerhaven
- Obtention du prix du secteur "Seafood Star"

EGV

- Reprise des activités de la société Bauer Frischdienst GmbH, située à Wasserburg am Inn
- Septième site proposant un assortiment complet en Allemagne; première présence en Bavière

Frischeparadies

- Hausse du chiffre d'affaires, qui atteint désormais le niveau d'avant la pandémie
- Obtention, par le site de Francfort, du "Seafood Star" décerné par le magazine spécialisé allemand "Fischmagazin"
- Élargissement de l'assortiment de produits de marques propres "Frischeparadies" et "QSFP"
- Ouverture d'un nouveau canal de commande avec la mise en ligne du magasin B2B de Frischeparadies
- Développement de la collaboration avec Transgourmet Cook

Gastronovi

- Intégration, dans Gastronovi Office, de services de livraison tels que Lieferando, Wolt et Uber Eats
- Développement du concept de self-service Gastronovi

Sump & Stammer

- Désormais numéro un sur le marché en Europe de l'approvisionnement alimentaire des bateaux de croisière
- Entrée sur le marché du luxe et de la croisière d'expédition avec des produits d'excellente qualité

TEAM BEVERAGE

- Stabilisation du chiffre d'affaires au niveau d'avant-pandémie dans le commerce de gros et la restauration
- Gains de parts de marché grâce à l'acquisition de six nouveaux partenaires grossistes en boissons
- Chiffre d'affaires record de 179 millions de CHF pour Gastivo
- Déploiement du nouveau site Internet et de l'appli

GEVA Gastro

- Chiffre d'affaires de GEVA Gastro en hausse de 96% par rapport à l'année précédente
- Implémentation de la nouvelle appli Gastivo
- Arrivée de quatre nouveaux associés: Südstar, Westdeutscher Getränke Handel, Heurich et Kratzer

Sanalogic

- Évolution positive: croissance à deux chiffres de la clientèle en 2022
- Gestion des données des articles Transgourmet assurée par Sanalogic Solutions

Niggemann

- Croissance rentable pour l'année sous revue
- Réduction durable de la consommation du parc de véhicules
- Relancement du logo et déploiement du nouveau site web

Points de vente,
entreprises,
centrales

 96

Pour en savoir plus:

www.transgourmet-deutschland.de



Roumanie

Selgros Roumanie, dont le siège est à Brasov, exploite 23 magasins cash and carry pour une surface de vente totale de 193 235 m². L'entreprise propose un assortiment de plus de 44 000 produits alimentaires et non alimentaires. Les clients restaurateurs sont livrés par les différents magasins. À Bucarest, ils sont approvisionnés depuis un entrepôt de distribution.

Faits marquants en 2022

- Parts de marché stables dans le segment de la restauration
- Élargissement de l'assortiment de produits frais, notamment bio, qui compte désormais 1 200 références
- Développement de la marque propre d'entrée de gamme Topseller, qui compte désormais 311 produits
- Mise en œuvre de mesures d'économie d'énergie et réduction de l'empreinte CO₂e grâce au remplacement des installations frigorifiques et des meubles réfrigérés dans le magasin de Timisoara
- Pose d'installations photovoltaïques sur les magasins de Cluj et d'Arad



Magasins

 23

Pour en savoir plus:

www.selgros.ro



TRANSGOURMET

Polska

Pologne

Transgourmet Polska compte parmi les leaders du libre-service en Pologne avec Selgros Cash & Carry.

Faits marquants en 2022

- Gains de parts de marché dans le segment du foodservice et produit net en hausse de 44% par rapport à l'année précédente - un record depuis le lancement en 2015
- Chiffres d'affaires réalisés avec la restauration au sein du segment du libre-service en gros en hausse de 40% par rapport à l'année précédente
- Chiffre d'affaires réalisé dans le commerce de détail alimentaire en hausse de 17% par rapport à l'année précédente, ce malgré un recul du nombre de magasins sur le marché polonais
- Extension de la marque propre TopSeller: référencement de 40 produits supplémentaires, ce qui porte le nombre total de produits à 119; chiffre d'affaires en hausse de 254% par rapport à l'année précédente
- Renforcement des marques propres, avec un chiffre d'affaires en hausse de 7% par rapport à l'année précédente
- Organisation de manifestations et de jeux-concours pour la clientèle et le personnel à l'occasion du 25^e anniversaire de Transgourmet Polska
- Lancement d'un nouveau site Internet pour les clients des secteurs de l'hôtellerie, de la restauration et du catering
- Transgourmet Polska choisi comme partenaire pour la restauration de l'un des plus grands événements musicaux de Pologne ainsi que du "Lotto Triathlon Energy"
- Démarrage de la construction des deux entrepôts dédiés au foodservice en Silésie
- Ouverture d'un point de transbordement à Szczecin
- Projet pilote: pose d'une installation photovoltaïque sur un magasin Selgros
- Lancement de Microsoft Office 365
- Soutien de l'Ukraine: remise de denrées alimentaires aux habitants de Kharkiv en collaboration avec la ville partenaire de Poznan; remise de produits hygiéniques, de lits de camp, de couvertures, de matelas et de sacs de couchage en collaboration avec Caritas Pologne; remise d'argent et de bons d'achat pour des enfants et adolescents ukrainiens à Varsovie en collaboration avec le "Freunde des Warschauer Verein" (les amis de l'association varsoviennne); dons alimentaires



TRANSGOURMET



SELGROS

Magasins



19

Pour en savoir plus:

www.transgourmet.pl

**TRANSGOURMET**

France

France

En France, Transgourmet occupe la deuxième place dans le secteur de la livraison en gros.

Faits marquants en 2022

- Expansion des parts de marché grâce au développement du concept “one-stop delivery” et de contrats clients ad hoc
- Développement du concept “Smart Cuisine”: lancement d’une solution de distribution automatique composée d’armoires et de réfrigérateurs connectés, permettant de proposer une offre de restauration de qualité en libre-service à toute heure de la journée
- Lancement d’un nouvel assortiment de repas fraîchement cuisinés et conditionnés dans des bocaux pour compléter l’offre “Smart Cuisine”
- Élargissement de la gamme premium
- Lancement et développement du concept “Plant-based”
- Lancement de 250 produits “tg Natura”
- Chocolats de couverture proposés sous la marque propre Legave dans l’assortiment de produits de boulangerie et de pâtisserie désormais disponibles en version équitable
- Catalogues et publications 100% dématérialisés, réduction des produits imprimés
- Participation à la semaine européenne du développement durable: organisation de plusieurs manifestations dans les succursales
- Pose d’une installation photovoltaïque sur le site de Saint-Loubès, un bâtiment de conception écologique qui a obtenu la certification BREEAM niveau “Very Good”.
- Renouvellement de la flotte de camions: investissements dans de nouveaux modèles plus écologiques (roulant au biodiesel et au gaz) et réalisation de premiers essais avec un camion électrique
- Partenariat avec Hectar, le plus grand campus agricole du monde, avec une ferme pilote pratiquant l’agriculture régénératrice
- Lancement, sous “tg Origine”, d’un assortiment de yogourts fabriqués avec du lait provenant de la ferme des Godets, installée sur le campus Hectar
- Partenariat avec Nadia Sammut, cheffe de cuisine: lancement d’une offre de produits sans gluten, sans œufs et sans lactose (baptisée “Kom&Sal”)
- Partenariat avec la Food Management School (FMS), la première grande école de commerce spécialisée dans l’industrie agro-alimentaire
- Entreprise classée meilleur employeur dans son secteur par le magazine français “Capital” pour la quatrième fois consécutive
- Entreprise dans le top 10 tous secteurs confondus des entreprises françaises les plus engagées pour la diversité et à la première place dans le secteur “commerce de gros” (classement du magazine “Capital”, publié dans l’édition de juin 2022)

**TRANSGOURMET****TRANSGOURMET**
cash & carry

Spécialistes

**TRANSGOURMET**
fruits & légumes**TRANSGOURMET**
seafood**TRANSGOURMET**
export**TRANSGOURMET**
solutions

Entrepôts

**42**

Pour en savoir plus:

www.transgourmet.fr



TRANSGOURMET

Ibérica

Espagne

Transgourmet est leader sur le marché espagnol du commerce de gros alimentaire avec ses activités dans les secteurs du libre-service en gros et du commerce de détail.

Faits marquants en 2022

- Chiffre d'affaires réalisé dans le domaine du foodservice supérieur à 153 millions de CHF
- Nouvelle équipe de vente pour le projet de foodservice dans les principales villes
- Croissance notable de la vente en ligne et des téléventes
- Importants gains de parts de marché de 25% en tant qu'entreprise en franchise dans le commerce de détail
- Lancement de la marque Natura: référencement de plus de 100 produits dans les magasins cash and carry et de près de 300 produits chez les partenaires franchisés
- Passage à Economy et à Quality pour tous les produits de marque propre, soutenu par une campagne de communication interne et externe
- Ouverture de deux nouvelles stations-service à Palamós et Vinaròs
- Rénovation de trois magasins cash and carry à Sant Boi, Terrassa et Mataró
- Nouvelle implantation dans onze magasins spécialisés dans les produits frais
- 84 nouveaux franchisés dans le secteur du commerce de détail
- Centrale de distribution intégrée en Andalousie, qui approvisionne à la fois les clients du libre-service en gros et ceux du commerce de détail en produits réfrigérés, surgelés et secs
- Investissement de 4.2 millions de CHF dans des installations photovoltaïques pour les magasins cash and carry
- Installation d'un éclairage à LED dans 24 magasins
- Acquisition de 116 véhicules hybrides



GROS MERCAT



GM CASH



TRANSGOURMET

Spécialistes

SUMA

PROXIM

SPAR

Magasins



70

Pour en savoir plus:

www.transgourmet.es



TRANSGOURMET

Österreich

Autriche

Avec ses magasins cash and carry avec service de livraison, Transgourmet est le leader sur le marché autrichien du commerce de gros pour les professionnels de la restauration.

Faits marquants en 2022

- Réalisation d'un chiffre d'affaires record au cours de l'année sous revue
- Chiffres d'affaires en forte progression après la levée du confinement au début de l'année
- Avance sur les concurrents encore accrue et hausse des parts de marché à 27.4% grâce à l'expansion et à des acquisitions
- Lancement de la marque-concept Transgourmet "Plant-based"
- Développement de la marque propre Transgourmet Natura, qui compte désormais plus de 300 produits
- 10^e anniversaire de TRINKWERK, le grossiste en boissons de Transgourmet
- Ouverture du quatorzième site de Transgourmet à Zell am See
- Reprise de Riedhart, un grossiste pour les professionnels de la restauration au Tyrol
- Achat d'un bien immobilier appartenant à un concurrent à Klagenfurt (en Carinthie)
- Quatrième édition du salon Transgourmet PUR, qui a rassemblé plus de 4 500 participants; appli Transgourmet améliorée
- Emploi, dans tout le pays, de panneaux latéraux réutilisables pour les rolls utilisés dans l'hôtellerie et la restauration



TRANSGOURMET



TRANSGOURMET
cash & carry

Spécialistes



GASTRO PROFIL



Magasins



14⁺¹

Pour en savoir plus:

www.transgourmet.at



TRANSGOURMET

Suisse

Suisse

Transgourmet est leader sur le marché suisse du libre-service et de la livraison en gros.

Faits marquants en 2022

- Acquisition de nouveaux clients dans le secteur des hôpitaux et des maisons de retraite grâce au concept Transgourmet Care
- Garantir la disponibilité de la marchandise comme priorité en 2022
- Développement de la marque propre Transgourmet "Plant-based" grâce à l'extension de la gamme
- Développement de la marque propre bio Transgourmet Natura grâce à l'extension de la gamme
- Lancement à grande échelle de la gamme sous vide de Bell, composée de produits de qualité rapides à préparer et permettant un calcul des coûts fiable
- Mise en service d'une nouvelle installation photovoltaïque à Givisiez en mai, qui couvre 30% de la consommation en électricité du site
- Déploiement de nouveaux efforts pour réduire les émissions de CO₂e directes de 21% d'ici à 2026 par rapport à 2021
- Remplacement du carton par des contenants IFCO réutilisables pour les livraisons à partir de juillet: économie annuelle de 200 tonnes de carton et consommation d'eau réduite de 80% par rapport au recyclage du carton
- Acquisition de deux camions électriques à deux zones de température pour la flotte Transgourmet dans la région zurichoise, qui permettent d'économiser de 60 à 80 tonnes de CO₂e pour des tournées comprises entre 150 et 200 km par jour
- Modernisation des magasins Prodega de Dietikon, Dübendorf et Bellach
- Passage au traitement électronique des factures entrantes, une mesure qui a permis de simplifier les workflows, de réduire les circuits et d'accélérer les processus



Spécialistes



- Ouverture, à l'automne, d'un magasin physique Casa del Vino dans le Frischeparadies de Zurich, ce qui porte le nombre de magasins à trois (les deux autres se trouvant à Birrhard et Lugano)
- Vinattieri: lancement du vin rouge "Rosso del Ticino DOC 811", millésime 2020, et du vin blanc "Vinattieri Bianco Reserva 2021", issus de vignes cultivées sur le sol calcaire du Monte San Giorgio (région viticole inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO), pour compléter l'offre en grands vins destinée à la restauration haut de gamme
- Frischeparadies: forte croissance après la pandémie, acquisition d'une nouvelle clientèle à Zurich, en Suisse centrale et en Suisse orientale
- Frischeparadies: développement de la compétence "thon" pour les clients proposant des sushis: nouveau service de découpe et congélation ultra-basse température (-60 °C)
- Renforcement de la marque propre de Frischeparadies "QSFP" (Qualité supérieure sélectionnée pour Frischeparadies) en collaboration avec Frischeparadies en Allemagne

Magasins



Pour en savoir plus:

www.transgourmet.ch

Production

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

1.68 Mrd CHF

Chiffre d'affaires réalisé avec les produits durables dans la production

Le produit net du domaine d'activité Coop Société Coopérative Production a atteint 834 millions de francs en 2022. À cela s'ajoute la progression de Bell Food Group, qui affiche un produit net de près de 4.3 milliards de francs. Le chiffre d'affaires global réalisé avec les produits durables dans le secteur de la production a atteint environ 1.68 milliard de francs, soit 7.6% de plus qu'en 2021.

Bell Food Group

Malgré une année difficile, Bell Food Group a réalisé un excellent résultat, se maintenant au niveau record de 2021. Une performance d'autant plus réjouissante que l'année 2022 a été marquée par un retour à la normale des activités après la pandémie et par une nette hausse des coûts qui a eu un impact considérable sur la marche des affaires. Bell doit ce bon résultat principalement au secteur du jambon cru provenant d'autres pays et à celui de produits à base de volaille durable en Europe, qui ont tous deux à nouveau fortement progressé au cours de l'année sous revue.

Avec le retour à la normale après la pandémie, les chiffres d'affaires réalisés dans le canal du commerce de détail ont, comme prévu, légèrement reculé tandis que le canal du foodservice s'est redressé, ce qui a profité avant tout au secteur des produits convenience, davantage axé sur le foodservice et la vente à l'emporter. Dans le secteur de la viande et de la charcuterie en Suisse, qui est fortement implanté dans le canal du commerce de détail, les volumes très élevés des années précédentes n'ont pas pu être tout à fait égalés.

La hausse des prix tous azimuts – énergie, matières premières animales et végétales, fourrages, matières auxiliaires et matériaux d'emballage – a fortement pesé sur la marche des affaires au cours de l'année sous revue. Par ailleurs, l'été chaud et sec a entraîné une hausse des prix ainsi que des problèmes de qualité et de disponibilité sur le marché d'approvisionnement pour les matières premières animales et végétales. Cela s'est traduit globalement par une augmentation significative des coûts de production, qui n'a pu être compensée autrement que par des ajustements de prix.

La hausse des taux d'inflation partout en Europe durant l'année sous revue a eu un impact non seulement sur les coûts de production mais aussi, et de plus en plus, sur les habitudes d'achat vers la fin de l'année. Les craintes d'une récession et le recul du pouvoir d'achat ont entraîné des changements dans la consommation: les ventes d'articles de marque et de produits à valeur ajoutée durable ont reculé au profit des assortiments, moins chers, de produits standard et de produits de marques propres.

Faits marquants de Bell Food Group

Bell Food Group compte parmi les principaux producteurs européens de viande et de produits prêts à consommer et se positionne comme leader du marché de ces secteurs d'activité en Suisse.

Faits marquants en 2022

- Malgré un contexte particulièrement difficile, Bell Food Group a réalisé un bon résultat au cours de l'exercice sous revue, renouant ainsi avec son excellente performance de l'année précédente.
- Profitant du retour à la normale après la pandémie, le canal du foodservice a bien progressé au cours de l'année sous revue.
- Le domaine d'activité Bell Suisse a connu une bonne année. Du fait de son fort ancrage dans le commerce de détail, elle n'a certes pas pu égaler tout à fait les volumes élevés atteints pendant la pandémie, mais peut se féliciter d'une forte progression dans le foodservice.
- Grâce à sa position solide dans les segments phares stratégiques que sont la volaille et le jambon cru, le domaine d'activité Bell International a pu progresser et à nouveau nettement dépasser le résultat réalisé l'année précédente, qui était déjà excellent.
- Le domaine d'activité Eisberg s'est particulièrement distingué dans le secteur du foodservice et dans celui, très tendance, de la vente à l'emporter. Mais son activité traditionnelle avec les salades en sachets a été affectée par le contexte difficile.
- Le domaine d'activité Hilcona a enregistré un chiffre d'affaires record en 2022, les segments des pâtes et des sandwichs se distinguant tout particulièrement. La hausse des coûts et le climat de consommation morose ont toutefois pesé sur la rentabilité.
- Le programme d'investissement focalisé sur les sites en Suisse suit son cours.
- Au siège d'Hilcona à Schaan (FL), la première étape de l'extension progressive du site a été achevée.
- Dans le cadre de la consolidation de ses sites, Eisberg a fermé son site de Villigen et transféré les activités vers d'autres sites.
- À Oensingen, la construction de l'entrepôt frigorifique s'est achevée.



Nouveautés


2 000

Pour en savoir plus: www.bellfoodgroup.com

Entreprises de production Coop

Faits marquants des entreprises de production Coop

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

swissmill
Die Schweizer Getreidemühle.

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

Faits marquants en 2022

- Hausse de 1.3% du volume des ventes, qui dépasse désormais les 220 000 tonnes
- Bonne maîtrise des difficultés d'approvisionnement survenues après les mauvaises récoltes de 2021 et 2022 (problèmes de quantités et de qualité et hausse des prix)
- Poursuite du développement des parts de marché des céréales transformées en Suisse pour l'alimentation humaine, qui atteignent désormais 35.6%
- Volume de produits durables bio et IPS supérieur à 58 450 tonnes
- Lancement de produits innovants dans le segment des substituts de lait à base d'avoine
- Résultats toujours positifs pour le projet pilote Zoí, qui porte sur la production de protéines d'insectes de qualité à partir de sous-produits de meunerie

Quantité transformée



220 000 tonnes

Pour en savoir plus: www.swissmill.ch

Steinfels
S W I S S

Cosmétiques, produits d'hygiène, lessives et détergents

Faits marquants en 2022

- Chiffre d'affaires record après le relancement des produits Sherpa Tensing, qui ont été dotés d'un nouveau design et de formulations plus écologiques
- Gains significatifs de parts de marché dans le domaine de l'hygiène professionnelle grâce notamment à des produits plus durables et une offre de services complète
- Lancement réussi de services numériques dans le domaine de l'hygiène HACCP
- Lancement réussi du premier projet d'économie circulaire avec des emballages en plastique: bidons de produits Professional recyclés et transformés en bouteilles Fox
- Progression comme prévu du projet "WinTurbo" (modernisation de la production de cosmétiques)

Volume de production



18 020 tonnes

Pour en savoir plus: www.steinfels-swiss.ch

HALBA
SWEET. SALTY. SWISS.

Chocolat: chocolat en plaque, articles de confiserie, articles saisonniers, chocolat industriel
Snacks: noix, fruits séchés et graines
Ingrédients pour la cuisine et la pâtisserie: sucre, aides à la pâtisserie, légumineuses, champignons et légumes séchés

Faits marquants en 2022

- Forte progression des produits en chocolat véganes
- Conditions difficiles pour l'activité d'exportation en raison du contexte économique; résultats positifs des participations aux salons de Singapour, Melbourne et Chicago
- Développement innovant de la gamme vers des produits spéciaux: chocolat 100% cacao, sans sucres/à teneur réduite en sucres, véganes ou recettes contenant des protéines, par exemple
- Mise en service d'une nouvelle installation de moulage des plaques et d'une extension pour le conditionnement (flow pack) pour garantir les capacités de production
- Réduction des risques de fluctuation des prix et d'indisponibilité des matières premières grâce à une couverture précoce des besoins et à une stratégie multi-fournisseurs
- Développement des projets durables d'agroforesterie en Équateur et au Ghana; introduction d'un revenu de subsistance pour les producteurs de cacao au Ghana

Volume de production



46 300 tonnes

Pour en savoir plus: www.chocolatshalba.ch

Mûrisserie de bananes

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

Faits marquants en 2022

- Mise sur pied d'un système automatique de détermination du stade de maturité
- Dématérialisation du contrôle de qualité effectué à l'entrée et à la sortie des marchandises

Quantité de produits



33 203 tonnes

Boulangeries Coop

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

Faits marquants en 2022

- Boulangeries maison désormais au nombre de 4, soit 61 de plus
- Grand succès pour le concept "Frais et authentique", désormais déployé dans 90 magasins
- Obtention par les boulangeries du niveau de certification IFS supérieur
- Remaniement des "Best in Class" comme les tresses et les cuisses-dames
- Démarrage de la production de cuisses-dames dans la boulangerie de Gossau
- Développement des activités avec des clients tiers dans le commerce de détail grâce à des produits spéciaux
- Déploiement des pains précuits pour les magasins situés dans les Régions Suisse orientale, Nord-Ouest de la Suisse, Suisse centrale, Zurich et Berne

Volume de production



68 897 tonnes

Pour en savoir plus: www.coop.ch/boulangeries

Cave

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

Faits marquants en 2022

- Disponibilité en produits finis assurée à un bon niveau malgré les importantes restrictions pesant sur les chaînes d'approvisionnement; capacités disponibles pour la vinification pleinement exploitées avec la récolte 2022
- Développement du portefeuille de produits chez Transgourmet Suisse, tendance favorable
- Réalisation d'un nouveau vin chaud bio
- Développement du format de conditionnement "bag-in-box"

Capacité de mise en bouteille



35 300 000 litres



pearlwater

Eaux minérales et limonades sucrées

Faits marquants en 2022

- Élargissement de l'assortiment Coop: orange water 1 litre, Swiss Alpina & arôme de fruit de la passion 1 litre
- Dépôt d'une demande d'autorisation de construire en vue de la pose, en 2023, d'une installation photovoltaïque au sol; 1 bouteille sur 2 sera alors produite avec de l'énergie solaire
- Validation du projet de réduction du chauffage au mazout grâce à l'utilisation d'une pompe à chaleur/d'eau de source et à la récupération de la chaleur des compresseurs
- Réalisation de quatre forages, qui ont permis de trouver une nouvelle source d'eau légèrement minéralisée

Quantité mise en bouteille



81 058 944 litres

Pour en savoir plus: www.pearlwater.ch

REISMÜHLE 
NUTREX

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

Faits marquants en 2022

- Année marquée par un fort chiffre d'affaires dans le commerce de détail; ventes pour les professionnels de la restauration à nouveau en hausse
- Mise en œuvre de la nouvelle identité visuelle Reismühle Nutrex
- Ouverture de l'usine de fabrication de vinaigre à Brunnen; 66^e anniversaire de Reismühle et 80^e anniversaire de la production de vinaigre
- Mise en service d'une nouvelle ligne de remplissage pour les mélanges et les petits conditionnements
- Commercialisation du vinaigre balsamique "Aceto Balsamico Ticino"
- Développement de la gamme Demeter dans le segment du riz
- Restrictions à l'exportation pour le riz cultivé dans le cadre de projets en raison d'une nouvelle réglementation de l'UE s'appliquant aux matières premières provenant d'Inde et du Pakistan

Volume de production



20 654 tonnes

Pour en savoir plus: www.reismuehle.ch

4

Collaboratrices et collaborateurs

Un employeur attractif	54
Marque employeur	54
Des mesures pour devenir encore plus attractif	54
Une réunion du management 2022 très motivante	54
Les femmes dans l'encadrement	54
Création du Netzwerk Kaderfrauen, le Réseau des femmes cadres	54
Conditions de travail	54
Nouvelle CCT apportant des améliorations pour le personnel	54
Transgourmet France récompensée pour sa diversité	54
Esprit d'entreprise et style de conduite	55
Une structure salariale adaptée au marché et sans discrimination fondée sur le genre	55
Égalité salariale certifiée	55
Évolution professionnelle des cadres	55
Programmes de développement très demandés	55
Gestion des talents et Campus	55
Nouvelles compétences grâce aux e-learning	55
Projet pilote pour promouvoir les forces et talents des apprentis	55
Gestion du changement	56
Culture d'entreprise	56
Lancement de myCoop, l'appli pour le personnel	56
Processus RH numériques	56
Les outils numériques: une grande aide pour le personnel	56
CPV/CAP Caisse de pension Coop	56
Année difficile pour les placements pour la CPV/CAP Caisse de pension Coop	56

Collaboratrices et collaborateurs

Coop continue de grandir et investit beaucoup dans la formation et l'évolution professionnelles de ses employés. L'égalité femmes-hommes connaît une nouvelle impulsion et le virage numérique s'accélère, apportant une aide importante aux collaboratrices et collaborateurs dans leur travail quotidien.

94 790

collaborateurs
au sein du groupe Coop

Fin 2022, le groupe Coop employait 94 790 collaboratrices et collaborateurs dans les domaines d'activité Commerce de détail et Commerce de gros/Production.

Près de 63% des postes se trouvent en Suisse. Coop s'attache à offrir à son personnel des emplois sûrs et riches en perspectives ainsi que les meilleures conditions de travail du commerce de détail dans toutes les régions de Suisse. Plus de 38 000 collaboratrices et collaborateurs sont assujettis à la convention collective de travail de Coop, qui est le seul grand

employeur du commerce de détail à avoir trouvé un consensus avec cinq partenaires sociaux. Tous perçoivent des salaires équitables et profitent de divers avantages réservés au personnel. Ainsi, pour ses collaborateurs en Suisse, Coop prend en charge deux tiers des cotisations d'assurance versées à la CPV/CAP Caisse de pension Coop. Avec quelque 2 670 apprentis uniquement en Suisse, Coop est le deuxième plus grand employeur d'apprentis du pays.

32 métiers sont proposés à l'apprentissage dans la vente, l'administration, la logistique et la production. Les apprentis sont encadrés par 32 conseillères et conseillers en apprentissage à temps plein et environ 2 000 formatrices et formateurs en entreprise. 72% des apprentis restent chez Coop à l'issue de leur formation. Grâce à leur excellente formation de base, nombre d'entre eux peuvent rapidement assumer des tâches de conduite.

L'un des principaux objectifs de Coop, mis à part le recrutement de nouveaux talents, est de qualifier ses collaboratrices et collaborateurs et de veiller à ce qu'ils accueillent les mutations technologiques et les avancées numériques avec enthousiasme.

Management des ressources humaines

Un employeur attractif

Marque employeur
Les femmes dans l'encadrement
Conditions de travail

Esprit d'entreprise et style de conduite

Une structure salariale adaptée au marché et sans discrimination fondée sur le genre
Évolution professionnelle des cadres
Gestion des talents et Campus

Gestion du changement

Mutations technologiques dans le commerce de détail
Culture d'entreprise
Les RH: un partenaire commercial professionnel
Processus RH numériques

Un employeur attractif

Marque employeur

Des mesures pour devenir encore plus attractif

Soucieuse de devenir un employeur encore plus attractif, Coop a lancé en 2022 une étude de marché visant à définir des mesures adéquates pour consolider encore sa marque employeur. Elle a également simplifié le processus de recrutement grâce à une landing page pilote RH pour les candidats et participé, en ligne et en présentiel, à divers forums et événements des Hautes écoles pour atteindre les jeunes diplômés de manière encore plus durable. Par ailleurs, sa présence renforcée sur LinkedIn, où elle publie des contenus ciblés à l'intention de ses plus de 106 000 followers, l'aide dans le recrutement de nouvelles personnes qualifiées.

Une réunion du management 2022 très motivante

Une grande réunion du management regroupant quelque 3 400 cadres de Coop a eu lieu le 22 juin sur le site de l'Attisholz-Areal. Elle a été entièrement dédiée à la reconnaissance du travail accompli pendant la période difficile de la pandémie.

Les femmes dans l'encadrement

37.1%

Part de femmes cadres
dans le groupe Coop

Création du Netzwerk Kaderfrauen, le Réseau des femmes cadres

La part des femmes dans l'encadrement du groupe Coop atteint 37.1%. Pour continuer à la faire progresser, un groupe de travail constitué de femmes spécialistes issues de différents formats et Directions a organisé la première rencontre nationale pour les femmes cadres travaillant chez Coop. Environ 500 femmes ont participé à cette réunion de lancement qui a eu lieu en août 2022. Ce réseau a pour objectif de motiver un maximum de femmes cadres à gravir l'échelon supérieur dans leur carrière et de les soutenir dans cette démarche. Il se veut aussi un instrument de

partage d'expériences ainsi qu'une source d'inspiration. Cette première rencontre a donné lieu par la suite à diverses réunions de mise en réseau à l'échelle locale dans les Régions Suisse orientale, Nord-Ouest de la Suisse/Suisse centrale/Zurich et Berne.

Conditions de travail

Nouvelle CCT apportant des améliorations pour le personnel

Coop a été le premier détaillant suisse à introduire une convention collective de travail (CCT), en 1914. Grâce à ses cinq partenaires sociaux, cette CCT est la plus complète du secteur. Elle établit les fondements de bonnes relations et de conditions d'emploi progressistes dans le secteur du commerce de détail. Le 1^{er} janvier 2022, une nouvelle version de la CCT apportant diverses améliorations aux collaboratrices et collaborateurs Coop a été introduite. En plus de l'équité salariale, Coop soutient ses collaboratrices et collaborateurs par exemple en leur accordant un congé paternité de trois semaines, ainsi que des aides financières pour la garde d'enfants à l'extérieur (Coop Child Care).

Transgourmet France récompensée pour sa diversité

Le magazine français «Capital» a publié un palmarès des entreprises les plus engagées contre le sexisme, le racisme et l'homophobie. Transgourmet France a obtenu la première place dans la catégorie «commerce de gros» et l'excellente huitième place tous secteurs confondus, sur plus de 300 entreprises évaluées.

Esprit d'entreprise et style de conduite

Une structure salariale adaptée au marché et sans discrimination fondée sur le genre

Égalité salariale certifiée

En 2020, Coop a obtenu, pour ses Directions, la certification «Fair Compensation» décernée par l'Association Suisse pour Systèmes de Qualité et de Management (SQS). Ce certificat atteste que la politique salariale de Coop repose sur des critères garantissant l'équité salariale et montre que le groupe offre les mêmes chances à tous ses collaborateurs et collaboratrices, quel que soit leur genre ou leur origine. En 2022, Coop a passé avec succès le deuxième audit pour le certificat «Fair Compensation».

Évolution professionnelle des cadres

Programmes de développement très demandés

Quelque 1 400 personnes se sont inscrites à des programmes de développement «Management & Leadership» en 2022. Les formations Coop Campus fournissent aux nouveaux cadres comme aux cadres confirmés des outils et des impulsions utiles pour leurs tâches de conduite au quotidien. Les CAS HES «Management & Leadership» et «Élaborer des processus et façonner une culture», quant à eux, ont totalisé près de 40 inscriptions en 2022. Ces mesures de formation permettent à Coop de pourvoir durablement environ 70% de tous les postes de cadre par le recrutement interne.

Gestion des talents et Campus

Nouvelles compétences grâce aux e-learning

Les collaboratrices et collaborateurs de Coop disposent d'un choix de plus de 200 e-learning pour élargir leurs connaissances sur des thèmes spécialisés. Plus de 100 000 formations de ce type ont été suivies en 2022. Remaniée en profondeur et actualisée, l'offre a également été enrichie, entre autres avec le lancement du programme d'autoformation «go4pro». Destiné au personnel de vente nouvellement recruté, il s'articule autour de quatre thèmes importants pour Coop: le développement durable, Coop sur le marché, la promotion des ventes et la gestion des marchandises. Les collaboratrices et collaborateurs de la production et de la logistique ont, eux-aussi, accès à un grand nombre d'e-learning. Désormais dotés d'une fonction de traduction automatique, ces cours peuvent être suivis par exemple en tamoul, en croate et en ukrainien, ainsi que dans plus de 70 autres langues.

3 417

Apprentis
au sein du groupe Coop

Projet pilote pour promouvoir les forces et talents des apprentis

Le projet pilote «Promotion des talents auprès des apprentis» a été lancé en février 2022 à l'intention des apprentis en deuxième année de formation initiale de gestionnaire du commerce de détail. Son objectif: promouvoir ces jeunes de manière personnalisée, en tenant compte de leurs talents, de leurs potentiels et de leurs forces. Après l'évaluation de leurs compétences opérationnelles et l'identification de leurs talents, les apprentis peuvent, s'ils le souhaitent, profiter de mesures de soutien spécifiques pendant leur dernière année de formation.

Gestion du changement

Culture d'entreprise

Lancement de myCoop, l'appli pour le personnel

Près de 95% des collaboratrices et collaborateurs du groupe Coop n'ont pas d'identifiant PC. Pour pouvoir les informer de manière rapide et directe, mais aussi pour favoriser l'identification du personnel aux valeurs de l'entreprise et renforcer la cohésion, Coop a lancé au cours de l'année sous revue une appli à télécharger sur smartphone. Baptisée myCoop, elle a été très bien accueillie par les collaboratrices et collaborateurs, qui l'utilisent pour échanger entre eux dans le canal qui leur est dédié, partager leurs expériences sur des projets qu'ils ont menés à terme ou encore raconter des anecdotes intéressantes sur l'univers Coop. L'appli est également dotée d'une fonction de chat qui est très appréciée notamment par tous ceux qui ne disposent pas d'un PC nominatif.

Processus RH numériques

Les outils numériques: une grande aide pour le personnel

La dématérialisation des processus des ressources humaines s'est considérablement accélérée et a bien progressé au cours de l'année sous revue. Le processus de gestion des contrats de travail des collaborateurs soumis à la CCT, de même que la transmission de l'ensemble des fiches de salaire, ont été numérisés. Dans le même temps, les workflows du domaine RH ont été considérablement développés: Coop dispose d'environ 30 workflows différents, qu'il est désormais possible de lancer et de traiter directement depuis un smartphone, à l'aide de l'appli Coop Access. Celle-ci affiche le taux d'utilisation réjouissant de 80% en 2022. La planification de l'affectation du personnel est, quant à elle, consultée environ 600 000 fois par mois via un appareil mobile.

CPV/CAP Caisse de pension Coop

Année difficile pour les placements pour la CPV/CAP Caisse de pension Coop

2022 a été une année difficile en termes de placements pour la CPV/CAP. Presque toutes les classes d'actifs ont subi des pertes de cours, ce qui s'est répercuté négativement sur le rendement visé. La CPV/CAP a réalisé une performance de -5.8%. Il en résulte un rendement excédentaire de +1.1% par rapport à la valeur de référence stratégique. Malgré le contexte difficile, les avoirs de vieillesse ont pu être rémunérés à 2.0%. Le taux d'intérêt provisoire pour 2023 se situe également à 2.0%. Les retraites sont restées inchangées en 2022 et le resteront aussi en 2023. Le nombre d'assurés actifs a augmenté, passant de 39 305 l'année précédente à 40 328. Le nombre de retraités a augmenté de 909 personnes, passant à 22 049.



Gouvernement d'entreprise

Structure du groupe	58
Structure du capital	59
Conseil d'administration	60
Membres du Conseil d'administration	60
Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt	60
Élection du Conseil d'administration et durée du mandat	64
Organisation interne	64
Répartition des compétences	64
Instruments d'information et de contrôle pour la Direction générale	65
Direction générale	66
Membres de la Direction générale	66
Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt	66
Contrats de management	68
Rémunérations	69
Droits de participation	69
Prises de contrôle et mesures de défense	69
Organe de révision	70
Politique d'information	70

Gouvernement d'entreprise

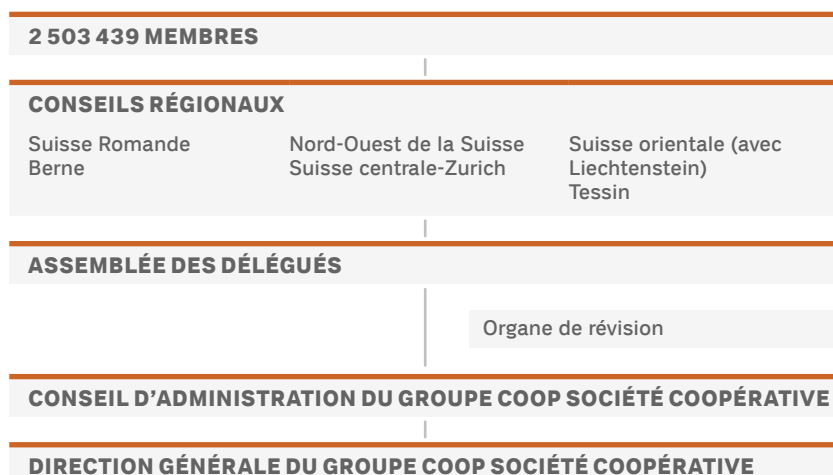
Le gouvernement d'entreprise est fondé sur la transparence et la franchise de la direction vis-à-vis de ses collaborateurs et du public. La structure de Coop est présentée dans les pages qui suivent.

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

Structure du groupe

Le Groupe Coop Société Coopérative est une société coopérative sise à Bâle qui, fin 2022, comptait plus de 2.5 millions de sociétaires. Toute personne domiciliée en Suisse ou au Liechtenstein peut devenir sociétaire. Le Groupe Coop Société Coopérative détient des participations dans différentes entreprises en Suisse et à l'étranger. La structure du groupe apparaît aux pages 106 à 109 (périmètre de consolidation) du présent rapport de gestion. Il n'existe pas de participations croisées au sein du groupe Coop. Le Groupe Coop Société Coopérative assure la direction du groupe Coop. Il est constitué des organes suivants: Conseils régionaux, Assemblée des délégués, Conseil d'administration, Direction générale et organe de révision.

Organisation



Conseils régionaux

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

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

Assemblée des délégués

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

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

➔ www.coop.ch (> À propos de Coop > Qui sommes-nous? > Société coopérative)

Le 31 décembre 2022, l'Assemblée des délégués se composait des personnes suivantes:

Région Suisse romande	Région Berne	Région Nord-Ouest de la Suisse	Région de Suisse centrale/Zurich	Région Suisse orientale (avec Liechtenstein)	Région Tessin
Vincent Albasini	Sabine Boschung	Alexandra Abbt-Mock	Silvia Banfi Frost	Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Patrick Csikos	Patrick Bruni	Sibylle Bader Biland	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	

Structure du capital

La structure du capital du groupe Coop ressort du bilan consolidé (page 85 du présent rapport de gestion) et des explications correspondantes (pages 88 à 109). Les fonds propres du Groupe Coop Société Coopérative sont exclusivement constitués de moyens qui lui sont propres. Les sociétaires n'ont pas de parts dans les fonds propres.

Conseil d'administration

Membres du Conseil d'administration

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

Le 31 décembre 2022, le Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative se composait des personnes suivantes:

Nom	Année de naissance	Fonction actuelle	Début du mandat	Fin du mandat
Joos Sutter ²	1964	Président	2021	2025
Markus Beer	1970	Membre, représentant du personnel	2021	2025
Michela Ferrari-Testa	1963	Membre, représentante de la Région Tessin	2006	2025
Michael Fuhrer	1972	Membre, représentant de la Région Suisse orientale/Liechtenstein	2021	2025
Susanne Giger	1970	Membre, représentante de la Région Suisse centrale - Zurich	2018	2025
Petra Jörg Perrin ²	1964	Membre, représentante de la Région Berne	2017	2025
Doris Leuthard ¹	1963	Membre, vice-présidente	2019	2025
Grégoire Ribordy	1971	Membre	2021	2025
Bernard Rüeger	1958	Membre, représentant de la Région Suisse romande	2009	2025
Karim Twerenbold	1985	Membre, représentant de la Région Nord-Ouest de la Suisse	2021	2025

¹ Présidente du comité de contrôle

² Membre du comité de contrôle

Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt

(état au 31.12.2022)

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



Joos Sutter

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

1991–1996: expert-comptable chez PricewaterhouseCoopers, Zurich;
1996–1999: responsable des Finances/Personnel chez Import Parfümerien AG, Zurich; 1999–2005: différentes fonctions telles que responsable des Finances/Services et responsable des Ventes chez Interdiscount, Jegenstorf; 2005–2009: responsable de la Division Interdiscount; 2010–2011: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Trading de Coop Société Coopérative, Bâle; 2011–2021: président de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Retail de Coop Société Coopérative, Bâle; depuis mai 2021: président du Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

AgeCore SA, Genève; Bell Food Group SA, Bâle (président); Coop Mineraloel AG, Allschwil (président); Swiss Household Services SA, Oberbüren (vice-président); Parrainage Coop pour les régions de montagne, société coopérative, Bâle (président); Transgourmet Holding AG, Bâle (vice-président); Two Spice SA, Zurich

Autres fonctions et mandats:

CPV/CAP Caisse de pension Coop, Bâle (président); conseil de fondation de la caisse de pension Jumbo, Dietlikon (président)



Markus Beer

Nationalité suisse

Formation:

Boulangier-pâtissier, chef de marketing avec certificat ImBa, Certified Board Member (Rochester-Bern Executive Programs)

Parcours professionnel:

1989: boulanger chez Coop Mittelland; 1994–2000: responsable de la boulangerie maison Coop Zofingen; 2000/01: responsable adjoint de la boulangerie Coop Mittelland; 2001–2010: chef de groupe Category management régional Boulangerie; 2010–2015: chef de groupe Category Management régional Aliments de base/Produits surgelés; depuis 2015: responsable du Product Management/Innovation Boulangeries

Autres fonctions et mandats:

Union des Employés de Coop (président)



Michela Ferrari-Testa

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

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

Autres mandats d'administrateur:

Banca dello Stato del Cantone Ticino, Bellinzona; Immobilière Suisse Société Coopérative, Berne



Michael Fuhrer

Nationalité suisse

Formation:

Diplôme fédéral d'expert en finance et controlling

Parcours professionnel:

1996–2001: conseiller clientèle professionnelle à la Banque cantonale de St-Gall; 2001–2003: expert crédit clientèle d'entreprise au Crédit Suisse, St-Gall; 2003–2004: responsable du service Finances et comptabilité chez Häseler AG; depuis 2005: responsable de la division Finances & administration et membre de la Direction de Häseler AG; depuis 2021: directeur adjoint de Häseler AG

Autres mandats d'administrateur:

Wasserversorgung Herisau

Autres fonctions et mandats:

Comité directeur de l'association IG Sport Region Herisau



Susanne Giger

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

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

Autres mandats d'administrateur:

Conseil de fondation de la Chartreuse d'Ittingen, Warth-Weiningen; conseil de fondation de Zewo, Zurich; fondation d'utilité publique contre l'excision des jeunes filles, Hittnau (vice-présidente); conseil de fondation de la Garde Suisse Pontificale au Vatican, Fribourg

Autres fonctions et mandats:

Déléguée de Patria Genossenschaft; membre du comité directeur de HSG Alumni Women's Chapter, membre du conseil de Lassalle-Institut



Petra Jörg Perrin

Nationalité suisse

Formation:

Dr ès sc. économiques de l'université de Berne

Parcours professionnel:

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

Autres mandats d'administrateur:

comité directeur de swissICT

Autres fonctions et mandats:

Professeure titulaire et chargée d'enseignement à l'Université de Berne; membre du conseil de formation de la Banque Cantonale Bernoise; membre de Strategic Advisory Board Zippsafe



Doris Leuthard

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

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

Autres mandats d'administrateur:

Bell Food Group SA, Bâle (vice-présidente); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Stadler Rail AG, Bussnang; Transgourmet Holding AG, Bâle

Autres fonctions et mandats:

Fondation Kofi Annan; fondation Ulrico Hoepli (présidente), fondation Swiss Digital Initiative (présidente), Steering Committee Europa Forum (co-présidente), conseil de fondation de l'EPF Zurich Foundation; Association Exposition nationale Svizra27 (co-présidente)



Grégoire Ribordy

Nationalité suisse

Formation:

Doctorat en physique de l'Université de Genève

Parcours professionnel:

depuis 2001: membre fondateur et CEO de ID Quantique SA, Carouge

Autres mandats d'administrateur:

Miraex SA, Ecublens

Autres fonctions et mandats:

Comité directeur d'Alumni Université de Genève; Association des parents d'élèves de l'école de Troinex



Bernard Rüeger

Nationalité suisse

Formation:

MBA, Lausanne

Parcours professionnel:

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

Autres mandats d'administrateur:

Alpsens Technologies SA, Crissier (président); CSS Holding AG, Lucerne; Gestion indépendante de patrimoines GIP SA, Granges-Paccot (président); Groupe Orllati SA, Bioley-Orjulaz; Precitherm SA, Paudex; Socorex Isba SA, Ecublens



Karim Twerenbold

Nationalité suisse

Formation:

Bachelor of Science International Management, Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse

Parcours professionnel:

2011–2013: gestionnaire de projet/assistant du CEO du groupe Twerenbold Reisen ; 2013–2016: CEO du groupe Twerenbold; depuis 2016: propriétaire et président du conseil d'administration du groupe Twerenbold

Autres mandats d'administrateur:

Rütihöfler Immobilien AG, Baden

Autres fonctions et mandats:

Fondation Werner Twerenbold; comité directeur de Young Presidents Organization (YPO) Zurich Chapter

Élection du Conseil d'administration et durée du mandat

Mode d'élection: principes

Le Conseil d'administration est élu par l'Assemblée des délégués. La durée du mandat, identique pour tous les membres, est de quatre ans. Une réélection est possible. Les statuts limitent toutefois la durée totale des mandats à 16 ans et fixent une limite d'âge (expiration du mandat à la date de la première Assemblée ordinaire des délégués de l'année qui suit le 70^e anniversaire).

Première élection et durée restante du mandat

Le début du mandat des conseillers résultant de la première élection est défini au point "Membres du Conseil d'administration". Le mandat actuel a commencé au printemps 2021 et se terminera au printemps 2025.

Organisation interne

Répartition des tâches au sein du Conseil d'administration

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

Comité de contrôle

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

Le comité de contrôle tient chaque année au moins trois réunions, qui durent en général une demi-journée. Le président de la Direction générale, le chef de la Direction Finances et le responsable de la Révision interne y prennent généralement part avec voix consultative. Les réviseurs externes sont également conviés aux séances en fonction des points à l'ordre du jour. Les membres du Conseil d'administration sont régulièrement informés du travail effectué par le comité de contrôle. La Révision interne est subordonnée à la présidente du comité de contrôle. Quatre réunions et une visioconférence du comité de contrôle ont eu lieu en 2022.

Mode de fonctionnement du Conseil d'administration

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

En 2022, le Conseil d'administration s'est réuni sept fois pendant une ou deux journées ainsi que deux fois en séance extraordinaire. Il a également effectué une visite des sites en Europe de quatre jours. Il n'a été fait appel à aucun consultant externe.

Répartition des compétences

Le Conseil d'administration assume la direction du Groupe Coop Société Coopérative et du groupe Coop (direction stratégique) et la surveillance de la gestion des affaires. Ses tâches et attributions, décrites à l'article 38 des statuts, correspondent aux dispositions qui régissent la société anonyme (art. 716a CO), plus strictes que celles relatives à la société coopérative. Un règlement d'organisation édicté par le Conseil d'administration répartit les compétences entre le Conseil d'administration et la Direction générale dans les domaines essentiels tels que finances, stratégies d'entreprise, ressources humaines et organisation. Les attributions opérationnelles des différents niveaux du management sont présentées en détail dans un règlement des compétences édicté par la Direction générale.

Instruments d'information et de contrôle pour la Direction générale

Systeme intégré de gestion

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

Processus de planification et de fixation des objectifs

Coop applique un processus de planification et de fixation des objectifs très élaboré et bien rodé, qui inclut un reporting adressé régulièrement au Conseil d'administration.

Gestion des risques

Le groupe Coop dispose d'un système standardisé de gestion des risques. La Direction générale et le Conseil d'administration identifient et analysent tous les trois ans (la dernière fois en 2021) les risques majeurs et les scénarios qui en découlent, et définissent les mesures à prendre. L'état d'avancement des différentes mesures est contrôlé une fois par an. Par "risques majeurs", on entend les risques qui, dans les trois ans, peuvent générer un impact négatif supérieur à 15 millions de francs sur l'EBIT du groupe Coop.

Systeme de contrôle interne

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

La qualité des contrôles effectués dans l'entreprise est évaluée tous les deux ans (la dernière fois en 2021) par les membres de la Direction générale. Les résultats de ces évaluations sont consignés chaque année dans un rapport complet.

Révision interne

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

Compliance

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

Direction générale

Membres de la Direction générale

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

La Direction 7 a été redéfinie afin d'ancrer la transition numérique au sein de l'organisation. Rebaptisée "Digital & Customer", elle est dirigée depuis début 2023 par Thomas Schwetje, qui était auparavant responsable du domaine Marketing/Services numériques. Reto Conrad, chef de la Direction Informatique/Production/Services, a quitté la Direction générale en août 2022.

Le 31 décembre 2022, la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative se composait des personnes suivantes:

Nom	Année de naissance	Fonction actuelle	Membre depuis
Philipp Wyss	1966	Président de la Direction générale	2009
Christian Coppey	1965	Membre	2017
Daniel Hintermann	1970	Membre	2017
Andrea Kramer	1969	Membre	2021
Daniel Stucker	1964	Vice-président de la Direction générale	2011
Adrian Werren	1969	Membre	2016

Formation, parcours professionnel et liens d'intérêt

(état au 31.12.2022)

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



Philipp Wyss

Nationalité suisse

Formation:

Apprentissage d'employé de commerce et apprentissage de boucher

Parcours professionnel:

1990–1992: responsable des ventes chez Sempione Gehrig AG, Klus;
1993–1997: Senior Product Manager à la Fédération des coopératives Migros, Zurich; 1997–2003: Category Manager Viande, Poisson, Produits convenance frais chez Coop, Bâle; 2004–2008: responsable du Coop Category Management Produits frais chez Coop, Bâle; 2008–2009: chef de vente de la Région Suisse centrale - Zurich chez Coop; depuis 2009: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative, Bâle; 2009–2011: chef de la Direction Retail et directeur de la Région de vente Suisse centrale - Zurich de Coop Société Coopérative, Bâle; depuis 2012: chef de la Direction Marketing/Achats et vice-président de la Direction générale de Coop Société Coopérative, Bâle; depuis mai 2021: président de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative et chef de la Direction Retail de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

AgeCore SA, Genève; Bell Food Group AG, Bâle; Marché Restaurants Suisse SA, Dietlikon (président); Transgourmet Holding AG, Bâle; Two Spice AG, Zurich

Autres fonctions et mandats:

Comité de pilotage de la Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse



Christian Coppey

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

1992–1995: assistant du professeur D. Schnebli, EPF Zurich; 1993–2005: chef de projet chez Coppey & Coppey Architectes, Martigny; 2003–2006: responsable du Corporate Real Estate Suisse romande chez Credit Suisse, Lausanne; 2006–2016: responsable du Real Estate & Shopping Management Maus Frères SA, Genève;

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

Mandats d'administrateur:

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

Autres fonctions et mandats:

Conseil de fondation de CPV/CAP Caisse de pension Coop, Bâle; Conseil de fondation de la caisse de pension Jumbo, Dietlikon



Daniel Hintermann

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

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

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

Mandats d'administrateur:

Coop Mineraloel AG, Allschwil; Panflor AG, Zurich; Railcare AG, Härkingen (président)



Andrea Kramer

Nationalité suisse

Formation:

Lic. ès sc. économiques de l'université de Zurich

Parcours professionnel:

1995–1998: cheffe de projet Marketing chez Winterthur-Versicherungen, Winterthur; 1999–2001: brand manager chez Unilever; 2001–2005: product manager chez Lindt & Sprüngli (Schweiz) AG, Kilchberg; 2005–2010: key account manager puis head national sales et enfin country business manager Switzerland chez Nestlé Suisse SA, division Mövenpick Ice Cream; 2011–2013: responsable de la business unit "Hilcona Fresh Express", Hilcona AG, Schaan; 2013–2014: commercial director "Gourmet Schweiz" chez Barry Callebaut Schweiz AG, Zurich; 2014–2021: category manager puis responsable du Category Management/Achats "Aliments de base/Produits d'entretien" chez Coop Société Coopérative, Bâle; depuis mai 2021: membre de la Direction générale du groupe Coop Société Coopérative et cheffe de la Direction Marketing/Achats de Coop Société Coopérative, Bâle

Mandats d'administrateur:

Alifresca AG, Bâle (présidente); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong (présidente)

Autres fonctions et mandats:

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



Daniel Stucker

Nationalité suisse

Formation:

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

Parcours professionnel:

1985–1986: ingénieur logiciel PTT, Berne; 1989–1992: consultant en management et directeur de succursale chez Bern AF Consulting, Berne; 1992–1994: responsable du Service center chez RESO, Soleure; 1994–1999: responsable de l'IT/Organisation à l'UEFA (Union of European Football Association), Nyon; 1999–2007: responsable de l'Informatique/Logistique puis des Finances/Services puis des Achats chez Interdiscount, Jegenstorf; 2007–2011: responsable de la Division Import Parfumerie/Christ Montres et Bijoux, Winterthur; depuis 2011: membre de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative, chef de la Direction Trading de Coop Société Coopérative, Bâle et vice-président de la Direction générale du Groupe Coop Société Coopérative

Mandats d'administrateur:

Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (président); Coop Vitality AG, Berne (président); Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp (président de la Direction générale); Coop Vitality Management AG, Berne (président); Swiss Household Services SA, Oberbüren (président); Elektronik Distribution AG, Bâle (président); Eurogroup Far East Ltd., Hong Kong; Retail Marketing Switzerland AG, Bâle; Service 7000 AG, Netstal (président); The Body Shop Switzerland SA, Uster (président); Update Fitness AG, Münchwilen (président)



Adrian Werren

Nationalité suisse

Formation:

Lic. sc. pol. de l'Université de Bâle

Parcours professionnel:

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

Mandats d'administrateur:

Coop Vitality AG, Berne; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp; Coop Vitality Management AG, Berne; Swiss Household Services SA, Oberbüren; Marché Restaurants Suisse SA, Dietlikon; Railcare AG, Härkingen; Retail Marketing Switzerland AG, Bâle (président); Service 7000 AG, Glarus; The Body Shop Switzerland SA, Uster; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Bâle; Transgourmet Holding AG, Bâle; Transgourmet Ibérica, S.A.U., Vilamalla; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Suisse SA, Bâle

Autres fonctions et mandats:

Membre du conseil consultatif régional de la BNS

Contrats de management

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

Rémunérations

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

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

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

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

Les rémunérations versées pour les activités exercées par le Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative, de Coop Société Coopérative et de Coop Immobilien AG se sont élevées en 2022 à 1.5 million de francs (année précédente: 1.4 million de francs). Les salaires bruts versés à la Direction générale ont totalisé 3.9 millions de francs en 2022 pour sept unités de personnel (année précédente: 4.2 millions de francs pour sept unités de personnel). Les honoraires versés pour les activités exercées par le président et la vice-présidente du Conseil d'administration et par les membres de la Direction générale dans les filiales reviennent au Groupe Coop Société Coopérative ou à Coop Société Coopérative.

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

Droits de participation

Droits de vote

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

Quorums statutaires

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

Convocation de l'Assemblée des délégués

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

Inscription d'objets à l'ordre du jour

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

Prises de contrôle et mesures de défense

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

Organe de révision

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

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

Honoraires des réviseurs

Pour ses prestations exécutées dans le cadre du mandat légal, l'organe de révision a facturé des honoraires pour un montant total de 3.9 millions de francs pendant l'exercice sous revue.

Honoraires supplémentaires

Pour ses prestations dépassant le cadre du mandat légal, l'organe de révision a facturé des honoraires pour un montant total de 0.8 million de francs pendant l'exercice sous revue.

Outils d'information de l'organe de révision externe

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

Le réviseur responsable a participé à trois réunions ordinaires et à une réunion extraordinaire du comité de contrôle en 2022, qui ont porté sur la planification de l'audit, les constatations faites par l'organe de révision externe et les mesures qui en ont découlé. Le réviseur responsable présente en outre chaque année un rapport à tous les membres du Conseil d'administration. L'organe de révision externe et la Révision interne se concertent par ailleurs au sujet de la méthodologie et du perfectionnement du système de contrôle interne.

Politique d'information

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

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

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

➔ www.coop.ch/medias

Le groupe Coop en chiffres

6

Chiffres-clés	72
Les principaux chiffres-clés	72
Évolution du groupe Coop	73
Produit net	74
Points de vente/Magasins	75
Investissements (flux financiers)	76
Développement durable	76
Compte de la valeur ajoutée	77
Personnel	78
Rapport sur l'exercice	82
Comptes annuels consolidés	84
Compte de résultat consolidé	84
Bilan consolidé	85
Tableau de flux de trésorerie consolidé	96
Tableau de variation des fonds propres	87
Annexe aux comptes annuels consolidés	88
Rapport de l'organe de révision	110

Tous les chiffres sont arrondis individuellement.

Chiffres-clés

Les principaux chiffres-clés

Chiffre d'affaires total

34 206 Mio CHF

Produit net Groupe

33 104 Mio CHF

dont

22 231 Mio CHF Suisse
67.2% du produit net Groupe

10 873 Mio CHF Étranger
32.8% du produit net Groupe

Produit net Secteurs

19 921 Mio CHF Commerce de détail
55.9% du produit net Secteurs

15 747 Mio CHF Commerce de gros/
Production
44.1% du produit net Secteurs

Produit net Commerce en ligne

4 952 Mio CHF

Effectifs au 31.12

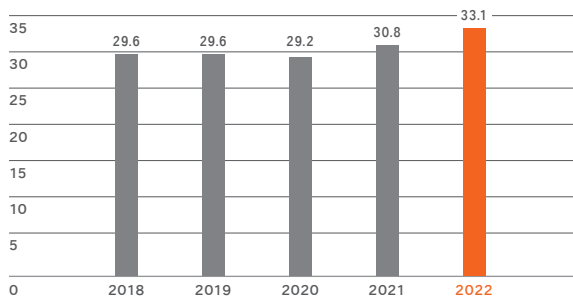
94 790

Apprentis au 31.12

3 417

Produit net

en Mrd CHF



Résultat d'exploitation

2 184 Mio CHF EBITDA
6.6% du produit net

843 Mio CHF EBIT
2.5% du produit net

Résultat de l'exercice

562 Mio CHF
1.7% du produit net

Fonds propres

11 439 Mio CHF
52.1% Part des fonds propres

Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation

1 696 Mio CHF

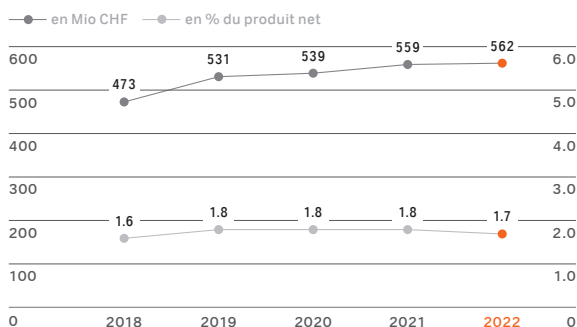
Investissements

1 496 Mio CHF

Nombre de points de vente/magasins

2 633

Résultat de l'exercice



Évolution du groupe Coop

en Mio CHF ou selon indication	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires total	30 662	30 669	30 173	31 872	34 206
Commerce de détail	17 743	17 986	19 113	19 618	19 921
Commerce de gros/Production	14 170	14 148	12 632	13 711	15 747
Consolidation	-2 348	-2 502	-2 592	-2 576	-2 564
Produit net résultant de livraisons et de prestations	29 565	29 633	29 153	30 752	33 104
dont produit net Suisse	19 931	20 159	21 110	21 654	22 231
en % du produit net	67.4	68.0	72.4	70.4	67.2
dont produit net Étranger	9 634	9 474	8 043	9 098	10 873
en % du produit net	32.6	32.0	27.6	29.6	32.8
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)	2 103	2 046	2 227	2 376	2 184
en % du produit net (marge EBITDA)	7.1	6.9	7.6	7.7	6.6
Résultat d'exploitation (EBIT)	772	782	838	905	843
en % du produit net (marge EBIT)	2.6	2.6	2.9	2.9	2.5
Résultat de l'exercice	473	531	539	559	562
en % du produit net (marge bénéficiaire)	1.6	1.8	1.8	1.8	1.7
Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation	1 701	1 877	2 426	1 989	1 696
en % du produit net (marge cash-flow)	5.8	6.3	8.3	6.5	5.1
Flux financiers provenant de l'activité d'investissement	-1 792	-1 391	-1 293	-1 979	-1 496
en % du produit net	6.1	4.7	4.4	6.4	4.5
Flux financiers provenant de l'activité de financement	325	-536	-180	-355	-448
Free cash-flow¹	218	533	1 146	726	266
Total du bilan	20 364	20 456	20 646	21 569	21 951
Fonds propres avec parts des minoritaires	9 754	10 144	10 579	11 060	11 439
Part des fonds propres avec parts des minoritaires en %	47.9	49.6	51.2	51.3	52.1
Dettes financières	5 781	5 348	5 288	5 199	4 883
Dette financière nette	4 832	4 427	3 404	3 664	3 608
Facteur d'endettement	2.3	2.2	1.5	1.5	1.7
Facteur de couverture des intérêts²	42.7	49.9	47.4	53.8	53.0
EPT (apprentis inclus) au 31.12	77 448	78 118	78 574	82 688	82 054
Effectifs (apprentis inclus) au 31.12	89 579	90 520	90 819	95 410	94 790
Apprentis au 31.12	3 449	3 457	3 364	3 413	3 417
Commerce de détail, nombre points de vente/magasins au 31.12	2 313	2 331	2 352	2 396	2 425
Commerce de détail, surface de vente en m² au 31.12	1 882 500	1 891 525	1 907 627	2 105 458	2 121 345
Commerce de gros/Production, nombre points de vente/magasins au 31.12	145	148	149	219	209
Commerce de gros/Production, surface de vente en m² au 31.12	1 008 731	1 021 119	1 026 269	1 204 221	1 113 605
Nombre de membres	2 547 851	2 536 702	2 537 294	2 505 578	2 503 439

Chiffres des années précédentes adaptés

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

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

Produit net

en Mio CHF	2022	2021
Supermarchés Coop (coop.ch inclus)	11 568	12 103
Interdiscount	1 046	1 107
Coop City	779	751
Jumbo	1 206	948
Livique/Lumimart	219	236
Import Parfumerie	137	133
Christ Montres & Bijoux	81	77
Ing. dipl. Fust	984	1 022
Coop Vitality AG	267	261
The Body Shop Switzerland SA	22	24
Coop Mineraloel AG	2 932	2 496
Betty Bossi	73	83
Marché Restaurants Suisse SA	105	72
Coop Restaurants	210	109
Two Spice	90	
Autres sociétés/formats et effets liés à la consolidation du secteur	202	195
Formats spécialisés	8 353	7 514
Commerce de détail	19 921	19 618
Transgourmet France	1 595	1 227
Transgourmet Ibérica	1 274	526
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 727	5 382
Transgourmet Suisse	1 743	1 454
Transgourmet Österreich	707	506
Autres sociétés et effets liés à la consolidation Transgourmet	5	6
Groupe Transgourmet	11 051	9 100
Bell Food Group	4 315	4 152
Coop Société Coopérative Production	834	820
Autres sociétés et effets liés à la consolidation du secteur	-453	-361
Commerce de gros/Production	15 747	13 711
Consolidation Groupe Coop	-2 564	-2 576
Produit net	33 104	30 752
Autres produits d'exploitation	1 102	1 120
Chiffre d'affaires total	34 206	31 872
dont produit net Commerce en ligne	4 952	3 711
Commerce en ligne Électronique domestique	722	841
– Microspot.ch	349	358
– Nettoshop.ch	99	116
– Autres	273	367
coop.ch	288	266
Autre Commerce en ligne, Commerce de détail	249	224
Commerce en ligne, Commerce de détail	1 259	1 331
Commerce en ligne, Commerce de gros/Production	3 694	2 380
dont produit net Suisse	22 231	21 654
dont produit net Étranger	10 873	9 098

Chiffres des années précédentes adaptés

Points de vente/Magasins

	2022	Nombre au 31.12 2021	Surface de vente en m ² au 31.12 2022	Surface de vente en m ² au 31.12 2021
Supermarchés Coop	960	955	1 021 447	1 012 157
Interdiscount	170	173	48 793	52 052
Coop City	31	31	129 087	128 600
Jumbo	113	112	494 982	490 697
Livique/Lumimart	45	45	121 818	128 420
Import Parfumerie	108	110	8 846	9 159
Christ Montres & Bijoux	61	61	5 102	5 103
Ing. dipl. Fust	153	153	86 064	85 999
Coop Vitality AG	86	87	10 235	10 491
The Body Shop Switzerland SA	41	43	2 326	2 473
Coop Mineraloel AG	326	328	39 218	39 331
Marché Restaurants Suisse SA	45	39	17 090	16 197
Coop Restaurants	183	191	59 476	60 619
Two Spice	28		8 394	
BâleHotels	8	7		
update Fitness AG	65	59	63 696	59 389
Tropenhaus	1	1		
Formats spécialisés	1 464	1 440	1 095 127	1 088 530
Commerce de détail	2 424	2 395	2 116 574	2 100 687
Transgourmet Ibérica	70	70	178 346	178 346
Transgourmet Central and Eastern Europe	94	105	748 868	842 834
Transgourmet Suisse	31	31	127 560	127 560
Transgourmet Österreich	14	13	58 831	55 481
Groupe Transgourmet	209	219	1 113 605	1 204 221
Commerce de gros/Production	209	219	1 113 605	1 204 221
Groupe Coop	2 633	2 614	3 230 179	3 304 908

Chiffres des années précédentes adaptés

Investissements (flux financiers)

en Mio CHF	2018	2019	2020	2021	2022
Suisse	1 016	888	901	954	987
Étranger	527	360	280	256	336
Investissements immobilisations corporelles	1 544	1 248	1 181	1 210	1 323
Désinvestissements immobilisations corporelles	198	41	42	68	35
Investissements nets immobilisations corporelles	1 346	1 206	1 138	1 142	1 288
Autres investissements nets	446	184	154	837	208
Investissements nets	1 792	1 391	1 293	1 979	1 496

Développement durable

Chiffre d'affaires des produits durables

en Mio CHF	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires des produits durables Groupe Coop	4 671	4 711	5 449	5 858	6 240
dont bio	1 653	1 793	2 003	2 113	2 050
dont Fairtrade	755	760	797	818	830

Les autres indicateurs de développement durable du groupe Coop définis selon les normes de la GRI peuvent être consultés à partir du 6 juin 2023 sur: <https://sustainable.coop.ch/>



Compte de la valeur ajoutée

en Mio CHF	2022	2021	Indice %
Produit net résultant de livraisons et de prestations	33 104	30 752	107.6
Autres prestations d'exploitation	1 145	1 161	98.6
Charges de marchandises et autres prestations en amont	25 400	23 125	109.8
Valeur ajoutée brute	8 849	8 788	100.7
Amortissements/autres	1 337	1 459	91.6
Valeur ajoutée de l'entreprise	7 512	7 329	102.5
Personnel			
Salaires et honoraires	4 160	3 947	105.4
Charges sociales/autres prestations	1 436	1 360	105.6
Collectivité publique	1 166	1 274	91.5
Prêteurs	41	44	93.3
Parts des minoritaires	147	144	102.1
Bénéfices accumulés (autofinancement)	562	559	100.5
Répartition de la valeur ajoutée	7 512	7 329	102.5

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

La plus grande partie de la valeur ajoutée créée, à savoir 74.5% (année précédente 72.4%), est distribuée aux collaborateurs du groupe Coop. Le groupe Coop comptait 82 054 EPT (année précédente: 82 688).

15.5% (année précédente 17.4%) de la valeur ajoutée sont versés à la collectivité publique sous forme d'impôts, de droits de douane et de taxes.

La part versée aux prêteurs sous forme d'intérêts s'établit à 0.5% (année précédente 0.6%). En raison du bas niveau des taux d'intérêt, cette part reste assez faible.

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

Personnel

Emplois équivalent plein temps

	2022	2021
Supermarchés Coop (coop.ch inclus)	19 840	20 287
Interdiscount	1 559	1 606
Coop City	1 983	1 946
Jumbo	2 799	2 942
Livique/Lumimart	625	654
Import Parfumerie	475	463
Christ Montres & Bijoux	279	269
Ing. dipl. Fust	2 156	2 244
Coop Vitality AG	746	731
The Body Shop Switzerland SA	130	137
Coop Mineraloel AG	130	124
Betty Bossi	103	104
Marché Restaurants Suisse SA	649	555
Coop Restaurants	1 446	1 431
Two Spice	589	
Autres sociétés et formats	1 155	1 063
Logistique/Services communs	5 750	5 607
Commerce de détail	40 414	40 163
Transgourmet France	2 970	2 784
Transgourmet Ibérica	2 374	2 208
Transgourmet Central and Eastern Europe	19 195	20 983
Transgourmet Suisse	1 852	1 777
Transgourmet Österreich	1 906	1 605
Groupe Transgourmet	28 296	29 356
Bell Suisse	4 835	4 770
Bell Étranger	6 748	6 583
Bell Food Group	11 583	11 353
Coop Société Coopérative Production	1 752	1 806
Autres sociétés	8	11
Commerce de gros/Production	41 640	42 526
EPT (apprentis inclus) au 31.12	82 054	82 688

Chiffres des années précédentes adaptés

Effectifs

	2022	2021
Supermarchés Coop (coop.ch inclus)	25 617	26 370
Interdiscount	1 624	1 683
Coop City	2 452	2 413
Jumbo	3 383	3 570
Livique/Lumimart	716	748
Import Parfumerie	604	606
Christ Montres & Bijoux	378	364
Ing. dipl. Fust	2 231	2 319
Coop Vitality AG	1 059	1 022
The Body Shop Switzerland SA	189	198
Coop Mineraloel AG	136	130
Betty Bossi	125	126
Marché Restaurants Suisse SA	910	807
Coop Restaurants	1 859	1 847
Two Spice	826	
Autres sociétés et formats	2 071	1 916
Logistique/Services communs	6 236	6 087
Commerce de détail	50 416	50 206
Transgourmet France	3 055	2 882
Transgourmet Ibérica	2 495	2 312
Transgourmet Central and Eastern Europe	20 794	22 551
Transgourmet Suisse	2 046	1 943
Transgourmet Österreich	2 077	1 727
Groupe Transgourmet	30 467	31 415
Bell Suisse	5 131	5 100
Bell Étranger	6 935	6 781
Bell Food Group	12 066	11 881
Coop Société Coopérative Production	1 830	1 897
Autres sociétés	11	11
Commerce de gros/Production	44 374	45 204
Effectifs (apprentis inclus) au 31.12	94 790	95 410

Chiffres des années précédentes adaptés

Apprentis

	2022	2021
Supermarchés Coop (coop.ch inclus)	1 210	1 248
Interdiscount	298	290
Coop City	169	156
Jumbo	160	164
Livique/Lumimart	36	35
Import Parfumerie	42	38
Christ Montres & Bijoux	17	16
Ing. dipl. Fust	100	97
Coop Vitality AG	163	152
The Body Shop Switzerland SA	1	1
Coop Mineraloel AG	4	4
Betty Bossi	2	2
Marché Restaurants Suisse SA	14	14
Coop Restaurants	9	13
Two Spice	10	
Autres sociétés et formats	32	27
Logistique/Services communs	182	174
Commerce de détail	2 449	2 431
Transgourmet France	87	48
Transgourmet Ibérica		1
Transgourmet Central and Eastern Europe	508	570
Transgourmet Suisse	95	91
Transgourmet Österreich	78	76
Groupe Transgourmet	768	786
Bell Suisse	97	91
Bell Étranger	68	66
Bell Food Group	165	157
Coop Société Coopérative Production	35	39
Commerce de gros/Production	968	982
Apprentis au 31.12	3 417	3 413

Chiffres des années précédentes adaptés

Diversité collaborateurs

en %	Commerce de détail 2022	Commerce de détail 2021	Commerce de gros/Production 2022	Commerce de gros/Production 2021	2022	Groupe Coop 2021
Conditions d'engagement						
Collaborateurs à temps plein	56.7	56.5	80.7	80.4	67.9	67.8
Collaborateurs à temps partiel	43.3	43.5	19.3	19.6	32.1	32.2
Proportion de femmes						
parmi les collaborateurs à temps plein	43.1	43.1	35.8	37.5	39.0	40.0
parmi les collaborateurs à temps partiel	85.2	85.6	60.2	60.9	78.2	78.5
dans le management	43.0	42.8	27.7	26.9	37.1	36.5
dans le CA et la DG du Groupe Coop Société Coopérative					29.4	29.4
Proportion d'actifs de plus de 50 ans	26.8	26.6	29.8	29.9	28.2	28.1
Apprentis						
Vente	84.9	85.9	25.9	27.8	68.2	69.2
Commerce	4.5	4.6	38.1	39.4	14.0	14.6
Arts et métiers/autres	10.6	9.5	36.0	32.8	17.8	16.2
Pays d'emploi						
Suisse	99.6	99.5	20.3	19.8	62.5	61.7
Allemagne			31.4	30.5	14.7	14.4
Pologne			11.1	11.0	5.2	5.2
Roumanie			11.1	10.7	5.2	5.1
Espagne			6.2	5.7	2.9	2.7
France			7.7	7.2	3.6	3.4
Autriche			8.5	7.5	4.0	3.6
autres	0.4	0.5	3.7	7.7	1.9	3.9
Nationalité¹						
Suisse	66.9	68.3	42.8	43.3	63.2	64.5
Étranger	33.1	31.7	57.2	56.7	36.8	35.5

Chiffres des années précédentes adaptés

¹ Employés des sociétés domiciliées en Suisse uniquement

Rapport sur l'exercice

Compte de résultat

Produit net résultant de livraisons et de prestations

Le produit net du groupe Coop se compose des produits nets générés par les secteurs Commerce de détail et Commerce de gros/Production. En 2022, il a augmenté de 7.6%, atteignant 33 104 millions de CHF (année précédente: 30 752 millions de CHF). Le chiffre d'affaires total du groupe Coop s'est établi à 34 206 millions de CHF (année précédente: 31 872 millions de CHF). Les magasins en ligne du groupe ont généré un produit net de 4 952 millions de CHF (année précédente: 3 711 millions de CHF).

Résultat d'exploitation (EBIT)

Les frais de personnel et les autres charges d'exploitation ont atteint respectivement 5 553 et 3 790 millions de CHF. Le résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA) s'est établi à 2 184 millions de CHF (année précédente: 2 376 millions de CHF), ce qui se traduit par une marge EBITDA de 6.6%.

Les amortissements, d'un montant total de 1 341 millions de CHF, se sont composés d'amortissements sur les terrains, bâtiments et installations de 613 millions de CHF, d'amortissements sur les autres immobilisations corporelles de 462 millions de CHF, d'amortissements sur le goodwill de 89 millions de CHF et d'amortissements sur les autres immobilisations incorporelles de 177 millions de CHF. Le résultat d'exploitation (EBIT) s'est inscrit en baisse à 843 millions de CHF (année précédente: 905 millions de CHF) pour une marge EBIT de 2.5%.

Résultat de l'exercice

La prise en compte des entités associées se traduit par un bénéfice de 9 millions de CHF. Le résultat des comptabilisations en monnaies étrangères et le résultat financier affichent une perte totale de 48 millions de CHF (année précédente: perte de 41 millions de CHF). Après prise en compte d'un bénéfice hors exploitation de 2 millions de CHF, des impôts sur les bénéfices de 96 millions de CHF (année précédente: 169 millions de CHF) et des parts des minoritaires de 147 millions de CHF (année précédente: 144 millions de francs), le résultat de l'exercice a atteint 562 millions de CHF, soit 3 millions de plus que l'année précédente.

Secteurs

Commerce de détail

Dans le Commerce de détail, Coop affiche un produit net de 19 921 millions de CHF, soit une progression de 1.6%.

Les supermarchés Coop, coop.ch inclus, ont généré un produit net de 11 568 millions de CHF, un chiffre inférieur aux années précédentes, qui étaient des années records en raison de la pandémie.

Les formats spécialisés ont généré un produit net de 8 353 millions de CHF, enregistrant une progression de 11.2% par rapport à l'année précédente. Les enseignes du domaine de l'électronique domestique ont réalisé un produit net de 2 030 millions de CHF, renforçant ainsi leur position de leader dans leur secteur.

Livique/Lumimart a vu son produit net reculer de 7.1% pour s'établir à 219 millions de CHF.

Jumbo a développé sa position de numéro un du marché du bricolage: son produit net a augmenté de 27.3% pour s'inscrire à 1 206 millions de CHF.

Les Grands Magasins Coop City ont vu leur produit net augmenter de 3.7% pour s'établir à 779 millions de CHF.

Coop Mineraloel AG reste numéro un avec un produit net s'établissant à 2 932 millions de CHF, soit 17.5% de plus que l'année précédente - une hausse liée à la progression des ventes de combustibles et de carburants. Les Coop Pronto ont, quant à eux, progressé de 6.7%.

Coop Vitality AG a continué de se développer de manière favorable, avec un produit net atteignant 267 millions de CHF, en augmentation de 2.2%.

Dans le domaine de la restauration, qui englobe les restaurants Coop, Marché et, depuis 2022, Two Spice, le produit net a atteint 405 millions de CHF après les difficiles années de restrictions dues à la pandémie, ce qui représente une hausse de 123.9% par rapport à 2021.

Dans le commerce de détail, le produit net des magasins en ligne a reculé de 5.4% pour s'établir à 1 259 millions de CHF. Ce recul est principalement imputable aux ventes en ligne dans le domaine de l'électro-

nique domestique, qui se sont repliées à 722 millions de CHF (année précédente: 841 millions de CHF). Le supermarché en ligne coop.ch affiche, en revanche, une croissance de 8.5%; il a réalisé 288 millions de CHF de produit net.

Le nombre de points de vente a progressé de 29 pour atteindre 2 424. Fin 2022, le groupe Coop employait 50 416 personnes dans le Commerce de détail (année précédente: 50 206).

Commerce de gros/Production

Le secteur Commerce de gros/Production a réalisé un produit net de 15 747 millions de CHF (année précédente: 13 711 millions de CHF). Cette progression est imputable pour partie au redressement du commerce de gros après les restrictions liées à la pandémie et pour partie à l'intégration de Transgourmet Ibérica.

Le groupe Transgourmet, spécialisé dans le libre-service et la livraison en gros en Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en France, en Autriche, en Espagne et en Suisse, a vu son produit net augmenter de 21.4% pour atteindre 11 051 millions de CHF (année précédente: 9 100 millions de CHF).

À la fin de l'exercice sous revue, Transgourmet comptait 209 magasins cash and carry (année précédente: 219) et employait 30 467 personnes (année précédente: 31 415), un recul principalement lié à la déconsolidation de Transgourmet Russie.

Le produit net des entreprises de production a augmenté de 3.6% pour atteindre 5 157 millions de CHF (année précédente: 4 980 millions de CHF).

Bell Food Group compte parmi les leaders européens du secteur de la transformation de viande et de produits convenience. Avec les marques Bell, Hilcona, Eisberg et Hügli, le groupe répond aux diverses attentes de ses clients, issus de secteurs aussi variés que le commerce, le foodservice et l'industrie alimentaire. Son produit net a augmenté de 3.9% pour s'inscrire à 4 315 millions de CHF (année précédente: 4 152 millions de CHF). Fin 2022, Bell Food Group employait 12 066 collaborateurs (année précédente: 11 881).

Situation financière et patrimoniale

Bilan

Le total du bilan du groupe Coop a augmenté de 382 millions de CHF par rapport à l'exercice précédent. Dans les actifs, les actifs circulants se sont accrus de 467 millions de CHF sous l'effet d'une baisse des liquidités et d'une augmentation des créances et des stocks, s'établissant à 7 724 millions de CHF. Les actifs immobilisés ont reculé de 85 millions de CHF, passant à 14 227 millions de CHF. Les investissements et les entrées liées aux acquisitions réalisées ont été inférieurs aux amortissements planifiés et non planifiés. Les fonds étrangers ont augmenté de 4 millions de CHF par rapport à l'année précédente, passant à 10 512 millions de CHF: ceux à court terme ont augmenté de 142 millions de CHF, passant à 5 204 millions de CHF, et ceux à long terme ont diminué de 138 millions de CHF, passant à 5 308 millions de CHF. Les fonds étrangers à long terme du groupe Coop sont financés par des emprunts et des dépôts. Les fonds propres, y compris les parts des minoritaires, ont augmenté pour passer à 11 439 millions de CHF, la part de fonds propres s'établissant ainsi à 52.1%.

Tableau de flux de trésorerie

Les flux financiers provenant de l'activité d'exploitation ont diminué de 293 millions de CHF pour s'établir à 1 696 millions de CHF. Les flux financiers provenant de l'activité d'investissement ont baissé de 483 millions de CHF pour s'établir à 1 496 millions de CHF. Une évolution qui s'explique notamment par le recul des dépenses liées aux acquisitions. Les investissements dans les immobilisations corporelles et incorporelles ont atteint un montant net de 1 430 millions de CHF, et ceux dans les acquisitions d'entités consolidées, 64 millions de CHF. La cession d'entités consolidées a entraîné une sortie de fonds de 9 millions de CHF. Un montant net de 7 millions de CHF a été désinvesti des immobilisations financières/titres. Il en est ressorti un free cash-flow de 266 millions de CHF. Les flux financiers provenant de l'activité de financement s'inscrivent à 448 millions de CHF. Un emprunt d'un montant de 300 millions de CHF a été contracté et des emprunts pour un montant de 375 millions de CHF ont été remboursés. Les dettes financières à court et long termes ont diminué d'un montant de 241 millions de CHF. Parallèlement, un apport de fonds de 18 millions de CHF provenant de la part des minoritaires dans une augmentation de capital et une sortie de fonds de 33 millions de CHF due à la hausse de la participation dans des sociétés intégralement consolidées ont été enregistrés. 117 millions de CHF ont été dépensés comme dividendes aux minoritaires.

Comptes annuels consolidés

Compte de résultat consolidé

en Mio CHF	Explications	2022	2021
Produit net résultant de livraisons et de prestations	1	33 104	30 752
Autres produits d'exploitation	2	1 102	1 120
Charges de marchandises		22 679	20 905
Charges de personnel	3	5 553	5 266
Autres charges d'exploitation	4	3 790	3 325
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)		2 184	2 376
Amortissements des immobilisations corporelles	5	1 075	1 119
Amortissements des immobilisations incorporelles	5	267	352
Résultat d'exploitation (EBIT)	1	843	905
Résultat des entités associées		9	6
Résultat des comptabilisations en monnaies étrangères		-17	-8
Résultat financier	6	-31	-33
Résultat ordinaire		803	870
Résultat hors exploitation	7	2	3
Résultat avant impôts sur les bénéfices (EBT)		806	873
Impôts sur les bénéfices	8	96	169
Résultat après impôts sur les bénéfices		709	703
Parts des minoritaires		147	144
Résultat de l'exercice		562	559

Bilan consolidé

en Mio CHF	Explications	31.12.2022	31.12.2021
Liquidités	9	1 275	1 532
Titres		0	3
Créances résultant de livraisons et de prestations	10	1 426	1 198
Autres créances à court terme	11	443	293
Comptes de régularisation actifs		709	648
Stocks	12	3 871	3 583
Actifs circulants		7 724	7 257
Immobilisations corporelles	13	13 158	13 119
Immobilisations financières	14	133	165
Immobilisations incorporelles	15	936	1 028
Actifs immobilisés		14 227	14 312
Actifs		21 951	21 569
Dettes résultant de livraisons et de prestations		1 991	1 899
Dettes financières à court terme	16	778	929
Autres dettes à court terme	17	416	409
Provisions à court terme	18	307	301
Comptes de régularisation passifs		1 711	1 524
Fonds étrangers à court terme		5 204	5 062
Dettes financières à long terme	16	4 105	4 270
Provisions à long terme	18	1 203	1 176
Fonds étrangers à long terme		5 308	5 446
Fonds étrangers		10 512	10 508
Réserves provenant de bénéfices		10 445	10 076
Réserves provenant de primes		-245	-241
Résultat de l'exercice		562	559
Fonds propres hors parts des minoritaires		10 762	10 395
Parts des minoritaires		676	665
Fonds propres avec parts des minoritaires		11 439	11 060
Passifs		21 951	21 569

Tableau de flux de trésorerie consolidé

en Mio CHF	2022	2021
Résultat après impôts sur les bénéfices	709	703
Amortissements	1 186	1 228
Pertes sur dépréciations de valeur	161	254
Suppression de dépréciations de valeur	-6	-10
Gains (-)/pertes sur cession d'actifs immobilisés	-10	-26
Autres charges/produits sans incidence sur les liquidités	179	75
Résultat des entités associées	-9	-6
Dividendes reçus d'entités associées	1	1
Augmentation (-)/diminution des créances résultant de livraisons et de prestations	-261	-125
Augmentation (-)/diminution des autres créances et des comptes de régularisation actifs	-226	-112
Augmentation (-)/diminution des stocks	-357	-273
Augmentation/diminution (-) des dettes résultant de livraisons et de prestations	139	71
Augmentation/diminution (-) des autres dettes à court terme et des comptes de régularisation passifs	163	153
Augmentation/diminution (-) des provisions à court terme	-3	19
Augmentation/diminution (-) des provisions à long terme	28	37
Flux financiers provenant de l'activité d'exploitation	1 696	1 989
Investissements immobilisations corporelles	-1 323	-1 210
Désinvestissements immobilisations corporelles	35	68
Investissements immobilisations financières/titres	-7	-8
Désinvestissements immobilisations financières/titres	14	9
Flux financier net provenant de l'acquisition d'entités consolidées	-64	-717
Flux financier net provenant de la cession d'entités consolidées	-9	0
Investissements immobilisations incorporelles	-142	-121
Désinvestissements immobilisations incorporelles	0	1
Flux financiers provenant de l'activité d'investissement	-1 496	-1 979
Émission d'emprunts	300	
Remboursement d'emprunts	-375	-200
Augmentation/réduction de capital	18	
Dividendes aux minoritaires	-117	-112
Acquisition/vente parts des minoritaires	-33	0
Augmentation/diminution (-) des dettes financières à court terme	-452	-265
Augmentation/diminution (-) des dettes financières à long terme	211	223
Flux financiers provenant de l'activité de financement	-448	-355
Solde des flux financiers	-248	-345
Liquidités au début de la période de référence	1 532	1 880
Solde des flux financiers	-248	-345
Impact des variations monétaires en liquidités	-9	-3
Liquidités à la fin de la période de référence	1 275	1 532

Tableau de variation des fonds propres

en Mio CHF	Bénéfice accumulé	Différences de change cumulées	Réserves provenant de primes	Résultat de l'exercice	Fonds propres hors parts des minoritaires	Parts des minoritaires	Fonds propres avec parts des minoritaires
Fonds propres au 01.01.2022	10 870	-793	-241	559	10 395	665	11 060
Augmentation/réduction de capital						18	18
Variations du périmètre de consolidation						4	4
Acquisition/vente parts des minoritaires			-4		-4	-29	-33
Affectation du résultat de l'exercice précédent	559			-559			0
Résultat de l'exercice				562	562	147	709
Dividendes						-117	-117
Impact des variations monétaires		-191			-191	-12	-203
Fonds propres au 31.12.2022	11 429	-984	-245	562	10 762	676	11 439
Fonds propres au 01.01.2021	10 331	-695	-241	539	9 934	645	10 579
Augmentation/réduction de capital							
Variations du périmètre de consolidation							
Acquisition/vente parts des minoritaires							
Affectation du résultat de l'exercice précédent	539			-539			
Résultat de l'exercice				559	559	144	703
Dividendes						-112	-112
Impact des variations monétaires		-98			-98	-12	-110
Fonds propres au 31.12.2021	10 870	-793	-241	559	10 395	665	11 060

Les hausses et baisses du taux de participation dans les sociétés intégralement consolidées sont considérées comme des transactions effectuées avec des propriétaires. La différence entre le prix de la transaction et la part des minoritaires correspondante est compensée par les fonds propres et apparaît dans les réserves provenant de primes.

Annexe aux comptes annuels consolidés

Principes de la consolidation et de l'établissement des comptes

Principes de présentation des comptes

Les comptes annuels consolidés sont basés sur les comptes annuels au 31 décembre 2022 des sociétés consolidées, tous établis selon les mêmes principes, et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats du groupe. Les comptes du groupe Coop ont été établis conformément à l'ensemble des directives des recommandations relatives à la présentation des comptes Swiss GAAP RPC et aux dispositions de la législation suisse.

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

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

Tableau de flux de trésorerie

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

Périmètre de consolidation

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

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

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

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

Méthode de consolidation

Sociétés intégralement consolidées

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

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

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

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

Entités associées

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

Conversion monétaire

La conversion en francs suisses s'effectue au cours constaté à la date de clôture du bilan pour les actifs et passifs locaux et au cours moyen pour les comptes de résultat et tableaux de flux de trésorerie locaux. Les effets de change résultant de la conversion en francs suisses des bilans et comptes de résultat issus de boucllements établis en monnaie étrangère sont exclusivement enregistrés dans les fonds propres sans incidence sur le résultat. Lors de la cession de filiales ou d'entreprises associées étrangères, les différences de change cumulées proportionnelles restent dans les fonds propres et ne sont pas transférées vers le compte de résultat.

Conversion monétaire en CHF

		Cours moyens		Cours à la date de clôture du bilan	
		2022	2021	31.12.2022	31.12.2021
1	EUR	1.001	1.081	0.985	1.033
1	GBP	1.184	1.258	1.110	1.229
1	HKD	0.125	0.118	0.118	0.117
100	HUF	0.257	0.302	0.246	0.280
1	PLN	0.215	0.237	0.210	0.225
1	RON	0.204	0.220	0.199	0.209
1	RUB	0.013	0.012	0.013	0.012
1	USD	0.950	0.914	0.923	0.912

Produit net résultant de livraisons et de prestations

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

Liquidités

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

Titres

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

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

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

Stocks

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

Immobilisations financières

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

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

Immobilisations corporelles

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

Ils sont amortis linéairement sur leur durée d'utilisation.

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

Terrains et bâtiments

Terrains	pas d'amortissement planifié
Bâtiments	30-67

Installations	10-30
---------------	-------

Mobilier, machines et informatique

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

Véhicules	3-10
-----------	------

Les bâtiments s'amortissent sur une durée allant de 30 ans pour les immeubles d'exploitation exposés à de fortes sollicitations, à 67 ans pour les immeubles mixtes. Les installations sont en règle générale amorties sur 10 à 20 ans. Dans les entreprises de production, certaines installations spécifiques dont la durée d'utilisation est plus longue sont amorties sur une période pouvant aller jusqu'à 30 ans.

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

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

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

Leasing

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

Immobilisations incorporelles

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

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

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

Goodwill	jusqu'à 20
Marques	jusqu'à 20
Brevets/licences	5-8
Autres immobilisations incorporelles	3-10

Dépréciations de valeur (impairments)

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

Fonds étrangers

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

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

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

Provisions

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

Impôts sur les bénéfices

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

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

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

Instruments financiers dérivés

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

Engagements de prévoyance

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

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

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

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

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

Un avantage économique n'est inscrit à l'actif que s'il est licite et envisagé d'utiliser cet excédent pour réduire les cotisations de l'employeur. Les éventuelles réserves de cotisations de l'employeur librement disponibles sont portées à l'actif. Un engagement économique est inscrit au passif dès lors que les conditions de la constitution d'une provision sont remplies.

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

Transactions avec des parties liées

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

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

Opérations hors bilan

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

en Mio CHF

1 Produit net résultant de livraisons et de prestations par secteur	2022	2021
Commerce de détail	19 921	19 618
Commerce de gros/Production	15 747	13 711
Consolidation	-2 564	-2 576
Groupe Coop	33 104	30 752

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

Par dérogation à la recommandation complémentaire pour les sociétés cotées (Swiss GAAP RPC 31), le groupe Coop renonce jusqu'à nouvel ordre à présenter ses résultats sectoriels, ceux-ci ayant subi des distorsions en raison de la crise du Covid-19, qui pourraient entraîner des désavantages concurrentiels envers des concurrents ainsi que des désavantages économiques provoqués par des clients et des fournisseurs.

Produit net résultant de livraisons et de prestations par marché géographique	2022	2021
Suisse	22 231	21 654
Étranger	10 873	9 098
Groupe Coop	33 104	30 752

2 Autres produits d'exploitation	2022	2021
Loyers perçus sur immeubles d'exploitation	189	176
Gains réalisés sur cessions d'immobilisations d'exploitation	14	23
Prestations propres activées	27	49
Autres produits issus des prestations de services	873	872
Total	1 102	1 120

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

3 Charges de personnel	2022	2021
Salaires/honoraires	4 160	3 947
Charges sociales	1 022	971
Autres charges de personnel	371	347
Total	5 553	5 266

Taux des charges sociales en %

	24.6	24.6
--	------	------

4 Autres charges d'exploitation	2022	2021
Frais de publicité	524	483
Charges locatives	798	756
Frais de bureau et d'administration	350	338
Taxes et assurances choses	100	86
Impôts sur l'exploitation	42	45
Entretien et acquisitions de remplacement	565	513
Énergie et matériel d'exploitation	585	471
Frais de transport	487	425
Charges diverses	338	208
Total	3 790	3 325

Le poste "Impôts sur l'exploitation" comprend l'impôt sur le capital et les droits de mutation, les droits de timbre d'émission et autres redevances fiscales.

en Mio CHF

5 Amortissements	2022	2021
Goodwill, amortissements planifiés	80	111
Goodwill, amortissements non planifiés	10	15
Autres immobilisations incorporelles, amortissements planifiés	102	122
Autres immobilisations incorporelles, amortissements non planifiés	75	105
Amortissements des immobilisations incorporelles	267	352
Immobilisations corporelles, amortissements planifiés	1 005	994
Immobilisations corporelles, amortissements non planifiés	76	134
Revalorisation d'immobilisations corporelles	-6	-10
Amortissements des immobilisations corporelles	1 075	1 119
Total	1 341	1 471

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

6 Résultat financier	2022	2021
Dividendes et gains de cours sur titres	0	1
Autres produits financiers	11	11
Produits financiers	11	12
Pertes de cours sur titres	0	
Charges d'intérêts et autres charges financières	41	44
Corrections de valeur sur immobilisations financières	0	0
Charges financières	42	45
Total	-31	-33

7 Résultat hors exploitation	2022	2021
Gains réalisés sur cessions d'immobilisations hors exploitation	5	6
Autres produits hors exploitation		2
Produits hors exploitation	5	8
Charges sur immeubles hors exploitation (avec amortissements sur immobilisations hors exploitation)	2	1
Autres charges hors exploitation	1	4
Charges hors exploitation	3	6
Total	2	3

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

en Mio CHF

8 Impôts sur les bénéfices	2022	2021
Impôts courants sur les bénéfices	120	146
Variation des impôts différés	-24	23
Total	96	169

	2022		2021	
	Taux d'impôt en %	Montant de l'impôt en Mio CHF	Taux d'impôt en %	Montant de l'impôt en Mio CHF
Taux d'impôt moyen applicable/Impôts sur les bénéfices prévisionnels	17.9	145	15.7	137
Pertes de l'exercice en cours pour lesquelles aucun impôt différé n'a été inscrit à l'actif		41		33
Utilisation de pertes reportées non enregistrées		-15		-7
Taux d'impôt moyen applicable en prenant en compte les pertes reportées	21.2	171	18.8	164
Autres effets		-74		5
Taux d'impôt effectif/Impôts sur les bénéfices effectifs	12.0	96	19.4	169

Le calcul des impôts sur les bénéfices prévisionnels part du principe que résultat hors exploitation et résultat ordinaire sont imposés de la même manière. Les autres effets résultent principalement de charges et produits non imposables et d'impôts sur les bénéfices hors période. Sont également comprises les répercussions de différences non temporaires entre les valeurs Swiss GAAP RPC et les valeurs fiscales, qui ne génèrent pas d'impôt différé.

Une prétention fiscale différée d'un montant de 300 Mio CHF (31.12.2021: 297 Mio CHF) pour perte fiscale reportée et non encore utilisée n'a pas été inscrite à l'actif.

9 Liquidités	31.12.2022	31.12.2021
Avoirs en caisse, avois sur comptes postaux et bancaires	1 217	1 509
Chèques	2	2
Dépôts à terme	55	22
Total	1 275	1 532

10 Créances résultant de livraisons et de prestations	31.12.2022	31.12.2021
Créances résultant de livraisons et de prestations	1 481	1 264
Correction de valeur	-55	-66
Total	1 426	1 198

11 Autres créances à court terme	31.12.2022	31.12.2021
Autres créances	437	289
Acomptes aux fournisseurs	11	11
Correction de valeur	-4	-7
Total	443	293

12 Stocks	31.12.2022	31.12.2021
Biens commerciaux	3 287	3 021
Produits finis (production)	220	263
Produits semi-finis, produits en cours de fabrication	283	174
Matières premières	209	191
Matériel auxiliaire et matériel d'emballage	127	108
Acomptes aux fournisseurs	55	141
Correction de valeur	-310	-315
Total	3 871	3 583

en Mio CHF

14 Immobilisations financières	Réserve de cotisations de l'employeur	Entités associées	Autres immobilisations financières	Total
--------------------------------	---------------------------------------	-------------------	------------------------------------	-------

Immobilisations financières 2022

Valeur comptable nette au 01.01.2022	10	82	73	165
Variations du périmètre de consolidation		-3	-22	-25
Investissements/Modifications de prix d'acquisition		0	7	7
Désinvestissements	-9	-1	-10	-20
Réévaluations (+)/corrections de valeur (-)		8	0	8
Impact des variations monétaires		0	-1	-1
Reclassifications		-1	1	0
Valeur comptable nette au 31.12.2022	2	84	47	133
dont goodwill entités associées		0		0

Immobilisations financières 2021

Valeur comptable nette au 01.01.2021	10	73	68	150
Variations du périmètre de consolidation		3	9	12
Investissements/Modifications de prix d'acquisition	0	1	7	8
Désinvestissements			-7	-7
Réévaluations (+)/corrections de valeur (-)		5	0	5
Impact des variations monétaires		-1	-1	-2
Reclassifications		1	-1	-1
Valeur comptable nette au 31.12.2021	10	82	73	165
dont goodwill entités associées		0		0

Autres immobilisations financières	31.12.2022	31.12.2021
Prêts	30	55
Diverses immobilisations financières	24	25
Corrections de valeur sur autres immobilisations financières	-7	-7
Total	47	73

en Mio CHF

15 Immobilisations incorporelles	Goodwill	Marques/ Brevets/ Licences	Logiciels	Autres immo- bilisations incorporelles	Immo- bilisations en cours de développement	Total
Immobilisations incorporelles 2022						
Valeurs d'acquisition 01.01.2022	1 232	685	888	71	60	2 936
Variations du périmètre de consolidation	53	0	1	2	0	57
Investissements/Modifications de prix d'acquisition		0	71	3	58	132
Désinvestissements/radiations	-359	-3	-72	-2	-1	-437
Impact des variations monétaires	-10	-2	-13	-2	-1	-28
Reclassifications		0	46	1	-46	0
Valeurs d'acquisition 31.12.2022	916	681	922	73	69	2 660
Amortissements cumulés au 01.01.2022	676	519	650	59	3	1 908
Variations du périmètre de consolidation	-3	0	1	2		0
Amortissements planifiés	80	23	74	5		182
Amortissements non planifiés	10	43	26	0	6	85
Désinvestissements/radiations	-359	-3	-71	-2	-1	-436
Impact des variations monétaires	-4	-1	-8	-2	0	-15
Reclassifications			0		0	0
Amortissements cumulés au 31.12.2022	399	580	673	63	9	1 724
Valeur comptable nette au 31.12.2022	517	101	249	10	60	936
Immobilisations incorporelles 2021						
Valeurs d'acquisition 01.01.2021	988	654	713	68	211	2 635
Variations du périmètre de consolidation	284	35	50			368
Investissements/Modifications de prix d'acquisition		0	21	5	106	132
Désinvestissements/radiations	-31	-3	-141	-1	-1	-177
Impact des variations monétaires	-9	-1	-8	-2	-1	-22
Reclassifications		1	253	1	-256	0
Valeurs d'acquisition 31.12.2021	1 232	685	888	71	60	2 936
Amortissements cumulés au 01.01.2021	586	467	514	54	80	1 700
Variations du périmètre de consolidation		3	41			44
Amortissements planifiés	111	30	86	6		233
Amortissements non planifiés	15	23	37	2	43	120
Désinvestissements/radiations	-31	-3	-141	-1	0	-176
Impact des variations monétaires	-4	-1	-6	-1		-13
Reclassifications			120		-120	0
Amortissements cumulés au 31.12.2021	676	519	650	59	3	1 908
Valeur comptable nette au 31.12.2021	556	167	238	12	56	1 028

en Mio CHF

16 Dettes financières	Taux d'intérêt en % (pondéré)	31.12.2022	31.12.2021
Comptes courants		1	0
Comptes de dépôts	0.52	1 879	1 828
Obligations de caisse	0.61	353	383
Emprunts		2 550	2 625
Prêts bancaires	0.78	15	57
Hypothèques	1.77	11	8
Leasing financier		0	1
Autres dettes financières		73	296
Total		4 883	5 199
dont dettes financières à court terme		778	929
dont dettes financières à long terme		4 105	4 270
dont dettes envers des institutions de prévoyance professionnelle	0.00		207

La répartition des dettes résultant des comptes de dépôts repose sur les données empiriques relatives aux sorties de fonds antérieures. Sur un montant total de 1 879 Mio CHF (31.12.2021: 1 828 Mio CHF), 194 Mio CHF (31.12.2021: 210 Mio CHF) sont portés au bilan comme dettes à court terme et 1 685 Mio CHF (31.12.2021: 1 618 Mio CHF) comme dettes à long terme.

Emprunts	Devise	Durée	Taux d'intérêt en % (pondéré)	31.12.2022	31.12.2021
Bell Food Group SA	CHF	mai 2013–2022	1.750		175
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	sept. 2016–2022	0.250		200
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	mai 2020–2023	0.750	320	320
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	sept. 2014–2023	1.000	200	200
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	juil. 2015–2024	0.875	200	200
Bell Food Group SA	CHF	fév. 2018–2024	0.375	200	200
Bell Food Group SA	CHF	mars 2016–2025	0.625	300	300
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	juin 2018–2025	0.750	300	300
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	mai 2016–2026	0.500	380	380
Groupe Coop Société Coopérative	CHF	sept. 2017–2027	0.500	200	200
Bell Food Group SA	CHF	janv. 2018–2028	0.750	150	150
Bell Food Group SA	CHF	mai 2022–2029	1.550	300	
Total				2 550	2 625

17 Autres dettes à court terme	31.12.2022	31.12.2021
Bons d'achat en circulation	103	97
Acomptes de clients	168	166
Autres impôts	84	94
Autres dettes à court terme	61	53
Total	416	409

en Mio CHF

18 Provisions	Prévoyance professionnelle	Restructurations	Supercard	Impôts différés	Autres provisions	Total
Provisions 2022						
Valeurs comptables 01.01.2022	265	4	165	762	281	1 477
Variations du périmètre de consolidation	1			4	2	8
Constitution de provisions	59	1	200		100	359
Utilisation de provisions	-25	-2	-205		-46	-278
Dissolution de provisions devenues sans objet	-3	0	-1		-20	-25
Variation des impôts différés				-24		-24
Impact des variations monétaires	-2			-2	-3	-7
Valeurs comptables 31.12.2022	296	2	159	740	313	1 510
dont provisions à court terme	25	2	159		121	307
dont provisions à long terme	271			740	192	1 203
Provisions 2021						
Valeurs comptables 01.01.2021	255	4	165	694	267	1 385
Variations du périmètre de consolidation	0			46	6	52
Constitution de provisions	40	2	221		84	346
Utilisation de provisions	-23	-1	-217		-62	-302
Dissolution de provisions devenues sans objet	-4	-1	-4		-12	-20
Variation des impôts différés				23		23
Impact des variations monétaires	-2			-1	-3	-6
Valeurs comptables 31.12.2021	265	4	165	762	281	1 477
dont provisions à court terme	24	4	165		108	301
dont provisions à long terme	241			762	173	1 176

Les autres provisions comprennent essentiellement les provisions pour personnel pour un montant de 140 Mio CHF (31.12.2021: 131 Mio CHF) et celles pour points de vente pour un montant de 35 Mio CHF (31.12.2021: 38 Mio CHF).

en Mio CHF

19 Institutions de prévoyance professionnelle

Réserve de cotisations de l'employeur 2022

	Valeur nominale	Renonciation à l'utilisation	Valeur figurant au bilan
Valeurs comptables 01.01.2022	10	0	10
Utilisation (Charges de personnel)	-9	0	-9
Valeurs comptables 31.12.2022	2	0	2

Réserve de cotisations de l'employeur 2021

Valeurs comptables 01.01.2021	10	0	10
Utilisation (Charges de personnel)	0	0	0
Valeurs comptables 31.12.2021	10	0	10

Avantage économique/engagement économique	Fonds libres		Part économique du groupe Coop	
	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2021
Institution de prévoyance avec fonds libres	2	232	0	0
Plan de prévoyance sans actifs propres			-296	-265
Total	2	232	-296	-265

Charges de prévoyance	Variation poste du bilan 2022		Cotisations ajustées à la période 2022	Charges de prévoyance dans charges de personnel 2022	Variation poste du bilan 2021		Cotisations ajustées à la période 2021	Charges de prévoyance dans charges de personnel 2021
	sans effet sur le résultat ¹	avec effet sur le résultat			sans effet sur le résultat ¹	avec effet sur le résultat		
Institution de prévoyance sans fonds libres			306	306			15	15
Institution de prévoyance avec fonds libres			1	1			296	296
Plan de prévoyance sans actifs propres	-26	57	0	57	-25	36	0	36
Institution de prévoyance réassurée			4	4			3	3
Utilisation réserve de cotisations de l'employeur		9		9				
Total	-26	65	311	376	-25	36	314	350

¹ Versements, conversion monétaire, variations du périmètre de consolidation

en Mio CHF

20 Opérations hors bilan	31.12.2022	31.12.2021
Cautionnements, obligations de garantie	9	9
Autres engagements quantifiables à caractère conditionnel	7	7
Autres engagements ne devant pas être portés au bilan	131	56
Valeur comptable des actifs mis en gage pour garantir des dettes	8	15

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

21 Engagements résultant du leasing d'exploitation non inscrit au bilan	31.12.2022	31.12.2021
Échéance dans l'année	712	713
Échéance comprise entre 1 et 5 ans	2 182	2 290
Échéance supérieure à 5 ans	2 321	2 469

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

22 Instruments financiers dérivés non échus

Instruments financiers dérivés 2022		Valeurs contractuelles	Valeurs portées au bilan		Valeurs non portées au bilan	
Valeur de base	But		Actifs	Passifs	Actifs	Passifs
Devises	Couverture	1 586	3	14	1	11

Instruments financiers dérivés 2021		Valeurs contractuelles	Valeurs portées au bilan		Valeurs non portées au bilan	
Valeur de base	But		Actifs	Passifs	Actifs	Passifs
Devises	Couverture	1 552	42	-1	0	5

23 Transactions avec des parties liées

Transactions avec des entités associées	2022	2021
Produit net résultant de livraisons et de prestations	39	21
Autres produits d'exploitation	2	1
Produits financiers	0	1
Charges de marchandises	8	8
Frais de bureau et d'administration	0	1
Charges locatives	3	3
	31.12.2022	31.12.2021
Créances résultant de livraisons et de prestations	1	1
Autres créances à court terme	4	4
Prêts	15	40
Dettes résultant de livraisons et de prestations	4	3
Dettes financières à court terme	0	1
Comptes de régularisation passifs	0	1

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

24 Principales modifications dans le périmètre de consolidation

2022

Société		Modification	Date	31.12.2022 en %	31.12.2021 en %
Two Spice SA	CH-Dietlikon	Hausse du taux de participation et intégration globale	01/2022	50.4	32.8
Interkauf SA	CH-Oftringen	Fusion avec Coop Société Coopérative	01/2022	100.0	100.0
Bell Logistics N.V.	BE-Zellik	Fusion avec Abraham Benelux S.A.	01/2022	68.4	66.3
TAP - die neutrale Handelsplattform GmbH	DE-Frechen	Acquisition	01/2022	13.0	
Brand Views GmbH	DE-Hambourg	Liquidation	01/2022		22.3
Gastro Tracking GmbH	DE-Nuremberg	Liquidation	01/2022		17.9
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Déconsolidation	03/2022		100.0
OOO Basa	RU-Moscou	Déconsolidation	03/2022		100.0
OOO Mikotrans	RU-Moscou	Déconsolidation	03/2022		100.0
OOO Selgros	RU-Moscou	Déconsolidation	03/2022		100.0
OOO Selgros Immobilien	RU-Moscou	Déconsolidation	03/2022		100.0
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Moscou	Déconsolidation	03/2022		100.0
Riedhart Handels GmbH	AT-Wörgl	Acquisition	06/2022	100.0	
ZIMBO Perbal Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbál	Vente	06/2022		66.3
General Markets Food Service Ibérica SLU	ES-Vilamalla	Fusion avec Transgourmet Ibérica SAU	06/2022	100.0	100.0
General Markets Food Service Canarias SLU	ES-Ingenio	Fusion avec General Markets Food Canarias SLU	06/2022	100.0	100.0
SCI Mittelfeld-Knoderer	FR-Valenton	Fusion avec Transgourmet Immobilier France SAS	06/2022	100.0	100.0
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	Baisse du taux de participation	07/2022	15.4	30.8
Team Beverage Einzelhandel Süd GmbH	DE-Eggenfelden	Fusion avec Team Beverage Einzelhandel GmbH	09/2022	35.7	35.7
Brütereier Stöckli AG	CH-Ohmstal	Acquisition	10/2022	68.4	
Bell Food Group SA	CH-Bâle	Hausse du taux de participation	12/2022	68.4	66.3

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

2021

Société		Modification	Date	31.12.2021 en %	31.12.2020 en %
Centre de séminaires Coop	CH-Muttentz	Déconsolidation	01/2021		100.0
Betty Bossi SA	CH-Zurich	Fusion avec Coop Société Coopérative	01/2021	100.0	100.0
Centre de formation "du Léman"	CH-Jongny	Fusion avec Coop Société Coopérative	01/2021	100.0	100.0
transCoop GmbH	DE-Riedstadt	Fusion avec Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	01/2021	100.0	100.0
Hilcona Holding AG	CH-Zoug	Fusion avec Eisberg Holding AG	01/2021	66.3	66.3
Domaines & Châteaux Vins Birrhard SA	CH-Birrhard	Changement de nom en Vini Zanini SA	02/2021	100.0	100.0
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Fusion avec Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	Fusion avec Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Le Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	Fusion avec Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Le Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	Fusion avec Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Val de Lyon SAS	FR-St-Symphorien-sur-Coise	Fusion avec Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Fusion avec Abraham Benelux S.A.	04/2021	66.3	66.3
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-jolie	Fusion avec SPEIR SAS	06/2021	100.0	100.0
AgeCore SA	CH-Genève	Hausse du taux de participation	06/2021	25.0	16.7
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hambourg	Fusion avec Richard Sump GmbH	07/2021	100.0	100.0
Richard Sump GmbH	DE-Hambourg	Changement de nom en Sump & Stammer GmbH International Food Supply	07/2021	100.0	100.0
Jumbo-Markt AG	CH-Dietlikon	Acquisition et fusion avec Coop Société Coopérative	08/2021	100.0	
RS Vertriebs AG	CH-Saint-Gall	Fusion avec Ing. dipl. Fust SA	08/2021	100.0	100.0
Bright Food Group Spain SAU	ES-Vilamalla	Acquisition	08/2021	100.0	
General Markets Food Ibérica SAU	ES-Vilamalla	Acquisition	08/2021	100.0	
General Markets Food Service Ibérica SLU	ES-Vilamalla	Acquisition	08/2021	100.0	
General Markets Food Canarias SLU	ES-Ingenio	Acquisition	08/2021	100.0	

General Markets Food Service Canarias SLU	ES-Ingenio	Acquisition	08/2021	100.0	
GM Food Andorra SL	AD-Andorra la Vella	Acquisition	08/2021	100.0	
MISERVI de Supermercats SL	ES-Girona	Acquisition	08/2021	50.0	
update akademie GmbH	CH-Uzwil	Hausse du taux de participation	08/2021	44.0	40.0
Marché Valocto SA	CH-Martigny	Acquisition et fusion avec Coop Société Coopérative	09/2021	100.0	
Transgourmet Service GmbH	DE-Riedstadt	Fondation	09/2021	100.0	
Interkauf SA	CH-Oftringen	Acquisition	10/2021	100.0	
A.HOII! networking unit GmbH	DE-Hambourg	Hausse du taux de participation	11/2021	17.8	9.0
Ing. dipl. Fust SA	CH-Oberbüren	Changement de nom en Swiss Household Services SA	11/2021	100.0	100.0
General Markets Food Ibérica SAU	ES-Vilamalla	Changement de nom en Transgourmet Ibérica SAU	11/2021	100.0	
Bright Food Group Spain SAU	ES-Vilamalla	Fusion avec Transgourmet Ibérica SAU	12/2021	100.0	

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

25 Principaux éléments lors de l'acquisition d'entités

2022

en Mio CHF

	Riedhart Handels GmbH	Two Spice SA	Autres entités
Liquidités	1	13	
Créances et comptes de régularisation actifs	6	4	
Stocks	6	4	2
Immobilisations corporelles	23	26	7
Dettes et comptes de régularisation passifs	14	10	2
Dettes financières		23	3
Provisions	4	4	1

2021

en Mio CHF

	Interkauf SA	Jumbo-Markt AG	Groupe Transgourmet Ibérica
Liquidités	3	113	40
Créances et comptes de régularisation actifs		22	66
Stocks		101	109
Immobilisations corporelles	110	353	65
Immobilisations financières		2	10
Immobilisations incorporelles (sans goodwill)		31	9
Dettes et comptes de régularisation passifs	1	77	190
Dettes financières	36	61	43
Provisions	10	41	1

26 Principaux éléments lors de la cession d'entités consolidées

2022

en Mio CHF

	Groupe Trans- gourmet Russie
Liquidités	9
Créances et comptes de régularisation actifs	12
Stocks	17
Immobilisations corporelles	95
Dettes et comptes de régularisation passifs	15
Dettes financières	85
Provisions	1

Aucune entreprise intégralement consolidée n'a été vendue en 2021.

27 Périmètre de consolidation

		Part du capital ¹		Consolidation
		31.12.2022 en %	31.12.2021 en %	
Groupe Coop				
Groupe Coop Société Coopérative	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Alifresca AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Alifresca Italy S.R.L.	IT-Villafranca di Verona	100.0	100.0	□
Alifresca Spain S.L.	ES-Valencia	100.0	100.0	□
Autobahn-Raststätte Basel-Nord AG	CH-Bâle	38.3	38.3	●
Autoparking Schützenmatte AG	CH-Altendorf	22.9	22.9	●
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-Berne	51.0	51.0	□
Coop Vitality Management AG	CH-Berne	51.0	51.0	□
Elektronik Distribution AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Eurogroup Europe AG	CH-Wangen	100.0	100.0	□
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	100.0	100.0	□
Marché Restaurants Suisse SA	CH-Dietlikon	100.0	100.0	□
Panflor AG	CH-Zurich	100.0	100.0	□
Parking Centre Ville SA	CH-Morges	31.2	31.2	●
railCare AG	CH-Härkingen	100.0	100.0	□
Raststätte Glarnerland AG	CH-Niederurnen	21.3	21.3	□
Raststätte Heidiland AG	CH-Maienfeld	51.5	51.5	□
Relais du St-Bernard Martigny SA	CH-Martigny	68.0	68.0	●
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
SC Swiss commercial GmbH	DE-Constance	100.0	100.0	□
Stazioni Autostradali Bellinzona SA	CH-Bellinzona	68.4	68.4	●
Steinfels Swiss GmbH	DE-Constance	100.0	100.0	□
Tanklager Rothenburg AG	CH-Rothenburg	17.0	17.0	●
Two Spice SA	CH-Dietlikon	50.4	32.8	□
update Fitness AG	CH-Münchwilen	80.0	80.0	□
update akademie GmbH	CH-Münchwilen	44.0	44.0	●
Coop Société Coopérative	CH-Bâle	100.0	100.0	□
AgeCore SA	CH-Genève	25.0	25.0	●
Coop Immobilien AG	CH-Berne	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	□
Groupe Transgourmet				
Transgourmet Holding AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
A.HOII! networking unit GmbH	DE-Hambourg	17.8	17.8	●
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-Francfort	100.0	100.0	□
FRISCHEPARADIES ESPAÑA S.L.U.	ES-Palma de Mallorca	100.0	100.0	□
Fruchthof Handel-GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□

		Part du capital ¹		Consolidation
		31.12.2022 en %	31.12.2021 en %	
gastivo portal GmbH	DE-Brême	35.7	35.7	□
gastronovi GmbH	DE-Brême	51.0	51.0	□
Geo-Marketing GmbH	DE-Cologne	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-Hambourg	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	□
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-Hambourg	100.0	100.0	□
TAP - die neutrale Handelsplattform GmbH	DE-Frechen	13.0		●
Team Beverage AG	DE-Brême	35.7	35.7	□
Team Beverage Category Management und Vermarktung GmbH	DE-Brême	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-Brême	35.7	35.7	□
Team Beverage Großhandel GmbH	DE-Brême	35.7	35.7	□
Team Beverage Marken und Systeme GmbH	DE-Brême	35.7	35.7	□
Team Business IT GmbH	DE-Stralsund	35.7	35.7	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Service GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	100.0	100.0	□
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
ALDIS ASP 6 SARL	FR-Valenton	100.0	100.0	□
BSP SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
COFIDA SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Locagroup SAS	FR-Rungis	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	100.0	□
General Markets Food Canarias SLU	ES-Ingenio	100.0	100.0	□
GM Food Andorra SL	AD-Andorra la Vella	100.0	100.0	□
MISERVI de Supermercats SL	ES-Girona	50.0	50.0	●
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	100.0	100.0	□
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	100.0	100.0	□
immodevelop GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□
Riedhart Handels GmbH	AT-Wörgl	100.0		□
Top Team Zentraleinkauf GmbH	AT-Traun	50.0	50.0	●
Transgourmet Suisse SA	CH-Bâle	100.0	100.0	□
Casa del Vino SA	CH-Zurich	100.0	100.0	□
Grossopanel AG	CH-Stans	33.3	33.3	●
Vinattieri Ticino SA	CH-Ligornetto	100.0	100.0	□
Vini Zanini SA	CH-Birrhhard	100.0	100.0	□
wine AG Valentin & Von Salis	CH-Pontresina	50.0	50.0	●

		Part du capital ¹		Consolidation
		31.12.2022 en %	31.12.2021 en %	
Bell Food Group				
Bell Food Group SA	CH-Bâle	68.4	66.3	☐
Bell Suisse SA	CH-Bâle	68.4	66.3	☐
Brütereï Stöckli AG	CH-Ohmstal	68.4		☐
Geiser AG	CH-Schlieren	68.4	66.3	☐
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	☐
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	68.4	66.3	☐
Bell Production Services GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	68.4	66.3	☐
Bell Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	68.4	66.3	☐
Bell España Alimentación S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	68.4	66.3	☐
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	68.4	66.3	☐
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	☐
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	☐
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	68.4	66.3	☐
Bell Nederland B.V.	NL-Breda	68.4	66.3	☐
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	68.4	66.3	☐
Bell France SAS	FR-Teilhède	68.4	66.3	☐
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	☐
Hubers Landhendl GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	☐
Süddeutsche Truthahn AG	DE-Ampfing	68.4	66.3	☐
Brütereï Schlierbach GmbH	AT-Pettenbach	64.9	63.0	☐
Frisch Express GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	☐
VTE-Beteiligungs GmbH + Co. KG	DE-Ampfing	68.4	66.3	☐
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	68.4	66.3	☐
Hilcona AG	FL-Schaan	68.4	66.3	☐
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	68.4	66.3	☐
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden-Echterdingen	68.4	66.3	☐
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	68.4	66.3	☐
Eisberg SA	CH-Dällikon	68.4	66.3	☐
Eisberg Österreich GmbH	AT-Marchtrenk	68.4	66.3	☐
Eisberg Hungary Kft.	HU-Gyál	68.4	66.3	☐
Eisberg Spolka z o.o.	PL-Legnica	68.4	66.3	☐
Eisberg srl	RO-Pantelimon	68.4	66.3	☐
E.S.S.P. España 2000 SL	ES-Aguilas	68.4	66.3	☐
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	68.4	66.3	☐
Hügli Holding AG	CH-Steinach	68.4	66.3	☐
Hügli Nahrungsmittel AG	CH-Steinach	68.4	66.3	☐
Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung Ges.mBH	AT-Hard	68.4	66.3	☐
Hügli Nahrungsmittel GmbH	DE-Radolfzell	68.4	66.3	☐
Granovita S.A.	ES-La Vall d'Uixó	68.4	66.3	☐
Hügli UK Ltd.	GB-Redditch	68.4	66.3	☐
Bresc B.V.	NL-Sleeuwijk	68.4	66.3	☐
Ali-Big Industria Alimentare s.r.l.	IT-Brivio	68.4	66.3	☐
Hügli Food s.r.o.	CZ-Zásmuky u Kolína	68.4	66.3	☐
Hügli Food Kft.	HU-Budapest	68.4	66.3	☐
Hügli Food Polska sp. z o.o.	PL-Lódz	68.4	66.3	☐
Hügli Food Slovakia s.r.o.	SK-Trnava	68.4	66.3	☐

		Part du capital ¹		Consolidation
		31.12.2022 en %	31.12.2021 en %	
Centravo Holding AG	CH-Zurich	20.3	19.7	●
GVFI SA	CH-Bâle	17.8	17.2	●
Baltic Vianco OÜ	EE-Sänna, Rõuge Vald	22.8	22.1	●

□ = Société intégralement consolidée

● = Société intégrée selon la méthode de mise en équivalence

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

28 Événements postérieurs à la date du bilan

Principales modifications dans le périmètre de consolidation:

Le taux de participation du groupe Transgourmet dans Team Beverage AG passera de 35.7% à 45.9% à partir de janvier 2023.

Le Conseil d'administration a approuvé les comptes consolidés du groupe Coop le 7 février 2023. Ils seront soumis à l'approbation des délégués lors de l'Assemblée des délégués du 23 mars 2023.



Rapport de l'organe de révision

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

Rapport sur l'audit des comptes consolidés

Opinion d'audit

Nous avons effectué l'audit des comptes consolidés de Groupe Coop Société Coopérative et de ses filiales (le groupe), comprenant le bilan consolidé au 31 décembre 2022, le compte de résultat consolidé, le tableau des capitaux propres consolidés et le tableau des flux de trésorerie consolidés pour l'exercice clos à cette date, ainsi que l'annexe aux comptes consolidés, y compris un résumé des principales méthodes comptables.

Selon notre appréciation, les comptes consolidés (pages 84 à 109) donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle du patrimoine et de la situation financière consolidés du groupe au 31 décembre 2022 ainsi que de ses résultats et de ses flux de trésorerie consolidés pour l'exercice clos à cette date conformément aux Swiss GAAP RPC et sont conformes à la loi suisse.

Fondement de l'opinion d'audit

Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes suisses d'audit des états financiers (NA-CH). Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces dispositions et de ces normes sont plus amplement décrites dans la section «Responsabilités de l'organe de révision relatives à l'audit des comptes consolidés» de notre rapport. Nous sommes indépendants du groupe, conformément aux dispositions légales suisses et aux exigences de la profession, et avons satisfait aux autres obligations éthiques professionnelles qui nous incombent dans le respect de ces exigences.

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

Éléments clés de l'audit



Comptabilisation du chiffre d'affaires

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



COMPTABILISATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Élément clé de l'audit

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

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

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

Notre approche

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

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

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

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

- Principes de consolidation et de présentation des comptes



Autres informations

La responsabilité des autres informations incombe au Conseil d'administration. Les autres informations comprennent les informations présentées dans le rapport de gestion, à l'exception des comptes consolidés et de nos rapports correspondants.

Notre opinion d'audit sur les comptes consolidés ne s'étend pas aux autres informations et nous n'exprimons aucune forme d'assurance que ce soit sur ces informations.

Dans le cadre de notre audit des comptes consolidés, notre responsabilité consiste à lire les autres informations et, ce faisant, à apprécier si elles présentent des incohérences significatives par rapport aux comptes consolidés ou aux connaissances que nous avons acquises au cours de notre audit ou si elles semblent, par ailleurs, comporter des anomalies significatives.

Si, sur la base des travaux que nous avons effectués, nous arrivons à la conclusion que les autres informations présentent une anomalie significative, nous sommes tenus de le déclarer. Nous n'avons aucune remarque à formuler à cet égard.

Responsabilités du Conseil d'administration relatives aux comptes consolidés

Le Conseil d'administration est responsable de l'établissement des comptes consolidés lesquels donnent une image fidèle conformément aux Swiss GAAP RPC et aux dispositions légales. Il est en outre responsable des contrôles internes qu'il juge nécessaires pour permettre l'établissement de comptes consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

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

Responsabilités de l'organe de révision relatives à l'audit des comptes consolidés

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

Dans le cadre d'un audit en conformité avec la loi suisse et les NA-CH, nous exerçons notre jugement professionnel tout au long de l'audit et faisons preuve d'esprit critique. En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les comptes consolidés comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant de fraudes est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, des omissions volontaires, de fausses déclarations ou le contournement de contrôles internes.
- nous acquérons une compréhension du système de contrôle interne pertinent pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, mais non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du système de contrôle interne du groupe.
- nous évaluons le caractère approprié des méthodes comptables appliquées et le caractère raisonnable des estimations comptables ainsi que des informations y afférentes.
- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par le Conseil d'administration du principe comptable de continuité d'exploitation appliqué et, sur la base des éléments probants recueillis,



quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité du groupe à poursuivre son exploitation. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention dans notre rapport sur les informations à ce sujet fournies dans les comptes consolidés ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion d'audit modifiée. Nous établissons nos conclusions sur la base des éléments probants recueillis jusqu'à la date de notre rapport. Des situations ou événements futurs peuvent cependant amener le groupe à cesser son exploitation.

- nous évaluons la présentation dans son ensemble, la structure et le contenu des comptes consolidés, y compris les informations fournies dans les notes, et estimons si les comptes consolidés reflètent les opérations et événements sous-jacents d'une manière telle à donner une présentation fidèle.
- nous recueillons des éléments probants suffisants et appropriés sur les informations financières des entités et sur les activités au sein du groupe, afin d'exprimer une opinion d'audit sur les comptes consolidés. Nous sommes responsables de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit des comptes consolidés. Nous assumons l'entière responsabilité de l'opinion d'audit.

Nous communiquons au Conseil d'administration ou à sa commission compétente, notamment l'étendue des travaux d'audit et le calendrier de réalisation prévus et nos constatations d'audit importantes, y compris toute déficience majeure dans le système de contrôle interne relevée au cours de notre audit.

Nous remettons au Conseil d'administration ou à sa commission compétente une déclaration, dans laquelle nous attestons avoir respecté les règles d'éthique pertinentes relatives à l'indépendance, et leur communiquons toutes les relations et les autres éléments qui peuvent raisonnablement être considérés comme susceptibles d'avoir une incidence sur notre indépendance ainsi que, le cas échéant, les mesures visant à éliminer les menaces ou les mesures de protection prises.

Parmi les éléments communiqués au Conseil d'administration ou à sa commission compétente, nous déterminons ceux qui ont été les plus importants lors de l'audit des comptes consolidés de la période sous revue et qui constituent, de ce fait, les éléments clés de l'audit. Nous décrivons ces éléments dans notre rapport, à moins que la loi ou d'autres réglementations n'en interdisent la publication ou, dans des circonstances extrêmement rares, que nous déterminions que nous ne devrions pas communiquer un tel élément dans notre rapport parce que les conséquences négatives raisonnablement attendues de la communication de cet élément dépassent les avantages qu'elle aurait au regard de l'intérêt public.

Rapport sur d'autres obligations légales et réglementaires

Conformément à l'art. 906 CO en relation avec l'art. 728a, al. 1, ch. 3, CO et à la NAS-CH 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes consolidés, défini selon les prescriptions du Conseil d'administration.

Nous recommandons d'approuver les comptes consolidés qui vous sont soumis.

KPMG AG

Jürg Meisterhans
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable

Martin Löber
Expert-réviseur agréé

Bâle, 7 février 2023

KPMG AG, Grosspeteranlage 5, CH-4002 Bâle

© 2023 KPMG SA, société anonyme suisse, est une filiale de KPMG Holding SA, elle-même membre de l'organisation mondiale KPMG d'entreprises indépendantes rattachées à KPMG International Limited, une société à responsabilité limitée de droit anglais. Tous droits réservés.