

# POUR L'HOMME, LES ANIMAUX ET LA NATURE

RAPPORT SUR LE PROGRÈS  
DU GROUPE COOP 2023



coop



# TABLES DES MATIÈRES

|                         |    |
|-------------------------|----|
| Avant-propos            | 3  |
| Notre stratégie         | 6  |
| Nos objectifs pour 2026 | 12 |

## **ASSORTIMENTS DURABLES 13**

|   |    |
|---|----|
| Une transparence qui se voit  | 14 |
| L'homme au premier plan   | 21 |
| Matières premières au cœur de nos préoccupations                    | 27 |
| Préservation des ressources naturelles pour les générations futures | 32 |
| Contre le déboisement et la conversion                              | 37 |
| Engagement pour la biodiversité                                     | 41 |
| Bio depuis la première heure  | 45 |
| Réduction de la consommation d'eau dans l'agriculture               | 50 |
| Émissions dans la chaîne d'approvisionnement                        | 54 |
| Santé des sols  | 59 |
| Pêche durable et protection des mers et océans                      | 63 |
| Promouvoir le bien-être animal                                      | 67 |

## **PROTECTION DU CLIMAT ET DE L'ENVIRONNEMENT 72**

|  |     |
|--|-----|
| Réduire la consommation d'énergie                        | 73  |
| Émissions directes                                       | 78  |
| Transport de marchandises respectueux de l'environnement | 85  |
| Fermer le cycle des matières                             | 90  |
| Optimiser les emballages, réduire le plastique           | 101 |
| Réduire notre consommation d'eau                         | 107 |

## **COLLABORATEURSET ENGAGEMENT SOCIÉTAL 112**

|  |     |
|--|-----|
| Une diversité réelle                             | 113 |
| Formation et perfectionnement                    |     |
| promotion efficace des talents                   | 124 |
| La santé sur le lieu de travail                  | 138 |
| Pour une consommation durable                    | 152 |
| Partenariats pour davantage de bien commun       | 156 |
| Engagement en faveur de la société               | 161 |
| Vraiment régional                                | 165 |
| Relations commerciales basées sur le partenariat | 170 |
| Coop et ses parties prenantes                    | 175 |
| Indice GRI                                       | 180 |

# AVANT-PROPOS [GRI 2-22]

## Chères lectrices, chers lecteurs,

Le développement durable fait partie du quotidien de l'ensemble du groupe Coop. Inscrit comme axe stratégique dans nos statuts et nos Lignes directrices depuis 1973, il fait partie intégrante de nos activités dans le commerce de détail, le commerce de gros et la production. Le présent rapport rend compte des progrès réalisés par le groupe Coop dans le domaine du développement durable au cours de l'exercice 2023 (du 01.01.2023 au 31.12.2023). Le 21 mars 2024, il a déjà été approuvé, dans sa version courte, par l'Assemblée des délégués du Groupe Coop Société Coopérative. Il fournit des informations détaillées sur l'état d'avancement de nos objectifs et des projets mis en œuvre sur la base des trois piliers de notre engagement – les assortiments durables, la protection du climat et de l'environnement, les collaborateurs et l'engagement sociétal. Parmi les faits marquants de 2023, citons: notre engagement à verser des salaires de subsistance aux producteurs mexicains et péruviens de café vendu dans le commerce de détail; l'audit que nous avons passé avec succès pour obtenir le certificat "Fair Compensation", attestant de l'équité salariale chez Coop dans le commerce de détail et la production; le développement de notre flotte de véhicules électriques dans le commerce de gros en Autriche.



En tant que société coopérative internationale, il relève de notre responsabilité d'entreprise de veiller au respect, à la préservation et à la promotion des droits de l'homme. Nous œuvrons donc activement à la mise en place de conditions de travail socialement acceptables, non seulement au sein du groupe Coop mais aussi tout au long des chaînes de valeur, et à l'amélioration permanente des conditions de vie des travailleuses et travailleurs d'un bout à l'autre de nos chaînes d'approvisionnement mondiales. Nous nous basons pour ce faire sur les Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme de l'ONU, ainsi que sur les autres conventions et principes des Nations Unies, de l'Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE) et de l'Organisation internationale du travail (OIT).

---

**“EN TANT QUE SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE INTERNATIONALE, IL RELÈVE DE NOTRE RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE DE VEILLER AU RESPECT, À LA PRÉSERVATION ET À LA PROMOTION DES DROITS DE L'HOMME.”**

**Joos Sutter**

Président du Conseil  
d'administration du groupe Coop

Le respect et la mise en œuvre des droits de l'homme sont ancrés dans les principes et lignes directrices à caractère contraignant que nous avons élaborés pour notre personnel et nos partenaires commerciaux et dans lesquels nous posons des exigences claires en matière de production socialement responsable. Une carte des chaînes d'approvisionnement pointe les différentes étapes de production et pays considérés comme étant à risque en termes de respect de conditions de travail socialement responsables. Pour assurer le respect et la mise en œuvre des différentes dispositions, nous organisons des formations et des audits, nous appuyons sur des normes internationales, soutenons des projets phares sur place et pour suivons des objectifs, relevés une fois par an, visant à mettre en œuvre des normes sociales.

Nous adoptons une position claire en ce qui concerne les sujets d'actualité et de société qui touchent au développement durable, et présentons notre vision de manière transparente dans nos Policy Papers, qui portent sur des sujets relevant des trois piliers du développement durable.

Pour la période stratégique 2022-2026, nous avons identifié 26 thèmes matériels pour le groupe Coop en lien avec le développement durable, que nous avons ensuite regroupés et classés par ordre de priorité. Nous avons tenu compte, pour cela, des attentes de nos client·e·s et d'autres parties prenantes, des Objectifs de développement durable des Nations Unies et du concept des limites planétaires, ainsi que d'aspects liés à la matérialité financière.

Pour chacun des 26 thèmes, nous avons défini des objectifs et des mesures pour tous les secteurs d'activité, qui sont contrôlés une fois par an par le Conseil d'administration du groupe Coop afin de définir des mesures complémentaires, si nécessaire.

En tant que pionniers du développement durable, nous continuerons ainsi d'assumer notre responsabilité dans le cadre des trois piliers à l'échelle du groupe. Cela est également valable pour des sujets aussi complexes que la déforestation, la transparence ou l'approvisionnement énergétique, pour lesquels nous recherchons des solutions communes à nos domaines d'activité en exploitant les synergies au niveau du groupe. En matière de climat, outre la collaboration transversale mise en place en interne, nous travaillons main dans la main avec nos partenaires commerciaux sur la part élevée des émissions qui sont générées aux étapes en amont de nos chaînes d'approvisionnement.

---

**“EN TANT QUE PIONNIERS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE, NOUS CONTINUONS AINSI D’ASSUMER NOTRE RESPONSABILITÉ DANS LE CADRE DES TROIS PILIERS À L’ÉCHELLE DU GROUPE.”**

**Philipp Wyss**

Président de la Direction générale  
du groupe Coop

Notre engagement en faveur du développement durable porte clairement sur notre cœur de métier. Aujourd'hui déjà, notre offre de produits durables est la plus vaste, et le produit net que nous avons réalisé avec ces produits à l'échelle du groupe Coop a atteint 6.3 milliards de francs suisses en 2023. L'un des temps forts de l'année écoulée a été le 30e anniversaire de notre marque propre bio Naturaplan et l'augmentation du produit net réalisé avec les produits bio, qui s'est établi à 2.2 milliards de francs dans le commerce de détail suisse. Nous restons ainsi le numéro un incontesté du bio dans notre pays. **Tout le monde en profite: l'homme, les animaux et la nature. Et nous abordons l'avenir avec une envie d'agir toujours aussi forte!**



**Joos Sutter**

Président du Conseil  
d'administration du groupe Coop



**Philipp Wyss**

Président de la Direction générale  
du groupe Coop

# NOTRE STRATÉGIE

**En tant que société coopérative** avec une tradition de plus de 150 ans, le groupe Coop est entièrement centré sur sa clientèle et sur ses sociétaires. Le développement durable fait partie intégrante de notre cœur de métier et relève de la responsabilité des supérieur·e·s hiérarchiques.

En 2023, le Conseil d'administration du groupe Coop a adopté une nouvelle stratégie intitulée "ensemble au service de nos client·e·s". À la différence de la précédente, elle repose sur trois piliers: la dimension sociale et écologique (développement durable), la dimension technologique (numérisation) et la dimension économique (rentabilité). La stratégie de développement durable 2022-2026 adoptée en 2021 prend ainsi une importance nouvelle. Elle pose le développement durable comme objectif supérieur du groupe Coop dans tous ses secteurs d'activité et définit les grands thèmes qui en découlent. Toutes les filiales traitent ceux qui sont en lien avec leur sec-

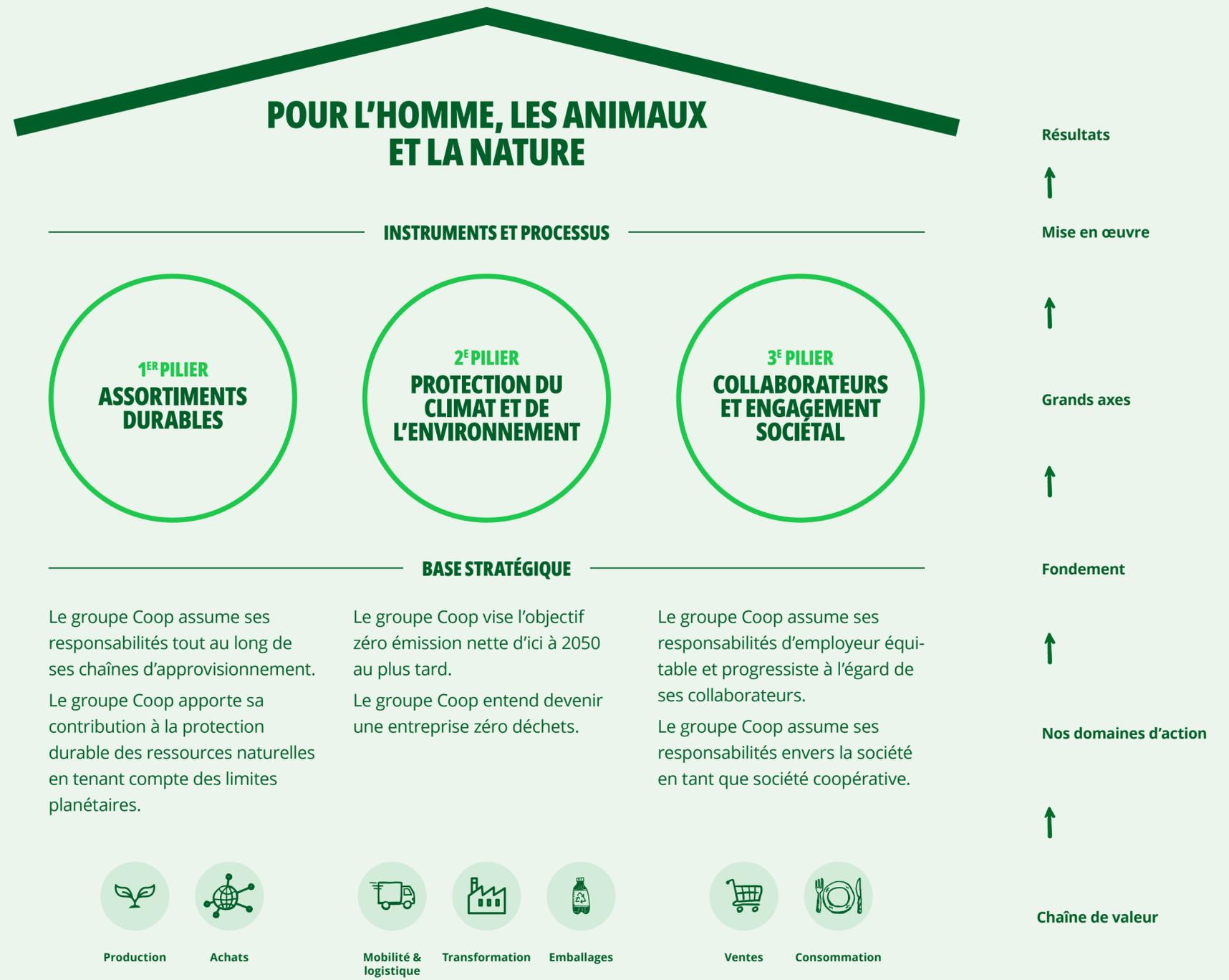
teur d'activité et en déduisent leurs propres objectifs. Un grand thème est pertinent pour une filiale lorsqu'il existe une offre de produits ou de services de la part de la filiale qui contribue à ce thème ou lorsque l'impact de la filiale est suffisamment important par rapport à l'ensemble du groupe Coop (par exemple la consommation d'énergie d'une filiale par rapport à la consommation d'énergie totale du groupe Coop). Lorsque des entreprises s'agrandissent, par exemple en rachetant d'autres, l'activité de ces dernières est analysée à l'aune de ces grands thèmes, et des objectifs sont fixés pour l'année civile la plus proche possible. Ceux-ci doivent autant que possible avoir tous la même année de référence (2021). En cas d'impossibilité, nous en identifions la raison et l'expliquons. Nous indiquons les ajustements et les corrections des valeurs de l'année précédente dans les chiffres-clés concernés en mentionnant les raisons et les impacts. [GRI 2-2 & 2-4]



## PRIORITÉS D'ICI 2026

Nos efforts se concentrent dans la stratégie de développement durable 2022–2026 sur les assortiments durables, la protection de l'environnement et du climat et l'engagement en faveur de notre personnel et de la société.

Nos activités principales vont de l'achat et de la production de produits dans le segment alimentaire et non alimentaire, à la vente dans nos magasins et en ligne, tout au long de la chaîne de valeur. Dans le cadre d'une évaluation complète basée sur les risques, nous avons identifié les impacts positifs et négatifs sur le plan du développement durable aux différents niveaux de la chaîne de valeur et les avons affectés à nos domaines et champs d'action. [GRI 2-6]



# NOS THÈMES MATÉRIELS

[GRI 3-1, 3-2]

En 2023, nous avons effectué pour l'ensemble du groupe Coop une analyse de double matérialité en suivant une procédure adossée aux normes européennes d'information en matière de durabilité (European Sustainability Reporting Standards [ESRS]). Le but de cette analyse est d'observer les questions de développement durable selon deux perspectives: celle de la matérialité d'impact (dite vision "inside-out"), qui concerne les effets des activités de l'entreprise sur l'environnement et sur l'être humain, et celle de la matérialité financière (dite vision "outside-in"), qui concerne les occasions et les risques que les questions de durabilité font naître pour l'entreprise. Elle nous aide à identifier les risques et les occasions à saisir,

mais aussi à décider sur quels points concentrer nos ressources. Elle souligne le fait que les multiples thèmes en lien avec le développement durable ne peuvent être considérés de manière isolée car ils sont de plus en plus interconnectés et peuvent s'influencer mutuellement. Les résultats de l'analyse, qui se fonderont dès 2024 sur la gestion des risques du groupe Coop, nourriront à partir de 2027 (nouvelle période stratégique) sa stratégie de développement durable. Par rapport à l'année de référence 2022, le thème du transport de marchandises est toujours traité dans ce rapport, mais il n'est plus considéré comme un thème pertinent.

## MATRICE DE MATÉRIALITÉ DU GROUPE COOP

Notre matrice de matérialité présente les résultats de l'analyse. Pour chaque thème en lien avec le développement durable, elle identifie l'impact du groupe Coop sur l'homme, les animaux et la nature, ainsi que l'impact de chacun de ces thèmes sur la prospérité de l'entreprise.

Les principaux thèmes sont la transparence, les droits de l'homme et les conditions de travail équitables, les normes de durabilité applicables à l'approvisionnement en matières premières, les chaînes d'approvisionnement sans déforestation ni conversion ainsi que les émissions de gaz à effet de serre scope 3 et changement climatique.

Une révision de la analyse de double matérialité et des grands thèmes est prévue en 2024.

Effets des activités du groupe Coop sur l'homme, sur l'environnement et sur l'économie (matérialité d'impact)

|                    |  |  |   |   |
|--------------------|--|--|---|---|
| Très significatifs |  |  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Transparence</li> <li>Droits de l'homme et conditions de travail équitables</li> <li>Normes de durabilité applicables à l'approvisionnement en matières premières</li> <li>Chaînes d'approvisionnement sans déforestation ni conversion</li> <li>Émissions de gaz à effet de serre scope 3 et changement climatique</li> </ul> |
| Significatifs      |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation de ressources dans les assortiments</li> <li>Fermeture, ralentissement et réduction des cycles des matières</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation d'eau scope 3</li> <li>Surpêche et promotion des méthodes de pêche durables</li> <li>Biodiversité dans les chaînes d'approvisionnement</li> <li>Santé des sols</li> <li>Bien-être animal</li> <li>Consommation durable</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Lutte contre la corruption et compliance</li> </ul>  |
| Modérés            |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Énergie</li> <li>Émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2 et changement climatique</li> <li>Utilisation de plastique (dans les assortiments) et emballages durables</li> <li>Partenariats visant à promouvoir le bien commun</li> <li>Engagement pour le bien commun</li> <li>Production régionale et méthodes de fabrication traditionnelles</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Personnel propre et conditions de travail</li> <li>Diversité</li> <li>Formation</li> <li>Santé</li> <li>Agriculture bio</li> </ul>   |   |
| Faibles            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation d'eau dans l'entreprise</li> </ul> |  |   |   |
|                    | Faibles  | Modérés  | Significatifs   | Très significatifs  |

Importance et effets sur la prospérité du groupe Coop (matérialité financière)

# ORGANISATION ET STRUCTURES DE DIRECTION

## NOTRE ORGANISATION STRUCTURELLE

Le groupe Coop est organisé en société coopérative, avec à sa tête un Conseil d'administration composé de dix membres. Ceux-ci représentent les intérêts de l'Assemblée des délégués, qui est l'organe de contrôle suprême du groupe Coop. L'un de ses membres représente les intérêts du personnel Coop. En 2023, Il y siégeait quatre femmes et six hommes. Il n'est pas tenu compte de l'appartenance à un groupe social sous-représenté ni de l'expertise en matière de développement durable dans le choix des membres du Conseil d'administration. Leur indépendance est inscrite dans les statuts de l'entreprise. La nomination et l'élection des membres du conseil d'administration sont également inscrites dans les statuts et sont effectuées par l'assemblée des délégués. La gestion opérationnelle du groupe Coop est assurée par la Direction générale, qui compte sept membres. Le Conseil d'administration et la Direction générale sont présidés depuis mai 2021 respectivement par Joos Sutter et Philipp Wyss. Le président du Conseil d'administration n'a pas de fonction opérationnelle au sein du groupe Coop. [GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-17]

Les membres du Conseil d'administration et toutes les personnes travaillant pour le groupe Coop sont tenus d'informer Coop des mandats qu'elles ou ils exercent au sein des organes de contrôle d'autres entreprises ou organisations. Ces autres mandats et fonctions exercés par les membres du Conseil d'administration et de la Direction générale font l'objet d'une publication dans le rapport de gestion annuel du groupe Coop. Le Conseil d'administration dispose de son propre code de conduite visant à éviter les conflits d'intérêts et à faire respecter les pratiques de bonne gouvernance. Un code de conduite existe également pour le personnel du groupe Coop, tous domaines confondus. [GRI 2-15]

## GOVERNANCE

La responsabilité stratégique de la stratégie de développement durable incombe au Conseil d'administration du groupe Coop. Une fois par an, celui-ci examine le degré de réalisation des objectifs et définit des mesures pour les années suivantes. Sur le plan opérationnel, la Direction générale du groupe Coop et les organes de direction des différentes unités commerciales sont responsables du traitement des thèmes, des objectifs et des mesures thèmes matériels. Le rapport annuel à l'atten-

tion du Conseil d'administration y est préparé et les mesures définies et introduites. Les trois piliers de la stratégie de développement durable sont placés sous la responsabilité d'un membre de la Direction générale. Dans les groupes de travail chargés de la mise en œuvre des mesures, les trois secteurs d'activité - commerce de détail, production et commerce de gros - sont pris en compte afin d'assurer le respect de l'importance relative. A l'échelle du groupe, les thèmes matériels sont coordonnés par l'équipe spécialisée dans le développement durable, qui est directement rattachée au Secrétariat général du groupe Coop. Dans toutes les unités commerciales, des interlocuteurs spécialisés sont définis pour chaque thème matériel; ils dirigent la mise en œuvre des mesures sur le plan du contenu.

En tant que groupe d'entreprises, nous proposons un large éventail de produits et utilisons des chaînes d'approvisionnement mondiales. L'enjeu, pour nous, consiste à garder une vue d'ensemble des effets négatifs réels ou potentiels de nos activités, de nos chaînes d'approvisionnement et de nos relations d'affaires et à utiliser nos ressources de façon appropriée pour éviter, atténuer, faire cesser ou réparer ces effets. Pour remplir notre devoir de diligence, nous suivons le guide de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur le devoir de diligence. La mise en œuvre du devoir de diligence est du ressort de l'équipe Développement durable/Politique économique. [GRI 2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-18, 2-24, 2-25, 2-26]

# OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

Les Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies définissent les priorités et objectifs à atteindre à l'horizon 2030 afin de placer l'humanité entière sur une trajectoire durable et de répondre aux grands enjeux économiques, sociaux et écologiques auxquels nous sommes confrontés.

En tant qu'entreprise internationale, nous intégrons ces objectifs globaux au travers de nos grands thèmes dans nos stratégies et champs d'action, contribuant ainsi à leur réalisation dans le secteur privé.

Un **impact élevé** est objectifs liés à nos chaînes d'approvisionnement ou à la consommation, en raison de nos activités commerciales. Nous avons un **impact significatif** sur les objectifs indirectement liés à l'utilisation des ressources naturelles ou aux questions sociétales.

## IMPACT ÉLEVÉ



Bio  
Commerce équitable  
Matières premières



Bio, Commerce équitable, Matières premières, Ressources, Déforestation, Biodiversité, Utilisation de l'eau, Émissions dans la chaîne d'approv., Santé des sols, Pêche durable, Bien-être animal, Emballage

## IMPACT SIGNIFICATIF



Commerce équitable



Formation



Approche collaborative  
Commerce équitable



Pêche durable  
Bio  
Matières premières



Santé au travail



Diversité



Émissions dans la chaîne d'approv., Biodiversité, Déforestation, Utilisation de l'eau, Santé des sols, Émissions d'exploitation



Bien-être animal, Déforestation, Biodiversité, Matières premières, Emballage

# NOS OBJECTIFS POUR 2026

**Tous les cinq ans, nous nous fixons de nouveaux objectifs concrets en termes de développement durable** pour les trois piliers de notre engagement que sont: les assortiments durables, la protection du climat et de l'environnement et les collaborateurs et l'engagement sociétal. Nous communiquons sur les 26 grands thèmes en publiant nos objectifs et leur taux de réalisation, les mesures concrètes engagées et les potentiels d'amélioration dans les trois grands secteurs d'activité de l'entreprise: le commerce de détail, la production et le commerce de gros.

**Fin 2023, le groupe Coop est en bonne voie: les objectifs sont réalisés à 57% dans le commerce de détail, 50% dans la production et 65% dans le commerce de gros.**

# 57%

des objectifs pluriannuels ont été atteints jusqu'à présent dans le **commerce de détail**.

# 50%

des objectifs pluriannuels ont été atteints à ce jour dans la **production**.

# 65%

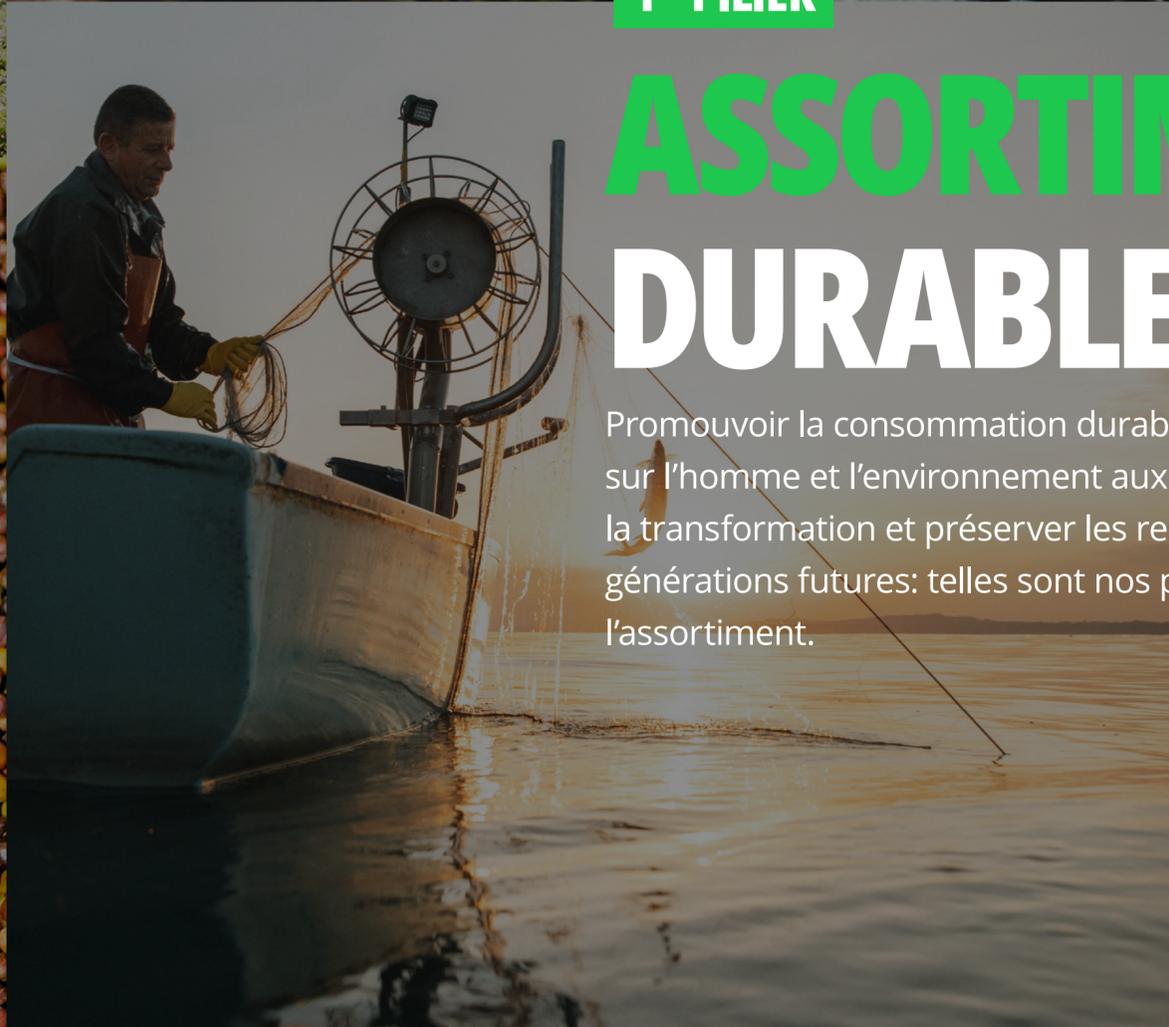
des objectifs pluriannuels ont été atteints jusqu'à présent dans le **commerce de gros**.



1<sup>ER</sup> PILIER

# ASSORTIMENTS DURABLES

Promouvoir la consommation durable, éviter les impacts négatifs sur l'homme et l'environnement aux étapes de la production et de la transformation et préserver les ressources naturelles pour les générations futures: telles sont nos priorités dans la conception de l'assortiment.



# UNE TRANSPARENCE QUI SE VOIT

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Le groupe Coop privilégie les chaînes d'approvisionnement locales et régionales mais se procure aussi certaines marchandises en dehors de Suisse et d'Europe lorsque c'est nécessaire. Selon le pays ou la région de provenance de ces produits, nos relations commerciales peuvent avoir un impact sur la population et l'environnement au niveau local. En conséquence, nous estimons qu'il est de notre responsabilité de connaître nos partenaires commerciaux et de développer une compréhension commune en matière de minimisation des risques et des impacts en fonction de la région d'origine des produits. Nous avons élaboré pour cela des *directives daires concernant l'approvisionnement*, qui font l'objet régulièrement de contrôles et d'adaptations. Nous voulons savoir d'où viennent nos produits, par qui ils sont fabriqués et dans quelles conditions. Nos chaînes d'approvisionnement comportent parfois de nombreuses étapes, ce qui rend le respect de normes de développement durable compliqué. Pour améliorer la transparence et la traçabilité de nos produits, nous analysons régulièrement les chaînes existantes et les adaptions aux nouvelles données.

Ainsi, par exemple, nous avons engagé des mesures en matière de consommation d'eau pour les produits dont la culture en nécessite beaucoup et réalisons des audits sociaux dans les régions à risque en termes de droits des travailleuses et travailleurs. Chaque fois que c'est possible, nous mettons en œuvre nos mesures sur la base de normes internationales, d'audits ou d'autres outils reconnus. Cela permet un contrôle récurrent et standardisé de leur impact. Nous discutons également des risques et des conséquences de nos activités avec des partenaires externes tels que des ONG et prenons en compte leur expérience et leur évaluation dans le choix des mesures. En indiquant provenance, composition et conditions de fabrication de manière claire et compréhensible sur l'emballage de nos produits, nous aidons les consommatrices et consommateurs à faire des choix éclairés. Par ailleurs, nous présentons nos engagements dans le Rapport sur le progrès Développement durable publié tous les ans, dans lequel nous communiquons de manière ouverte et transparente nos objectifs et leur état d'avancement.



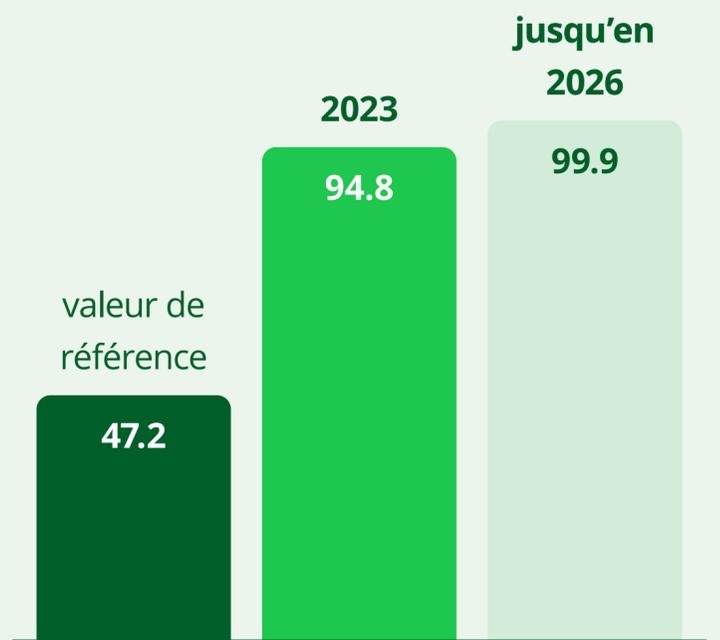
**NOUS ASSURONS LA TRANSPARENCE ET REMPLISSONS NOTRE DEVOIR DE DILIGENCE DANS NOS CHÂÎNES D'APPROVISIONNEMENT.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF 1: COMMERCE DE DÉTAIL

**GARANTIR TRANSPARENCE ET TRAÇABILITÉ TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT POUR 100% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRES.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

# 94.8%

**Standards acceptés:** [Policy Paper Matières premières critiques](#)

### COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, nos informations confirment que la transparence et la traçabilité sont garanties pour 94.8% des matières premières critiques utilisées dans la fabrication de nos produits de marques propres.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Due Diligence](#)

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre-temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE DÉTAIL

# DISCUTER CHAQUE ANNÉE DE THÈMES ACTUELS LIÉS AU DÉVELOPPEMENT DURABLE AVEC NOS FOURNISSEURS D'ARTICLES DE MARQUE D'IMPORTANCE STRATÉGIQUE.

✓ ATTEINT

### COMMENTAIRE

Nous avons abordé le sujet de la stratégie climatique, de la transparence et de la due diligence avec chacun de nos fournisseurs d'importance stratégique qui nous livrent des produits de marques pour nos supermarchés Coop, soit 122 au total.

Pour en savoir plus: [Policy Paper Due Diligence](#)

### Respect des lois et des ordonnances au sein du groupe Coop [GRI 2-27]

Nombre d'infractions graves pour lesquelles des amendes ou des sanctions ont été infligées

1

Nombre d'amendes payées pendant l'année sous revue pour des infractions commises durant cette période

0

Nombre d'amendes payées pendant l'année sous revue pour des infractions commises avant cette période

0

Montant des amendes payées pendant l'année sous revue pour des infractions commises durant cette période

0

Montant des amendes payées pendant l'année sous revue pour des infractions commises avant cette période

0

Le cas d'infraction constaté en 2023 concernait des erreurs passagères dans la production chez Two Spice, qui ont pu être corrigées par un arrêt volontaire de la production. Le cas a été découvert lors du monitoring régulier.

En raison du vaste champ d'activité du groupe Coop, le nombre de lois et d'ordonnances à respecter dans différents domaines juridiques est immense. Les divisions et filiales du groupe procèdent pour cela à des monitorings réguliers. En cas d'infraction, le Siège est automatiquement impliqué à titre consultatif. Il est informé sur ces questions sur la base de sondages menés dans les différentes filiales et divisions.

### Nouveaux fournisseurs du commerce de détail ayant été évalués sur la base de critères environnementaux [GRI 308-1]

Nombre de nouveaux fournisseurs

435

Nombre de nouveaux fournisseurs ayant été évalués sur la base de critères environnementaux

391

## Évaluation de l'impact de différentes catégories de produits et de services du groupe Coop sur la santé et la sécurité [GRI 416-1]

|   |     |
|---|-----|
| Nombre de catégories de produits et de services dont l'impact sur la santé et la sécurité a été évalué afin de déterminer les potentiels d'amélioration | 602 |
| Nombre de catégories de produits et de services pour lesquelles des mesures d'amélioration ont été engagées suite à l'évaluation                        | 573 |

## Infractions en lien avec l'impact de produits et services du groupe Coop sur la santé et la sécurité [GRI 416-2]

|  |    |
|--|----|
| Nombre d'infractions ayant entraîné une amende ou une sanction | 31 |
| Nombre d'infractions ayant entraîné un avertissement           | 78 |
| Nombre d'infractions aux règles de conduite volontaires        | 27 |

Les infractions ne peuvent pas être évitées à 100%. Si des non-conformités sont identifiées, elles sont éliminées de manière systématique dans le cadre de la gestion des événements.

## Exigences du groupe Coop en matière d'informations sur nos produits et services et d'étiquetage [GRI 417-1]

Le groupe Coop a défini les exigences suivantes en matière d'étiquetage et d'informations sur les produits et services.

### Marques propres dans le commerce de détail et dans le commerce de gros

Conformément aux directives consultables sur l'Extranet Coop, les fournisseurs sont tenus de remplir les exigences suivantes pour les marques propres: concernant la provenance, ils doivent faire figurer les informations obligatoires du point de vue légal ainsi que les informations additionnelles requises par Coop; il en va de même pour les informations concernant la composition/substances. Les responsabilités sont spécifiées dans les différentes directives.

Par ailleurs, les fournisseurs sont également tenus de livrer les informations obligatoires du point de vue légal concernant l'utilisation des produits et leur élimination, telles que définies dans les directives disponibles dans l'Extranet Coop. Les responsabilités sont spécifiées dans la Directive Étiquetage des denrées alimentaires et la Directive Étiquetage des produits non alimentaires et apparentés alimentaires.

### Chez Halba

Les informations sur la provenance, la composition, l'utilisation et l'élimination des produits qui ne sont pas de marque propre sont transmises à la clientèle. Ces informations et la manière de les communiquer sont encadrées par les dispositions légales en vigueur et par les directives internes relatives à la clientèle.

### Chez Bell Food Group

Les informations obligatoires du point de vue légal et les indications requises pour satisfaire aux exigences de la clientèle en matière de provenance, de composition/substances, d'utilisation et d'élimination sont consignées dans les directives internes et les fournisseurs sont tenus de les faire figurer sur les produits. Les responsabilités sont spécifiées dans les directives et processus correspondants. Des contrôles internes garantissent l'exactitude des informations des fournisseurs et leur application sur les produits.

|   |     |
|---|-----|
| Principales catégories de produits et de services   | 615 |
| Principales catégories de produits et de services ayant fait l'objet d'un contrôle en matière d'étiquetage et d'informations sur les produits et services | 476 |

## Infractions du groupe Coop en lien avec les informations sur les produits et services ou leur étiquetage [GRI 417-2]

|  |    |
|--|----|
| Nombre d'infractions contre des prescriptions en matière d'informations sur les produits et services ayant entraîné une amende ou une sanction | 21 |
| Nombre d'infractions contre des prescriptions en matière d'informations sur les produits et services ayant entraîné un avertissement           | 64 |
| Nombre d'infractions aux règles de conduite volontaires concernant les informations sur les produits et services                               | 20 |

Les infractions ne peuvent pas être évitées à 100%.

Si des non-conformités sont identifiées, elles sont éliminées de manière systématique dans le cadre de la gestion des événements.

## Infractions du groupe Coop en lien avec le marketing et la communication [GRI 417-3]

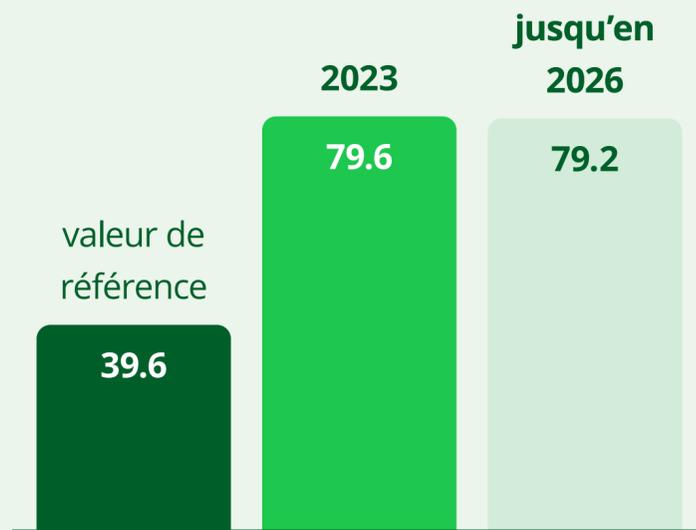
|   |   |
|---|---|
| Nombre d'infractions contre des prescriptions en matière de marketing et de communication ayant entraîné une amende ou une sanction | 4 |
| Nombre d'infractions contre des prescriptions en matière de marketing et de communication ayant entraîné un avertissement           | 2 |
| Nombre d'infractions aux règles de conduite volontaires en matière de marketing et de communication                                 | 3 |

## MESURES

- Publication de la liste des sites de production: publication sur Open Supply Hub des sites de production qui fabriquent des vêtements et du linge de maison pour les marques propres Coop
- Éco-score: affichage de l'impact environnemental de nos produits de marques propres dans le domaine alimentaire. Plus de 2000 produits pourvus de ce score sur coop.ch, et une centaine en magasins.
- Directive Approvisionnement durable: s'applique à l'ensemble de nos fournisseurs et fournisseuses de produits de marques propres et d'articles de marques
- Marques propres Naturaplan et Naturafarm: traçabilité jusqu'à la ferme grâce au code d'identification/nom des entreprises de production sur l'emballage
- Marque propre Naturaline bio & fair: traçabilité à tous les niveaux de la production grâce à un code à chiffres

## OBJECTIF: PRODUCTION

# GARANTIR TRANSPARENCE ET TRAÇABILITÉ TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT POUR 75% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** [Policy Paper Matières premières critiques](#)

### COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, nos informations confirment que la transparence et la traçabilité sont garanties pour 79.6% des matières premières critiques utilisées dans la fabrication de nos produits de marques propres, ce qui va d'ores et déjà au-delà de l'objectif fixé pour 2026.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Due Diligence](#)

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

### Nouveaux fournisseurs de la production ayant été évalués sur la base de critères environnementaux [GRI 308-1]

|  |    |
|--|----|
| Nombre de nouveaux fournisseurs  | 44 |
| Nombre de nouveaux fournisseurs ayant été évalués sur la base de critères environnementaux | 30 |

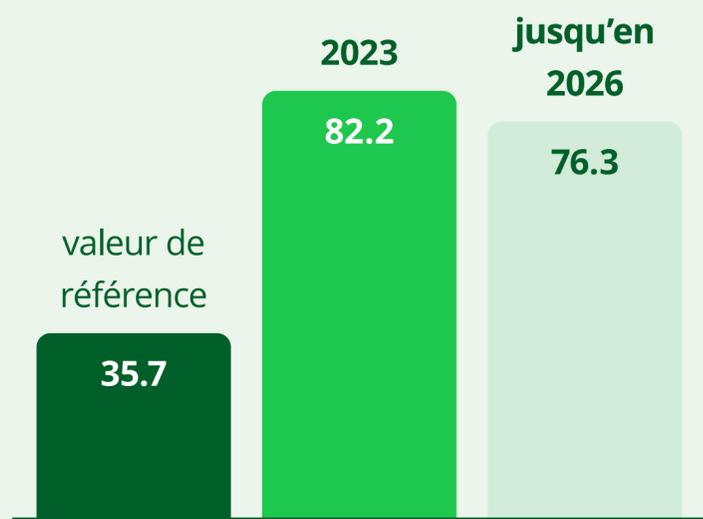
**Faits marquants**  
79.6% de transparence et de traçabilité

### MESURES

- Transparence dans la chaîne d'approvisionnement: promotion de la transparence et de la traçabilité par des améliorations et des optimisations dans les chaînes d'approvisionnement
- Matières premières critiques: respect de normes minimales en matière de développement durable, traçabilité jusqu'au champ et à la production, et respect de normes en matière de bien-être animal
- Hilcona: Hilcona est le premier producteur de denrées alimentaires à introduire un score carbone dans sa base de données publique de recettes pour le secteur du foodservice.

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

# GARANTIR TRANSPARENCE ET TRAÇABILITÉ TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT POUR 75% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

## Faits marquants

Transgourmet Allemagne: médaille d'argent au classement EcoVadis 2023 et meilleure entreprise du commerce de gros alimentaire

**Standards acceptés:** Policy Paper Matières premières critiques

### COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, nos informations confirment que la transparence et la traçabilité sont garanties pour 82.2% des matières premières critiques utilisées dans la fabrication de nos produits de marques propres.

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du Rapport du groupe Coop sur les questions non financières du 21 mars 2024.

### Nouveaux fournisseurs du commerce de gros ayant été évalués sur la base de critères environnementaux [GRI 308-1]

|  |     |
|--|-----|
| Nombre de nouveaux fournisseurs  | 833 |
| Nombre de nouveaux fournisseurs ayant été évalués sur la base de critères environnementaux | 389 |

### MESURES

- Traçabilité jusqu'à la production: développement et promotion de notre marque propre Origine/Ursprung/Vonatur
- Élargissement progressif de la saisie des données, origine du produit comprise
- Matières premières critiques: respect de normes minimales en matière de développement durable, traçabilité jusqu'au champ et à la production, respect de normes en matière de bien-être animal
- Matières premières critiques: mise en œuvre des premières mesures, par exemple en procédant à la première certification de produits issus du commerce équitable ou en augmentant la part de l'assortiment certifié durable

# L'HOMME AU PREMIER PLAN

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Le groupe Coop s'engage pour que le respect des droits humains soit garanti tout au long de nos chaînes d'approvisionnement tout comme les droits des travailleuses et travailleurs. Nous observons donc de près les conditions de travail aussi bien au stade de la production des matières premières qu'à celui de la transformation et du commerce. Afin de lutter contre la pauvreté et de garantir des conditions de production décentes, nous travaillons depuis 1992 avec Fairtrade Max Havelaar. Ce label distingue des produits durables issus du commerce équitable provenant de pays du Sud. Il définit des prix minimums qui permettent d'assurer des revenus plus élevés et plus stables aux productrices et producteurs. Notre prime du commerce équitable vient soutenir la construction et le développement d'infrastructures locales, la réalisation de projets liés à la santé et à la sécurité, la mise en place de formations ou encore l'amélioration de la qualité des produits. Outre notre engagement en faveur du commerce équitable, nous posons des exigences claires

à nos partenaires commerciaux en termes de de normes sociales, en particulier dans les pays à risques. Nous nous appuyons pour cela sur les évaluations de l'organisation mondiale amfori. Fairtrade Max Havelaar et Amfori sont deux parties prenantes importantes avec lesquelles nous abordons régulièrement les défis et les approches en matière de protection des travailleuses et travailleurs dans nos chaînes d'approvisionnement. Pour aller encore plus loin, nous nous engageons dans des projets sur place visant à hisser les salaires et les revenus jusqu'à un niveau permettant de mener une vie décente (living wage / living income), indépendamment de la situation économique et dès lors que certaines conditions agricoles sont réunies. Grâce aux relations commerciales durables tissées ainsi, les productrices et producteurs disposent de débouchés sûrs pour leurs produits. Tous les ans, nous investissons dans le développement de notre assortiment Fairtrade, donnant ainsi la priorité aux produits équitables.



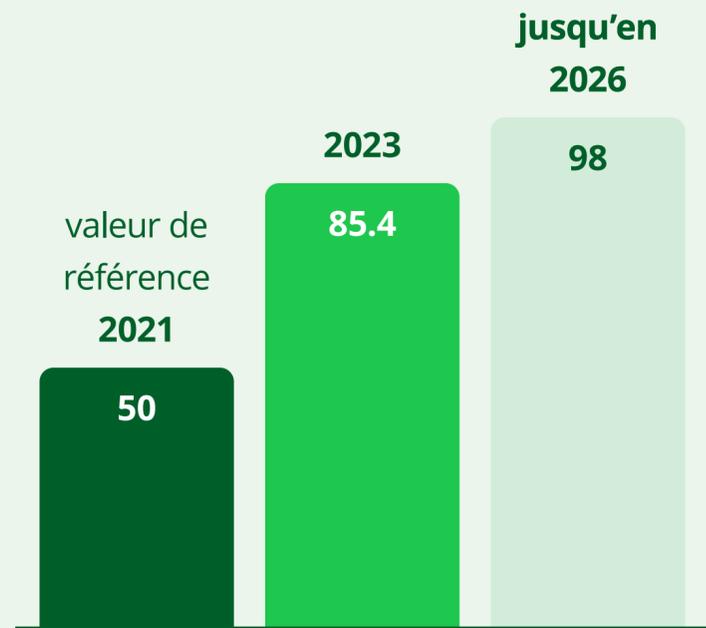
**NOUS NOUS ENGAGEONS POUR LE RESPECT DES DROITS DE L'HOMME ET POUR DES CONDITIONS DE TRAVAIL ÉQUITABLES.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF 1: COMMERCE DE DÉTAIL

**VEILLER À CE QUE 95% DE NOS FOURNISSEURS D'ARTICLES DE MARQUE PROPRE IMPLANTÉS DANS DES PAYS À RISQUE PRÉSENTENT UN CERTIFICAT OU RAPPORT D'AUDIT SOCIAL VALIDE, DONT 90% AVEC LA MENTION "BIEN".**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence 2021

**Standards acceptés:** amfori BSCI, SA8000, ETI/Sedex/SMETA, RBA, ICTI, RJC, FWF, Tfs, ICS, WRAP, Fair for Life, For Life, Fairtrade Standard for Small-scale Producer Organisations, Fairtrade Standard for Hired Labour, Fairtrade USA Capture Fisheries Standard

### COMMENTAIRE

En 2023, 85.4% de nos fournisseurs d'articles de marques propres dont la production a lieu dans des pays à risque détenaient un certificat ou un rapport d'audit social valide. 95.9% des rapports d'audit et des certificats présentés détenaient la mention "bien". Nous avons ainsi pleinement atteint notre objectif annuel et avançons donc dans le bon sens.

### Nouveaux fournisseurs du commerce de détail ayant été évalués sur la base de critères sociaux [GRI 414-1]

|   |     |
|---|-----|
| Nombre de nouveaux fournisseurs ayant été évalués sur la base de critères sociaux | 395 |
|---|-----|

### Impact social négatif dans les chaînes d'approvisionnement du commerce de détail et mesures prises [GRI 414-2]

|  |     |
|--|-----|
| Nombre de fournisseurs dont l'impact social a été évalué | 671 |
|--|-----|

|   |     |
|---|-----|
| Nombre de fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié | 448 |
|---|-----|

|  |     |
|--|-----|
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié | 60% |
|--|-----|

|   |    |
|---|----|
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié et suite à quoi la relation commerciale a été rompue | 0% |
|---|----|

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE DÉTAIL

# PORTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES PRODUITS ISSUS DU COMMERCE ÉQUITABLE À 800 MILLIONS DE FRANCS SUISSES DANS LE SECTEUR ALIMENTAIRE (Y C. FLEURS).



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

## Faits marquants

Plus de 1300 produits équitables

**Standards acceptés:** Fairtrade Max Havelaar, UTZ/Rainforest Alliance

### COMMENTAIRE

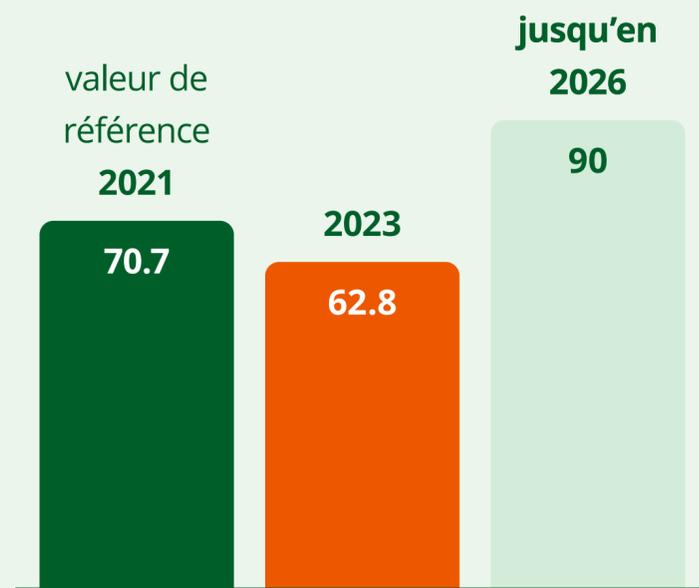
Avec un chiffre d'affaires de 766.4 millions de francs suisses généré par les produits Fairtrade, nous avons dépassé notre objectif annuel 2023 en matière d'assortiment équitable et sommes le plus grand distributeur de produits certifiés Fairtrade au monde.

### MESURES

- Acte n° 412: projet visant à verser un prix de référence pour un revenu décent (Living Income Reference Price, LIRP) aux cultivatrices et cultivateurs de café au Pérou et au Mexique
- Carte des risques: publication d'une carte des risques pour montrer notre engagement en matière de produits à risque
- Fairtrade Global Award 2023: Coop récompensée en tant que détaillant dans la catégorie "Partenaire Fairtrade de l'année"
- Code de conduite: interdit toute forme d'exploitation, d'extorsion, de malversation ou de corruption
- Mission statement: position claire vis à vis des droits humains et de la protection de l'environnement
- Relations commerciales de longue date avec les producteurs, les productrices et les prestataires suisses
- Mise en œuvre de projets ciblés en matière de revenus et de salaires décents (living income / living wage) dans les pays de production
- Élargissement de l'assortiment: développement de l'offre avec des articles certifiés Fairtrade et des produits contenant des ingrédients certifiés Fairtrade (Fairtrade Sourced Ingredients, FSI).

## OBJECTIF 1: PRODUCTION

**VEILLER À CE QUE 90% DE NOS FOURNISSEURS IMPLANTÉS DANS DES PAYS À RISQUE PRÉSENTENT UN CERTIFICAT OU RAPPORT D'AUDIT SOCIAL VALIDE, DONT 85% AVEC LA MENTION "BIEN".**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence 2021

## Faits marquants

Bell Food Group: instauration d'un système de lancement d'alertes

**Standards acceptés:** amfori BSCI, SA8000, ETI/Sedex/SME-TA, RBA, ICTI, RJC, FWF, TfS, ICS, WRAP, Fair for Life, For Life, Fairtrade Standard for Small-scale Producer Organisations, Fairtrade Standard for Hired Labour, Fairtrade USA Capture Fisheries Standard

## COMMENTAIRE

En 2023, 62.8% de nos fournisseurs d'articles de marques propres dont la production a lieu dans des pays à risque détenaient un certificat ou un rapport d'audit social valide. Nous n'avons ainsi pas atteint la première partie de notre objectif. Toutefois, 87.5% des rapports d'audit et des certificats présentés détenaient la mention "bien".

## REMARQUE

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du Rapport du groupe Coop sur les questions non financières du 21 mars 2024.

## Nouveaux fournisseurs de la production ayant été évalués sur la base de critères sociaux [GRI 414-1]

|   |    |
|---|----|
| Nombre de nouveaux fournisseurs ayant été évalués sur la base de critères sociaux | 30 |
|---|----|

## Impact social négatif dans les chaînes d'approvisionnement de la production et mesures prises [GRI 414-2]

|  |     |
|--|-----|
| Nombre de fournisseurs dont l'impact social a été évalué | 224 |
|--|-----|

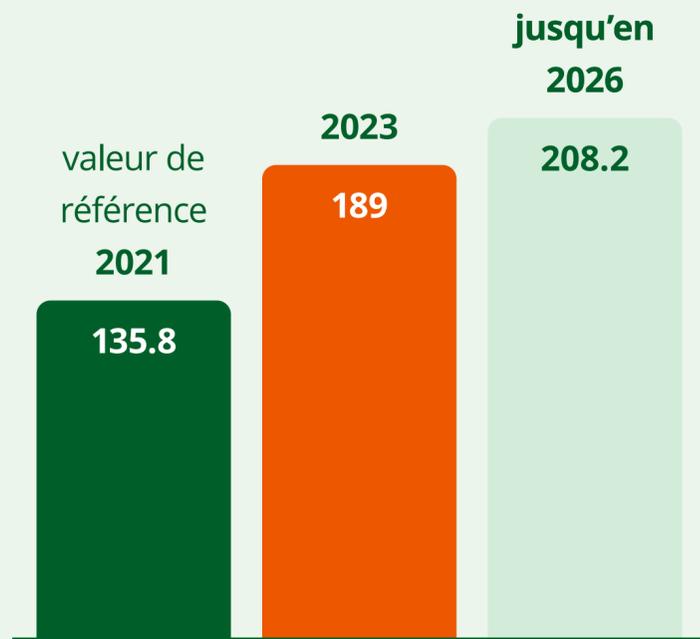
|   |    |
|---|----|
| Nombre de fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié | 90 |
|---|----|

|  |     |
|--|-----|
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié | 10% |
|--|-----|

|   |    |
|---|----|
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié et suite à quoi la relation commerciale a été rompue | 0% |
|---|----|

## OBJECTIF 2: PRODUCTION

# PORTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES PRODUITS ISSUS DU COMMERCE ÉQUITABLE À 210 MILLIONS DE FRANCS SUISSES.



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

**Standards acceptés:** Fairtrade Max Havelaar, Fair Trade USA, Fair for Life, gebana, claro fair trade, GEPA Fair+, UTZ/Rainforest Alliance

### COMMENTAIRE

Avec un chiffre d'affaires de 189 millions de francs suisses généré par les produits Fairtrade, nous n'avons pas atteint notre objectif annuel en 2023 en matière d'assortiment équitable et continuons donc à le développer.

### REMARQUE

À compter de l'année 2023, nous utilisons le produit net pour exprimer nos objectifs en termes de chiffre d'affaires.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du Rapport du groupe Coop sur les questions non financières du 21 mars 2024.

### Faits marquants

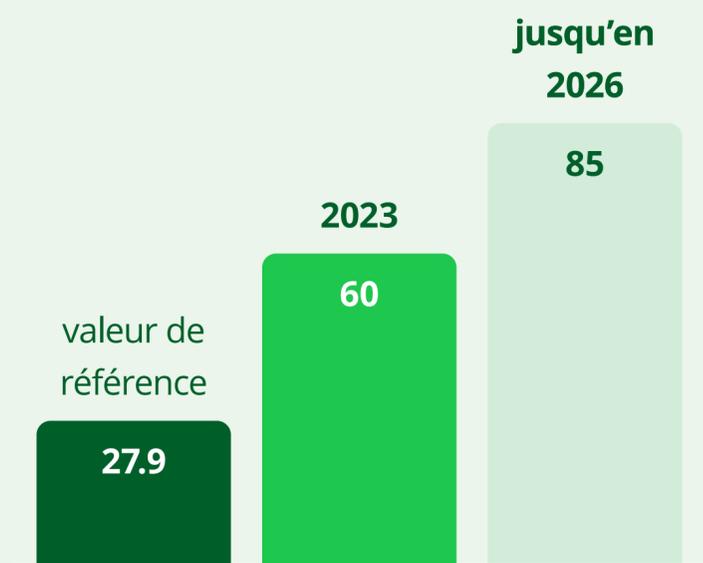
Halba: en 2023, 380 cultivatrices et cultivateurs de cacao au Ghana ont touché un prix de référence permettant d'avoir un revenu décent

### MESURES

- Mission statement: position claire vis à vis des droits humains et de la protection de l'environnement
- Augmentation continue de l'utilisation de matières premières fabriquées et commercialisées selon les principes du commerce équitable et de produits à valeur ajoutée sociale
- Bell Food Group: gestion des risques liée au devoir de diligence

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

**VEILLER À CE QUE 85% DE NOS FOURNISSEURS D'ARTICLES DE MARQUE PROPRE IMPLANTÉS DANS DES PAYS À RISQUE PRÉSENTENT UN CERTIFICAT OU RAPPORT D'AUDIT SOCIAL VALIDE, DONT 80% AVEC LA MENTION "BIEN".**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

## Faits marquants

Transgourmet Ibérica: élargissement de l'assortiment équitable

**Standards acceptés:** amfori BSCI, SA8000, ETI/Sedex/SMETA, RBA, ICTI, RJC, FWF, Tfs, ICS, WRAP, Fair for Life, For Life, Fairtrade Standard for Small-scale Producer Organisations, Fairtrade Standard for Hired Labour, Fairtrade USA Capture Fisheries Standard

## COMMENTAIRE

En 2023, 60.0% de nos fournisseurs d'articles de marques propres dont la production a lieu dans des pays à risque détenaient un certificat ou rapport d'audit social valide. 95.3% des rapports d'audit et des certificats présentés détenaient la mention "bien". Nous avons ainsi pleinement atteint notre objectif annuel et avançons donc dans le bon sens.

## REMARQUE

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du Rapport du groupe Coop sur les questions non financières du 21 mars 2024.

## Nouveaux fournisseurs du commerce de gros ayant été évalués sur la base de critères sociaux [GRI 414-1]

|   |     |
|---|-----|
| Nombre de nouveaux fournisseurs ayant été évalués sur la base de critères sociaux | 390 |
|---|-----|

## Impact social négatif dans les chaînes d'approvisionnement du commerce de gros et mesures prises [GRI 414-2]

|  |     |
|--|-----|
| Nombre de fournisseurs dont l'impact social a été évalué | 293 |
|--|-----|

|   |    |
|---|----|
| Nombre de fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié | 18 |
|---|----|

|  |    |
|--|----|
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié | 0% |
|--|----|

|   |    |
|---|----|
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact social négatif important, réel ou potentiel, a été identifié et suite à quoi la relation commerciale a été rompue | 0% |
|---|----|

## MESURES

- Mission statement: position claire vis à vis des droits humains et de la protection de l'environnement
- Transgourmet Ibérica – élargissement de l'assortiment: pour la première fois, quatre produits certifiés Fairtrade et neuf produits certifiés Rainforest Alliance viennent rejoindre l'assortiment
- Élargissement de l'assortiment: développement de l'offre avec des articles certifiés Fairtrade et des produits contenant des ingrédients certifiés Fairtrade (Fairtrade Sourced Ingredients, FSI).

# MATIÈRES PREMIÈRES AU CŒUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Le groupe Coop privilégie les chaînes d'approvisionnement locales et régionales mais se procure aussi certaines marchandises en dehors de Suisse et d'Europe lorsque c'est nécessaire. Selon le pays ou la région de provenance de ces produits, nos relations commerciales peuvent avoir un impact sur la population et l'environnement au niveau local. En conséquence, nous estimons qu'il est de notre responsabilité de connaître nos partenaires commerciaux et de développer une compréhension commune en matière de minimisation des risques et des impacts en fonction de la région d'origine des produits. Nous avons élaboré pour cela des directives claires concernant l'approvisionnement, qui font l'objet régulièrement de contrôles et d'adaptations. Par ailleurs, nous engageons des mesures ciblées. Ce faisant, nous nous basons chaque fois que c'est possible sur

des normes internationales, des audits ou d'autres outils reconnus. Cela permet un contrôle récurrent et standardisé de leur impact. Nous discutons également des risques et des conséquences de nos activités avec des partenaires externes tels que des ONG et prenons en compte leur expérience et leur évaluation dans le choix des mesures. En collaboration avec nos parties prenantes, nous avons identifié les matières premières critiques dans notre approvisionnement dont la production présente des enjeux majeurs sur les plans écologiques et sociaux. Nous voulons mettre en œuvre systématiquement des normes minimales en matière de développement durable pour toutes les matières premières critiques utilisées dans la culture et la production, de sorte à réduire nos impacts négatifs.



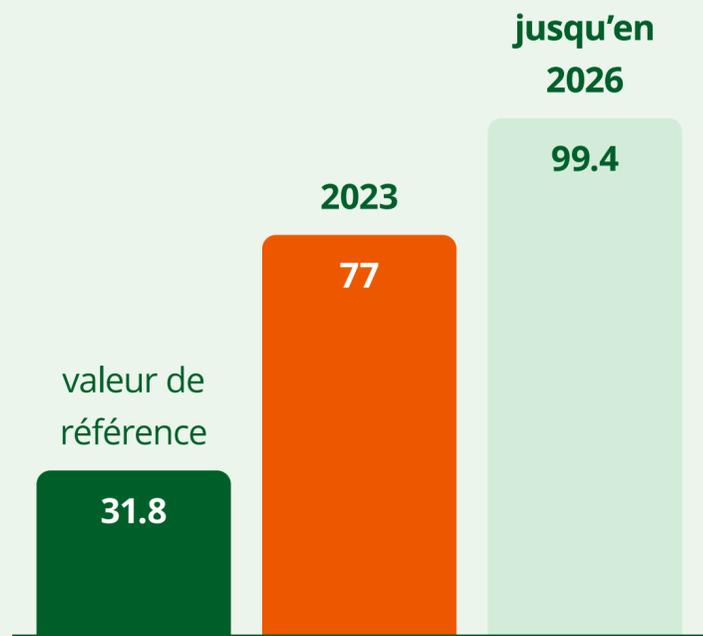
## NOUS APPLIQUONS DES NORMES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'APPROVISIONNEMENT DE NOS MATIÈRES PREMIÈRES.

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

**APPLIQUER LES NORMES MINIMALES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR 100% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE, HORS VIANDE, LAIT ET ŒUFS (CF. OBJECTIF SÉPARÉ SUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL).**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** les informations concernant les normes acceptées pour chaque matière première se trouvent dans la feuille de route "[Matières premières – Commerce de détail](#)"

### COMMENTAIRE

Avec un chiffre de 77.0% enregistré en 2023, nous n'avons pas atteint notre objectif annuel en matière de mise en œuvre de normes minimales de développement durable pour les matières premières critiques utilisées dans nos produits de marques propres (hors viande, lait et œufs). Nous continuons donc nos efforts dans ce sens.

Pour plus d'informations, voir la feuille de route "[Matières premières – Commerce de détail](#)".

Pour en savoir plus au sujet des matières premières, voir le [Policy Paper](#) [Matières premières critiques](#).

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

### Impact environnemental négatif dans les chaînes d'approvisionnement du commerce de détail et mesures prises [GRI 308-2]

|   |     |
|---|-----|
| Nombre de fournisseurs dont l'impact environnemental a été évalué | 615 |
|---|-----|

|  |     |
|--|-----|
| Nombre de fournisseurs pour lesquels un impact environnemental négatif important, réel ou potentiel, a été identifié | 164 |
|--|-----|

|  |   |
|--|---|
| Nombre de fournisseurs pour lesquels un impact environnemental négatif important, réel et potentiel, a été identifié et suite à quoi des améliorations ont été convenues | 2 |
|--|---|

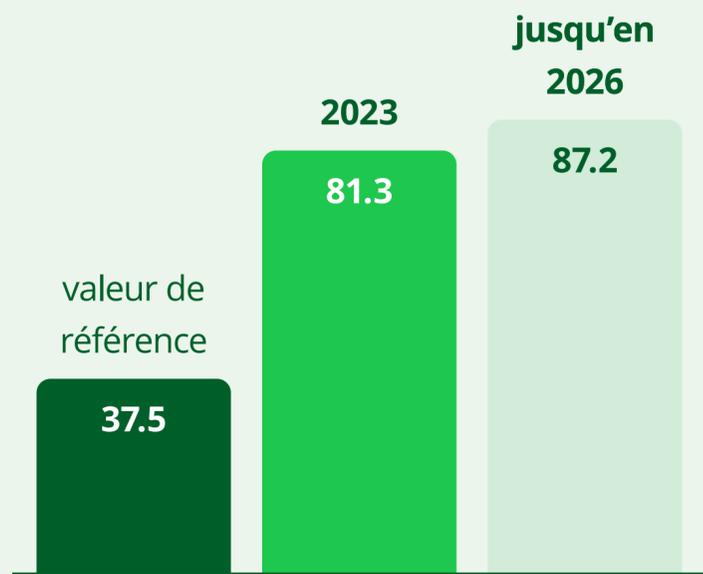
|  |   |
|--|---|
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact environnemental négatif important, réel ou potentiel, a été identifié et suite à quoi la relation commerciale a été rompue | 0 |
|--|---|

## MESURES

- **Projet du Fonds:** poursuite avec succès du projet d'approvisionnement en huile de palme bio de Côte d'Ivoire, nouvellement axé sur la problématique de la protection du climat
- **Projet du Fonds:** poursuite avec succès du projet d'approvisionnement en noix de coco bio Fairtrade de Côte d'Ivoire avec obtention de la certification Fairtrade et du label bio européen
- **Matières premières critiques:** mise en œuvre systématique de normes de développement durable dans la culture et la production
- **Évaluation par le WWF:** examen et validation par le WWF de nos objectifs concernant les matières premières critiques
- **Relations commerciales:** entretien de relations commerciales justes, basées sur la confiance et inscrites dans la durée
- **Engagement pour tout le secteur:** efforts pour développer encore les normes minimales en matière de développement durable grâce à une participation active au sein de groupements appropriés
- **Partenariats de longue date:** partenariats avec le WWF, Max Havelaar et Bio Suisse
- **Directive Approvisionnement durable:** s'applique à l'ensemble de nos fournisseurs de produits de marques propres et d'articles de marques
- **Mission statement:** position claire vis à vis des droits humains et de la protection de l'environnement

## OBJECTIF: PRODUCTION

**APPLIQUER LES NORMES MINIMALES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR 90% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES, HORS VIANDE, LAIT ET ŒUFS (CF. OBJECTIF SÉPARÉ SUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL).**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** les informations concernant les normes acceptées pour chaque matière première se trouvent dans la feuille de route "[Matières premières – Production](#)"

### COMMENTAIRE

Nous avons atteint notre objectif annuel en 2023. 81.3% des matières premières critiques utilisées dans nos produits de marques propres (hors viande, lait et œufs) ont été fabriquées dans le respect d'une norme minimale en matière de développement durable.

Pour plus d'informations, voir la feuille de route "[Matières premières – Production](#)".

Pour en savoir plus au sujet des matières premières, voir le [Policy Paper](#) [Matières premières critiques](#).

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

## Impact environnemental négatif dans les chaînes d'approvisionnement de la production et mesures prises [GRI 308-2]

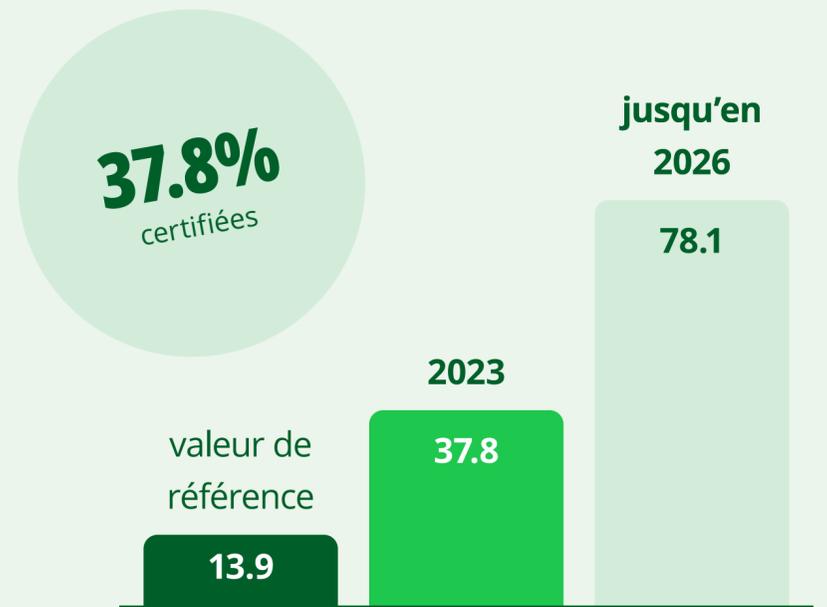
|  |     |
|--|-----|
| Nombre de fournisseurs dont l'impact environnemental a été évalué  | 231 |
| Nombre de fournisseurs pour lesquels un impact environnemental négatif important, réel ou potentiel, a été identifié   | 119 |
| Nombre de fournisseurs pour lesquels un impact environnemental négatif important, réel ou potentiel, a été identifié et suite à quoi des améliorations ont été convenues | 10  |
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact environnemental négatif important, réel ou potentiel, a été identifié et suite à quoi la relation commerciale a été rompue | 0   |

### MESURES

- **Matières premières critiques:** mise en œuvre systématique de normes de développement durable dans la culture et la production
- **Relations commerciales:** entretien de relations commerciales directes avec les producteurs et de partenariats de longue date avec les fournisseurs
- **Mission statement:** position claire vis à vis des droits humains et de la protection de l'environnement
- **Reismühle Nutrex – projets du Fonds:** poursuite avec succès de projets d'approvisionnement en riz bio équitable en Inde et en Thaïlande
- **Halba – projet du Fonds:** poursuite avec succès du projet d'approvisionnement en noisettes bio de Macédoine du Nord

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

**APPLIQUER LES NORMES MINIMALES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR 75% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE, HORS VIANDE, LAIT ET ŒUFS (CF. OBJECTIF SÉPARÉ SUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL).**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** les informations concernant les normes acceptées pour chaque matière première se trouvent dans la feuille de route "[Matières premières – Commerce de gros](#)".

### COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, 37.8% des matières premières critiques utilisées dans nos produits de marques propres (hors viande, lait et œufs) ont été fabriquées dans le respect d'une norme minimale en matière de développement durable.

Pour plus d'informations, voir la [feuille de route "Matières premières – Commerce de gros"](#).

Pour en savoir plus au sujet des matières premières, voir le [Policy Paper Matière premières critiques](#).

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

### Impact environnemental négatif dans les chaînes d'approvisionnement du commerce de gros et mesures prises [GRI 308-2]

|  |     |
|--|-----|
| Nombre de fournisseurs dont l'impact environnemental a été évalué  | 479 |
| Anzahl der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Umweltauswirkungen ermittelt wurden   | 197 |
| Nombre de fournisseurs pour lesquels un impact environnemental négatif important, réel ou potentiel, a été identifié et suite à quoi des améliorations ont été convenues | 0   |
| Part des fournisseurs pour lesquels un impact environnemental négatif important, réel ou potentiel, a été identifié et suite à quoi la relation commerciale a été rompue | 0   |

### MESURES

- **Matières premières critiques:** mise en œuvre systématique de normes de développement durable dans la culture et la production
- **Relations commerciales:** entretien de relations d'affaires justes, basées sur la confiance et inscrites dans la durée
- **Mission statement:** position claire vis à vis des droits humains et de la protection de l'environnement

# PRÉSERVATION DES RESSOURCES NATURELLES POUR LES GÉNÉRATIONS FUTURES

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Dans le cadre de notre stratégie de développement durable, nous nous sommes engagés à protéger les ressources naturelles et à respecter le concept des limites planétaires. En tant qu'entreprise du commerce de détail et de gros, nous considérons qu'il est de notre responsabilité de produire de manière efficace en termes de ressources. Mais nous nous engageons aussi à toutes les étapes de nos chaînes d'approvisionnement – depuis la production des matières premières jusqu'à la réutilisation et l'élimination, en passant par la transformation, le commerce et la consommation – afin de réduire autant que faire se peut notre empreinte écologique. En promouvant une économie peu gourmande en ressources naturelles, intégrée dans le cycle des matières et dont le développement ne se fait pas au détriment d'autres régions ni des générations futures, les ressources

sont ménagées. Pour encourager la vente de produits durables, nous nous sommes fixés comme objectif global d'augmenter année après année le chiffre d'affaires réalisé avec ces produits et d'offrir l'assortiment durable le plus large possible. En outre, nous avons adopté à travers notre concept stratégique d'économie circulaire une approche globale qui permet de mieux boucler les cycles dans tous nos secteurs d'activité. Cette même approche vaut aussi pour les produits et leur durée de vie, un sujet particulièrement important notamment dans nos gammes d'électronique et d'électroménager. Afin de mettre en œuvre des concepts efficaces dans ce domaine, nous travaillons avec le WWF et des organisations spécialisées, et intégrons leur expertise dans nos activités.



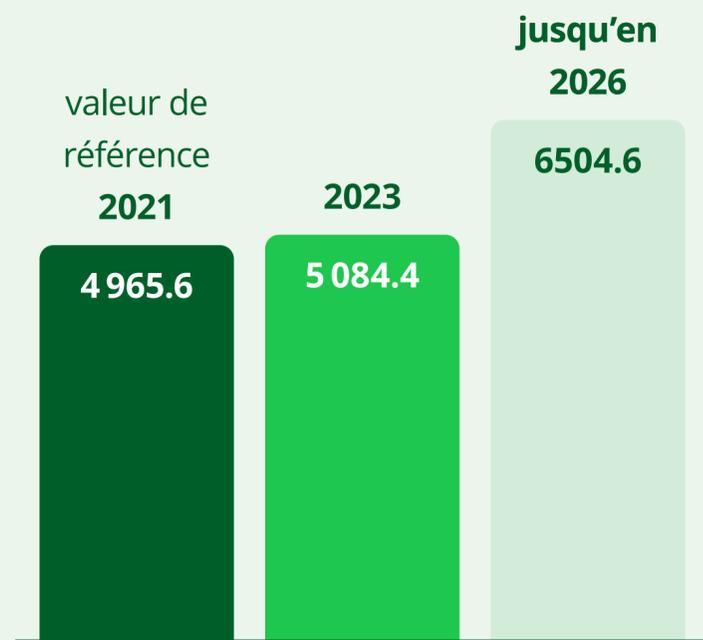
**NOUS PROMOUVONS  
UNE UTILISATION RÉDUITE  
DES RESSOURCES DANS  
NOS ASSORTIMENTS.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF 1: COMMERCE DE DÉTAIL

# PORTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DURABLES À PLUS DE 6 MILLIARDS DE FRANCS SUISSES.



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

### COMMENTAIRE

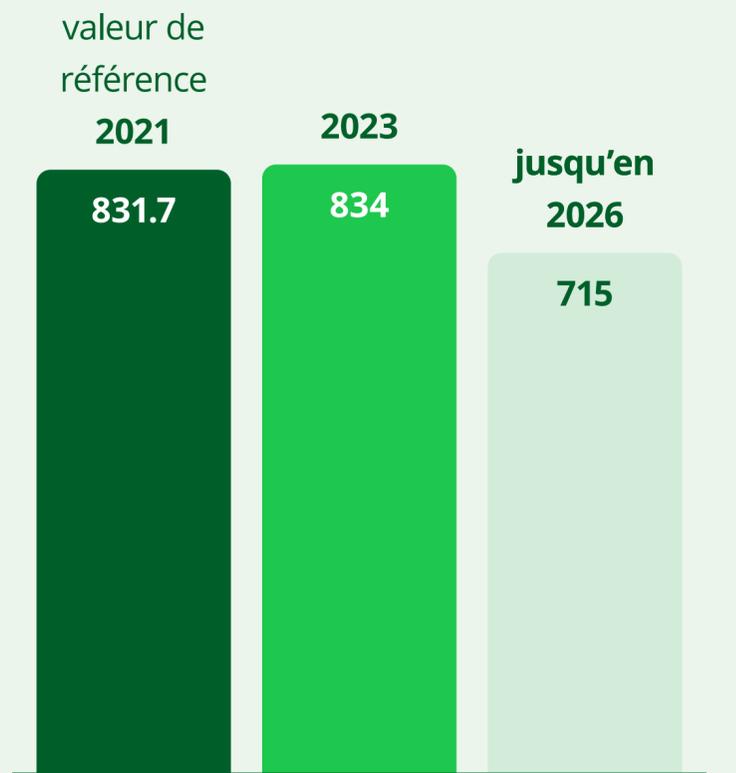
Avec un chiffre d'affaires de 5.084 milliards de francs suisses réalisé avec des produits durables, nous avons atteint notre objectif annuel en 2023 et avançons donc dans le bon sens.

### REMARQUE

À compter de l'année 2023, nous utilisons le produit net pour exprimer nos objectifs en termes de chiffre d'affaires.

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE DÉTAIL

# PORTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DURABLES NON ALIMENTAIRES À 700 MILLIONS DE FRANCS SUISSES.



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

### COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, nous avons généré un chiffre d'affaires de 834.2 millions de francs suisses avec des produits écologiques non alimentaires, et avons ainsi atteint notre objectif annuel.

**Pour en savoir plus:** [Ressources naturelles](#)

### REMARQUE

À compter de l'année 2023, nous utilisons le produit net pour exprimer nos objectifs en termes de chiffre d'affaires.

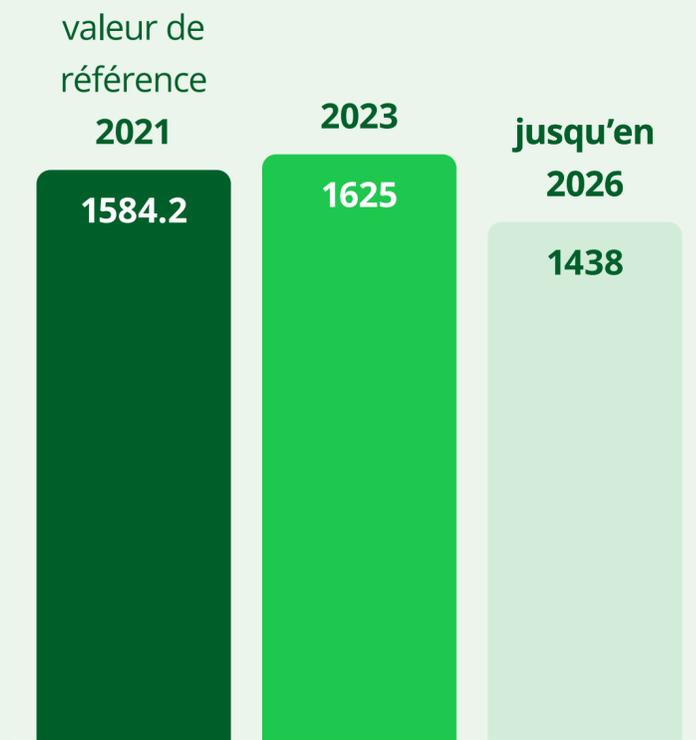
**Faits marquants**  
834.2 millions de francs suisses

### MESURES

- Recherche: collaboration avec Sativa Rheinbau et GZPK (Getreidezüchtung Peter Kunz) en matière de recherche sur les semences bio
- Objectifs de processus: collaboration avec le WWF pour définir des objectifs de processus dans le domaine de l'eau, de la biodiversité et des matières premières critiques
- Projets: mise en œuvre de projets financés par le Fonds Coop pour le développement durable qui encouragent la préservation de la biodiversité et la gestion durable de l'eau
- Administration: introduction des contrats de travail au format numérique pour le personnel avec niveau de management, et économie de 130 000 feuilles de papier par an
- Normes: promotion de normes en matière de gestion de l'eau et des sols dans la culture des matières premières critiques

## OBJECTIF: PRODUCTION

**PORTER LE CHIFFRE  
D'AFFAIRES RÉALISÉ AVEC  
LES PRODUITS DURABLES  
À PLUS DE 1.5 MILLIARD DE  
FRANCS SUISSES.**



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

## COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, nous avons généré un chiffre d'affaires d'environ 1.625 milliards de francs suisses avec nos marques propres durables dans le secteur alimentaire, et avons ainsi atteint notre objectif annuel.

**Pour en savoir plus:** [Ressources naturelles](#)

## REMARQUE

À compter de l'année 2023, nous utilisons le produit net pour exprimer nos objectifs en termes de chiffre d'affaires.

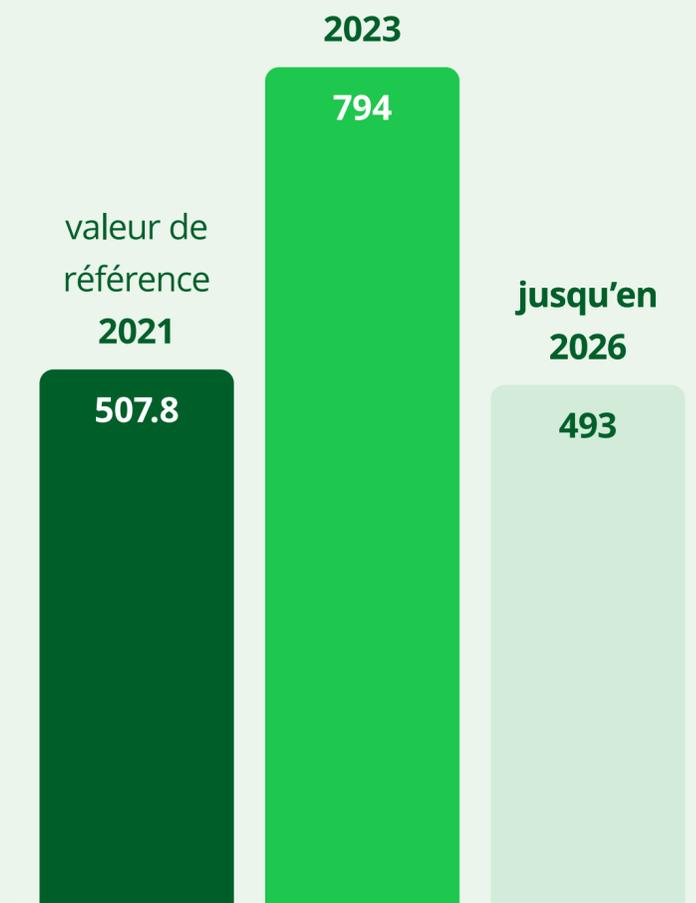
## MESURES

- Normes: promotion de normes en matière de gestion de l'eau et des sols dans la culture des matières premières critiques

**Faits marquants**  
1.625 milliards de francs suisses

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

# PORTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS DURABLES À PLUS DE 480 MILLIONS DE FRANCS SUISSES.



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

## COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, nous avons généré un chiffre d'affaires de 794 millions de francs suisses avec nos marques propres durables dans le secteur alimentaire, et avons ainsi atteint notre objectif annuel.

**Pour en savoir plus:** [Ressources naturelles](#)

## REMARQUE

À compter de l'année 2023, nous utilisons le produit net pour exprimer nos objectifs en termes de chiffre d'affaires.

**Faits marquants**  
794.0 millions de francs suisses

## MESURES

- Transgourmet Allemagne: opération de plantation de 2000 arbres en coopération avec l'association Schutzgemeinschaft Deutscher Wald e.V.
- Normes: promotion de normes en matière de gestion de l'eau et des sols dans la culture des matières premières critiques

# CONTRE LE DÉBOISEMENT ET LA CONVERSION

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Nous nous engageons pour des chaînes d'approvisionnement n'impliquant ni déboisement ni conversion des écosystèmes. La viande, le café, le cacao, l'huile de palme, le soja et le bois sont des groupes de produits qui constituent une part importante de nos assortiments et un élément essentiel de nos chaînes d'approvisionnement. Dans les pays d'où proviennent ces matières premières, il existe un risque accru de déboisement des forêts tropicales et de conversion d'écosystèmes riches en biodiversité. C'est la raison pour laquelle nous accordons une attention particulière à ces six matières premières. De plus, comme nous les considérons comme critiques, nous

les approchons de manière globale. Les objectifs que nous nous sommes fixés dans ce domaine reposent sur le rapport du WWF intitulé "Imported Deforestation", sur les principes de l'initiative Accountability Framework (AFi) et sur notre propre évaluation des risques dans nos chaînes d'approvisionnement. En collaboration avec les interprofessions de ces matières premières, nous nous engageons en faveur d'un cadre uniforme et strict pour continuer la lutte contre le déboisement et la conversion. Dans cette optique, nous participons à des initiatives visant à améliorer la traçabilité dans les chaînes d'approvisionnement et à encourager la poursuite d'objectifs communs.



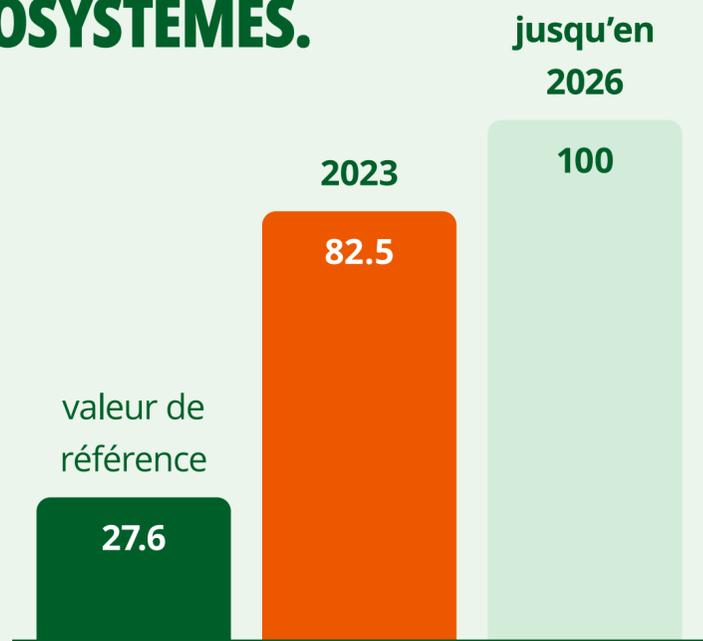
**NOUS VEILLONS À CE QUE  
NOS CHAÎNES  
D'APPROVISIONNEMENT  
N'IMPLIQUENT NI  
DÉFORESTATION NI  
CONVERSION DES  
ÉCOSYSTÈMES.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

**VEILLER À CE QUE 100% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE (SOJA, HUILE DE PALME, CAFÉ, CACAO, VIANDE, BOIS ET PAPIER) PROVIENNENT DE SOURCES N'IMPLIQUANT NI DÉFORESTATION NI TRANSFORMATION DES ÉCOSYSTÈMES.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Critères à respecter:** [Policy Paper Déboisement et conversion](#)

### COMMENTAIRE

En 2023, avec un chiffre de 82.5%, nous n'avons pas atteint notre objectif de mise en œuvre de critères assurant des chaînes d'approvisionnement sans déboisement ni conversion pour les matières premières critiques. Nous poursuivons donc nos efforts dans ce sens.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Déboisement et conversion](#) et [Policy Paper Emploi de pesticides](#)

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

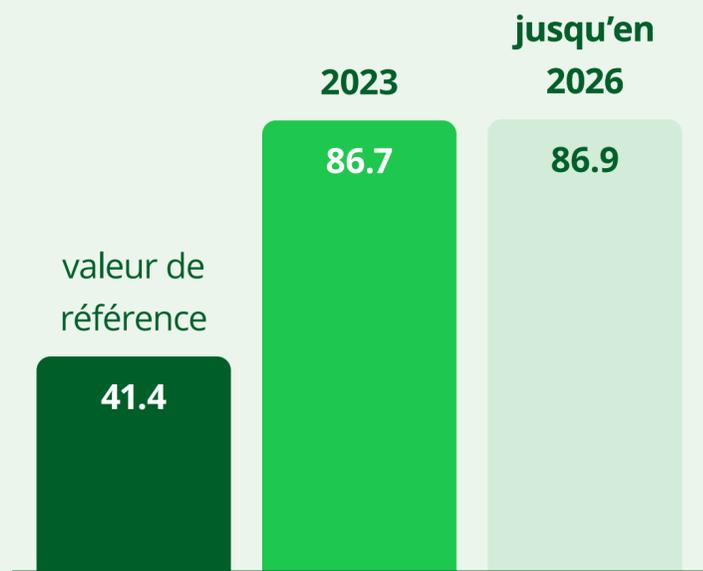
**Faits marquants**  
Utilisation de soja certifié issu de cultures sans déboisement dans la production d'œufs de consommation importés

### MESURES

- Matières premières critiques: mise en œuvre systématique de normes de développement durable dans la culture et la production
- Projets: mise en œuvre de projets ciblés sur le terrain en collaboration directe avec les petits producteurs et productrices et leurs organisations.
- Collecte des données: collecte systématique des données concernant la part des partenaires commerciaux ayant pris des engagements volontaires et publics en faveur de chaînes d'approvisionnement sans déboisement ni conversion
- Directives: Directive Approvisionnement durable, Directive Huile de palme et Directive Articles en bois et en papier, applicables à tous nos fournisseurs de produits de marques propres et d'articles de marques.
- Engagement pour tout le secteur: mise sur pied d'organisations et de collaborations professionnelles
- Composition de l'assortiment: abandon de la tourbe pour protéger les marais

## OBJECTIF: PRODUCTION

**VEILLER À CE QUE 85% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS (SOJA, HUILE DE PALME, CAFÉ, CACAO, VIANDE, BOIS ET PAPIER) PROVIENNENT DE SOURCES N'IMPLIQUANT NI DÉFORESTATION NI TRANSFORMATION DES ÉCOSYSTÈMES.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Critères à respecter:** [Policy Paper Déboisement et transformation](#)

### COMMENTAIRE

En 2023, 86.7% des matières premières critiques utilisées provenaient de sources n'impliquant ni déboisement ni conversion. Nous avons ainsi atteint notre objectif annuel et avançons dans le bon sens.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Déboisement et conversion](#) et [Policy Paper Emploi de pesticides](#)

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

### Faits marquants

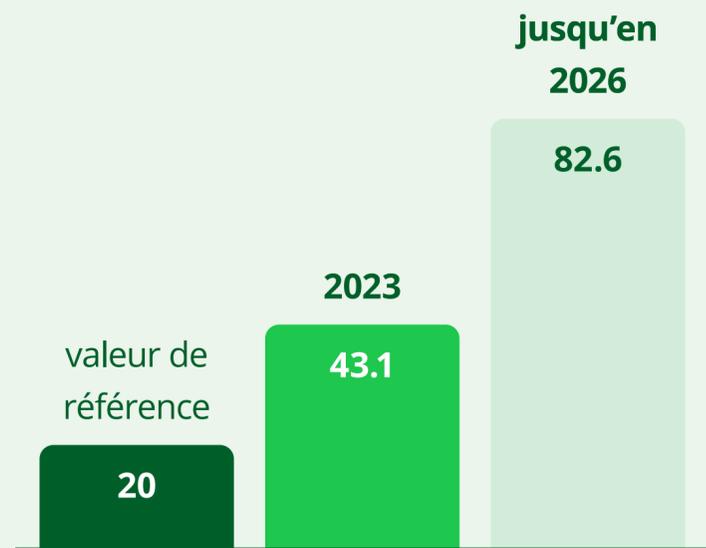
Halba: dans la culture de cacao, transformation de 1273.5 hectares de terres en parcelles cultivées en agroforesterie dynamique

### MESURES

- Matières premières critiques: mise en œuvre systématique de normes de développement durable dans la culture et la production
- Collecte des données: collecte systématique des données concernant la part des partenaires commerciaux ayant pris des engagements volontaires et publics en faveur de chaînes d'approvisionnement sans déboisement ni conversion
- Directives: Directive Approvisionnement durable, Directive Huile de palme et Directive Articles en bois et en papier, applicables à tous nos fournisseurs de produits de marques propres et d'articles de marques.
- Halba – projet du Fonds: prolongation pour une durée de trois ans du projet Sankofa qui soutient l'agroforesterie dynamique dans la culture du cacao au Ghana

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

**VEILLER À CE QUE 85% DES MATIÈRES PREMIÈRES CRITIQUES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE (SOJA, HUILE DE PALME, CAFÉ, CACAO, VIANDE, BOIS ET PAPIER) PROVIENNENT DE SOURCES N'IMPLIQUANT NI DÉFORESTATION NI TRANSFORMATION DES ÉCOSYSTÈMES.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Critères à respecter:** [Policy Paper Déboisement et transformation](#)

### COMMENTAIRE

En 2023, 43,1% des matières premières critiques utilisées provenaient de sources n'impliquant ni déboisement ni conversion. Nous avons ainsi atteint notre objectif annuel et avançons dans le bon sens.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Déboisement et conversion](#) et [Policy Paper Emploi de pesticides](#)

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

### MESURES

- **Matières premières critiques:** mise en œuvre systématique de normes de développement durable dans la culture et la production
- **Collecte des données:** collecte systématique des données concernant la part des partenaires commerciaux ayant pris des engagements volontaires et publics en faveur de chaînes d'approvisionnement sans déboisement ni conversion

# ENGAGEMENT POUR LA BIODIVERSITÉ

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Plus la biodiversité est grande au sein d'un écosystème, plus la nature dispose d'une base solide pour s'adapter à l'évolution des conditions environnementales. La diversité biologique est essentielle à la vie, à la survie et au développement de tous les êtres vivants. Or elle est actuellement en recul, ce qui explique l'importance croissante qu'on lui accorde. Soucieux de protéger la nature, d'empêcher la dégradation des écosystèmes naturels et de prévenir les défis qui en découleraient, nous avons fait de la biodiversité un enjeu stratégique et engageons différentes mesures pour la préserver, notamment en soutenant l'agri-

culture biologique, en mettant en œuvre des projets ciblés et en collaborant avec le WWF. Nos mesures sont élaborées en tenant compte des risques et sont basées sur notre position en matière de biodiversité. En l'occurrence, notre priorité va aux régions où la menace qui pèse sur la biodiversité est forte et aux matières premières dont la culture a un impact important sur la biodiversité. Pour évaluer celui-ci, nous nous appuyons sur notre partenariat avec le WWF et sur des normes internationales bien établies.



**NOUS NOUS ENGAGEONS  
TOUT AU LONG DE  
NOS CHÂÎNES  
D'APPROVISIONNEMENT  
POUR LA PRÉSERVATION DE  
LA BIODIVERSITÉ.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## COMMERCE DE DÉTAIL

# DANS CE DOMAINE D'IMPOR- TANCE MAJEURE, NOUS METTONS EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPONS DES PROJETS CIBLÉS.

## Faits marquants

3 nouveaux projets du Fonds

### COMMENTAIRE

En 2023, nous avons procédé à une analyse des risques en matière de biodiversité portant sur l'ensemble de notre assortiment, et identifié les points critiques. Sur la base de cet examen, nous définissons, en collaboration avec le WWF, des objectifs quantitatifs pour le commerce de détail. Notre but à plus long terme est de fixer des objectifs quantitatifs pour l'ensemble du groupe Coop pour la période qui débutera en 2027 et de nous engager ainsi à respecter les principes du Science Based Target for Nature (SBTN).

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Biodiversité](#) und [Policy Paper Due Diligence](#)

### MESURES

- Collecte des données: pour la première fois, des données ont été collectées pour mesurer l'empreinte du commerce de détail Coop sur la biodiversité, sur la base de la méthodologie WWF

- Nouveau projet du Fonds: lancement du projet "FARBE" en soutien à la biodiversité dans la viticulture en Suisse romande, en collaboration avec Pro Natura Suisse
- Nouveau projet du Fonds: lancement du projet interdisciplinaire "Living Soils" en soutien à la fertilité des sols et à la biodiversité
- Nouveau projet du Fonds: dans notre chaîne d'approvisionnement en ananas du Costa Rica, lancement d'un projet pour soutenir la biodiversité dans la culture de ce fruit
- Projet du Fonds: prolongation pour une durée de trois ans du projet "Lebensturm" ("tour de la vie" en français) afin de soutenir la biodiversité dans l'enceinte des écoles et sensibiliser les élèves
- Promotion de l'agriculture biologique
- Partenariat de longue date: partenariat depuis 1999 avec Pro Specie Rara pour soutenir la diversité biologique des plantes utiles et des animaux de rente
- Objectifs de processus: collaboration avec le WWF pour définir des objectifs de processus dans le domaine de la biodiversité
- Analyse: analyse permanente des risques que nos produits et les matières premières utilisées représentent pour la biodiversité
- Projets: mise en œuvre de projets contribuant au maintien de la biodiversité financés par le Fonds Coop pour le développement durable
- Composition de l'assortiment: présence dans nos assortiments de produits préservant la biodiversité, comme Pro Specie Rara, IP-SUISSE ou Hautes-tiges Suisse

## PRODUCTION

**DANS CE DOMAINE D'IMPOR-  
TANCE MAJEURE, NOUS  
METTONS EN ŒUVRE DES  
MESURES SPÉCIFIQUES ET  
DÉVELOPPONS DES PROJETS  
CIBLÉS.**

### COMMENTAIRE

Notre objectif à plus long terme est de fixer des objectifs quantitatifs pour l'ensemble du groupe Coop pour la période qui débutera en 2027 et de nous engager ainsi à respecter les principes du Science Based Target for Nature (SBTN).

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Biodiversité](#) et [Policy Paper Due Diligence](#)

### MESURES

- Nouveau projet du Fonds: lancement du projet interdisciplinaire "Living Soils" en soutien à la fertilité des sols et à la biodiversité
- Promotion de l'agriculture biologique
- Mesure à venir: analyse des risques que nos produits et les matières premières utilisées représentent pour la biodiversité

## COMMERCE DE GROS

**DANS CE DOMAINE D'IMPOR-  
TANCE MAJEURE, NOUS  
METTONS EN ŒUVRE DES  
MESURES SPÉCIFIQUES ET  
DÉVELOPPONS DES PROJETS  
CIBLÉS.**

### COMMENTAIRE

Notre objectif à plus long terme est de fixer des objectifs quantitatifs pour l'ensemble du groupe Coop pour la période qui débutera en 2027 et de nous engager ainsi à respecter les principes du Science Based Target for Nature (SBTN).

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Biodiversité](#) et [Policy Paper Due Diligence](#)

### MESURES

- Mesure à venir: analyse des risques que nos produits et les matières premières utilisées représentent pour la biodiversité

# BIO DEPUIS LA PREMIÈRE HEURE

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

L'agriculture biologique prend en compte l'homme, les animaux et la nature. En utilisant des variétés robustes, en pratiquant une rotation diversifiée des cultures et en renonçant à l'emploi de pesticides chimiques de synthèse, de régulateurs de croissance et d'hormones, elle contribue non seulement à la protection du climat, mais aussi à la préservation de la biodiversité et à la fertilité des sols. Elle participe également au bien-être animal grâce à des cheptels réduits, des étables plus spacieuses et des accès à l'extérieur. C'est pour toutes ces raisons qu'en tant que leader sur le marché, nous étoffons notre offre bio

au fil des années. Nous entendons ainsi promouvoir la culture biologique, encourager les consommateurs et consommatrices à faire des choix plus écologiques et, grâce à une production durable, protéger les trois principales ressources naturelles que sont le sol, l'eau et l'air. Nous considérons notre responsabilité de manière globale, c'est pourquoi nous menons, en collaboration avec des partenaires, des projets de recherche pour développer les connaissances dans le domaine de l'agriculture biologique.



**NOUS SOUTENONS ET  
ENCOURAGEONS  
L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



”

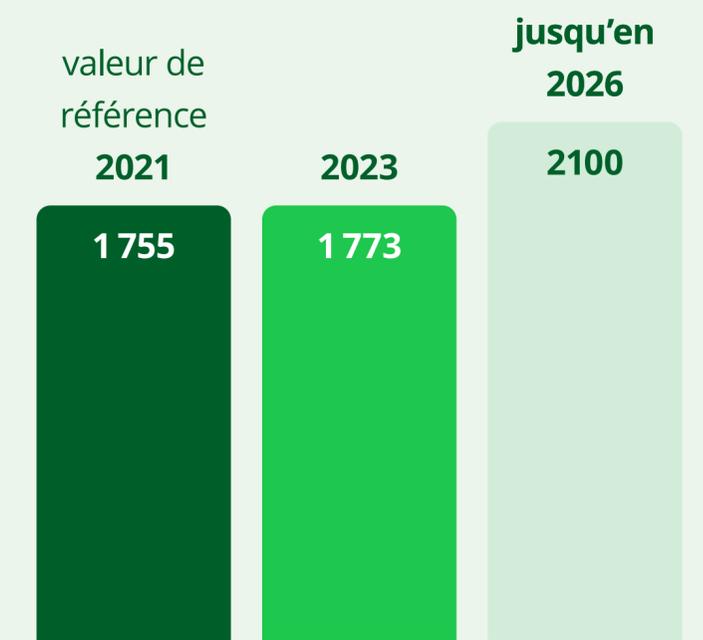
**LE BOURGEON DE **BIO SUISSE** EST LE GARANT D'UNE DURABILITÉ GLOBALE. IL OFFRE AUX CONSOMMATRICES ET CONSOMMATEURS LA POSSIBILITÉ DE SAVOURER DES ALIMENTS DE QUALITÉ TOUT EN GARDANT BONNE CONSCIENCE. J'AIMERAIS VOIR PLUS DE PRODUITS AU LABEL DU BOURGEON DANS LES RAYONS.**

Urs Brändli  
président de Bio Suisse



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

# PORTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS BIO À 2.1 MILLIARDS DE FRANCS SUISSES DANS LE SECTEUR ALIMENTAIRE.



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

## Faits marquants

30 ans de Naturaplan

**Standards acceptés:** Bourgeon Bio Suisse, Bourgeon Bio, intrants Bourgeon Bio, normes biologiques de l'UE, Demeter

### COMMENTAIRE

Le succès est net: avec un chiffre d'affaires d'environ 1.77 milliard de francs suisses, nous avons atteint notre objectif annuel. Pour répondre à la forte demande en produits bio de qualité, nous avons élargi notre assortiment de manière significative en cette année anniversaire et nettement augmenté le chiffre d'affaires réalisé avec ces produits.

### REMARQUE

À compter de l'année 2023, nous utilisons le produit net pour exprimer nos objectifs en termes de chiffre d'affaires.

### MESURES

- Nouveau projet du Fonds: financement de panneaux destinés à être mis en place dans les exploitations labellisées Bourgeon Bio et pratiquant la vente directe
- Nouveau projet du Fonds: lancement d'une étude de faisabilité portant sur la culture de fenouil doux bio suisse
- Nouveau projet du Fonds: lancement d'une étude de faisabilité portant sur l'élargissement de la culture de framboises bio suisses
- Projet du Fonds: poursuite avec succès du projet d'approvisionnement en betteraves sucrières bio de Suisse
- Acte n° 397: lancement d'un pain bio fabriqué à partir de blé suisse de la récolte 2023 certifié Bourgeon Bio et issu de parcelles en reconversion
- Nouveauté produit: Coop est le premier détaillant suisse à lancer des boissons à l'avoine bio portant le Bourgeon de Bio Suisse
- Élargissement de l'assortiment: élargissement continu de l'offre de produits bio et Demeter
- Promotion des ventes: commercialisation active de nos marques propres bio Naturaplan et Naturaline
- Examen et validation par le WWF de notre objectif en matière de produits bio
- Collaboration: collaboration et projets d'approvisionnement avec l'Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL)
- Partenariats de longue date: partenariat stratégique avec Bio Suisse depuis 1993
- Two Spice: conversion de la marque propre Zenbu au label bio européen

## OBJECTIF: PRODUCTION

**PORTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS BIO À 530 MILLIONS DE FRANCS SUISSES.**



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

**Standards acceptés:** Bourgeon Bio Suisse, Bourgeon Bio, intrants Bourgeon Bio, normes biologiques de l'UE, Demeter

### COMMENTAIRE

Le succès est net: avec un chiffre d'affaires de 542 millions de francs suisses, nous avons atteint notre objectif annuel pour 2023 mais aussi pour 2026.

### REMARQUE

À compter de l'année 2023, nous utilisons le produit net pour exprimer nos objectifs en termes de chiffre d'affaires.

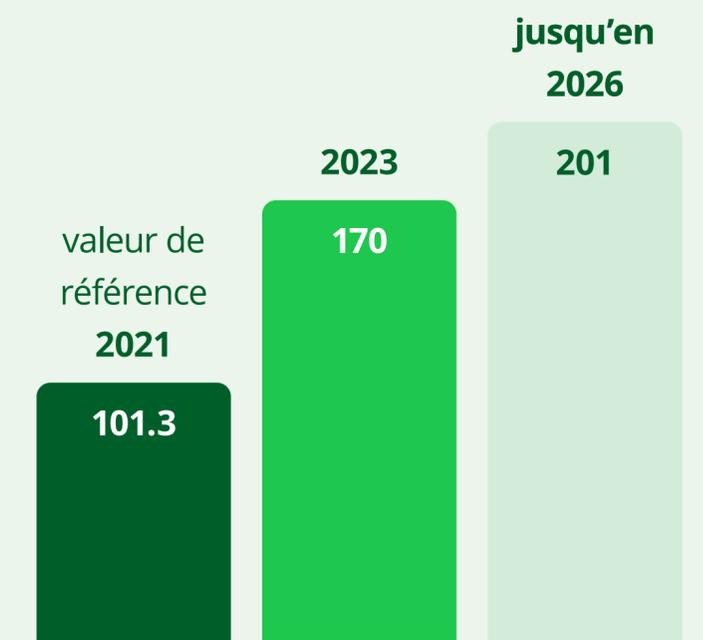
**Faits marquants**  
Halba: augmentation de 10% du chiffre d'affaires bio en 2023

### MESURES

- Matières premières biologiques: conversion progressive et augmentation du recours aux matières premières biologiques
- Promotion du bio: soutien à l'agriculture biologique au travers de différents actes et de projets du Fonds
- Swissmill: achat de blé suisse certifié Bourgeon Bio issu de parcelles en reconversion de la récolte 2023 pour soutenir la conversion au bio, et mise en œuvre de l'acte n° 397

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

# PORTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ AVEC LES PRODUITS BIO À 200 MILLIONS DE FRANCS SUISSES DANS LE SECTEUR ALIMENTAIRE.



Progression de la mise en œuvre: in Mio.CHF, valeur de référence 2021

**Standards acceptés:** Bourgeon Bio Suisse, Bourgeon Bio, intrants Bourgeon Bio, normes biologiques de l'UE, Bioland, Naturland, label bio AMA avec origine Autriche, et Demeter

### COMMENTAIRE

Le succès est net: avec un chiffre d'affaires d'environ 170 millions de francs suisses, nous avons atteint notre objectif annuel et sommes donc sur la bonne voie.

### REMARQUE

À compter de l'année 2023, nous utilisons le produit net pour exprimer nos objectifs en termes de chiffre d'affaires.

**Faits marquants**  
170 millions de francs suisses

### MESURES

- Élargissement de l'assortiment: élargissement continu de notre offre en produits bio
- Assortiment bio de marques propres: promotion et développement de notre marque propre bio Natura avec des produits spécifiques à chaque pays et des produits internationaux
- Transgourmet Allemagne – projet du Fonds: poursuite avec succès du projet "Bio Möglichmacher:innen" (projet pour le soutien à l'agriculture biologique)

# RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'EAU DANS L'AGRICULTURE

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

En tant qu'entreprise opérant à l'échelle internationale, nous avons un rôle à jouer dans la protection des ressources naturelles. En raison de la complexité croissante au niveau global des chaînes d'approvisionnement alimentaires et textiles, les produits peuvent, selon leur provenance, présenter des risques en matière d'utilisation d'eau dans le pays d'origine. Pour garantir une gestion responsable des ressources limitées en eau douce dans nos chaînes d'approvisionnement, nous avons ancré ce thème dans les préoccupations globales du groupe Coop. Dans nos trois domaines d'activité, nous exi-

geons le respect d'une norme de gestion durable de l'eau dans la production de tous les fruits et légumes frais et transformés provenant de zones où l'eau est un bien rare. À noter que dans le commerce de détail, ces exigences s'appliquent également à l'achat de fleurs et de plantes. S'agissant du coton, nous misons sur du coton bio certifié durable qui remplit en plus les exigences de Bio Suisse relatives à la gestion de l'eau. Nous impliquons régulièrement le WWF et d'autres parties prenantes pour définir nos objectifs et nos mesures dans ce domaine.



**NOUS RÉDUISONS NOTRE EMPREINTE SUR L'EAU DANS NOS CHÂÎNES D'APPROVISIONNEMENT.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## COMMERCE DE DÉTAIL

# DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE, NOUS METTONS EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPONS DES PROJETS CIBLÉS.

### COMMENTAIRE

Nous souhaitons garantir dès à présent une utilisation respectueuse des ressources en eau pour la culture de nos fruits et légumes, qu'ils soient frais ou transformés, ainsi que de nos fleurs et plantes. Pour cette raison, nous nous sommes fixé des objectifs, validés par le WWF, pour la mise en œuvre de normes en matière de gestion de l'eau et des sols (voir la [feuille de route "Matières premières – Commerce de détail"](#)). Notre but à plus long terme est de fixer des objectifs quantitatifs pour l'ensemble du groupe Coop pour la période qui débutera en 2027 et de nous engager ainsi à respecter les principes du Science Based Target for Nature (SBTN).

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Eau](#)

### MESURES

- Projets: mise en œuvre de projets financés par le Fonds Coop pour le développement durable qui contribuent à une gestion responsable de l'eau
- Directive Pesticides: directive comprenant notre propre liste négative des produits phytosanitaires interdits, applicable à tous nos fournisseurs de marques propres
- Normes: application systématique de normes de gestion de l'eau et des sols pour les fruits et légumes frais ou transformés
- Soutien apporté au "Swiss Water and Climate Forum" qui œuvre en faveur de projets régionaux axés sur les problèmes liés à l'eau et au climat
- Objectifs de processus: collaboration avec le WWF pour définir des objectifs de processus dans le domaine de l'eau
- Relevé de l'empreinte et élaboration de mesures: relevé de l'empreinte hydrique du commerce de détail Coop pour 2022 en suivant la méthodologie du WWF et travail continu pour proposer des mesures dans ce domaine

## PRODUCTION

**DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE,  
NOUS METTONS EN ŒUVRE  
DES MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPONS DES  
PROJETS CIBLÉS.**

### COMMENTAIRE

Nous souhaitons garantir dès à présent une utilisation respectueuse des ressources en eau pour la culture de nos fruits et légumes, qu'ils soient frais ou transformés, ainsi que de nos fleurs et plantes (voir la feuille de route "[Matières premières – Production](#)").

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Eau](#)

### MESURES

- Directive Pesticides: directive comprenant notre propre liste négative des produits phytosanitaires interdits, applicable à tous nos fournisseurs et fournisseuses de marques propres
- Application systématique des normes de gestion de l'eau et des sols pour les fruits et légumes frais ou transformés

## COMMERCE DE GROS

**DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE,  
NOUS METTONS EN ŒUVRE  
DES MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPONS DES  
PROJETS CIBLÉS.**

### COMMENTAIRE

Nous souhaitons garantir dès à présent une utilisation respectueuse des ressources en eau pour la culture de nos fruits et légumes, qu'ils soient frais ou transformés, ainsi que de nos fleurs et plantes (voir la feuille de route "[Matières premières – Commerce de gros](#)").

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Eau](#)

### Faits marquants

Selgros România: 43% de nos fruits et légumes provenant de régions en stress hydrique sont cultivés dans le respect d'une norme de gestion de l'eau.

### MESURES

- Normes: application systématique de normes de gestion de l'eau et des sols pour les fruits et légumes frais ou transformés

# ÉMISSIONS DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Le réchauffement climatique anthropique constitue l'un des plus grands défis de notre société pour les années à venir. En tant qu'entreprise d'envergure internationale, nous sommes conscients de la responsabilité qui nous incombe et nous nous engageons en faveur de la protection du climat. Nous appelons de nos vœux une politique climatique, nationale et internationale, qui soit capable de limiter l'augmentation de la température mondiale à un niveau bien en-deçà de 2°C. Nous sommes favorables aux objectifs zéro émission nette du Conseil fédéral et avons remanié notre stratégie sur le climat en conséquence

en 2022. Nos trajectoires de réduction annuelles des émissions de gaz à effet de serre à l'échelle du groupe s'appuient sur des bases scientifiques conformément aux prescriptions de la SBTi (Science Based Targets Initiative). Nous nous engageons pour la réduction de nos émissions directes et indirectes au sein de nos chaînes d'approvisionnement. Nous souhaitons travailler davantage avec des fournisseurs et fournisseuses poursuivant eux aussi des objectifs de réduction fondés sur des données scientifiques.



**NOUS RÉDUISONS NOS ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> E DANS NOS CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



//

**J'AIMERAIS QUE COOP, AVEC TOUT LE POIDS QUI EST LE SIEN EN TANT QUE GRAND DISTRIBUTEUR, METTE L'ACCENT SUR LA PRODUCTION LOCALE ET L'ÉCO-COMPATIBILITÉ. JE SOUHAITE QUE MA FILLE ET LES GÉNÉRATIONS FUTURES PUISSENT VIVRE DANS UN ENVIRONNEMENT ENCORE INTACT. C'EST POUR CELA QUE J'ATTACHE UNE GRANDE IMPORTANCE À LA PRODUCTION ET À LA PROVENANCE DES PRODUITS.**

Laura Giussani Bianchi  
cliente Coop



## COMMERCE DE DÉTAIL

# DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE, NOUS METTONS EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPONS DES PROJETS CIBLÉS.

### Faits marquants

Réunion des partenaires commerciaux autour du thème "zéro émission nette d'ici à 2050"

## COMMENTAIRE

En 2023, nous avons à nouveau relevé notre empreinte carbone pour l'ensemble du groupe Coop, entamé l'élaboration de plans d'action pour réduire notre impact au-delà de 2026 et formulé des propositions d'objectifs allant dans le sens de l'iSBT.

### Émissions indirectes de GES (scope 3) du groupe Coop [GRI 305-3]

|   |   |
|---|---|
| Volume brut des autres émissions indirectes de GES (scope 3) en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub>     | 22 008 454  |
| Gaz compris dans le calcul  | CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> (fossile et biogénique), N <sub>2</sub> O, HFC, CFC |
| Catégories et activités liées à d'autres émissions indirectes de GES (scope 3) comprises dans le calcul | Catégories 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14 et 15 au sens du GHG Protocol        |
| Année de référence  | 2022  |
| Émissions de l'année de référence en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub>                                | 29 879 735  |

Un meilleur relevé des données a généré le passage au AR6 du AR5, Fifth Assessment Report (cinquième rapport d'évaluation) du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), ce qui se répercute dans les résultats. L'année de référence 2022 sera donc révisée et mise à jour courant 2024 pour garantir une meilleure comparabilité.

Nos engagements dans le cadre de l'initiative SBT (Science Based Targets Initiative) ayant été pris en 2022, cette même année a été définie comme année de référence.

Les émissions indirectes de GES (scope 3) ont été calculées selon la norme ISO14064 et les directives du Greenhouse Gas Protocol (GHG-Protocol), à l'aide des bases de données suivantes:

- DEFRA 2022
- WFLDB v.3.9
- ecoinvent 3.9

## MESURES

- Objectifs de processus: collaboration avec le WWF pour définir des objectifs de processus dans le domaine des émissions dans la chaîne d'approvisionnement
- Limitation des collaborations futures aux fournisseurs stratégiques qui affichent des objectifs climatiques ambitieux et s'engagent à protéger le climat
- Compensation des émissions: compensation des émissions générées par l'importation de produits par voie aérienne – limitée au minimum –, en collaboration avec le WWF
- Acte n° 407: poursuite avec succès du projet pilote de salades en hydroponie et de tomates cultivées dans des serres chauffées à l'énergie non fossile en Suisse

## **PRODUCTION**

**DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE,  
NOUS METTONS EN ŒUVRE  
DES MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPONS DES  
PROJETS CIBLÉS.**

### **COMMENTAIRE**

En 2023, nous avons à nouveau relevé notre empreinte carbone pour l'ensemble du groupe Coop, entamé l'élaboration de plans d'action pour réduire notre impact au-delà de 2026 et formulé des propositions d'objectifs allant dans le sens de l'iSBT.

### **MESURES**

- Bell Suisse – projet du Fonds: poursuite du projet de réduction de méthane dans l'élevage de vaches allaitantes

**COMMERCE DE GROS**

**DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE,  
NOUS METTONS EN ŒUVRE  
DES MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPONS DES  
PROJETS CIBLÉS.**

### **COMMENTAIRE**

En 2023, nous avons à nouveau relevé notre empreinte carbone pour l'ensemble du groupe Coop, entamé l'élaboration de plans d'action pour réduire notre impact au-delà de 2026 et formulé des propositions d'objectifs allant dans le sens de l'iSBT.

# SANTÉ DES SOLS

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

La composition et la fertilité des sols est capitale pour l’approvisionnement alimentaire en quantité suffisante d’une population mondiale en constante augmentation. Elle a aussi un impact sur le changement climatique, le sol étant le deuxième puits de carbone après les océans. Qui plus est, environ deux tiers de toutes les espèces vivent sous la surface de la terre. L’état des sols a par conséquent des répercussions directes et indirectes sur la biodiversité. En tant qu’entreprise opérant à l’échelle internationale, nous sommes conscients de notre res-

ponsabilité dans la protection des ressources naturelles. Nous nous engageons donc en faveur d’une agriculture qui préserve la fertilité du sol, considère la biodiversité des sols comme une base de la vie et s’efforce de maintenir l’équilibre au sein des écosystèmes naturels. Parce que la santé des sols est cruciale, nous la prenons en compte de manière globale dans l’ensemble du groupe Coop, en soutenant l’agriculture biologique, en appliquant des normes de développement durable et en suivant notre Directive sur l’utilisation des pesticides.



**NOUS PRÉSERVONS  
LA SANTÉ DES SOLS.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## COMMERCE DE DÉTAIL

# DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE, NOUS METTONS EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPONS DES PROJETS CIBLÉS.

Pour en savoir plus: [Policy Paper Sol](#)

## MESURES

- Nouveau projet du Fonds: lancement du projet interdisciplinaire "Living Soils" en soutien à la fertilité des sols et à la biodiversité
- Objectifs de processus: collaboration avec le WWF pour définir des objectifs de processus dans le domaine de l'eau et de la biodiversité
- Promotion du bio: promotion de l'agriculture biologique
- Normes: mise en œuvre systématique de normes de développement durable minimales pour les matières premières critiques dans la culture et la production
- Analyse: analyse de nos chaînes d'approvisionnement d'ici à 2026 afin d'identifier les produits provenant de régions à risque en termes de dégradation des sols et définition de mesures appropriées
- Directive Pesticides: directive comprenant notre propre liste négative des produits phytosanitaires interdits, applicable à tous nos fournisseurs de marques propres

## PRODUCTION

**DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE,  
NOUS METTONS EN ŒUVRE  
DES MESURES SPÉCIFIQUES ET  
DÉVELOPPONS DES PROJETS  
CIBLÉS.**

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Sol](#)

### MESURES

- Nouveau projet du Fonds: lancement du projet interdisciplinaire "Living Soils" en soutien à la fertilité des sols et à la biodiversité
- Promotion du bio: promotion de l'agriculture biologique
- Normes: mise en œuvre systématique de normes de développement durable minimales pour les matières premières critiques dans la culture et la production
- Directive Pesticides: directive comprenant notre propre liste négative des produits phytosanitaires interdits, applicable à tous nos fournisseurs de marques propres

## COMMERCE DE GROS

**METTRE EN ŒUVRE DES  
MESURES SPÉCIFIQUES ET  
DÉVELOPPER DES PROJETS  
CIBLÉS DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE  
DANS LES ANNÉES À VENIR.**

Pour en savoir plus: [Policy Paper Sol](#)

### **MESURES**

- Promotion du bio: promotion de l'agriculture biologique
- Normes: mise en œuvre systématique de normes de développement durable minimales pour les matières premières critiques dans la culture et la production

# PÊCHE DURABLE ET PROTECTION DES MERS ET OCÉANS

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), 34% des stocks mondiaux de poissons sont aujourd'hui surexploités et 60% sont en passe de l'être.

La disparition de certains spécimens dans la chaîne alimentaire fragile des océans bouleverse profondément la composition des espèces animales et végétales naturellement présentes ainsi que l'équilibre des écosystèmes marins, ce qui accélère encore le déclin de leur biodiversité. Pour l'ensemble du groupe Coop, nous prônons une pêche durable et nous engageons en faveur de quotas fixés sur la base d'avis scientifiques et de pratiques de pêches respectueuses. En tant que

membre fondateur du WWF Seafood Group, nous soumettons régulièrement l'intégralité de notre assortiment de poisson et de fruits de mer au contrôle du WWF pour assurer qu'il respecte les principes du développement durable. Nous appliquons des normes durables dans nos assortiments et soutenons la recherche d'aliments alternatifs pour les élevages par l'intermédiaire du Fonds Coop pour le développement durable. Par ailleurs, l'évolution des normes internationales existantes est un sujet primordial à nos yeux, raison pour laquelle nous participons activement à des projets dans ce domaine.



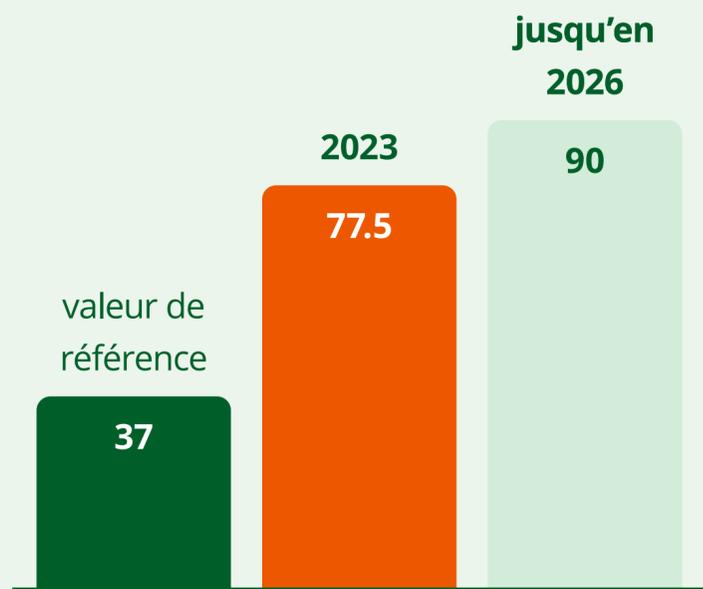
**NOUS NOUS ENGAGEONS  
CONTRE LA SURPÊCHE DANS  
LES MERS ET LES OCÉANS ET  
PRIVILÉGIONS LES MÉTHODES  
DE PÊCHE DURABLES.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

# APPLIQUER LES NORMES MINIMALES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR 100% DU POISSON ET DES FRUITS DE MER UTILISÉS DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUES PROPRES.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** les informations concernant les normes reconnues se trouvent dans la feuille de route "[Matières premières – Commerce de détail](#)"

### COMMENTAIRE

En 2023, avec un résultat de 77.5%, nous avons manqué de peu notre objectif annuel en matière d'application de normes durables minimales pour le poisson et les fruits de mer.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Pêche durable](#)

### REMARQUE

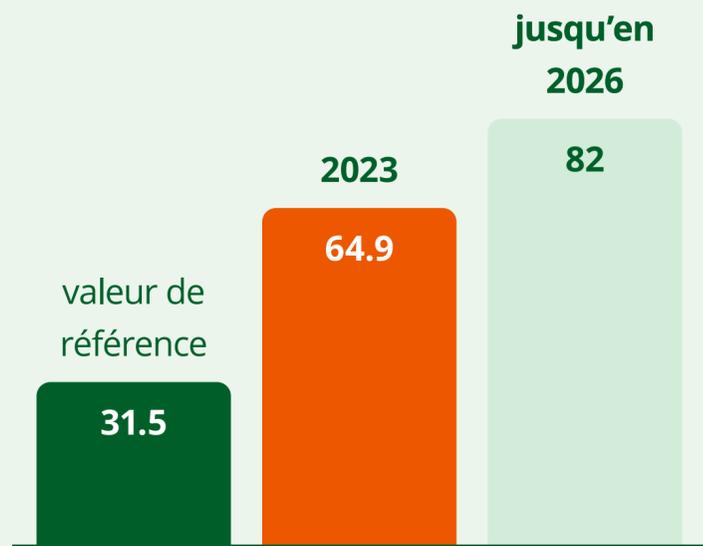
Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

### MESURES

- Évaluation de l'assortiment par le WWF: examen et évaluation annuels par le WWF de l'ensemble de notre assortiment de poisson et fruits de mer
- Vérification du niveau de réalisation des objectifs par le WWF: examen et validation par le WWF de notre objectif en matière de poisson et de fruits de mer
- Application de la Directive Approvisionnement durable Poissons et fruits de mer et de la Liste des produits et pratiques interdits en matière de bien-être animal: ces documents sont contraignants pour l'ensemble de nos fournisseuses et fournisseurs de produits de marques propres et d'articles de marques
- Transparence pour la clientèle: guide d'achat élaboré en collaboration avec le WWF pour une vue d'ensemble transparente des espèces de poissons durables
- Composition de l'assortiment: assortiment certifié ASC et MSC
- Projet du Fonds: poursuite avec succès du projet d'approvisionnement en crevettes indiennes certifiées ASC et Bio Suisse
- Projet du Fonds: poursuite avec succès du projet de recherche portant sur la mesurabilité du bien-être des poissons d'élevage

## OBJECTIF: PRODUCTION

# APPLIQUER LES NORMES MINIMALES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR 90% DU POISSON ET DES FRUITS DE MER UTILISÉS DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUES PROPRES.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** les informations concernant les normes reconnues se trouvent dans la feuille de route "[Matières premières – Production](#)"

### COMMENTAIRE

En 2023, avec un résultat de 64.9%, nous avons manqué de peu notre objectif annuel en matière d'application de normes durables minimales pour le poisson et les fruits de mer.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Pêche durable](#)

### REMARQUE

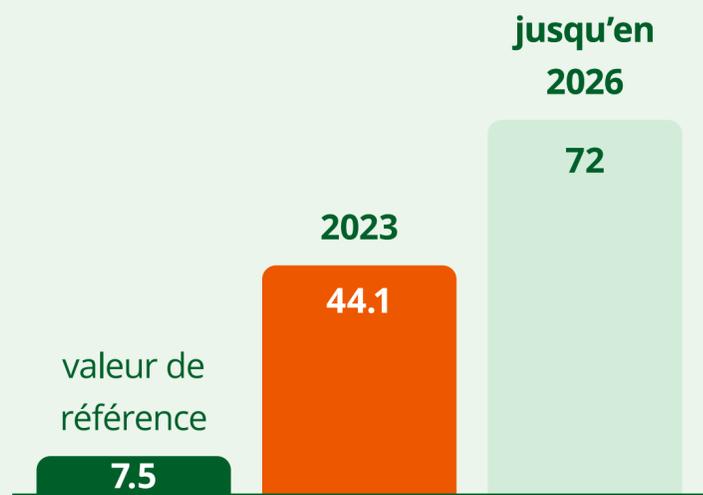
Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

### MESURES

- Normes: mise en œuvre systématique de normes de développement durable minimales pour les matières premières critiques dans la culture et la production
- Évaluation de l'assortiment par le WWF: examen et évaluation annuels par le WWF de l'ensemble de notre assortiment de poisson et fruits de mer
- Bell Food Group: promotion d'un approvisionnement responsable de denrées alimentaires grâce à la liste "à bannir" qui répertorie les produits issus d'espèces menacées ou de modes d'élevage cruels ou non adaptés à l'espèce

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

# APPLIQUER LES NORMES MINIMALES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR 75% DU POISSON ET DES FRUITS DE MER UTILISÉS DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUES PROPRES.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** les informations concernant les normes reconnues se trouvent dans la feuille de route "[Matières premières – Commerce de gros](#)"

### COMMENTAIRE

En 2023, 44.1% de nos poissons et fruits de mer remplissaient des normes minimales en matière de développement durable, ce qui veut dire que notre objectif annuel n'a pas été atteint.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Pêche durable](#)

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

À partir de 2023, l'objectif pour le commerce de gros est défini sur la base du score attribué par le WWF, que cet organisme se charge aussi de vérifier. Il n'existe pas de partenariat entre le groupe Transgourmet et le WWF.

## Faits marquants

Transgourmet Autriche: conversion du saumon Quality au label ASC

### MESURES

- Évaluation de l'assortiment par le WWF: premier examen effectué par le WWF de l'ensemble de notre assortiment de poisson et fruits de mer de marques propres
- Normes: mise en œuvre systématique de normes de développement durable minimales pour les matières premières critiques dans la culture et la production

# PROMOUVOIR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Pour les œufs, le lait et la viande, nous voulons, tout autant que nos clientes et clients, que ces matières premières proviennent exclusivement d'élevages respectueux des animaux. C'est la raison pour laquelle nous avons ancré profondément le bien-être animal dans notre stratégie. Celui-ci englobe non seulement la santé et le bien-être des animaux, mais aussi la possibilité pour les animaux de rente de pouvoir adopter leurs comportements naturels. Afin de garantir un élevage adapté aux espèces, nous nous appuyons sur des normes strictes et reconnues en matière de bien-être animal, nous encourageons des solutions innovantes visant à améliorer les conditions

d'élevage et nous nous démarquons grâce à des projets et programmes destinés à promouvoir le bien-être animal. En collaboration avec des partenaires externes, nous avons passé au crible les programmes existants en faveur du bien-être animal et les avons fait évaluer. Nous voulons assumer notre responsabilité de manière conséquente, c'est pourquoi nous avons établi une liste des pratiques interdites. Nous sommes transparents et avons une position claire vis-à-vis de nos fournisseurs concernant les méthodes de production qui ne correspondent pas à la définition suisse d'un élevage adapté à l'espèce.



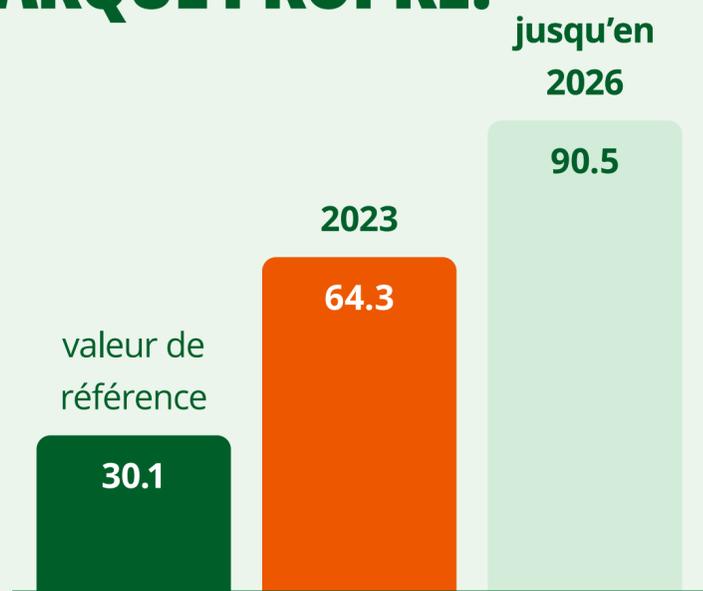
**NOUS ENCOURAGEONS LE BIEN-ÊTRE ANIMAL.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

# METTRE EN ŒUVRE DES NORMES PLUS FAVORABLES AU BIEN-ÊTRE ANIMAL QUE LA LÉGISLATION EN VIGUEUR POUR 90% DES MATIÈRES PREMIÈRES ANIMALES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** [Animal welfare matrix](#)

### COMMENTAIRE

En 2023, avec un résultat de 64.3%, nous n'avons pas atteint notre objectif annuel en matière d'application de normes de bien-être animal allant au-delà de la législation. Nous continuons donc nos efforts dans ce sens.

Pour plus d'informations, voir la feuille de route "[Matières premières – Commerce de détail](#)".

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

## Faits marquants

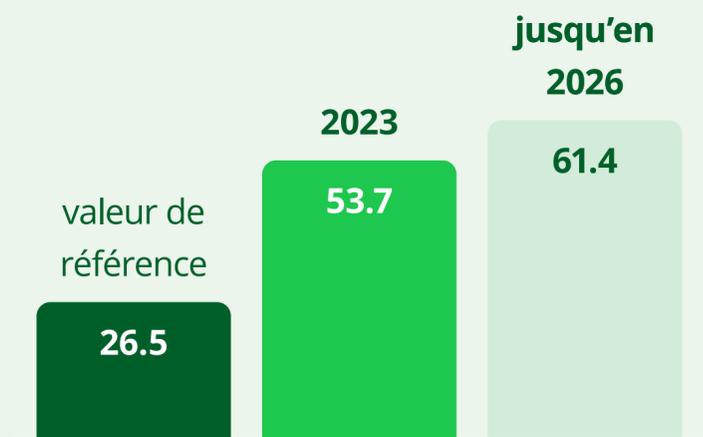
3 nouveaux projets du Fonds

### MESURES

- Liste des produits et pratiques interdits en matière de bien-être animal: s'applique à tous nos fournisseurs et fournisseuses de produits de marques propres et d'articles de marques
- Nouveau projet du Fonds: lancement d'un projet de recherche sur l'élevage de lapins SST, en collaboration avec la HAFL, la Haute école des sciences agronomiques, forestières et alimentaires
- Nouveau projet du Fonds: lancement d'un projet de recherche portant sur une alimentation 100% biologique dans l'élevage de porcs
- Nouveau projet du Fonds: lancement d'un projet de recherche sur l'élevage de poussins mâles, en collaboration avec le FiBL, l'Institut de recherche de l'agriculture biologique
- Projet du Fonds: poursuite avec succès du projet interdisciplinaire en faveur d'un abattage respectant les normes de bien-être animal les plus élevées
- Projet du Fonds: poursuite avec succès du projet de revalorisation des poules pondeuses réformées

## OBJECTIF 1: PRODUCTION

**METTRE EN ŒUVRE DES NORMES PLUS FAVORABLES AU BIEN-ÊTRE ANIMAL QUE LA LÉGISLATION EN VIGUEUR POUR 60% DES MATIÈRES PREMIÈRES ANIMALES UTILISÉES DANS NOS ENTREPRISES DE PRODUCTION EN SUISSE.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** [Animal welfare matrix](#)

### COMMENTAIRE

Le succès est net: nous avons atteint notre objectif annuel en 2023 et avançons dans le bon sens. En effet, 53.7% des matières premières animales utilisées dans nos entreprises de production en Suisse sont issues d'une production respectueuse des animaux.

Pour plus d'informations, voir la feuille de route "[Matières premières – Production](#)".

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

## OBJECTIF 2: PRODUCTION

# METTRE EN ŒUVRE DES NORMES PLUS FAVORABLES AU BIEN-ÊTRE ANIMAL QUE LA LÉGISLATION EN VIGUEUR POUR 22% DES MATIÈRES PREMIÈRES ANIMALES UTILISÉES DANS NOS ENTREPRISES DE PRODUCTION À L'ÉTRANGER.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** [Animal welfare matrix](#)

### COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, 23.7% des matières premières animales utilisées dans nos entreprises de production à l'étranger étaient issues d'une production respectueuse des animaux. Nous avons ainsi atteint notre objectif annuel et avançons dans le bon sens.

Pour plus d'informations, voir la feuille de route "[Matières premières – Production](#)".

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle interne approfondi de plausibilité effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

### MESURES

- Liste des produits et pratiques interdits en matière de bien-être animal: s'applique à tous nos fournisseurs et fournisseuses de produits de marques propres et d'articles de marques
- Bell – projet du Fonds: poursuite avec succès du projet interdisciplinaire en faveur d'un abattage respectant les normes de bien-être animal les plus élevées

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

# METTRE EN ŒUVRE DES NORMES PLUS FAVORABLES AU BIEN-ÊTRE ANIMAL QUE LA LÉGISLATION EN VIGUEUR POUR 45% DES MATIÈRES PREMIÈRES ANIMALES UTILISÉES DANS LA FABRICATION DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

**Standards acceptés:** [Animal welfare matrix](#)

### COMMENTAIRE

Nous avons manqué notre objectif annuel de justesse en 2023: 17.9% des matières premières animales utilisées dans nos produits de marques propres sont issues d'une production respectueuse des animaux.

Pour plus d'informations, voir la feuille de route "[Matières premières – Commerce de gros](#)"

### REMARQUE

Ce pourcentage est calculé sur la base des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part du chiffre d'affaires en 2019.

En raison du contrôle approfondi de plausibilité interne effectué entre temps, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

## Faits marquants

Transgourmet Suisse: 100% du lait de consommation et des œufs répondent à des normes respectueuses du bien-être animal

### MESURES

- Liste des produits et pratiques interdits en matière de bien-être animal: s'applique à tous nos fournisseurs et fournisseuses de produits de marques propres et d'articles de marques



2<sup>E</sup> PILIER

# PROTECTION DU CLIMAT ET DE L'ENVIRONNEMENT

Afin de protéger efficacement le climat et l'environnement, nous nous engageons en faveur d'objectifs basés sur des données scientifiques et avons signé la Science Based Targets Initiative (initiative SBT). Notre action est multiple: nous diminuons notre consommation d'énergie, nous investissons dans des solutions durables dans les domaines de la mobilité et de la logistique, nous réduisons nos émissions et notre consommation d'eau et nous misons sur la collaboration avec des fournisseurs et fournisseuses poursuivant eux aussi des objectifs climatiques basés sur des données scientifiques. En promouvant des cycles des matières fermés et des solutions d'emballage innovantes, nous nous engageons pour une gestion responsable des ressources naturelles et pour la protection de l'environnement.

# RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Que ce soient nos points de vente, notre logistique, nos entreprises de production ou notre commerce de gros, toutes nos activités nécessitent de l'énergie. Notre consommation d'énergie, ou plus précisément l'approvisionnement en énergie, engendre des émissions de gaz à effet de serre. Aussi, nous nous efforçons de la réduire systématiquement et misons sur des sources d'énergie renouvelables telles que l'eau, le vent et le soleil. Le nombre d'installations photovoltaïques qui équipent les toits de nos points de vente, de nos entreprises de production et de nos centrales de distribution ne cesse d'augmenter. Notre objectif pour 2050: couvrir plus de 40% de nos besoins énergétiques avec notre propre énergie solaire. Notre

gestion efficace des énergies, en recourant notamment à des moyens d'éclairage et à des appareils électriques à bon rendement, nous permet de réduire encore plus notre consommation d'électricité. Lorsque nous rénovons ou que nous construisons des bâtiments, nous choisissons systématiquement des énergies renouvelables pour les chauffer. Nous convertissons progressivement nos centrales de distribution et installations de production à la chaleur renouvelable et abandonnons en grande partie les énergies fossiles dans les locaux en location. Notre calcul prend en compte non seulement les Scope 1 et 2 mais aussi les catégories 3.8 et 3.14 de l'initiative SBT.



## NOUS RÉDUISONS NOTRE CONSOMMATION D'ÉNERGIE.

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## COMMERCE DE DÉTAIL

**Objectif:** conformément à nos engagements pris en 2022 dans le cadre de l'initiative SBT (Science Based Targets Initiative), nous avons décidé de nous concentrer sur la réduction des émissions de GES. C'est la raison pour laquelle, depuis 2023, nous ne visons plus d'objectifs spécifiques de réduction de la consommation énergétique, ni de part des sources d'énergie renouvelables.

### Consommation d'énergie du groupe Coop [GRI 302-1]

Consommation de carburant provenant de sources non renouvelables:

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Quantité en MWh             | 859 248   |
| Types de carburant utilisés | Mazout, gaz naturel, gaz de pétrole liquéfié (GPL), diesel, essence |

Consommation de carburant provenant de sources renouvelables:

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Menge in MWh                | 101 534  |
| Types de carburant utilisés | Biodiesel, biogaz, hydrogène, granulés de bois, plaquettes de bois |

Consommation d'électricité

|                 |           |
|-----------------|-----------|
| Quantité en MWh | 1 506 363 |
|-----------------|-----------|

Consommation d'énergie thermique

|                 |         |
|-----------------|---------|
| Quantité en MWh | 508 797 |
|-----------------|---------|

La consommation d'énergie de refroidissement n'a pas été relevée ni prise en compte dans le rapport car cette valeur n'est pas pertinente pour les activités commerciales du groupe Coop. Le groupe Coop n'achète pas d'énergie frigorifique, mais la produit à l'aide de machines frigorifiques. Le courant consommé par ces machines est compris dans la consommation électrique indiquée dans le rapport.

La consommation de vapeur n'est pas mentionnée, cette mesure n'étant pas pertinente pour les activités commerciales du groupe Coop, qui produit lui-même la vapeur dont il a besoin. La part d'énergie thermique nécessaire à la production de vapeur est comprise dans la consommation d'énergie thermique indiquée dans le rapport.

Sa consommation d'électricité étant élevée, le groupe Coop ne revend que très peu du surplus produit par ses installations photovoltaïques. Cette petite quantité d'électricité injectée dans le réseau n'est donc pas mesurée séparément.

Consommation énergétique totale du groupe Coop

|                 |           |
|-----------------|-----------|
| Quantité en MWh | 2 592 313 |
|-----------------|-----------|

Dans la vente au détail, les chiffres-clés enregistrés séparément sont les consommations électrique et thermique, les données de transport et les pertes de fluide frigorigène. Les consommations énergétiques sont relevées selon le type d'énergie dont il s'agit:

- L'électricité est achetée et comptabilisée de manière centralisée par un prestataire de services externe. Cela signifie que les données concernant l'électricité nécessaire à la vente au détail peuvent être transmises de manière centralisée et attribuées individuellement à chaque site au moyen d'un identifiant. On relève en début d'année la consommation d'électricité de l'année qui vient de s'écouler.
- La consommation d'énergie thermique est mesurée par monitoring, lue manuellement ou estimée. Le monitoring est utilisé dans tous les sites munis d'un système de mesure de l'énergie. Dans les points de vente qui n'en sont pas munis, la consommation annuelle d'énergie thermique est estimée sur la base de la surface de vente et d'une répartition représentative des vecteurs de chauffage. Les hypothèses de base de l'estimation sont plutôt sous-estimées.

Dans chaque centrale de distribution et boulangerie Coop, une personne est responsable du relevé de la consommation thermique. Cette personne collecte les données sur les compteurs ou sur les factures du prestataire externe. Les données sont ensuite directement saisies dans le système de gestion de l'énergie.

La consommation d'énergie due au transport est mesurée sur la base du carburant consommé. Dans chaque entité commerciale, une personne est chargée d'enregistrer et de transmettre en début d'année la consommation de carburant de l'année qui vient de s'écouler. Dans chaque site de production de Coop Société coopérative, une personne est responsable de la saisie des données, tout comme dans les centrales de distribution et les boulangeries Coop.

Bell Food Group effectue son propre monitoring énergétique des installations de production. Les données comprennent la consommation d'électricité, de chaleur et de combustible. Elles sont enregistrées et transmises en février pour l'année civile précédente.

Dans le commerce de gros, pour chaque société nationale du groupe Transgourmet, une personne est responsable du relevé des consommations électrique et thermique, des données de transport et de la perte de fluide frigorigène. Les données sont enregistrées et transmises dans le système de gestion de l'énergie en février pour l'année qui vient de s'écouler.

Les pouvoirs calorifiques des différentes substances proviennent du Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) ou de l'Office fédéral de l'environnement (OFEV). Les consommations thermiques annuelles spécifiques proviennent de la Société suisse des ingénieurs et des architectes (SIA).

## Intensité énergétique dans le groupe Coop [GRI 302-3]

|  |  |
|--|--|
| <b>Intensité énergétique en MWh par million de CHF</b>                         | 77.2   |
| <b>Paramètre spécifique à l'organisation utilisé pour calculer le quotient</b> | Produit net du groupe Coop en francs suisses   |
| <b>Types d'énergie compris dans les quotients d'intensité</b>                  | Électricité (à l'exclusion de celle provenant de la production propre), énergie thermique et carburant |

Le quotient ne tient compte que de la consommation d'énergie au sein de l'organisation.

## Réduction de la consommation d'énergie du groupe Coop [GRI 302-4]

|   |  |
|---|--|
| <b>Réduction découlant directement des mesures visant à économiser l'énergie et à augmenter l'efficacité énergétique, exprimée en MWh</b> | 32 725   |
| <b>Types d'énergie compris dans la réduction</b>  | Électricité (à l'exclusion de celle provenant de la production propre), énergie thermique et carburant |

On trouvera des informations sur la méthodologie de relevé de la consommation d'énergie au point GRI 302-1. Nos engagements dans le cadre de l'initiative SBT (Science Based Targets Initiative) ayant été pris en 2022, cette même année a été définie comme année de référence, pour la consommation d'énergie comme pour les émissions de gaz à effet de serre.

## MESURES

- Planification et optimisation des projets de transformation ou de construction de nos magasins, entrepôts ou bâtiments administratifs dans le respect de prescriptions écologiques et du standard Minergie
- Utilisation d'un éclairage 100% LED lors de la construction de nouveaux magasins et transition progressive vers ce type d'éclairage lors de la transformation ou de la rénovation de points de vente
- Achat d'électricité faiblement génératrice de CO<sub>2</sub>
- Mise en place d'installations photovoltaïques sur les toits de nos magasins et centres logistiques afin d'augmenter notre autonomie énergétique
- Installation de meubles réfrigérés fermés et utilisation des rejets thermiques des installations frigorifiques

## PRODUCTION

**Objectif:** conformément à nos engagements pris en 2022 dans le cadre de l'initiative SBT (Science based targets initiative), nous avons décidé de nous concentrer sur la réduction des émissions de GES. C'est la raison pour laquelle, depuis 2023, nous ne visons plus d'objectifs spécifiques de réduction de la consommation énergétique, ni de part des sources d'énergie renouvelables.

## MESURES

- Planification et optimisation des projets de transformation ou de construction de nos sites de production, entrepôts ou bâtiments administratifs dans le respect des prescriptions écologiques et du standard Minergie
- Mise en place d'installations photovoltaïques sur les toits de nos sites de production afin d'augmenter notre autonomie énergétique
- Réutilisation du froid et de la chaleur issus des procédés de fabrication
- Utilisation d'énergies renouvelables pour la production de chaleur (p. ex. plaquettes de bois ou pompes à chaleur)
- Achat d'électricité faiblement génératrice de CO<sub>2</sub> et optimisation du mix électrique dans les sites de production à l'étranger
- Réalisation d'analyses de la consommation d'énergie afin d'identifier les améliorations possibles dans la transformation, et définition de mesures
- Eisberg Österreich – Réduction de l'utilisation d'eau glacée pour économiser de l'électricité et réduire les émissions de CO<sub>2</sub>

## Faits marquants

Reismühle Nutrex: réduction de la consommation électrique de 11% grâce à une nouvelle technologie de production.

## COMMERCE DE GROS

**Objectif:** conformément à nos engagements pris en 2022 dans le cadre de l'initiative SBT (Science based targets initiative), nous avons décidé de nous concentrer sur la réduction des émissions de GES. C'est la raison pour laquelle, depuis 2023, nous ne visons plus d'objectifs spécifiques de réduction de la consommation énergétique.

## MESURES

- Planification et optimisation des projets de transformation ou de construction de nos magasins, entrepôts ou bâtiments administratifs dans le respect de prescriptions écologiques et du standard Minergie
- Achat d'électricité faiblement génératrice de CO<sub>2</sub>
- Utilisation d'énergies renouvelables pour la production de chaleur
- Transgourmet Pologne – construction d'une nouvelle installation photovoltaïque et transformation d'installations au CO<sub>2</sub> et de récupération de la chaleur

## Faits marquants

Transgourmet Pologne: construction d'une nouvelle installation photovoltaïque.

# ÉMISSIONS DIRECTES

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Par son activité de commerce de détail et de gros et par la production de denrées alimentaires, le groupe Coop génère chaque année une empreinte carbone importante. Partant de ce constat, nous nous sommes engagés en 2022 à nous aligner sur les objectifs de l'initiative SBT. Nous formulerons en 2024 nos intentions précises pour 2030. Seule une petite partie de nos émissions relève des Scope 1 et 2. Néanmoins, au vu de notre engagement global, il est important ici aussi de les réduire à zéro. Sont visées les émissions directes, c'est-à-dire qui proviennent de sources directement contrôlées par l'entreprise, comme les camions ou le chauffage, ainsi que les émissions engendrées par l'achat d'énergie, telle que l'électricité ou la chaleur. Les émissions générées par les voyages d'affaires de nos collaboratrices et collaborateurs, les livraisons des commandes passées sur coop.ch, les transports aériens de marchandise et les véhicules de service sont compensées dans le cadre de pro-

jets de protection du climat tout au long de notre propre chaîne d'approvisionnement.

Afin de réduire durablement les émissions générées aux étapes en amont de notre chaîne de valeur, nous travaillons avec des fournisseurs et fournisseuses d'importance stratégique qui poursuivent des objectifs climatiques basés sur des données scientifiques. Par ailleurs, nous mettons en œuvre des projets visant à réduire les émissions de CO<sub>2</sub>e tout au long de nos chaînes d'approvisionnement. Chaque année, nous discutons en toute transparence de notre engagement climatique avec notre partenaire, le WWF, des acteurs du monde scientifique et des ONG. Ceci nous permet de définir un niveau d'ambitions en rapport avec nos objectifs. De plus, nous échangeons avec d'autres entreprises ayant une approche similaire à la nôtre afin d'harmoniser nos mesures, nos méthodes de calcul et nos indicateurs, et de gagner en efficacité.



## NOUS ÉVITONS ET RÉDUISONS NOS ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub>E

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF 1: COMMERCE DE DÉTAIL

# EN TANT QUE GROUPE COOP, RÉDUIRE LES ÉMISSIONS CO<sub>2</sub>E ABSOLUES DANS LE SCOPE 1 ET LE SCOPE 2 DE 21% PAR RAPPORT À 2022.

✓ ATTEINT

## COMMENTAIRE

Le succès est net: nos émissions de CO<sub>2</sub>e ont chuté de 19.8% en 2023. Nous avons ainsi dépassé notre objectif annuel et sommes sur la bonne voie.

### Émissions directes de GES (scope 1) du groupe Coop [GRI 305-1]

|  |         |
|--|---------|
| Volume brut d'émissions directes de GES (scope 1) en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub> | 231 963 |
| Gaz compris dans le calcul   | tous    |
| Émissions de CO <sub>2</sub> d'origine biogène en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub>    | 27 766  |
| Année de référence pour le calcul  | 2022    |
| Émissions de l'année de référence en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub>                 | 233 796 |

Nos engagements dans le cadre de l'initiative SBT (Science Based Targets Initiative) ayant été pris en 2022, cette même année a été définie comme année de référence. Les émissions de CO<sub>2</sub>e ont été calculées selon le principe du contrôle opérationnel préconisé par le "GHG Protocol".

Les facteurs d'émission pour les combustibles et carburants proviennent de l'"Advanced User Set 2022" du Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA). Les potentiels d'effet de serre (Potentiel de Réchauffement Global PRG ou GWP) des fluides frigorigènes proviennent de la Vue d'ensemble des principaux fluides frigorigènes de l'Office fédéral de l'environnement (OFEV). Il a été fait usage du contrôle des processus opérationnels et toutes les unités commerciales intégralement consolidées ont été prises en compte, quand cela s'avérait pertinent. Les émissions ont été calculées dans le plus strict respect du GHG-Protocol, à l'aide d'un logiciel ESG.

## Émissions indirectes de GES associées à l'énergie du groupe Coop (Scope 2) [GRI 305-2]

|  |         |
|--|---------|
| Volume brut d'émissions indirectes de GES par sites (scope 2) en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub>                                 | 183 307 |
| Volume brut d'émissions indirectes de GES associées à l'énergie par types de marché (scope 2) en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub> | 52 841  |
| Gaz compris dans le calcul   | tous    |
| Année de référence pour le calcul  | 2022    |
| Émissions de l'année de référence en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub>   | 130 844 |

Nos engagements dans le cadre de l'initiative SBT (Science Based Targets Initiative) ayant été pris en 2022, cette même année a été définie comme année de référence. Les facteurs d'émission de l'électricité ont été empruntés à ecoinvent ou, pour les mix résiduels respectifs, à l'Association of Issuing Bodies (AIB). Il a été fait usage du contrôle des processus opérationnels et toutes les unités commerciales intégralement consolidées ont été prises en compte, quand cela s'avérait pertinent. Les émissions ont été calculées dans le plus strict respect du Greenhouse Gas Protocol (GHG-Protocol), à l'aide d'un logiciel ESG..

## Intensité des émissions de gaz à effet de serre du groupe Coop [GRI 305-4]

|   |  |
|---|--|
| Intensité des émissions de gaz à effet de serre en tonnes de CO <sub>2</sub> e par million de CHF | 8.5  |
| Paramètre spécifique à l'organisation utilisé pour calculer le quotient                           | Produit net du groupe Coop en francs suisses   |
| Types d'émissions de GES compris dans les quotients d'intensité                                   | Émissions directes (scope 1) et émissions indirectes associées à l'énergie (scope 2) |
| Gaz compris dans le calcul  | tous   |

## Baisse des émissions de gaz à effet de serre du groupe Coop [GRI 305-5]

|   |        |
|---|--------|
| Réduction découlant directement des mesures visant à réduire les émissions de GES, en tonnes d'équivalent CO <sub>2</sub> | 70 253 |
| Gaz compris dans le calcul  | tous   |
| Année de référence  | 2022   |

Nos engagements dans le cadre de l'initiative SBT (Science Based Targets Initiative) ayant été pris en 2022, cette même année a été définie comme année de référence.

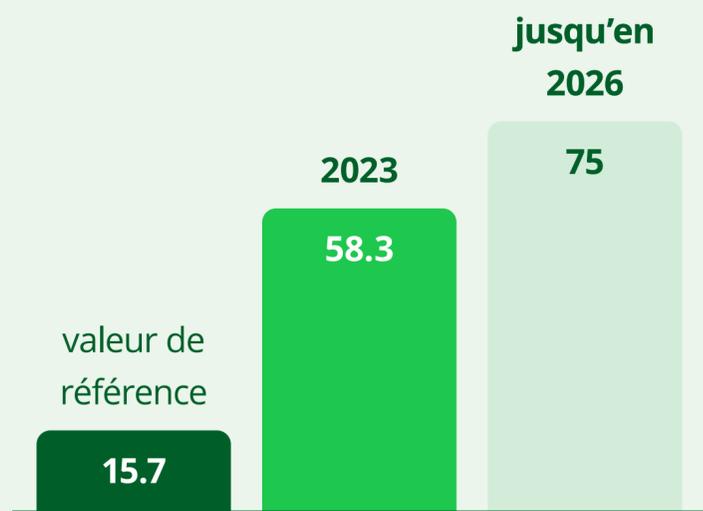
Catégories (scopes) dans lesquelles il y a eu réduction: la réduction des émissions de gaz à effet de serre ne peut être rattachée à une catégorie spécifique (scope). Un meilleur relevé des données a généré le passage au AR6 du AR5, Fifth Assessment Report (cinquième rapport d'évaluation) du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), ce qui se répercute sur les résultats. L'année de référence 2022 sera donc révisée et mise à jour courant 2024 pour garantir une meilleure comparabilité.

Nous avons toutefois obtenu les réductions d'émissions grâce, entre autres, aux mesures suivantes: dans le domaine du transport, l'utilisation de biocarburants a augmenté par rapport à l'année précédente. En ce qui concerne l'énergie consommée pour le chauffage, le remplacement des combustibles fossiles par des combustibles de sources renouvelables a progressé. Diverses mesures d'optimisation prises dans les sites de production ont permis de réduire la consommation de combustibles fossiles.

Les émissions ont été calculées dans le plus strict respect du Greenhouse Gas Protocol (GHG-Protocol), à l'aide d'un logiciel ESG.

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE DÉTAIL

# OBTENIR DE 75% DE NOS FOURNISSEURS D'IMPORTANCE STRATÉGIQUE L'ASSURANCE QU'ILS POURSUIVRE DES OBJECTIFS CLIMATIQUES FONDÉS SUR DES DONNÉES SCIENTIFIQUES.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

## COMMENTAIRE

Le succès est net: 58.3% de nos fournisseurs et fournisseuses d'importance stratégique poursuivent des objectifs climatiques fondés sur des données scientifiques. Nous avons ainsi atteint notre objectif annuel et avançons dans le bon sens.

Font partie des fournisseurs et fournisseuses d'importance stratégique ceux qui contribuent à environ 80% des ventes. Cet objectif nous permet donc d'obtenir le meilleur effet de levier possible. Le pourcentage est calculé à partir des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part de chiffre d'affaires en 2021.

## REMARQUE

Par "objectifs climatiques basés sur des données scientifiques", nous entendons les objectifs de réduction d'émissions pour le scope 1, le scope 2 et le scope 3 visant à contenir le réchauffement mondial en dessous de 2°C d'ici à 2050. Les données collectées à cet effet comprennent également celles des fournisseurs classés comme "committed" selon les critères de la Science Based Targets Initiative.

## MESURES

- Adhésion aux principes de la Science Based Targets Initiative (initiative SBT) et à ses objectifs de réduction d'émissions basés sur des données scientifiques

- Discussion de l'adhésion à l'initiative SBT en amont avec notre partenaire, le WWF, qui l'approuve et la soutient explicitement. Intégration des objectifs de cette initiative dans l'accord de prestation qui existe entre Coop et le WWF, dans le volet sur la protection du climat
- Rôle pionnier dans le domaine de la mobilité hydrogène en tant que fondatrice de l'association Mobilité H2 et grâce à la construction de la première station-service à hydrogène publique du pays
- Promotion de l'électromobilité
- Utilisation, pour nos camions, de biodiesel neutre en CO<sub>2</sub> produit à partir de déchets organiques (p. ex. l'huile de friture provenant de nos entreprises de production et de nos restaurants)
- Directive Construction durable pour les nouveaux bâtiments et les transformations
- Membre fondateur du WWF Climate Savers et aujourd'hui "Climate Partner" du WWF
- Limitation au strict minimum des transports de marchandises par avion
- Compensation ciblée des émissions générées par le transport de nos marchandises par avion, nos livraisons de coop.ch et nos voyages d'affaires
- Mise en œuvre de projets de protection du climat répondant à la norme Gold Standard, en collaboration avec le WWF
- Projet du Fonds: poursuite du projet de protection du climat au Brésil avec Fair Recycling

## OBJECTIF: PRODUCTION

**EN TANT QUE GROUPE COOP,  
RÉDUIRE LES ÉMISSIONS CO<sub>2</sub>E  
ABSOLUES DANS LE SCOPE 1  
ET LE SCOPE 2 DE 21% PAR  
RAPPORT À 2022.**

### Faits marquants

Halba et Bell Food Group: calcul  
de l'empreinte CO<sub>2</sub>e globale

### COMMENTAIRE

Nous poursuivons un objectif global en matière d'émissions de CO<sub>2</sub>e au niveau du groupe Coop. Notre progrès dans ce domaine est abordé au paragraphe "Commerce de détail".

### MESURES

- Adhésion aux principes de la Science Based Targets Initiative (initiative SBT) et à ses objectifs de réduction d'émissions basés sur des données scientifiques
- Utilisation, pour nos camions, de biodiesel neutre en CO<sub>2</sub> produit à partir de déchets organiques (p. ex. l'huile de friture provenant de nos entreprises de production et de nos restaurants)
- Directive Construction durable pour les nouveaux bâtiments et les transformations

## **OBJECTIF 1: COMMERCE DE GROS**

**EN TANT QUE GROUPE COOP,  
RÉDUIRE LES ÉMISSIONS CO<sub>2</sub>E  
ABSOLUES DANS LE SCOPE 1 ET  
LE SCOPE 2 DE 21% PAR  
RAPPORT À 2022.**

### **COMMENTAIRE**

Nous poursuivons un objectif global en matière d'émissions de CO<sub>2</sub>e au niveau du groupe Coop. Notre progrès dans ce domaine est abordé au paragraphe "Commerce de détail".

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE GROS

# OBTENIR DE 50% DE NOS FOURNISSEURS DE PRODUITS DE MARQUE PROPRE D'IMPORTANCE STRATÉGIQUE L'ASSURANCE QU'ILS POURSUIVRE DES OBJECTIFS CLIMATIQUES FONDÉS SUR DES DONNÉES SCIENTIFIQUES.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

### COMMENTAIRE

17.3% de nos fournisseurs et fournisseuses d'importance stratégique poursuivent des objectifs climatiques fondés sur des données scientifiques. Nous avons donc manqué de peu notre objectif annuel.

Font partie des fournisseurs et fournisseuses de produits de marque propre d'importance stratégique ceux qui contribuent à environ 80% des ventes. Cet objectif nous permet donc d'obtenir le meilleur effet de levier possible. Le pourcentage est calculé à partir des résultats des différentes unités commerciales, pondérés en fonction de leur part de chiffre d'affaires en 2021.

### REMARQUE

Par "objectifs climatiques basés sur des données scientifiques", nous entendons les objectifs de réduction d'émissions pour le scope 1, le scope 2 et le scope 3 visant à contenir le réchauffement mondial en dessous de 2°C d'ici à 2050. Les données collectées à cet effet comprennent également celles des fournisseurs classés comme "committed" selon les critères de la Science Based Targets Initiative.

### Faits marquants

Transgourmet Suisse: Plus de 50% des fournisseurs de marques propres d'importance stratégique adhèrent à l'initiative Science Based Targets (SBTi)

### MESURES

- Adhésion aux principes de la Science Based Targets Initiative (initiative SBT) et à ses objectifs de réduction d'émissions basés sur des données scientifiques
- Transgourmet Allemagne: émissions de CO<sub>2</sub>e évitées grâce à la réduction des arrêts dans les tournées de livraison par les client·e·s grâce au concept de sensibilisation "Logistique verte"

# TRANSPORT DE MARCHANDISES RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Autre sujet important pour le groupe Coop: le transport de marchandises. Tous les jours, nos marchandises doivent être transportées à nos magasins de détail et de gros. Ces transports sont source d'émissions et nous rendent tributaires d'infrastructures adaptées. En ayant recours au transport ferroviaire pour nos marchandises à partir d'une distance de 90 kilomètres, nous réduisons l'impact climatique de notre logistique en Suisse et déchargeons considérablement le réseau routier. Avec près de 40%, nous sommes le détaillant dont la part des livraisons effectuées par le rail est la plus élevée de Suisse. Par ailleurs, nous misons sur des carburants alternatifs comme le biodiesel issu de déchets ou le biogaz, et nous soutenons le développement de carburants innovants tels que l'hydrogène. Nous réduisons nos transports aériens au strict minimum. Pour les transports par avion qui ne peuvent être évités dans le commerce de détail,

les voyages d'affaires et les livraisons des commandes sur coop.ch, nous assumons nos responsabilités en investissant dans des projets de protection du climat avec le WWF le long de nos chaînes d'approvisionnement. En intégrant dans notre assortiment du commerce de détail et de commerce de gros des articles saisonniers et régionaux, nous favorisons les achats de produits transportés sur de courtes distances. En dehors de la Suisse aussi, nous misons sur des moyens de transport à faibles émissions dans les pays européens où nous sommes actifs dans le commerce de gros. En matière de protection du climat, nous impliquons régulièrement nos parties prenantes dans la planification de nos mesures, car cela nous permet des échanges constructifs. De plus, nous faisons partie du réseau "lean&green" qui regroupe des entreprises ayant des objectifs et des visions similaires à la nôtre et promouvant une approche durable des transports.



**NOUS PASSONS DE LA ROUTE  
AU RAIL AVEC RAILCARE POUR  
LE TRANSPORT DES  
MARCHANDISES EN SUISSE.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



”

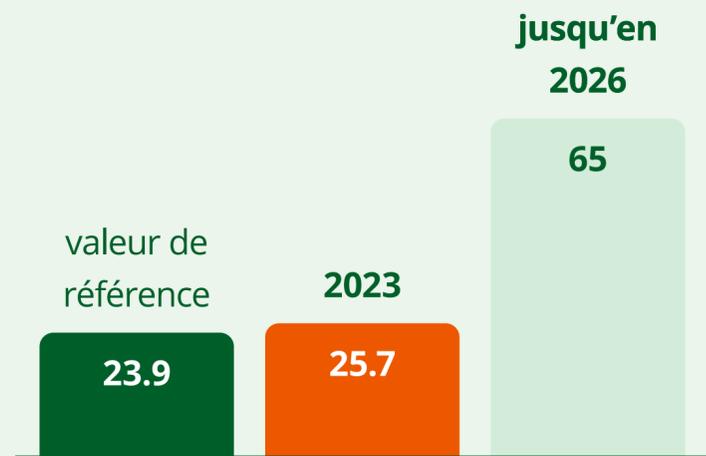
**LE WWF ATTEND UN ENGAGEMENT FORT DE COOP EN FAVEUR DE LA PROTECTION DU CLIMAT. CELA COMPREND DES OBJECTIFS AMBITIEUX EN MATIÈRE DE CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT, LA MISE EN PLACE D'ACTION CONCRÈTES AINSI QU'UNE COMMUNICATION TRANSPARENTE DES RÉSULTATS.**

Thomas Vellacott  
CEO du WWF Suisse



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

**FAIRE EN SORTE QUE 65%  
DE NOS TRANSPORTS DE  
MARCHANDISES SOIENT  
ASSURÉS À FAIBLES ÉMISSIONS  
(NOS PROPRES MOYENS DE  
TRANSPORTS).**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

## COMMENTAIRE

Avec un résultat de 25.7%, nous n'avons pas atteint notre objectif pour 2023 en matière de transports de marchandises à faibles émissions. Nous continuons donc nos efforts dans ce sens.

## MESURES

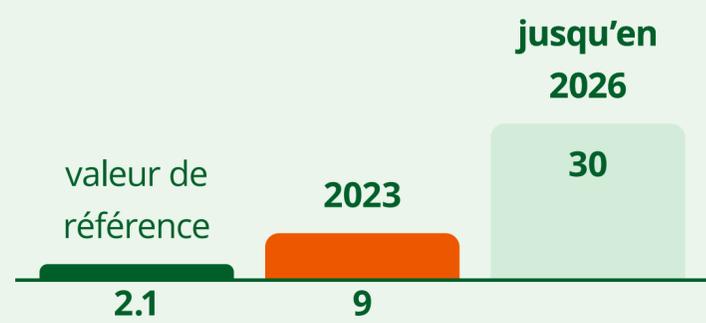
- Projet du Fonds: l'étude pour le transport maritime de fleurs coupées en provenance d'Afrique a progressé
- Transfert systématique de la route au rail pour nos transports de marchandises à partir de 90 kilomètres de distance
- Cargo sous terrain (CST): transfert des transports de marchandises sous la terre; participation au lancement puis au développement du projet depuis ses débuts
- Utilisation de camions à hydrogène
- Utilisation de camions électriques
- Utilisation de biodiesel neutre en CO<sub>2</sub> issu de déchets organiques comme carburant pour nos camions
- Système d'analyse visant à optimiser les habitudes de conduite de nos conducteurs et conductrices de camions diesel
- Projet du Fonds: mise en place d'un réseau de stations-service à hydrogène couvrant l'ensemble du territoire suisse, en collaboration avec l'association Mobilité H2

## **PRODUCTION**

**METTRE EN ŒUVRE DES  
MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPER DANS LES  
ANNÉES À VENIR DES PROJETS  
CIBLÉS DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE.**

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

**FAIRE EN SORTE QUE 30%  
DE NOS TRANSPORTS DE  
MARCHANDISES SOIENT  
ASSURÉS À FAIBLES  
ÉMISSIONS (NOS PROPRES  
MOYENS DE TRANSPORTS).**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

### Faits marquants

Transgourmet Autriche:  
élargissement continu de la flotte  
de camions électriques.

### COMMENTAIRE

Avec un résultat de 9.0%, nous avons manqué de peu notre objectif pour 2023 en matière de transports de marchandises à faibles émissions. Nous continuons donc nos efforts dans ce sens.

### MESURES

- Amélioration de l'efficacité dans la logistique, transfert des transports de marchandises
- Promotion des systèmes de transport innovants basés sur les énergies renouvelables
- Développement et test de systèmes de mobilité porteurs d'avenir
- Conversion progressive aux carburants renouvelables des flottes de camions de toutes les sociétés nationales

# FERMER LE CYCLE DES MATIÈRES

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

La production et la vente de biens de consommation et de denrées alimentaires nécessitent des ressources qui sont produites à l'échelle mondiale. L'économie circulaire a donc un fort potentiel ici. Nous voulons réduire notre consommation en ressources et utiliser les matières le plus longtemps possible dans des cycles fermés. Pour cette raison, nous mettons en œuvre des projets innovants visant à utiliser les sous-produits de la production alimentaire, et bouclons le cycle des emballages en utilisant des solutions réutilisables par exemple dans la Logistique. Nous faisons partie du réseau "Circular Economy

Switzerland" et avons concrétisé notre engagement pour l'économie circulaire par la signature de la charte de ce réseau. Les déchets que nous ne pouvons éviter font l'objet d'un tri systématique, de sorte que les matières valorisables peuvent être recyclées. Grâce à des systèmes de commande flexibles, nous réduisons les déchets alimentaires au strict minimum et donnons à des associations caritatives les denrées non vendues dont la qualité est irréprochable. Les produits qui ne sont plus comestibles sont utilisés comme nourriture pour les animaux ou dans des installations de production de biogaz.



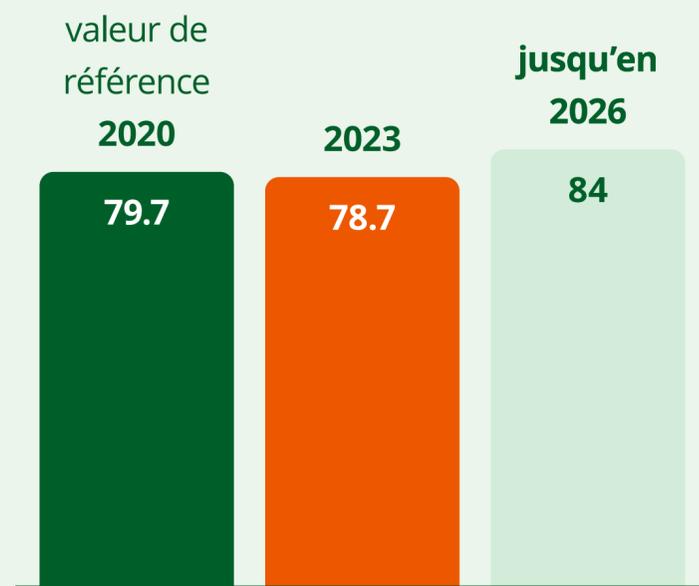
**NOUS BOUCLONS,  
RALENTISSONS ET  
RACCOURCISSONS NOS  
CYCLES DES MATIÈRES.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF 1: COMMERCE DE DÉTAIL

# MAINTENIR À 84% AU MOINS LA PART DES MATIÈRES VALORISÉES.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence 2020

### COMMENTAIRE

Avec un taux de valorisation de 78.7%, nous avons manqué de peu notre objectif pour 2023 et continuons donc nos efforts dans ce sens.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Économie circulaire](#)

### Production de déchets et impacts significatifs imputables aux déchets dans le commerce de détail [GRI 306-1]

La majorité des déchets provient des emballages (suremballages, emballages de transport, etc), des déchets alimentaires et des matériaux d'emballage rapportés par les client·e·s. Ces derniers sont surtout des bouteilles en PET, des bouteilles en plastique, des appareils électriques. Au total, les déchets se réduisent en 31 fractions différentes. La majorité des déchets provenant des emballages finaux et des produits obsolètes retournés par les client·e·s arrivent dans les points de vente. Ils sont triés puis transportés dans les centrales de distribution en vue de leur valorisation (recyclage ou valorisation thermique). Dans le commerce de détail, aucun déchet n'est produit qui soit directement dangereux pour l'humain ou pour l'environnement.

Dans l'ensemble du groupe Coop, la collecte des déchets concerne principalement ceux générés en interne. Dans le commerce de détail et de gros, une partie des déchets sont des retours des client·e·s.

### Gestion des impacts significatifs imputables aux déchets dans le groupe Coop [GRI 306-2]

Le groupe Coop poursuit des objectifs quantitatifs de part des matières valorisées (déchets faisant l'objet d'une valorisation matière par rapport au total des déchets générés) dans le cadre des objectifs pluriannuels de développement durable. Une consigne stricte dans ce sens a été donnée à tous les domaines de l'entreprise: la part visée doit être atteinte d'ici la fin de la période d'engagement actuelle 2022-2026. Nous voulons réduire l'utilisation des ressources et boucler les cycles des matières. Nous poursuivons cet objectif en mettant en œuvre, d'une part, des mesures de réduction des emballages (emballages primaires, secondaires et tertiaires: suppression des emballages quand la protection du produit reste garantie, réduction des matériaux d'emballage (plastique), passage à des systèmes d'emballages réutilisables, utilisation de matériaux

recyclés et garantis recyclables pour les emballages) et, d'autre part, par la valorisation des sous-produits en nouveaux produits commercialisables. Des projets ont été lancés en 2022 et 2023 dans le cadre de l'économie circulaire: ils visent le basculement sur de meilleurs systèmes d'emballage écologiques et le pilotage de nouvelles offres de services attachés aux appareils dans les magasins et de valorisation des sous-produits industriels en produits commercialisables. Les exigences légales à respecter lors du transfert de déchets et de matériaux recyclables sont en premier chef celles en vigueur dans le pays concerné. En Suisse, des audits internes sont pratiqués, en particulier dans le commerce de détail, auprès des collecteurs de déchets critiques tels que les plastiques, les déchets orga-

niques et le papier/carton. Tous les magasins et centrales de distribution de tous les formats de vente au détail enregistrent leurs déchets et matières recyclables dans un outil en ligne, par mois ou par an selon la quantité générée. Les informations proviennent des sociétés d'élimination mandatées. Selon le rythme des saisies, les données sont analysées et discutées une fois par an ou tous les quadrimestres. Dans la production, les quantités de déchets, tirées des données des entreprises d'élimination, sont également enregistrées dans l'outil en ligne. Bell Food Group utilise ses propres systèmes d'enregistrement. Dans le commerce de gros, les quantités de déchets sont enregistrées une fois par an sur la base de celles fournies par les entreprises d'élimination, puis communiquées au groupe Coop.

## Déchets générés dans le commerce de détail [GRI 306-3]

|   |         |
|---|---------|
| <b>Poids total des déchets générés, en tonnes métriques dont:</b> | 143 726 |
| <b>papier / carton</b>  | 47 595  |
| <b>ordures ménagères</b>  | 28 353  |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>             | 646     |
| <b>déchets alimentaires</b>                                       | 39 230  |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>        | 12 672  |
| <b>verre</b>  | 13      |
| <b>bois</b>   | 3 381   |
| <b>autres déchets</b>   | 11 472  |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

## Déchets détournés de l'élimination du commerce de détail [GRI 306-4]

Déchets détournés de l'élimination:

|  |         |
|--|---------|
| <b>Poids total des déchets détournés de l'élimination, en tonnes métriques</b> | 113 127 |
| <b>papier / carton</b>   | 47 959  |
| <b>ordures ménagères</b>   | -       |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>                          | 646     |
| <b>déchets alimentaires</b>  | 39 230  |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>                     | 12 672  |
| <b>verre</b>   | 13      |
| <b>bois</b>  | 1 374   |
| <b>autres déchets</b>  | 11 233  |

Déchets transmis pour élimination (élimination):

|   |        |
|---|--------|
| <b>Poids total des déchets transmis pour élimination, en tonnes métriques</b> | 30 599 |
| <b>papier / carton</b>  | -      |
| <b>ordures ménagères</b>  | 28 353 |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>                         | -      |
| <b>déchets alimentaires</b>   | -      |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>                    | -      |
| <b>verre</b>  | -      |
| <b>bois</b>   | 2 007  |
| <b>autres déchets</b>   | 239    |

Déchets dangereux:

|   |   |
|---|---|
| <b>Déchets dangereux transformés en vue de leur valorisation, en tonnes métriques</b>                       | - |
| <b>Déchets dangereux recyclés, en tonnes métriques</b>  | - |
| <b>Déchets dangereux auxquels d'autres méthodes de récupération ont été appliquées, en tonnes métriques</b> | - |

Déchets non dangereux:

|   |         |
|---|---------|
| <b>Déchets non dangereux transformés pour valorisation, en tonnes métriques</b>                                 | 575     |
| <b>Déchets non dangereux recyclés, en tonnes métriques</b>  | 112 552 |
| <b>Déchets non dangereux auxquels d'autres méthodes de récupération ont été appliquées, en tonnes métriques</b> | -       |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

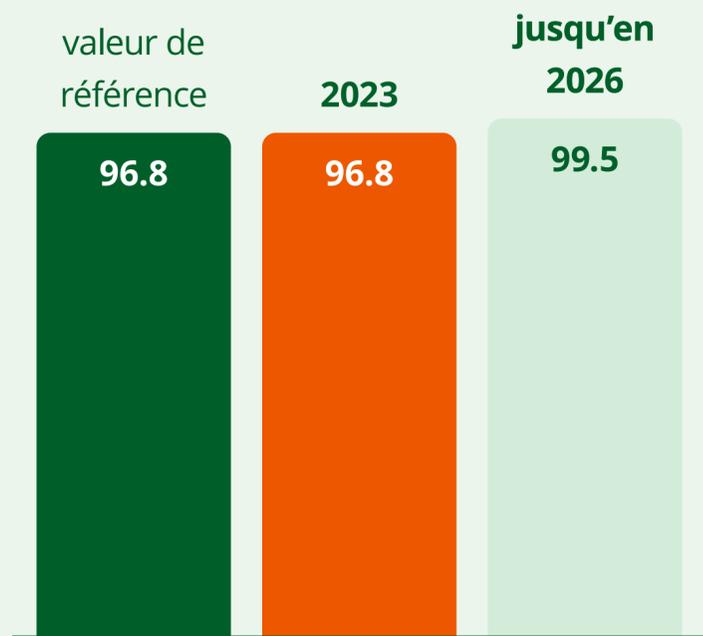
## Déchets détournés de l'élimination du commerce de détail [GRI 306-5]

|   |        |
|---|--------|
| <b>Poids total des déchets non dangereux transmis pour élimination, en tonnes métriques</b> | 18 747 |
| <b>Poids total des déchets dangereux transmis pour élimination, en tonnes métriques</b>     | 115    |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE DÉTAIL

**EVITER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ET S'ASSURER QUE 99.5% DES DENRÉES ALIMENTAIRES VENDUES DANS NOS FORMATS ALIMENTAIRES SONT DESTINÉES À LA CONSOMMATION HUMAINE. NOUS VISON À CE TITRE LE DOUBLEMENT DU VOLUME DE NOS DONS.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

### COMMENTAIRE

En 2023, 96.8% des denrées alimentaires ont servi à la consommation humaine, nous avons donc manqué de peu notre objectif annuel.

### MESURES

- Nouveau projet du Fonds: système de plateaux réutilisables dans la branche des fleurs et plantes, pour préserver les ressources et réduire les émissions
- Nouveau projet du Fonds: projet innovant pour la production de charbon végétal par pyrolyse de résidus de fermentation et de déchets de bois
- Projet du Fonds: projet pilote de dons de viande congelée dans le cadre de l'objectif à long terme "zéro gaspillage de la viande"
- Projet du Fonds: partenariat de longue date avec "Table Suisse" et "Table couvre-toi" pour éviter le gaspillage alimentaire
- Application d'un concept d'élimination spécifique à chaque format et à chaque point de vente

- Saisie chaque mois dans les magasins des déchets triés et collectés séparément à des fins de valorisation
- Économie circulaire des points de vente: construction des magasins à l'aide de matériaux qui peuvent être réutilisés pour la reconstruction après déconstruction
- Utilisation parcimonieuse des ressources et promotion de leur revalorisation grâce à une gestion ciblée des déchets et à une économie circulaire: réduction des ordures ménagères, optimisation du matériel (en tenant compte de la durée de vie, de la réparabilité et de la modularité) et augmentation du taux de recyclage
- Engagement dans la "Plateforme économie circulaire" de Swiss Recycling et dans "l'Allianz Design for Recycling Plastics"
- Transformation des déchets organiques en aliments pour animaux, en biogaz ou en biodiesel pour nos camions, et des résidus de fermentation en compost et en engrais liquide pour l'agriculture
- Directive sur les emballages secondaires

## OBJECTIF 1: PRODUCTION

# MAINTENIR À 86% AU MOINS LA PART DES MATIÈRES VALORISÉES.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence 2020

## COMMENTAIRE

Avec un taux de valorisation de 85.0%, nous avons manqué notre objectif de peu.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Économie circulaire](#)

## Production de déchets et impacts significatifs imputables aux déchets dans la production [GRI 306-1]

En termes de quantité, la majorité des déchets générés par les sites de production sont les suremballages et les emballages de transport. D'autre part, les sous-produits industriels génèrent des déchets qui sont revalorisés au mieux et avec la plus grande valeur ajoutée possible. Dans le site de production de Steinfels Swiss, des déchets spéciaux sont générés par la production de détergents et d'agents nettoyants ainsi que de cosmétiques. Ces déchets sont éliminés de manière écologique conformément aux exigences légales en vigueur. Les sous-produits animaux des abattoirs de Bell Food Group nécessitent un traitement spécial pour des raisons sanitaires (produits exclus de la consommation humaine des catégories C1 - C3). Ceux-ci sont également valorisés et/ou éliminés dans les règles de l'art dans le cadre des exigences légales, principalement par l'entreprise Centravo.

Dans l'ensemble du groupe Coop, la collecte des déchets concerne principalement ceux générés en interne. Dans le commerce de détail et de gros, une partie des déchets sont des retours des client·e·s.

## Déchets générés dans la production [GRI 306-3]

|   |         |
|---|---------|
| <b>Poids total des déchets générés, en tonnes métriques dont:</b> | 222 004 |
| <b>papier / carton</b>  | 4 196   |
| <b>ordures ménagères</b>  | 11 480  |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>             | 199 627 |
| <b>déchets alimentaires</b>                                       | 2 158   |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>        | 2 239   |
| <b>verre</b>  | 4       |
| <b>bois</b>   | 1 374   |
| <b>autres déchets</b>   | 926     |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

## Déchets détournés de l'élimination de la production [GRI 306-4]

Déchets détournés de l'élimination:

|  |         |
|--|---------|
| <b>Poids total des déchets détournés de l'élimination, en tonnes métriques</b> | 188 643 |
| <b>papier / carton</b>   | 4 196   |
| <b>ordures ménagères</b>   | -       |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>                          | 179 491 |
| <b>déchets alimentaires</b>  | 2 158   |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>                     | 931     |
| <b>verre</b>   | 4       |
| <b>bois</b>  | 1 254   |
| <b>autres déchets</b>  | 608     |

Déchets transmis pour élimination (élimination):

|   |        |
|---|--------|
| <b>Gesamtgewicht des zur Entsorgung weitergeleiteten Abfalls in metrischen Tonnen</b> | 33 361 |
| <b>papier / carton</b>  | -      |
| <b>ordures ménagères</b>  | 11 480 |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>                                 | 20 136 |
| <b>déchets alimentaires</b>   | -      |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>                            | 1 308  |
| <b>verre</b>  | -      |
| <b>bois</b>   | 120    |
| <b>autres déchets</b>   | 318    |

Déchets dangereux:

|   |     |
|---|-----|
| <b>Déchets dangereux transformés en vue de leur valorisation, en tonnes métriques</b>                       | 25  |
| <b>Déchets dangereux recyclés, en tonnes métriques</b>  | 87  |
| <b>Déchets dangereux auxquels d'autres méthodes de récupération ont été appliquées, en tonnes métriques</b> | 165 |

Déchets non dangereux:

|   |         |
|---|---------|
| <b>Déchets non dangereux transformés pour valorisation, en tonnes métriques</b>                                 | 1 157   |
| <b>Déchets non dangereux recyclés, en tonnes métriques</b>  | 2 751   |
| <b>Déchets non dangereux auxquels d'autres méthodes de récupération ont été appliquées, en tonnes métriques</b> | 184 735 |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

## Déchets détournés de l'élimination de la production [GRI 306-5]

|   |        |
|---|--------|
| <b>Poids total des déchets non dangereux transmis pour élimination, en tonnes métriques</b> | 30 572 |
| <b>Poids total des déchets dangereux transmis pour élimination, en tonnes métriques</b>     | 28     |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

## OBJECTIF 2: PRODUCTION

**ÉVITER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ET GARANTIR QUE 99% DES DENRÉES ALIMENTAIRES PRODUITES ARRIVENT DANS LES CANAUX DE VENTE.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

# 99.5%

### COMMENTAIRE

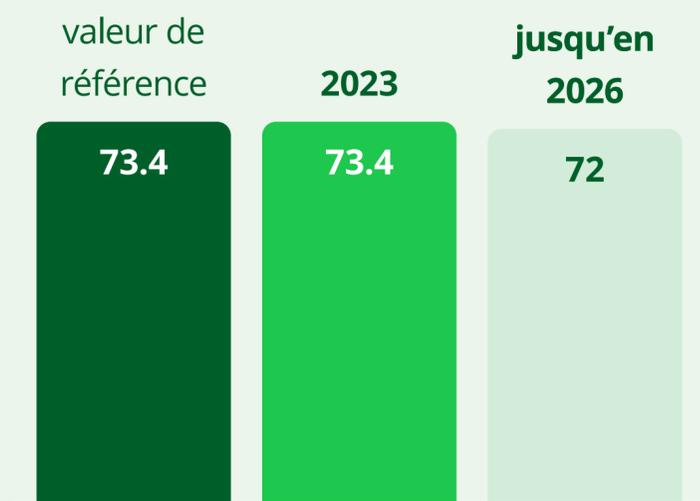
En 2023, 99.5% des denrées alimentaires ont servi à la consommation humaine, Nous avons ainsi atteint notre objectif annuel et avançons dans le bon sens.

### MESURES

- Swissmill – projet du Fonds: poursuite du projet pilote “Zoí” portant sur la valorisation matière de sous-produits de meunerie
- Transformation des déchets organiques en aliments pour animaux, en biogaz ou en biodiesel pour nos camions, et des résidus de fermentation en compost et en engrais liquide pour l’agriculture
- Fermeture des cycles des produits
- Analyse des sous-produits industriels dans toutes les entreprises de production
- Saisie, chaque mois, des déchets triés et collectés séparément à des fins de valorisation
- Utilisation parcimonieuse des ressources et promotion de leur valorisation grâce à une gestion ciblée des déchets et à l’économie circulaire

## OBJECTIF 1: COMMERCE DE GROS

# MAINTENIR À 70% AU MOINS LA PART DES MATIÈRES VALORISÉES.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

### COMMENTAIRE

Avec un taux de valorisation de 73,4%, nous avons atteint notre objectif annuel.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Économie circulaire](#)

### REMARQUE

À la suite d'une plausibilisation interne approfondie effectuée après-coup, ce chiffre a été rectifié depuis la publication du [Rapport du groupe Coop sur les questions non financières](#) du 21 mars 2024.

### Production de déchets et impacts significatifs imputables aux déchets dans le commerce de gros <sup>[GRI 306-1]</sup>

La majorité des déchets provient des emballages (suremballages, emballages de transport, etc), des déchets alimentaires et des matériaux d'emballage rapportés par les client·e·s. Ces derniers sont surtout des bouteilles en PET, des bouteilles en plastique, des appareils électriques. Au total, les déchets se réduisent en 31 fractions différentes. La majorité des déchets provenant des emballages finaux et des produits obsolètes retournés par les clients arrivent dans les points de vente. Ils sont triés puis transportés dans les centrales de distribution en vue de leur valorisation (recyclage ou valorisation thermique). Dans le commerce de gros, aucun déchet n'est produit, qui soit directement dangereux pour l'humain ou pour l'environnement.

## Faits marquants

Transgourmet Allemagne: signature du "Pakt gegen Lebensmittelverschwendung" (Pacte contre le gaspillage alimentaire).

Dans l'ensemble du groupe Coop, la collecte des déchets concerne principalement ceux générés en interne. Dans le commerce de détail et de gros, une partie des déchets sont des retours des client·e·s.

### Déchets générés dans le commerce de gros <sup>[GRI 306-1]</sup>

|   |        |
|---|--------|
| <b>Poids total des déchets générés, en tonnes métriques dont:</b> | 70 806 |
| <b>papier / carton</b>  | 26 074 |
| <b>ordures ménagères</b>  | 12 479 |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>             | 1 281  |
| <b>déchets alimentaires</b>                                       | 8 627  |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>        | 4 597  |
| <b>verre</b>  | 1 455  |
| <b>bois</b>   | 4 968  |
| <b>autres déchets</b>   | 11 325 |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

## Déchets détournés de l'élimination du commerce de gros [GRI 306-4]

Déchets détournés de l'élimination (valorisation):

|  |        |
|--|--------|
| <b>Poids total des déchets détournés de l'élimination, en tonnes métriques</b> | 51 953 |
| <b>papier / carton</b>   | 25 922 |
| <b>ordures ménagères</b>   | 3 332  |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>                          | 1 281  |
| <b>déchets alimentaires</b>  | 8 605  |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>                     | 3 741  |
| <b>verre</b>   | 1 445  |
| <b>bois</b>  | 4 826  |
| <b>autres déchets</b>  | 2 792  |

Déchets transmis pour élimination (élimination):

|   |        |
|---|--------|
| <b>Poids total des déchets transmis pour élimination, en tonnes métriques</b> | 18 862 |
| <b>papier / carton</b>  | 152    |
| <b>ordures ménagères</b>  | 9 146  |
| <b>déchets organiques (hors denrées alimentaires)</b>                         | -      |
| <b>déchets alimentaires</b>   | 23     |
| <b>matières plastiques et autres matériaux d'emballage</b>                    | 856    |
| <b>verre</b>  | 10     |
| <b>bois</b>   | 142    |
| <b>autres déchets</b>   | 8 533  |

Déchets dangereux:

|   |   |
|---|---|
| <b>Déchets dangereux transformés en vue de leur valorisation, en tonnes métriques</b>                       | - |
| <b>Déchets dangereux recyclés, en tonnes métriques</b>  | - |
| <b>Déchets dangereux auxquels d'autres méthodes de récupération ont été appliquées, en tonnes métriques</b> | - |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

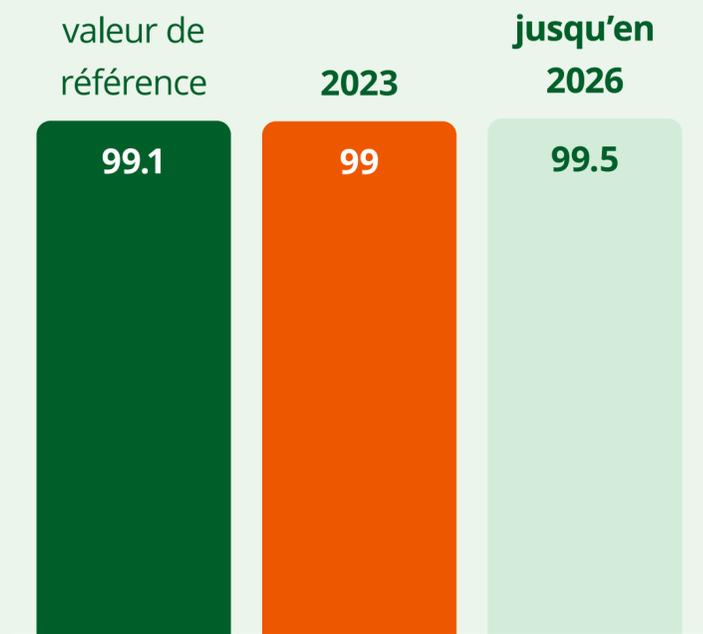
## Déchets détournés de l'élimination du commerce de gros [GRI 306-5]

|   |        |
|---|--------|
| <b>Poids total des déchets non dangereux transmis pour élimination, en tonnes métriques</b> | 33 044 |
| <b>Poids total des déchets dangereux transmis pour élimination, en tonnes métriques</b>     | 318    |

Les modes d'obtention des données dans les différents contextes sont présentés au point GRI 306-2.

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE GROS

# EVITER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ET S'ASSURER QUE 99.5% DES DENRÉES ALIMENTAIRES VENDUES DANS NOS FORMATS ALIMENTAIRES SONT DESTINÉES À LA CONSOMMATION HUMAINE.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

### COMMENTAIRE

En 2023, avec 99.0% des denrées alimentaires ayant servi à la consommation humaine, nous avons manqué notre objectif annuel de peu.

### MESURES

- Saisie des déchets triés et collectés séparément à des fins de valorisation
- Réduction constante de la quantité de déchets restants
- Utilisation parcimonieuse des ressources et promotion de leur valorisation par le biais d'une gestion ciblée des déchets
- Projets de dons alimentaires au profit des personnes dans le besoin, mis en œuvre par les sociétés nationales Transgourmet.

# OPTIMISER LES EMBALLAGES, RÉDUIRE LE PLASTIQUE

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Le plastique et les emballages qui finissent dans la nature présentent un danger pour la qualité de l'eau et la santé des sols. En tant qu'entreprise responsable, il nous tient à cœur de préserver les ressources et d'éviter les déchets. En conséquence, nous travaillons sans relâche à l'optimisation de nos matériaux d'emballage et à la réduction de leur volume en appliquant le principe des 3 R (réduire, réutiliser, recycler) et en mettant en place des alternatives durables. Nous nous basons pour cela sur les écobilans des matériaux mais pas seulement: nous considérons les emballages dans leur ensemble, en tenant compte de leurs fonctions et de leur influence sur

la durée de conservation, la présence d'impuretés ou l'altération éventuelle du produit, pour réduire au strict minimum le gaspillage éventuel de denrées alimentaires ou de produits. En réduisant et en optimisant en permanence nos matériaux d'emballage, nous économisons non seulement des ressources mais aussi une large part d'énergie lors de la fabrication, du transport et de la valorisation. Nous échangeons régulièrement avec des scientifiques ainsi que des expert·e·s en emballages sur les innovations dans ce domaine pour pouvoir les tester et les mettre en œuvre rapidement.



## NOUS RÉDUISONS NOTRE UTILISATION DE PLASTIQUE ET PRIVILÉGIONS LES EMBALLAGES DURABLES

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



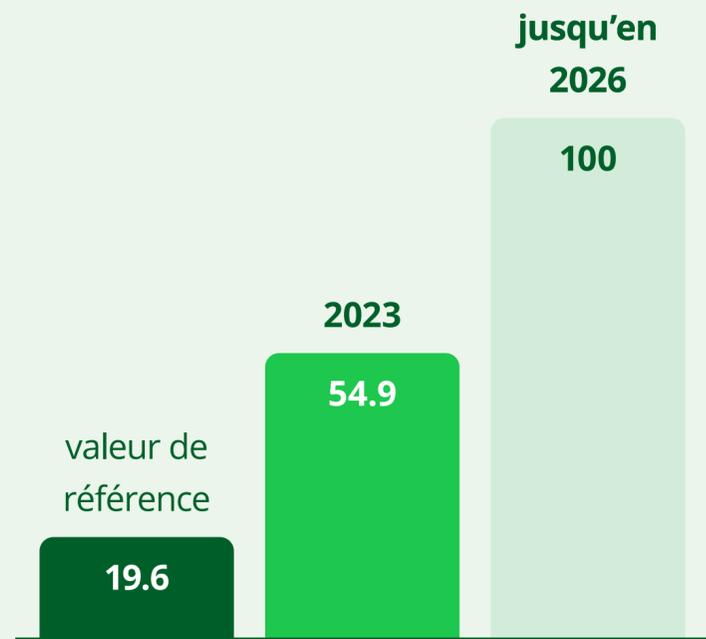
“  
**J'ATTENDS DE COOP QU'ELLE DIMINUE  
ENCORE SES EMBALLAGES EN PLASTIQUE  
EN N'EN UTILISANT QUE LORSQUE  
C'EST ABSOLUMENT NÉCESSAIRE ET,  
DANS CE CAS, QU'ELLE EN RÉDUISE LE  
VOLUME AU MINIMUM.**

Aline van Hoeken  
cliente Coop



## OBJECTIF 1: COMMERCE DE DÉTAIL

**FAIRE EN SORTE QUE 100% DE NOS PRODUITS DE MARQUE PROPRE SOIENT VENDUS DANS DES EMBALLAGES ÉCOLOGIQUES, CONFORMÉMENT À NOS DIRECTIVES SUR LES EMBALLAGES.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

# 54.9%

### COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, 54.9% de nos produits de marques propres ont été vendus dans des emballages écologiques. Nous avons donc atteint notre objectif annuel et sommes sur la bonne voie.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Emballages et plastique](#)

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE DÉTAIL

# RÉDUIRE DE 20% PAR RAPPORT À 2021 LA PART DE PLASTIQUE DANS LES EMBALLAGES ET PRODUITS JETABLES DE MARQUE PROPRE.

✓ ATTEINT

## Faits marquants

Livique/Lumimart:  
Réduction de 72.9% de l'utilisation  
de plastique depuis 2021

### COMMENTAIRE

En 2023, avec une réduction de 13.3% du volume de plastique utilisé pour les emballages et produits jetables de marques propres, nous avons atteint notre objectif annuel.

### MESURES

- Nouveau projet du Fonds: projet de coopération pour l'essai de procédés de recyclage du polypropylène
- Cartes de rabais au personnel 2023 en rPET
- Amélioration continue des emballages afin de réduire le volume de plastique
- Développement du sans emballage et de solutions réutilisables dans les assortiments et dans les restaurants
- Directive Emballages: directive comprenant les principes de base en matière d'emballages durables, applicable à tous nos fournisseurs et fournisseuses de marques propres
- Projet du Fonds: sensibilisation au littering par la remise de la coupe itinérante Coop dans le cadre du "Clean-Up-Day" organisé par l'IGSU (Communauté d'intérêts pour un monde propre)

## OBJECTIF: PRODUCTION

**RÉDUIRE DE 15% PAR  
RAPPORT À 2021 LA PART DE  
PLASTIQUE PAR TONNE DE  
MARCHANDISES VENDUES.**

**✘ NON ATTEINT**

### Faits marquants

Hügli: différentes optimisations  
d'emballage grâce au  
concept d'emballage  
"Réduire, réutiliser, recycler"

### COMMENTAIRE

En 2023, la quantité de plastique utilisé par tonne de marchandises vendues a augmenté. Notre objectif de réduction de 6% n'a donc pas été atteint.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Emballages et plastique](#)

### REMARQUE

Le champ d'application de la collecte de données de la Reismühle Nutrex a été corrigé et inclus dans le calcul des données pour l'année de référence 2023.

### MESURES

- Directive Emballages: directive comprenant les principes de base en matière d'emballages durables, applicable à tous nos fournisseurs et fournisseuses de marques propres
- Utilisation d'emballages réutilisables dans la production

**OBJECTIF: COMMERCE DE GROS**

**RÉDUIRE DE 10% PAR  
RAPPORT À 2021 LA PART  
DE PLASTIQUE UTILISÉ PAR  
TONNE DE MARCHANDISES  
VENDUES POUR LES EMBAL-  
LAGES DE PRODUITS DE  
MARQUE PROPRE.**

 **NON ATTEINT**

### **COMMENTAIRE**

En 2023, la quantité de plastique utilisé par tonne de marchandises vendues a augmenté. Notre objectif de réduction de 4% n'a donc pas été atteint.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Emballages et plastique](#)

### **REMARQUE**

Transgourmet Suisse, Transgourmet Allemagne et Transgourmet Autriche ont modifié rétroactivement leurs données pour l'année de référence 2021. Transgourmet Ibérica a recueilli rétroactivement des données pour les années de référence 2021 et 2022. Ces modifications apportées à l'année de référence 2021 ont une incidence sur les résultats de l'année 2023.

### **MESURES**

- Réduction du plastique utilisé pour les marques propres: poursuite des travaux en vue de le réduire dans les emballages.

# RÉDUIRE NOTRE CONSOMMATION D'EAU

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

En tant qu'entreprise opérant à l'échelle internationale, nous avons un rôle à jouer dans la protection des ressources naturelles. Il est de notre responsabilité de nous engager pour une gestion responsable des ressources en eau douce dans nos

chaînes d'approvisionnement, mais aussi de réduire et d'optimiser notre propre consommation d'eau. Afin de prendre les mesures nécessaires dans ce sens, nous calculons chaque année notre empreinte sur l'eau.



**NOUS RÉDUISONS ET  
OPTIMISONS NOTRE  
CONSOMMATION D'EAU.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## COMMERCE DE DÉTAIL

# METTRE EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPER DANS LES ANNÉES À VENIR DES PROJETS CIBLÉS DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE.

### L'eau en tant que ressource partagée dans le groupe Coop <sup>[GRI 303-1]</sup>

Le groupe Coop utilise, d'une part, de l'eau sanitaire dans les locaux commerciaux (nettoyage, installations sanitaires) et, d'autre part, de l'eau de procédé dans la production. La mise en place d'un enregistrement systématique de l'approvisionnement en eau et de l'évacuation des eaux usées est en cours dans l'ensemble du groupe. Sur la base des données actuellement disponibles (voir les points 303-3 à 303-5), nous partons du principe que l'approvisionnement en eau et l'évacuation des eaux usées sont assurés par les compagnies publiques des localités correspondantes. L'examen approfondi des approvisionnements en eau et l'analyse des consommations et de l'évacuation des eaux usées seront entrepris courant 2024 pour tous les domaines d'activité. Le processus de relevé des impacts des eaux usées et des eaux de procédé devrait également être défini dans ce cadre.

Des objectifs devraient être définis les années suivantes sur la base des évaluations des procédés prévus et des données de consommation d'eau. Aucun objectif concret n'a donc encore été fixé dans le cadre de la stratégie de développement durable du groupe Coop pour la période 2022-2026. Depuis 2023, les quantités d'eau prélevées, consommées et rejetées sont donc mesurées selon des méthodes spécifiques aux sites, dépendant des quantités.

Les objectifs devront être fixés pour la prochaine période commençant en 2027, sur la base des trois années de relevé.

### Stratégie du groupe Coop face aux impacts de la recirculation de l'eau <sup>[GRI 303-2]</sup>

Le groupe Coop ne possède pas encore de vue d'ensemble pour tous ses sites des conditions de rejet d'effluents des installations de traitement des eaux usées. Cette vue d'ensemble devrait être établie en 2024. Un relevé centralisé des normes ou des directives de qualité de l'eau élaborées en interne et éventuellement appliquées au sein du groupe Coop n'a pas encore été effectué. Un processus sera lancé en 2024 dans ce sens.

Aucune norme de rejet des eaux spécifique aux secteurs d'activité n'est connue. Les normes feront l'objet d'analyses approfondies courant 2024 dans quelques filiales telles que Transgourmet Ibérica (sur le stress hydrique), Bell Food Group ou Steinfels Swiss.

Lorsqu'elles existent, les données disponibles prouvent qu'aucun site du groupe Coop ne rejette directement des eaux non traitées dans les eaux libres ou souterraines. Une étude complète des eaux rejetées sera lancée en 2024 dans tous les sites du groupe Coop.

## Prélèvement d'eau dans le commerce de détail [GRI 303-3]

|   |           |
|---|-----------|
| Nombre total de mètres cubes d'eau prélevée   | 1 184 207 |
| Nombre total de mètres cubes d'eau prélevée par des tiers dans des zones de stress hydrique | 0         |

Les informations sur les prélèvements d'eau sont fournies par les distributeurs d'eau locaux. Une ventilation plus détaillée des données sera réalisée en 2024.

## Recirculation d'eau dans le commerce de détail [GRI 303-4]

|  |           |
|--|-----------|
| Nombre total de mètres cubes d'eau recirculée  | 1 177 260 |
| Nombre total de mètres cubes d'eau de tiers transmise à d'autres organisations pour utilisation                                    | 0         |
| Nombre de cas dans lesquels les limites de rejet prescrites pour des substances préoccupantes importantes n'ont pas été respectées | 0         |

Concernant les substances préoccupantes importantes: pour autant que nous le sachions, les eaux usées de l'ensemble du groupe Coop sont exclusivement rejetées dans les égouts publics. Ce sont donc les stations d'épuration qui définissent les conditions de rejet.

La procédure de fixation des limites de rejet pour les substances préoccupantes importantes est, si nécessaire, effectuée directement par les stations d'épuration.

Les données dépendent des quantités d'eau rejetées. Aucune mesure séparée des rejets d'eaux usées n'est effectuée.

## Consommation d'eau du groupe Coop [GRI 303-5]

Pour l'année 2023, consommation, prélèvement et recirculation de l'eau ont été traités comme équivalents. Les informations qui se rapportent à ces données sont présentées sous GRI 303-3 et GRI 303-4 pour toutes les zones, y compris celles en stress hydrique.

Aucune donnée n'a été recueillie sur l'eau stockée. La collecte de ces données sur l'ensemble du groupe Coop sera examinée pour les années suivantes dans le cadre de l'analyse plus détaillée prévue en 2024.

Les données concernant l'eau prélevée proviennent de mesures (débitmètres). En 2023, les quantités d'eau consommées et rejetées correspondent aux quantités d'approvisionnement. La collecte de ces données sur l'ensemble du groupe Coop sera examinée pour les années suivantes dans le cadre de l'analyse plus détaillée prévue en 2024.

## MESURES

- Adoption d'objectifs en matière de processus dans le domaine de l'eau, en collaboration avec le WWF

## PRODUCTION

# METTRE EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPER DANS LES ANNÉES À VENIR DES PROJETS CIBLÉS DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE.

### Prélèvement d'eau dans la production [GRI 303-3]

|   |           |
|---|-----------|
| Nombre total de mètres cubes d'eau prélevée   | 6 119 100 |
| Nombre total de mètres cubes d'eau prélevée par des tiers dans des zones de stress hydrique | 134 186   |

Les informations sur les prélèvements d'eau sont fournies par les distributeurs d'eau locaux. Chez Bell Suisse, une partie de l'eau utilisée dans la production provient d'autres sources. Une ventilation plus détaillée des données sera réalisée en 2024.

### Recirculation de l'eau dans la production [GRI 303-4]

|  |           |
|--|-----------|
| Nombre total de mètres cubes d'eau recirculée  | 3 905 377 |
| Nombre total de mètres cubes d'eau de tiers transmise à d'autres organisations pour utilisation                                    | 0         |
| Nombre de cas dans lesquels les limites de rejet prescrites pour des substances préoccupantes importantes n'ont pas été respectées | 0         |

Concernant les substances préoccupantes importantes: pour autant que nous le sachions, les eaux usées de l'ensemble du groupe Coop sont exclusivement rejetées dans les égouts publics. Les conditions de rejet sont donc spécifiées par les stations d'épuration. Lorsque des conditions spéciales sont exigées (eaux usées contenant du sucre chez Pearlwater, p. ex.), celles-ci sont remplies. D'autres exigences spéciales chez Bell (transformation de la viande) et Steinfels Swiss seront évaluées en 2024.

La procédure de fixation des limites de rejet pour les substances préoccupantes importantes est, si nécessaire, effectuée directement par les stations d'épuration.

Les données dépendent des quantités d'eau rejetées. Aucune mesure séparée des rejets d'eaux usées n'est effectuée.

## COMMERCE DE GROS

**METTRE EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPER DANS LES ANNÉES À VENIR DES PROJETS CIBLÉS DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE.**

### Prélèvement d'eau dans le commerce de gros [GRI 303-3]

|   |         |
|---|---------|
| Nombre total de mètres cubes d'eau prélevée   | 841 634 |
| Nombre total de mètres cubes d'eau prélevée par des tiers dans des zones de stress hydrique | 0       |

Les informations sur les prélèvements d'eau sont fournies par les distributeurs d'eau locaux. Une ventilation plus détaillée des données sera réalisée en 2024.

### Recirculation d'eau dans le commerce de gros [GRI 303-4]

|  |         |
|--|---------|
| Nombre total de mètres cubes d'eau recirculée  | 832 211 |
| Nombre total de mètres cubes d'eau de tiers transmise à d'autres organisations pour utilisation                                    | 0       |
| Nombre de cas dans lesquels les limites de rejet prescrites pour des substances préoccupantes importantes n'ont pas été respectées | 0       |

Concernant les substances préoccupantes importantes: pour autant que nous le sachions, les eaux usées de l'ensemble du groupe Coop sont exclusivement rejetées dans les égouts publics. Les conditions de rejet sont donc spécifiées par les stations d'épuration.

La procédure de fixation des limites de rejet pour les substances préoccupantes importantes est, si nécessaire, effectuée directement par les stations d'épuration.

Les données dépendent des quantités d'eau rejetées. Aucune mesure séparée des rejets d'eaux usées n'est effectuée.



3<sup>E</sup> PILIER

# COLLABORATEURS ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL

En tant que société coopérative centrée sur la réussite de l'entreprise sur le long terme, il nous tient particulièrement à cœur d'être un employeur attrayant et équitable, et de prendre nos responsabilités en matière de santé et de bien-être au niveau de la société.

# UNE DIVERSITÉ RÉELLE

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Nous aspirons à un environnement de travail dans lequel tous les collaborateurs et collaboratrices sont traités équitablement, quel que soit leur genre, religion, orientation sexuelle ou origine. À travers une culture d'entreprise ouverte, nous œuvrons à leur épanouissement et à leur accomplissement. Plus de 90 000 collaboratrices et collaborateurs issus de quelque 130 pays travaillent ensemble pour le groupe Coop. Cette diversité est une chance et constitue la clé de notre réussite. Nous tenons compte de la personnalité et des compétences spécifiques de chaque personne. L'inclusion est importante pour nous et nous

veillons à accorder les mêmes opportunités et les mêmes droits à chaque collaborateur et collaboratrice. L'égalité entre femmes et hommes est pour nous une valeur clé et les mesures prises dans ce sens sont multiples, de l'égalité salariale à l'augmentation du nombre de femmes dans les fonctions de cadre en passant par des modèles de temps partiel attractifs. Pour définir nos mesures, nous nous appuyons sur des normes et des certifications reconnues et prenons en compte les besoins de notre personnel en intégrant dans le processus le Service social et la Gestion de la santé en entreprise.



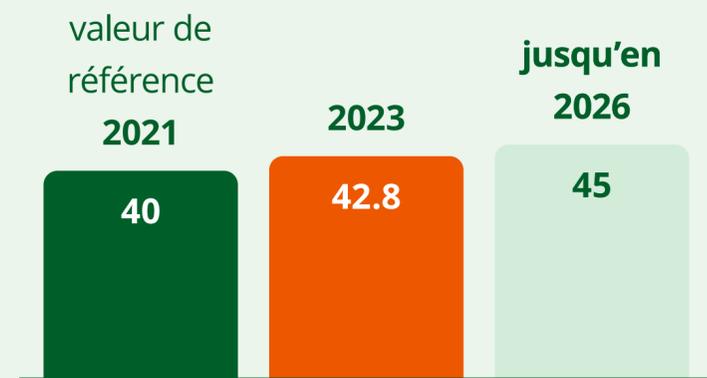
**NOUS ŒUVRONS POUR L'ÉGALITÉ DES CHANCES ET LA DIVERSITÉ.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

**PORTER À 45% LA PART DE FEMMES OCCUPANT DES FONCTIONS DE CADRE ET À 25% DES FONCTIONS DE CADRE SUPÉRIEUR.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence 2021

### COMMENTAIRE

En 2023, 42.8% des postes de cadres étaient occupés par des femmes, ce qui est juste en dessous de l'objectif annuel de 45% que nous nous sommes fixé. Chez les cadres supérieurs, nous avons atteint notre objectif annuel avec une proportion de femmes de 28.6% et avançons donc dans le bon sens.

### Faits marquants

Update Fitness: analyse de l'égalité salariale vérifiée et confirmée par une organisation tierce

## Employé·e·s du groupe Coop [GRI 2-7]

Au 31.12.2023, le groupe Coop employait 95 881 personnes.

### Nombre d'employé·e·s du groupe Coop par régions

| Nombre d'employé·e·s | Pays                         |
|----------------------|------------------------------|
| 3 804                | Autriche                     |
| 6                    | Belgique                     |
| 59 895               | Suisse                       |
| 59                   | Chine                        |
| 256                  | République tchèque           |
| 14 122               | Allemagne                    |
| 2 891                | Espagne                      |
| 1 008                | Principauté du Liechtenstein |
| 3 585                | France                       |
| 92                   | Grande-Bretagne              |
| 10                   | Honduras                     |
| 195                  | Hongrie                      |
| 118                  | Italie                       |
| 82                   | Pays-Bas                     |
| 4 854                | Pologne                      |
| 4 874                | Roumanie                     |
| 12                   | Slovaquie                    |
| 18                   | Autres pays                  |

### Nombre d'employé·e·s dans le commerce de détail par type de poste et par genre

|  | Femmes | Hommes |
|--|--------|--------|
| Nombre d'employé·e·s à plein temps au 31.12.2023   | 17 777 | 17 903 |
| Nombre d'employé·e·s à temps partiel au 31.12.2023 | 13 247 | 1 879  |

### Nombre d'employé·e·s dans la production par type de poste et par genre

|  | Femmes | Hommes |
|--|--------|--------|
| Nombre d'employé·e·s à plein temps au 31.12.2023   | 3 238  | 6 849  |
| Nombre d'employé·e·s à temps partiel au 31.12.2023 | 2 095  | 2 040  |

### Nombre d'employé·e·s dans le commerce de gros par type de poste et par genre

|  | Femmes | Hommes |
|--|--------|--------|
| Nombre d'employé·e·s à plein temps au 31.12.2023   | 9 821  | 16 770 |
| Nombre d'employé·e·s à temps partiel au 31.12.2023 | 2 991  | 1 271  |

Pour les chiffres-clés concernant le personnel de Bell Food Group, toutes les personnes directement employées par l'entreprise ont été prises en compte dans le calcul, y compris les apprenti·e·s en formation à l'école professionnelle et les sous-traitants de Bell Suisse. Ceci inclut aussi les stagiaires.

Pour déterminer les chiffres-clés du GRI 2-7, nous avons utilisé une méthode basée sur les chiffres collectés au 31 décembre (sans indication de pourcentage). Le choix de la méthode varie en fonction du chiffre-clé en question. Il n'y a pas eu de variations notables du nombre d'employé·e·s au cours de l'année 2023. Toutes les données collectées pour les chiffres-clés du GRI 2-7 sont exprimées en nombre d'employé·e·s. Celui-ci ne comprend pas le personnel intérimaire et les employé·e·s sous contrat de travail à durée déterminée (moins de 3 mois). C'est pourquoi la catégorie des employé·e·s sous contrat à durée indéterminée et à durée déterminée et celle des employé·e·s à horaires non garantis ne sont pas présentées ici séparément, mais dans les chiffres-clés du GRI 2-8. Les employé·e·s à temps plein et à temps partiel ne sont par ailleurs pas ventilés par région car cela n'apporterait aucune valeur ajoutée.

## **Collaboratrices et collaborateurs n'ayant pas le statut d'employé·e·s du groupe Coop** [GRI 2-8]

En 2023, 2 776 personnes (équivalents plein temps, EPT) travaillaient pour le groupe Coop sans avoir le statut d'employé·e·s et leur travail était contrôlé par le groupe Coop.

Le nombre total de collaboratrices et collaborateurs qui ne sont pas directement employé·e·s par Coop mais dont nous supervisons le travail, comprend les personnes ayant conclu un contrat de travail avec un de nos sous-traitants ou ayant été engagées par le biais d'agences d'intérim.

Dans la production, le personnel temporaire couvre surtout les pics de travail saisonniers, par exemple pendant les jours fériés ou les vacances d'été. Dans l'administration, on engage du personnel temporaire dans des situations spéciales telles que les remplacements lors des congés de maternité ou d'autres cas similaires. Seule la production fait appel à des personnes travaillant pour des sous-traitants dans le cadre de contrats d'entreprise. Ils ne sont pas pris en compte dans le calcul.

Bell Suisse, Hubers et Eisberg Hongrie sont les seules à employer du personnel sous contrat de travail avec des sous-traitants. On trouve en revanche du personnel temporaire dans presque tous les domaines d'activité du groupe.

Bell Food Group a enregistré des fluctuations dans le nombre de collaboratrices et collaborateurs en raison de pics de travail saisonniers, notamment aux périodes des ventes de Pâques et de Noël, et pendant les mois d'été.

## **Part des cadres supérieurs du groupe Coop provenant de la communauté locale** [GRI 202-2]

En 2023, 88.9% des cadres supérieurs recrutés par le groupe Coop dans ses établissements majeurs provenaient de la communauté locale. Par "cadres supérieurs", on entend les personnes de Coop Société Coopérative qui remplissent des fonctions dans le management supérieur (niveaux de fonction de 0 à 2) et les personnes ayant des niveaux de fonction équivalents dans la production et le commerce de gros.

Le terme "local" se réfère au pays où se trouve l'établissement en question et, dans des cas exceptionnels, si celui-ci se situe dans une région frontalière, également au pays frontalier. Par établissements majeurs, on entend tous les sites où une entreprise consolidée du groupe Coop exerce une activité qui occupe un certain nombre de collaboratrices et collaborateurs, ce qui comprend les points de vente, la logistique, la production et l'administration.

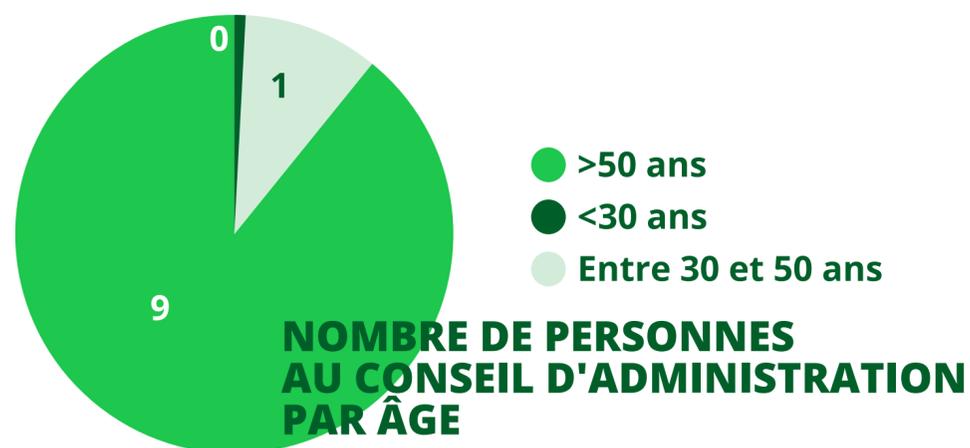
### Congé parental dans le commerce de détail [GRI 401-3]

Le taux de retour des employé·e·s ayant profité d'un congé parental s'élève à 95.7%.

|  | Femmes | Hommes |
|--|--------|--------|
| Nombre d'employé·e·s ayant droit à un congé parental en 2023   | 1 378  | 3 339  |
| Nombre d'employé·e·s ayant profité d'un congé parental en 2023   | 874    | 562    |
| Nombre d'employé·e·s qui sont revenus à leur poste de travail après leur congé parental  | 811    | 563    |
| Nombre d'employé·e·s qui sont revenus à leur poste de travail après leur congé parental et qui étaient encore employés 12 mois après leur retour | 696    | 552    |

### Diversité au sein des organes de contrôle du groupe Coop et parmi les employé·e·s du commerce de détail [GRI 405-1]

Conseil d'administration du Groupe Coop Société Coopérative:



Nombre d'employé·e·s dans le commerce de détail:

|                    | Femmes | Hommes |
|--------------------|--------|--------|
| Moins de 30 ans    | 7 449  | 5 927  |
| Entre 30 et 50 ans | 14 784 | 8 928  |
| Plus de 50 ans     | 8 791  | 4 927  |

Les chiffres relatifs à l'âge et au sexe des employé·e·s concernent exclusivement les personnes directement employées.

### Rapport entre le salaire de base et la rétribution des femmes et le salaire de base et la rétribution des hommes dans le commerce de détail [GRI 405-2]

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 2023, Coop a en outre passé avec succès son troisième audit pour l'obtention du certificat "Fair Compensation".

D'autres filiales du groupe Coop telles que Fust, Update Fitness, The Body Shop et Railcare ont également obtenu leur propre certificat.

Par établissements majeurs, on entend tous les sites où une entreprise consolidée du groupe Coop exerce une activité qui occupe un certain nombre de collaboratrices et collaborateurs, ce qui comprend les points de vente, la logistique, la production et l'administration. On ne fait pas ici de distinction entre les établissements majeurs et les autres.

## Cas de discrimination et mesures correctives prises dans le commerce de détail [GRI 406-1]

21 cas ont été enregistrés dans le commerce de détail en 2023. Conformément à la directive interne DI 556, un cas de discrimination implique l'existence d'une procédure d'enquête formelle démarrée officiellement par une demande écrite. Les procédures d'enquête formelles se divisent en quatre catégories principales: harcèlement sexuel, harcèlement psychologique, discrimination et abus de pouvoir. Dans la pratique, les propos discriminatoires peuvent également faire partie d'une enquête sur un cas de harcèlement psychologique. Un tel cas est enregistré uniquement comme cas de harcèlement psychologique dans les statistiques. Par souci de simplification et d'exhaustivité, la collecte des données relatives au GRI 406-1 se base sur les procédures d'enquête formelles en matière de harcèlement psychologique et de discrimination, conformément aux statistiques nationales annuelles du Service social de Coop.

Une procédure d'enquête se compose des éléments suivants:

- examen des mesures d'urgence requises pour protéger toutes les personnes impliquées
- information des personnes impliquées sur l'ouverture de la procédure (dans certains cas, cette information peut être tenue secrète)
- enquête sur les faits et clarifications le cas échéant
- audition aussi rapide que possible des personnes impliquées et des éventuels témoins (chaque entretien fait l'objet d'un procès-verbal qui est ensuite soumis à la personne interrogée pour relecture)
- documentation écrite des différentes étapes de l'enquête
- documentation écrite des résultats de l'enquête et rédaction d'un rapport final
- formulation de propositions de sanctions si nécessaires ou de mesures appropriées
- Une fois l'enquête clôturée, les personnes impliquées sont informées de la conclusion. Le rapport final est envoyé aux personnes habilitées à prendre des décisions dans ce domaine: direction RH national, direction RH Région de vente/Siège/Trading et direction du domaine d'organisation. Ces responsables décident ensuite des conséquences et des mesures définitives.

**Pour en savoir plus:** [www.coopjobs.ch](http://www.coopjobs.ch),  
[Policy Paper Gestion durable des ressources humaines.](#)

## MESURES

- Congé de maternité: 18 semaines à partir de la troisième année d'ancienneté (sans perte de salaire)
- Congé de paternité de 15 jours à prendre pendant l'année qui suit la naissance
- Système RH: possibilité de saisir un sexe au choix
- Préapprentissage d'intégration: programme pour aider les personnes réfugiées ou récemment arrivées en Suisse à entrer dans la vie active
- Formation et e-learning: formations en matière de harcèlement psychologique, harcèlement sexuel, discrimination et abus de pouvoir sur le lieu de travail et e-learning dans plusieurs langues

## OBJECTIF: PRODUCTION

# PORTER À 35% LA PART DE FEMMES OCCUPANT DES FONCTIONS DE CADRE ET À 20% DES FONCTIONS DE CADRE SUPÉRIEUR.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

## COMMENTAIRE

En 2023, 23.5% des postes de cadres étaient occupés par des femmes, ce qui est en dessous de notre objectif annuel. Nous avons également manqué notre objectif annuel chez les cadres supérieurs, avec une proportion de femmes de 16.1%.

## Congé parental dans la production [GRI 401-3]

Le taux de retour des employé·e·s ayant profité d'un congé parental s'élève à 95.7%.

|  | Femmes | Hommes |
|--|--------|--------|
| Nombre d'employé·e·s ayant droit à un congé parental en 2023   | 15     | 32     |
| Nombre d'employé·e·s ayant profité d'un congé parental en 2023   | 15     | 32     |
| Nombre d'employé·e·s qui sont revenus à leur poste de travail après leur congé parental  | 13     | 32     |
| Nombre d'employé·e·s qui sont revenus à leur poste de travail après leur congé parental et qui étaient encore employés 12 mois après leur retour | 10     | 31     |

## Diversité parmi les employé·e·s dans la production [GRI 405-1]

Nombre d'employé·e·s dans la production:

|                    | Femmes | Hommes |
|--------------------|--------|--------|
| Moins de 30 ans    | 90     | 2358   |
| Entre 30 et 50 ans | 393    | 7107   |
| Plus de 50 ans     | 208    | 4066   |

Les chiffres relatifs à l'âge et au sexe des employé·e·s concernent exclusivement les personnes directement employées. Ils incluent en plus les sous-traitants de Bell Suisse, soit 762 personnes.

## **Rapport entre le salaire de base et la rétribution des femmes et le salaire de base et la rétribution des hommes dans la production** [GRI 405-2]

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 2023, Coop a en outre passé avec succès son troisième audit pour l’obtention du certificat “Fair Compensation”.

Les sites de Bell Food Group en Suisse détiennent eux-aussi ce certificat. Pour l’heure, il n’y a pas de solution envisagée à l’échelle du groupe.

Par établissements majeurs, on entend tous les sites où une entreprise consolidée du groupe Coop exerce une activité qui occupe un certain nombre de collaboratrices et collaborateurs, ce qui comprend les points de vente, la logistique, la production et l’administration. On ne fait pas ici de distinction entre les établissements majeurs et les autres.

## **Cas de discrimination et mesures correctives prises dans la production** [GRI 406-1]

Deux cas ont été saisis dans la production en 2023.

Bell Food Group dispose d’un service de signalement confidentiel et anonyme (lanceurs d’alerte) pour le personnel, les clientes et clients, les fournisseurs et les partenaires commerciaux qui leur permet de signaler les éventuelles violations du Code de conduite. Aucun cas confirmé n’a été enregistré par le biais de ce service de signalement en 2023. Les signalements déposés auprès du service du personnel des différentes entités ne sont pas comptabilisés ici.

**Pour en savoir plus:** [www.coopjobs.ch](http://www.coopjobs.ch), [Policy Paper Gestion durable des ressources humaines](#).

Le Policy Paper Gestion durable des ressources humaines s’applique depuis 2023 aussi à Bell Food Group.

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

# PORTER À 30% LA PROPORTION DE FEMMES OCCUPANT DES FONCTIONS DE CADRE.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

## COMMENTAIRE

En 2023, 30.6% des postes de cadres étaient occupés par des femmes, ce qui se situe au-dessus de notre objectif annuel.

### Prestations offertes par l'entreprise dans le commerce de gros aux employé·e·s à plein temps, mais pas aux employé·e·s à l'heure ni aux employé·e·s à temps partiel [GRI 401-2]

Dans le commerce de gros, il existe des différences propres à chaque pays.

**Transgourmet Suisse:** Le personnel bénéficie de rabais et de conditions d'engagement intéressants ainsi que d'autres prestations annexes. Toutes les informations à ce sujet sont à disposition dans l'Intranet Transgourmet. Par établissements majeurs, on entend tous les sites où Transgourmet exerce une activité qui occupe un certain nombre de collaboratrices et collaborateurs, ce qui comprend les magasins cash and carry, la logistique, la production et l'administration.

**Transgourmet Allemagne:** Les délais d'attente pour l'obtention de la prime de Noël et de la prime de vacances peuvent varier. Les vélos d'entreprise peuvent être utilisés uniquement par les employé·e·s ayant un contrat de travail à durée illimitée. Par ailleurs, il n'y a pas de différence de traitement entre les employé·e·s à plein temps et les employé·e·s à temps partiel.

**Transgourmet France:** Tout le personnel de Transgourmet France profite des mêmes prestations offertes par l'entreprise. Par établissements majeurs, on entend tous les sites de Transgourmet France.

**Transgourmet Ibérica:** Tout le personnel de Transgourmet Ibérica profite des mêmes prestations offertes par l'entreprise. Par établissements majeurs, on entend les 70 magasins cash and carry ainsi que les six plates-formes de distribution et leur zone d'influence.

**Transgourmet Autriche:** Qu'il s'agisse d'employé·e·s à plein temps plein ou à temps partiel, Transgourmet Autriche ne propose pas d'assurance vie. L'entreprise dispose d'un programme de santé et chacun de ses établissements compte une personne en charge des questions de santé. Toutes les personnes titulaires d'un contrat de travail en cours de validité peuvent profiter de ce programme. En Autriche, le congé parental est encadré par la loi. Toutes les réglementations relatives à la protection de la maternité, au congé parental et au temps partiel destiné aux parents se trouvent dans la loi sur la protection de la maternité ("Mutterschutzgesetz") et la loi sur le congé de paternité ("Väterkarenzgesetz").

En Autriche, la prévoyance vieillesse professionnelle est encadrée par la loi. Transgourmet Autriche a signé un contrat avec la caisse de pension "VBV" qui permet à l'ensemble du personnel de bénéficier de cette prévoyance professionnelle. Les montants versés génèrent un capital qui est utilisé lorsque survient un cas de prestation et qui est versé sous forme de pension de vieillesse, de pension survivants, de pension pour incapacité professionnelle ou de pension d'invalidité. Pour Transgourmet Autriche, on entend par établissements majeurs – conformément aux projets de convention de l'OC-DE – les 16 sites de l'entreprise, ce qui comprend les magasins cash and carry, la centrale à Traun, la production de boissons de Wolfau, l'unité de torréfaction à Bruck an der Mur ainsi que les deux filiales Riedhart GmbH à Wörgl et Gastro Profi GmbH à Alkoven.

**Transgourmet Pologne:** Assurance-vie, assurance-maladie, assurance-invalidité, assurance incapacité de gain, congé parental, prévoyance vieillesse et autres prestations de base sont proposées par défaut à tous les employé·e·s à plein temps de Transgourmet Pologne.

Pour Transgourmet Pologne, on entend par établissements majeurs les 19 magasins cash and carry, l'entrepôt foodservice et la centrale.

**Selgros România:** Tout le personnel de Selgros România profite des mêmes prestations offertes par l'entreprise.

### Congé parental dans le commerce de gros [GRI 401-3]

Le taux de retour des employé·e·s ayant profité d'un congé parental s'élève à 76.0%.

|   | Femmes | Hommes |
|---|--------|--------|
| Nombre d'employé·e·s dans le commerce de gros ayant droit à un congé parental en 2023   | 3 511  | 6 692  |
| Nombre d'employé·e·s dans le commerce de gros ayant profité d'un congé parental en 2023   | 433    | 260    |
| Nombre d'employé·e·s dans le commerce de gros qui sont revenus à leur poste de travail après leur congé parental  | 285    | 242    |
| Nombre d'employé·e·s dans le commerce de gros qui sont revenus à leur poste de travail après leur congé parental et qui étaient encore employés 12 mois après leur retour | 194    | 234    |

### Diversité parmi les employé·e·s dans le commerce de gros [GRI 405-1]

Nombre d'employé·e·s dans le commerce de gros:

|                    | Femmes | Hommes |
|--------------------|--------|--------|
| Moins de 30 ans    | 1 900  | 2 988  |
| Entre 30 et 50 ans | 6 769  | 9 574  |
| Plus de 50 ans     | 4 144  | 5 478  |

### Rapport entre le salaire de base et la rétribution des femmes et le salaire de base et la rétribution des hommes dans le commerce de gros [GRI 405-2]

Les points suivants s'appliquent à toutes les sociétés de Transgourmet: 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 2023, Coop a en outre passé avec succès son troisième audit pour l'obtention du certificat "Fair Compensation".

**Transgourmet Suisse:** Depuis 2021, Transgourmet Suisse dispose du certificat "Fair Compensation" de SQS relatif aux salaires.

**Transgourmet Allemagne:** Le rapport entre le salaire de base et la rétribution des femmes et le salaire de base et la rétribution des hommes s'élève à 92%. La société EGV, filiale de Transgourmet Allemagne, applique une politique salariale qui offre les mêmes chances à ses collaboratrices et collaborateurs, indépendamment de leur origine et de leur sexe. Cela comprend aussi l'accès aux mêmes offres de formation et une participation égale des femmes et des hommes aux postes de cadres.

**Transgourmet Autriche:** Toutes les collaboratrices et collaborateurs ont les mêmes chances, indépendamment de leur sexe ou de leur origine. À chaque poste correspond une fourchette de salaires prédéfinie qui fixe un salaire minimum de départ et qui est ajustée chaque année en fonction de la renégociation de la convention collective conformément à la loi. Pour certains postes, la rémunération se base sur la convention collective et un paiement supplémentaire de 50 euros est garanti après la troisième année d'ancienneté, sans distinction de sexe.

Il n'existe pas de données complémentaires concernant le rapport entre le salaire de base et la rétribution des femmes et le salaire de base et la rétribution des hommes pour Transgourmet France, Transgourmet Ibérica, Transgourmet Pologne et Selgros România.

### **Cas de discrimination et mesures correctives prises dans le commerce de gros** [GRI 406-1]

Six cas ont été enregistrés dans le commerce de gros en 2023.

**Transgourmet Suisse:** En cas de discrimination, la procédure définie est mise en œuvre. Elle inclut des clarifications, des mesures correctives et des sanctions. Un plan d'encadrement de la procédure est mis en œuvre, conformément au processus interne. Aucun cas connu n'était en cours au 31.12.2023.

**Transgourmet Autriche:** Tous les cas de discrimination signalés en 2023 via la plate-forme de signalement ont été clôturés et ne font plus l'objet de mesures correctives. Chaque cas a fait l'objet d'un examen approfondi.

Aucun cas de discrimination n'a été saisi en 2023 chez Transgourmet France, Transgourmet Ibérica et Selgros România. Pour Transgourmet Allemagne et Transgourmet Pologne, il n'existe pas d'informations concernant les cas éventuels en cours, leur statut et les mesures prises.

### **MESURES**

- Sensibilisation des collaboratrices et collaborateurs aux questions d'équité grâce à des formations et des e-learning (égalité entre femmes et hommes, mesures pour garantir l'absence de discrimination à l'embauche)

# FORMATION ET PERFECTIONNEMENT PROMOTION EFFICACE DES TALENTS

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Pour nous, le développement durable veut dire avant tout être tournés vers l'avenir. C'est la raison pour laquelle nous considérons la promotion de notre personnel comme un élément essentiel de notre succès. En tant qu'entreprise formatrice exemplaire et diversifiée, nous voulons préparer le mieux possible nos apprentis et apprenties au monde du travail, tous domaines confondus. Grâce à une gestion ciblée et efficace des talents, le groupe Coop offre à ses collaborateurs et collaboratrices des perspectives d'avenir claires. Pour que ces

derniers puissent relever des défis et assumer de nouvelles tâches, nous trouvons les offres de formation et de perfectionnement qui leur conviennent. Outre un large éventail de possibilités d'évolution en interne, nous encourageons aussi les formations et les cours de perfectionnement en externe. Nous accordons une grande importance à l'utilité individuelle d'une formation et faisons surtout, auprès de nos collaborateurs et collaboratrices en Suisse, la promotion de celles qui mènent à un diplôme reconnu au niveau fédéral.



**NOUS SOUTENONS NOS  
COLLABORATRICES ET  
COLLABORATEURS.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



”  
**JE TRAVAILLE DEPUIS DE NOMBREUSES ANNÉES CHEZ COOP ET J'APPRÉCIE LES POSSIBILITÉS D'ÉVOLUTION AU SEIN DE L'ENTREPRISE. IL EST IMPORTANT POUR MOI QUE COOP, EN TANT QU'EMPLOYEUR, ME SOUTIENNE, ME SOLLICITE ET M'ENCOURAGE DE SORTE À ÉLARGIR PROGRESSIVEMENT MON DOMAINE DE RESPONSABILITÉ.**

Erika Windlin

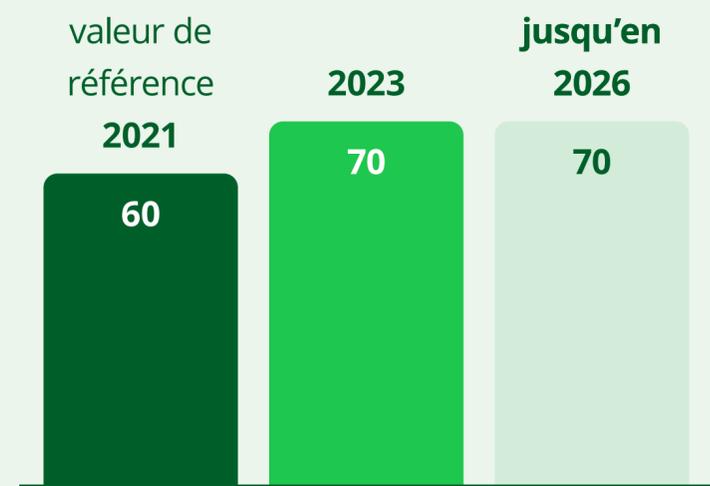
gérante du Wettingen Wettingen Tägipark



## OBJECTIF 1: COMMERCE DE DÉTAIL

**OFFRIR UNE PLACE D'APPRENTISSAGE À AU MOINS 2000 PERSONNES CHAQUE ANNÉE ET S'ASSURER QUE 70% D'ENTRE ELLES OBTIENNENT UN EMPLOI À L'ISSUE DE LEUR APPRENTISSAGE.**

# 70%



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence 2021

### COMMENTAIRE

Avec 2372 apprenti·e·s en 2023, nous avons atteint la première partie de notre objectif. Au cours de l'année sous revue, nous avons pu offrir un emploi à 70% des apprenti·e·s à l'issue de leur formation, ce qui nous a permis de remplir la seconde partie de notre objectif.

**Faits marquants**  
Point de vente géré par des apprenti·e·s:  
huit apprenti·e·s se chargent de la gestion  
d'un supermarché pendant un an

**OBJECTIF 2: COMMERCE DE DÉTAIL**  
**FAIRE EN SORTE QUE TOUS**  
**LES COLLABORATEURS**  
**SUIVENT AU MOINS UNE**  
**FORMATION OU UN**  
**PERFECTIONNEMENT**  
**PAR AN ET QUATRE POUR**  
**LES COLLABORATEURS DU**  
**MANAGEMENT.**

 **NON ATTEINT**

**COMMENTAIRE**

En 2023, 82.5% de notre personnel et 71.3% de nos cadres ont suivi le nombre de formations ou de cours de perfectionnement prévu. Nous n'avons donc pas atteint notre objectif annuel.

**REMARQUE**

Les chiffres-clés recueillis en matière de taux de formation concernent exclusivement les personnes directement employées par l'entreprise.

**Nombre d'heures consacrées en moyenne chaque année à la formation et au perfectionnement par employé-e dans le commerce de détail** [GRI 404-1]

En 2023, en tout 635 998 heures de formation et de perfectionnement ont été suivies par les employé-e-s du commerce de détail, ce qui correspond à une moyenne de 12.5 heures de formation et de perfectionnement par personne.

|   | <b>Femmes employées</b> | <b>Hommes employés</b> |
|---|-------------------------|------------------------|
| <b>Nombre total d'heures consacrées à une formation ou un cours de perfectionnement en 2023</b> | 317 885                 | 318 113                |
| <b>Nombre d'heures consacrées en moyenne à une formation ou un cours de perfectionnement</b>    | 10.2                    | 16.1                   |

Les données présentées sous GRI 404-1 sont calculées sur la base de la somme des heures de formation et des effectifs indiqués sous GRI 2-7. Plusieurs entreprises ne collectent pas de données sur le nombre d'heures de formation, c'est pourquoi les données concernant le nombre d'heures consacrées en moyenne à une formation ou un cours de perfectionnement sont biaisées.

## **Programmes d'amélioration des compétences des employé·e·s et aide à la transition dans le commerce de détail** [GRI 404-2]

Le personnel de Coop bénéficie d'un vaste choix de formations et de cours de perfectionnement internes et externes. Une quinzaine de sites de formation Coop proposent environ 400 formations internes sur des sujets variés en lien avec la conduite ou un domaine spécifique. Environ 250 e-learning viennent compléter cette offre, pour un apprentissage libre de toute contrainte de lieu ou de temps. Pour les personnes qui débutent dans l'entreprise, Coop Campus propose toutes sortes de possibilités lors du processus de mise au courant. Il s'agit notamment de journées d'accueil, de cours spécialisés de préparation à l'entrée dans le métier, de programmes de développement et de coaching pour se préparer aux tâches de conduite à venir. Les collaboratrices et collaborateurs expérimentés travaillant de longue date dans l'entreprise peuvent approfondir leurs compétences en échangeant leurs expériences

avec des experts et en suivant des cours qui vont jusqu'au niveau des hautes écoles spécialisées. Lorsqu'une collaboratrice ou un collaborateur doit développer certaines compétences spécifiques, Coop l'encourage à suivre une formation continue externe en lui offrant des ressources financières et en lui aménageant du temps.

**Plus d'informations sur:** [www.coopjobs.ch](http://www.coopjobs.ch)

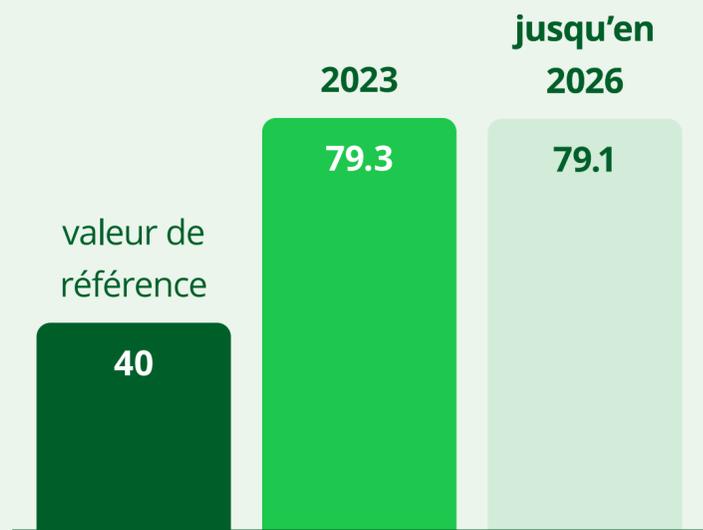
Les collaboratrices et collaborateurs de Coop qui quittent l'entreprise peuvent suivre différents cours et bénéficier de mesures de soutien, comme des séminaires de préparation au troisième âge ou des cours de prévoyance financière pour les personnes sortant de la vie active. Lors de remaniements importants au sein de l'entreprise, le Job Center propose de multiples possibilités de coaching et autres mesures spéciales.

## **Part des employé·e·s du commerce de détail qui obtiennent une évaluation de leur performance au travail et de leur évolution professionnelle à intervalles réguliers** [GRI 404-3]

La part des employé·e·s du commerce de détail qui obtiennent une évaluation de leur performance au travail à intervalles réguliers et qui ont reçu une évaluation de leur évolution professionnelle en 2023 s'élève à 92.3%. Seul un chiffre global est disponible ici, sans distinction de sexe.

### OBJECTIF 3: COMMERCE DE DÉTAIL

## VEILLER À CE QUE 60% DES POSTES DE CADRE SOIENT POURVUS EN INTERNE.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

### Faits marquants

Programme de reconversion:  
programme de reconversion  
professionnelle pour  
cinq métiers différents

### COMMENTAIRE

En 2023, nous avons dépassé notre objectif annuel de 19.3% et avançons donc dans le bon sens.

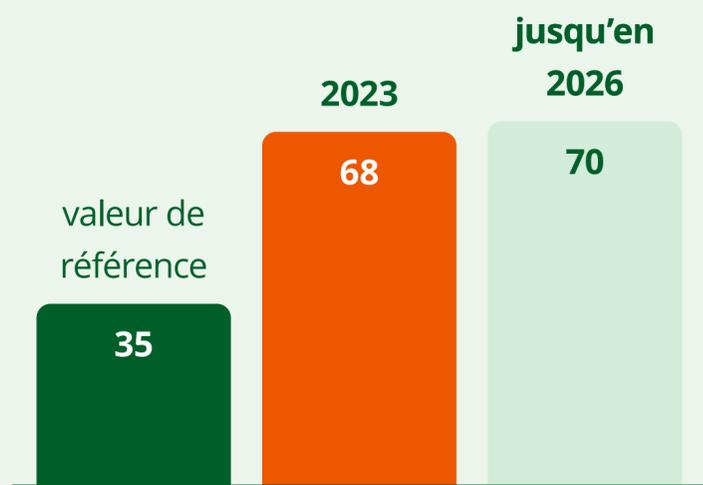
**Pour en savoir plus:** [convention collective de travail de Coop Société Coopérative](#), [Policy Paper Gestion durable des ressources humaines](#)

### MESURES

- Formation professionnelle solide comme base pour une carrière réussie à long terme
- Vaste offre de stages, d'interventions dans d'autres régions linguistiques, de programmes d'échanges avec des entreprises partenaires et de stages pour les jeunes quittant l'école avec un faible bagage
- Culture du feedback: évaluation de la performance au travail et de l'évolution professionnelle de tous nos employé·e·s à intervalles réguliers
- Procédure de recrutement: nouvel outil moderne de recrutement via WhatsApp
- Coop Campus: élargissement constant de l'offre en formations internes, formations Leadership et e-learning
- Acte n° 411: lancement d'un point de vente Coop géré par huit apprenti·e·s afin d'encourager l'apprentissage par la pratique
- Acte n° 413: programme de reconversion professionnelle pour conductrice/conducteur de ligne de production, boulangère-pâtissière/ boulanger-pâtissier, chauffeuse-livreuse/chauffeur-livreur, collaboratrice/collaborateur viande et poisson, cuisinière/cuisinier

## OBJECTIF 1: PRODUCTION

**OFFRIR UNE PLACE D'APPRENTISSAGE À AU MOINS 200 PERSONNES CHAQUE ANNÉE ET S'ASSURER QUE 70% D'ENTRE ELLES OBTIENNENT UN EMPLOI À L'ISSUE DE LEUR APPRENTISSAGE.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

### COMMENTAIRE

Avec 200 apprenti·e·s en 2023, nous avons atteint la première partie de notre objectif. En 2023, nous avons pu offrir un emploi à 68.0% des apprenti·e·s à l'issue de leur formation, ce qui est juste en dessous de l'objectif annuel que nous nous sommes fixé.

## OBJECTIF 2: PRODUCTION

**FAIRE EN SORTE QUE TOUS LES COLLABORATEURS SUIVENT AU MOINS UNE FORMATION OU UN PERFECTIONNEMENT PAR AN ET QUATRE POUR LES COLLABORATEURS DU MANAGEMENT.**

**✘ NON ATTEINT**

### Faits marquants

Bell Food Group: mise en place d'un e-learning sur le thème du développement durable

### COMMENTAIRE

En 2023, 90.1% de notre personnel et 81.8% de nos cadres ont suivi le nombre de formations ou de cours de perfectionnement prévu. Nous n'avons donc pas atteint notre objectif annuel.

### REMARQUE

Les chiffres-clés recueillis en matière de taux de formation concernent exclusivement les personnes directement employées par l'entreprise.

### Nombre d'heures consacrées en moyenne chaque année par les employé·e·s à une formation ou à un cours de perfectionnement dans la production [GRI 404-1]

En 2023, en tout 20 471 heures de formation et de perfectionnement ont été suivies par des employé·e·s de la production, ce qui correspond à une moyenne de 1.4 heures de formation et de perfectionnement par personne.

|  | Femmes employées | Hommes employés |
|--|------------------|-----------------|
| Nombre total d'heures consacrées à une formation ou un cours de perfectionnement en 2023 | 5 685            | 14 786          |
| Nombre d'heures consacrées en moyenne à une formation ou un cours de perfectionnement    | 1.1              | 1.7             |

Les données présentées sous GRI 404-1 sont calculées sur la base de la somme des heures de formation et des effectifs indiqués sous GRI 2-7. Plusieurs entreprises ne collectent pas de données sur le nombre d'heures de formation, c'est pourquoi les données concernant le nombre d'heures consacrées en moyenne à une formation ou un cours de perfectionnement sont biaisées.

### **Programmes d'amélioration des compétences des employé·e·s et aide à la transition dans la production**

[GRI 404-2]

Bell Food Group propose plusieurs formations continues internes et externes. L'entreprise collabore étroitement avec Coop Campus en particulier en Allemagne, Autriche, Suisse et au Liechtenstein. Pour le reste, les offres de formation continue sont spécifiques à chaque pays. Le concept d'évolution professionnelle du personnel de Bell Food Group va être remanié en 2024.

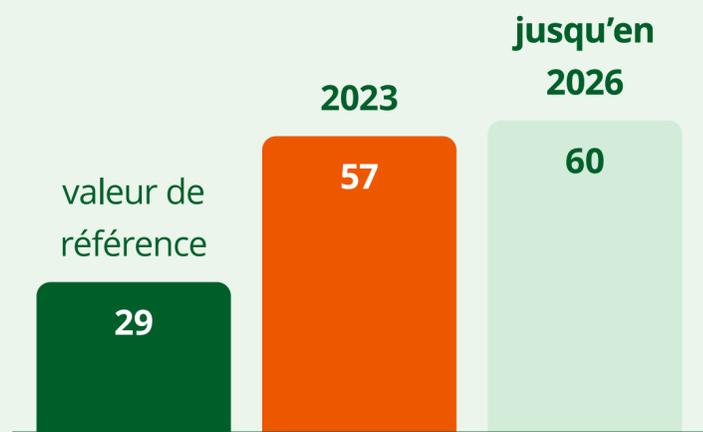
Les programmes d'aide à la transition, qui visent à préserver l'employabilité et à soutenir la transition après le départ à la retraite ou suite à un licenciement, peuvent prendre les formes suivantes: concept de carrière en arc, modèles de préretraite ou retraite partielle, ou encore gestion de la relève chez les cadres, valables dans toutes les unités commerciales de Bell Food Group. Toutes ces mesures font l'objet d'une approche et de solutions personnalisées.

### **Part des employé·e·s de la production qui obtiennent une évaluation de leur performance au travail et de leur évolution professionnelle à intervalles réguliers** [GRI 404-3]

La part des employé·e·s de la production qui obtiennent une évaluation de leur performance au travail à intervalles réguliers et qui ont reçu une évaluation de leur évolution professionnelle en 2023 s'élève à 69.1% dans la production. Seul un chiffre global est disponible ici, sans distinction de sexe.

## OBJECTIF 3: PRODUCTION

# VEILLER À CE QUE 60% DES POSTES DE CADRE SOIENT POURVUS EN INTERNE.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

## COMMENTAIRE

Avec 57% des postes de cadres pourvus en interne, nous sommes juste en dessous de l'objectif annuel de 60% que nous nous sommes fixé pour 2023.

**Pour en savoir plus:** [convention collective de travail de Coop Société Coopérative](#), [Policy Paper Gestion durable des ressources humaines](#)

Le Policy Paper Gestion durable des ressources humaines s'applique depuis 2023 aussi à Bell Food Group.

## Faits marquants

Programme de reconversion:  
programme de reconversion  
professionnelle pour  
cinq métiers différents

## MESURES

- Formation professionnelle solide: promotion de la formation initiale et de la formation duale dans tous les secteurs d'activité
- Salons professionnels: participation à des salons professionnels
- Formation continue: vaste offre de stages et de formations
- Culture du feedback: évaluation de la performance au travail et de l'évolution professionnelle de tous nos employé·e·s à intervalles réguliers
- Acte n° 413: programme de reconversion professionnelle pour conductrice/conducteur de ligne de production, boulangère-pâtissière/ boulanger-pâtissier, chauffeuse-livreuse/chauffeur-livreur, collaboratrice/collaborateur viande et poisson, cuisinière/cuisinier

## OBJECTIF 1: COMMERCE DE GROS

**OFFRIR UNE PLACE D'APPRENTISSAGE À AU MOINS 700 PERSONNES CHAQUE ANNÉE ET S'ASSURER QUE 50% D'ENTRE ELLES OBTIENNENT UN EMPLOI À L'ISSUE DE LEUR APPRENTISSAGE.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

# 53.4%

### Faits marquants

Le taux d'engagement après apprentissage s'élève à 53.4%

### COMMENTAIRE

Avec 748 apprenti·e·s en 2023, nous avons atteint la première partie de notre objectif. Nous avons pu offrir un emploi à 53.4% de nos apprenti·e·s à l'issue de leur formation, ce qui nous a permis de remplir notre objectif annuel.

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE GROS

# FAIRE EN SORTE QUE TOUS LES COLLABORATEURS SUIVENT AU MOINS UNE FORMATION OU UN PERFECTIONNEMENT PAR AN ET DEUX POUR LES COLLABORATEURS DU MANAGEMENT.

 **NON ATTEINT**

## COMMENTAIRE

En 2023, 82.6% de nos collaboratrices et collaborateurs et 89.3% de nos cadres ont suivi le nombre de formations ou de cours de perfectionnement fixés. Nous n'avons donc pas atteint notre objectif annuel en 2023.

### Nombre d'heures consacrées en moyenne à la formation et au perfectionnement par an et par employé·e dans le commerce de gros [GRI 404-1]

En 2023, les employé·e·s du commerce de gros ont suivi en tout 285 227 heures de formation et de perfectionnement, ce qui correspond à une moyenne de 9.2 heures de formation et de perfectionnement par personne.

|  | Femmes employées | Hommes employés |
|--|------------------|-----------------|
| Nombre total d'heures consacrées à une formation ou un cours de perfectionnement en 2023 | 134 951          | 150 275         |
| Nombre d'heures consacrées en moyenne à une formation ou un cours de perfectionnement    | 8.3              | 10.5            |

Les données présentées sous GRI 404-1 sont calculées sur la base de la somme des heures de formation et des effectifs indiqués sous GRI 2-7. Plusieurs entreprises ne collectent pas de données sur le nombre d'heures de formation, c'est pourquoi les données concernant le nombre d'heures consacrées en moyenne à une formation ou un cours de perfectionnement sont biaisées.

## Programmes d'amélioration des compétences des employé·e·s et aide à la transition dans le commerce de gros [GRI 404-2]

**Transgourmet Suisse:** Transgourmet Suisse propose plus de 60 formations et cours de perfectionnement internes. Le personnel peut aussi profiter de l'offre de Coop Campus. Des programmes de reconversion professionnelle et de soutien aux personnes reprenant un apprentissage sont également à disposition. Il existe en outre des offres spécifiques portant par exemple sur la résilience ou sur la préparation à la retraite.

**Transgourmet Allemagne:** Transgourmet Allemagne propose une vaste offre en formations continues, par exemple:

- formations via le campus Transgourmet
- programme "PEP – Personnalité et perspectives pour les jeunes faisant leur entrée dans le monde du travail"
- programmes de développement à l'attention des cadres à tous les niveaux
- formations en gestion de projets
- qualification pour les missions externes
- soutien financier de formations continues diverses
- Frische Paradies: programmes "Trainee" visant à former les personnes recrutées à l'extérieur et amenées à remplir une fonction de direction opérationnelle
- formations de la relève de cadres
- plan de formation du nouveau personnel
- formations individuelles

**Transgourmet France:** Les modules de formation disponibles reposent sur une approche axée sur les compétences. Cela permet aux collaboratrices et collaborateurs de développer et d'améliorer les connaissances nécessaires à leur profession et de préserver leur employabilité à long terme. Lorsque le départ à la retraite approche, des cours spécifiques sont organisés sur demande.

**Transgourmet Ibérica:** Les formations et cours proposés ont été mis au point en collaboration avec des spécialistes internes et externes. Ils sont dédiés aux techniques de vente, au développement de produits, à la langue, au leadership et à la collaboration.

Transgourmet Ibérica ne propose pas de programmes d'aide à la transition visant à préserver l'employabilité et à soutenir la transition lors du départ à la retraite et ou suite à un licenciement.

**Transgourmet Autriche:** Chaque cadre a pour mission de mener un entretien d'évaluation avec toutes les collaboratrices et collaborateurs dans son propre domaine de responsabilité. C'est la base pour une analyse commune des compétences et leur développement ultérieur. Cela permet aussi de préparer les collaboratrices et collaborateurs à assumer de nouvelles tâches et responsabilités ou de les soutenir dans l'exercice de leur travail quotidien.

Pour les postes clés ou pour le personnel en fonction depuis de nombreuses années, une aide professionnelle est proposée au besoin pour leur permettre de se réorienter ou de se repositionner. Pour le personnel proche de la retraite, la préparation de la préretraite est intégrée aux entretiens d'évaluation annuels. Cela est particulièrement pertinent pour les postes de conduite, qui nécessitent une planification de la relève en temps utile.

**Transgourmet Pologne:** Les formations proposées comprennent des formations sur le lieu de travail ou à distance ainsi que des e-learning, et visent à améliorer les compétences managériales, personnelles et sociales. Des formations axées sur les produits, les processus et les questions légales sont également disponibles.

Transgourmet Pologne ne propose pas de programmes d'aide visant à préserver l'employabilité et à soutenir la transition lors du départ à la retraite ou suite à un licenciement.

**Selgros România:** Les formations et cours proposés ont été mis au point en collaboration avec des spécialistes internes et externes. Le programme interne de planification de la relève "AGER+" vise à assurer le développement continu des employé·e·s afin d'exploiter et de maintenir le potentiel existant. Cela comprend des entretiens, des assessments ainsi que la définition d'objectifs d'évolution personnelle et de mesures

concrètes pour y parvenir. Il existe un programme similaire dans le domaine des achats, spécifiquement destiné aux acheteuses et acheteurs talentueux, ainsi qu'un programme de développement des compétences visant à garantir que les postes vacants sont pourvus dans le respect de la ligne hiérarchique. Selgros România ne propose pas de programmes d'aide à la transition visant à préserver l'employabilité et à soutenir la transition lors du départ à la retraite ou suite à un licenciement.

### **Part des employé·e·s du commerce de gros qui obtiennent une évaluation de leur performance au travail et de leur évolution professionnelle à intervalles réguliers** [GRI 404-3]

La part des employé·e·s du commerce de gros qui obtiennent une évaluation de leur performance au travail à intervalles réguliers et qui ont reçu une évaluation de leur évolution professionnelle en 2023 s'élève à 55.4%. Seul un chiffre global est disponible ici, sans distinction de sexe.

### OBJECTIF 3: COMMERCE DE GROS

**VEILLER À CE QUE 50% DES POSTES DE CADRE SOIENT POURVUS EN INTERNE.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

# 54.4%

### COMMENTAIRE

Avec 54.4% des postes de cadres pourvus en interne, nous avons atteint notre objectif annuel pour 2023.

### MESURES

- Formation professionnelle solide: collaboration avec des établissements de réadaptation professionnelle, des écoles professionnelles et des entreprises formatrices, et promotion de la formation duale
- Salons professionnels: participation à des salons professionnels et à des journées de découverte des métiers dans les écoles
- Développement du programme de formation: apprenti·e·s, "trainees" et stagiaires
- Gestion des talents: renforcement de la promotion individuelle et augmentation du taux d'embauche à l'issue de l'apprentissage
- Cours pour les conseillères et conseillers en apprentissage: développement de l'offre de cours et de formations proposées aux tutrices et tuteurs
- Séminaires: programme complet de séminaires avec large éventail de thèmes
- Résilience: cours additionnels proposés dans le domaine de la gestion de crise
- Campus Transgourmet: plate-forme de formation avec e-learning

# LA SANTÉ SUR LE LIEU DE TRAVAIL

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

La santé de nos collaboratrices et collaborateurs est d'une importance capitale pour le succès de notre entreprise. Pour cette raison, nous nous engageons de multiples manières dans le domaine de la sécurité au travail et de la protection de la santé. Nous formons tous nos collaborateurs et collaboratrices, et en particulier nos apprenties et apprentis, sur ce sujet. Lorsque c'est nécessaire, nous fournissons des équipements de protection que notre personnel est tenu de porter et d'utiliser conformément aux prescriptions. Nous mettons à la disposition de nos cadres ainsi que de nos formatrices et formateurs des documents pédagogiques portant sur l'identification des dangers et sur l'évaluation des risques, et nous les incitons à sensibiliser collaborateurs et apprentis à ces questions.

La réussite d'une entreprise repose aussi sur la satisfaction des collaboratrices et collaborateurs. C'est la raison pour laquelle nous faisons le maximum pour que notre personnel se sente bien chez nous et que la fluctuation soit la plus basse possible. Les collaboratrices et collaborateurs de l'ensemble du groupe Coop en Suisse ont la possibilité de participer à des manifestations sportives à des tarifs préférentiels. Nous souhaitons ainsi les encourager à pratiquer un sport et leur montrer les bienfaits de l'activité physique sur la santé. Bell Food Group et les sociétés nationales de Transgourmet proposent des offres similaires, organisées par l'entreprise elle-même ou par une organisation externe.



**NOUS NOUS PRÉOCCUPONS DE LA SANTÉ DE NOTRE PERSONNEL SUR LES LIEUX DE TRAVAIL.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## **OBJECTIF 1: COMMERCE DE DÉTAIL**

**ATTEINDRE 100% DES COLLABORATEURS PAR DES PROGRAMMES ET DES MESURES DE SANTÉ ADAPTÉS AUX BESOINS.**

### **COMMENTAIRE**

En Suisse, Coop Société Coopérative s'appuie sur la Swica en matière de gestion de la santé. Le Groupe Coop Société Coopérative n'a pas encore introduit de programme global en matière de gestion de la santé dans l'entreprise. Celui-ci est en cours d'élaboration.

**OBJECTIF 2: COMMERCE DE DÉTAIL**  
**MAINTENIR UN FAIBLE**  
**TAUX DE FLUCTUATION**  
**(10% MAXIMUM) CHEZ**  
**LES COLLABORATEURS**  
**MENSUALISÉS.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence = 0

**COMMENTAIRE**

En 2023, le taux de fluctuation s'élevait à 15.6%, ce qui veut dire que notre objectif annuel n'a pas été atteint.

**Personnes nouvellement employées et taux de fluctuation des employé·e·s au sein du groupe Coop** [GRI 401-1]

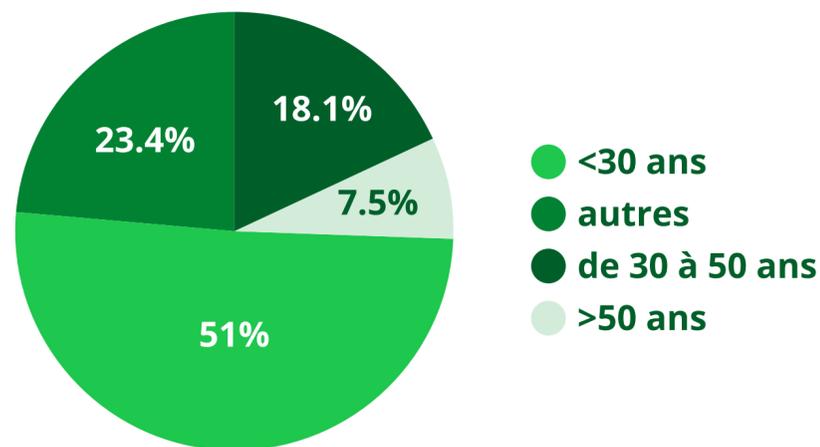
Nouveaux embauché·e·s par âge et par sexe

| Âge             | Nombre de femmes | Nombre d'hommes |
|-----------------|------------------|-----------------|
| moins de 30 ans | 3 345            | 4 036           |
| de 30 à 50 ans  | 3 419            | 3 701           |
| plus de 50 ans  | 919              | 844             |

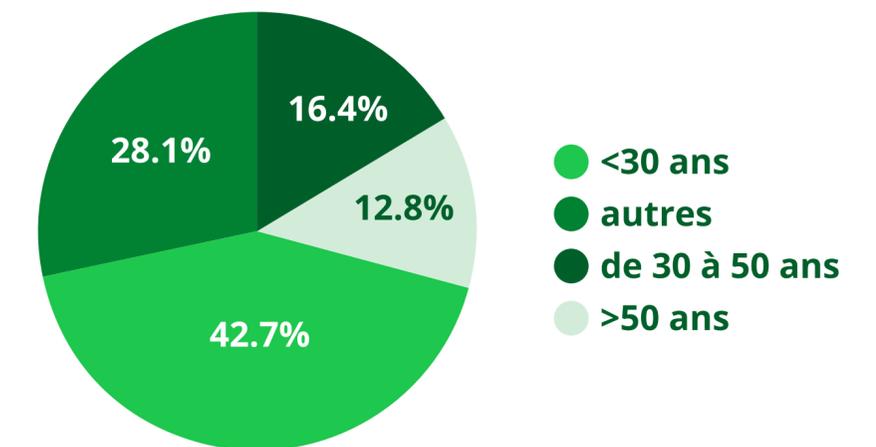
Départs, par âge et par sexe

| Âge             | Nombre de femmes | Nombre d'hommes |
|-----------------|------------------|-----------------|
| moins de 30 ans | 2 881            | 3 301           |
| de 30 à 50 ans  | 3 107            | 3 322           |
| plus de 50 ans  | 1 635            | 1 375           |

Répartition des nouveaux embauché·e·s par catégorie d'âge



Taux de fluctuation par catégorie d'âge



## **Prestations offertes par l'entreprise dans le commerce de détail aux employé·e·s à plein temps, mais pas aux employé·e·s à l'heure ni aux employé·e·s à temps partiel** [GRI 401-2]

Le personnel bénéficie de rabais et de conditions d'engagement intéressants ainsi que d'autres prestations annexes. Pour plus d'informations sur les principaux avantages: [www.coopjobs.ch](http://www.coopjobs.ch)

Par établissements majeurs, on entend tous les sites où une entreprise consolidée du groupe Coop exerce une activité qui occupe un certain nombre de collaboratrices et collaborateurs, ce qui comprend les points de vente, la logistique, la production et l'administration. On ne fait pas ici de distinction entre les établissements majeurs et les autres.

## **Délai minimal de notification concernant des changements au sein du groupe Coop** [GRI 402-1]

Le délai minimal de notification généralement accordé aux employé·e·s du groupe Coop Société Coopérative et à leurs représentantes et représentants avant la mise en œuvre de changements importants au sein de l'entreprise susceptibles de les affecter de manière significative est, dans la grande majorité des cas, de quatre semaines.

## **Identification des dangers, analyse des risques et enquête sur les incidents dans le commerce de détail** [GRI 403-2]

L'appréciation des risques aux postes de travail et l'examen systématique des accidents s'inscrivent dans les différents systèmes de sécurité mis en place par Coop en Suisse à l'échelle de tout le groupe ou presque (solutions sectorielles ou individuelles). Basées sur des méthodes reconnues, ces missions sont réalisées par du personnel formé, qui peut prendre parfois la forme de prestataires de services externes certifiés. Les postes de travail ne présentant pas de danger particulier font ici office d'exception. L'évaluation des risques est effectuée systématiquement pour tous les postes de travail concernés et repose sur une méthode adaptée aux dernières avancées techniques.

Afin d'évaluer et d'améliorer en permanence la gestion de la sécurité et de la santé sur le lieu de travail, le groupe Coop élabore chaque année une synthèse et une évaluation des mesures définies et des statistiques d'accidents. Cela peut se faire en collaboration avec la compagnie d'assurance-accidents ou directement par les services spécialisés concernés. Ceux-ci sont consultés lors des révisions régulières des directives sur la sécurité.

Le personnel du groupe Coop dispose de plusieurs possibilités pour signaler des cas en lien avec la sécurité au travail et la

protection de la santé. En principe, la ou le supérieur hiérarchique se tient à disposition dans pareils cas. Cela étant, il est aussi possible de contacter de manière anonyme les différents services de sécurité, les commissions du personnel, les services sociaux internes ou le service de signalement de la Révision interne.

De manière générale, tous les membres du personnel ont la possibilité d'intervenir dans des situations dangereuses et d'interrompre leur tâche jusqu'à ce que la situation soit améliorée. Les accidents doivent toujours être signalés, indépendamment de leur degré de gravité et du contrat de travail de la personne accidentée. Du personnel spécialement formé évalue les signalements et effectue une enquête adaptée à la gravité de l'accident. Les statistiques annuelles permettent d'identifier les accidents mineurs mais récurrents. Des mesures visant à éviter d'autres incidents du même type sont ensuite déduites de ces statistiques, en étroite collaboration avec la compagnie d'assurance-accidents. Afin de prévenir des incidents similaires, les observations et enseignements tirés de la pratique sont, lorsque le cas est pertinent, partagés au sein du groupe. Des audits internes et/ou externes ainsi que des inspections viennent compléter les mesures de sécurité et assurer une prévention efficace. Les spécialistes en matière de sécurité internes au groupe se tiennent à disposition.

## Implication du personnel, consultation et communication en matière de sécurité au travail et de protection de la santé dans le commerce de détail [GRI 403-4]

Aussi bien les mesures préventives que les mesures de protection s'appliquent de manière uniforme à tout le personnel, quel que soit le type de contrat de travail.

Le personnel du groupe Coop dispose de plusieurs possibilités pour discuter de la sécurité au travail et de la protection de la santé, faire des propositions et exprimer des préoccupations. En principe, la ou le supérieur hiérarchique se tient à disposition. Cela étant, il est aussi possible de contacter de manière anonyme les différents services de sécurité, les commissions du personnel, les services sociaux internes ou le service de signalement de la Révision interne. Les spécialistes internes se forment en continu conformément au règlement de la Commission fédérale de coordination pour la sécurité au travail (CFST). Lorsque le groupe ne dispose pas des connaissances nécessaires, il fait appel à des partenaires externes sous contrat. Les collaboratrices et collaborateurs peuvent également faire des signalements anonymes aux autorités.

Le sujet de la sécurité au travail et de la protection de la santé est abordé dans différents groupements, où la Direction générale peut être impliquée. Cela se produit généralement à l'occasion des négociations relatives à la convention collective de travail, suite à des signalements de la part du personnel ou à des interventions des autorités.

## Formation du personnel aux questions de sécurité et de santé sur le lieu de travail dans le commerce de détail [GRI 403-5]

Des formations sur le thème de la sécurité au travail et de la protection de la santé sont régulièrement organisées, et ce quasiment dans tout le groupe Coop. Lors des journées d'accueil, les nouvelles collaboratrices et collaborateurs sont informés des mesures de protection et de sécurité.

## Prévention et atténuation des effets sur la santé et la sécurité au travail directement liés aux relations commerciales dans le commerce de détail [GRI 403-7]

Nos principes en matière de sécurité s'appliquent également à nos partenaires commerciaux. Ils sont inscrits dans notre [Code de conduite](#) et dans nos Conditions générales de livraison.

## Blessures survenues dans le cadre du travail au sein du groupe Coop [GRI 403-9]

### Employé·e·s:

|   |             |
|---|-------------|
| Nombre de décès en lien avec des blessures survenues dans le cadre du travail   | 0           |
| Nombre de blessures survenues dans le cadre du travail avec conséquences graves | 140         |
| Nombre de blessures documentées survenues dans le cadre du travail              | 4 137       |
| Nombre d'heures travaillées   | 132 271 917 |

Les données relatives aux accidents et aux maladies ont été collectées pour la première fois à l'échelle du groupe pour l'année 2023 en vue de l'établissement du rapport sur le développement durable. Au sein du commerce de gros, les données n'ont donc pas encore pu être collectées de manière exhaustive dans tous les secteurs. Ces données, qui reflètent les spécificités nationales, sont différentes d'un pays à l'autre. Leur présentation est encore en cours d'élaboration, et c'est pourquoi, lors de la collecte des données pour l'année 2023, il se peut que les définitions des catégories d'accidents soient appliquées différemment selon les domaines d'entreprise. En ce qui concerne le GRI 403-9 pour le décompte des blessures survenues dans le cadre du travail, des définitions ont été spécifiquement élaborées pour le groupe Coop. Elles diffèrent en partie des définitions du GRI:

- 403-9ai & 403-9bi: Les décès dus à des blessures survenues dans le cadre du travail comprennent tous les décès déclarés à l'assureur
- 403-9aii & 403-9bii: Les blessures avec conséquences graves survenues dans le cadre du travail comprennent tous les cas avec un arrêt de travail de plus de 112 jours
- 403-9aiii & 403-9biii: Les blessures survenues dans le cadre du travail comprennent tous les dommages déclarés à l'assureur

La collecte de ces données sera élargie pendant l'année 2024 afin de garantir leur cohérence pour tout le groupe Coop.

**Personnes n'ayant pas le statut d'employé·e·s mais dont le travail ou le poste de travail est contrôlé par le groupe Coop:**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Nombre de décès en lien avec des blessures survenues dans le cadre du travail</b>   | 0         |
| <b>Nombre de blessures survenues dans le cadre du travail avec conséquences graves</b> | 2         |
| <b>Nombre de blessures documentées survenues dans le cadre du travail</b>              | 216       |
| <b>Nombre d'heures travaillées</b>   | 1 339 923 |

Comme les données relatives aux chiffres-clés du GRI 403-9 ont été collectées pour la première fois en 2023, les chiffres relatifs aux personnes ne bénéficiant pas du statut d'employé du Bell Food Group et de certaines filiales nationales de Transgourmet ne sont pas encore complets. La collecte de ces données sera élargie pendant l'année 2024 afin de garantir leur cohérence pour tout le groupe Coop.

**Pourcentages (seulement les employé·e·s uniquement)**

|   |      |
|---|------|
| <b>Pourcentage de décès</b>   | 0    |
| <b>Pourcentage de blessures survenues dans le cadre du travail avec conséquences graves</b> | 1.1  |
| <b>Pourcentage de blessures documentées survenues dans le cadre du travail</b>              | 31.3 |

Les taux sont calculés sur la base de 1 000 000 d'heures travaillées. Les personnes n'ayant pas le statut d'employé·e·s ne sont pas pris en compte dans le rapport pour l'année 2023.

Les blessures les plus fréquentes survenues dans le cadre du travail (pour les employé·e·s et non employé·e·s) sont les contusions, chutes, coupures, entorses/foulures, élongations, tuméfactions, fractures et déchirures.

Pour les sociétés nationales de Transgourmet, chaque site dispose d'une personne responsable de la santé et de la sécurité au travail qui procède à des contrôles en matière de sécurité au travail selon des critères et une périodicité définis. Par ailleurs, des audits sont régulièrement mis en œuvre.

Afin d'écartier les dangers et de minimiser les risques, les filiales nationales de Transgourmet ont engagé voire déjà mis en œuvre les mesures suivantes: amélioration de l'analyse et de la documentation des dommages causés, mesures de sensibilisation et formation continue, adaptations ponctuelles du point

organisationnel ou utilisation d'outils auxiliaires lors de la manipulation de charges lourdes, examens réguliers et inspections préventives.

Tous les sites disposent de documents standardisés qui illustrent les mesures en question et servent de base pour leur évaluation régulière. Il peut s'agir de mesures techniques, sociales ou de construction visant à encadrer les travailleuses et travailleurs. Ces mesures sont mises en œuvre de multiples manières, par exemple par des formations numériques, des campagnes de prévention, des formations continues ou des formations collectives.

Pour le calcul du GRI 403-9, tout le personnel au sens du GRI 2-7 et du GRI 2-8 a été pris en compte. À noter que le personnel ayant quitté l'entreprise en cours d'année et le personnel rémunéré à l'heure, qui n'a pas été comptabilisé sous GRI 2-7, sont également pris en compte. Les entreprises Coop qui ne sont pas couvertes par un contrat d'assurance avec la Suva (Marché Restaurants SA et The Body Shop) n'ont pas été prises en compte dans les données du standard GRI 403-9, car ces données ne sont pas disponibles.

Pour Coop Société Coopérative, c'est l'assurance-accidents Suva qui se charge de fournir les données sur la base des déclarations d'accidents/cas effectifs.

## Maladies en lien avec le travail au sein du groupe Coop [GRI 403-10]

### Nombre d'employé·e·s:

|   |   |
|---|---|
| Nombre de morts suite à une maladie en lien avec le travail | 0 |
|---|---|

|  |    |
|--|----|
| Nombre de cas documentés de maladies en lien avec le travail | 47 |
|--|----|

Les données relatives aux accidents et aux maladies ont été collectées pour la première fois à l'échelle du groupe pour l'année 2023 en vue de l'établissement du rapport sur le développement durable. Au sein du commerce de gros, les indicateurs n'ont donc pas encore pu être collectés de manière exhaustive dans tous les secteurs. Ces indicateurs, qui reflètent les spécificités nationales, sont différentes d'un pays à l'autre. Leur présentation est encore en cours d'élaboration, et c'est pourquoi, lors de la collecte des données pour l'année 2023, il se peut que les définitions des catégories de maladies soient appliquées différemment selon les domaines d'entreprise. La collecte de ces données sera élargie pendant l'année 2024 afin de garantir leur cohérence pour tout le groupe Coop.

Informations sur les principaux types de maladies liées au travail:

- Pour Coop Société Coopérative, aucun cas de maladie professionnelle n'a été enregistré en 2023 et donc aucun type de maladie liée au travail n'a été répertorié.
- Bell Food Group ne procède pas à une saisie ni à une évaluation systématiques des principaux types de maladies liées au travail. Chaque site définit ses propres normes et pratiques en lien avec la sécurité.
- Pour la majorité des sociétés de Transgourmet, il n'existe pas, pour 2023, de données avec le niveau de granularité souhaité portant sur les types de maladies liées au travail. La raison pour cela est le manque d'informations transmises par les assureurs ou l'existence de conventions d'entreprise qui interdisent la communication de telles données. Ce sont les définitions des maladies professionnelles propres à chaque pays qui sont déterminantes.

### Personnes n'ayant pas le statut d'employé·e·s mais dont le travail ou le poste de travail est contrôlé par le groupe Coop:

|   |   |
|---|---|
| Nombre de morts suite à une maladie en lien avec le travail | 0 |
|---|---|

|  |   |
|--|---|
| Nombre de cas documentés de maladies en lien avec le travail | 0 |
|--|---|

Comme les données relatives aux chiffres-clés du GRI 403-10 ont été collectées pour la première fois en 2023, les chiffres relatifs aux personnes ne bénéficiant pas du statut d'employé du Bell Food Group et de certaines filiales nationales de Transgourmet ne sont pas encore complets. La collecte de ces données sera élargie pendant l'année 2024 afin de garantir leur cohérence pour tout le groupe Coop.

Il n'existe pas de données concernant les principaux types de maladies liées au travail pour l'année 2023. Les dangers liés au travail qui comportent un risque de maladie varient en fonction du domaine professionnel et de l'activité. Plusieurs filiales nationales de Transgourmet ont défini les dangers sur la base de leurs propres analyses de risques ou en vertu de la loi en vigueur.

Les filiales nationales de Transgourmet se conforment aux législations nationales en ce qui concerne la gestion des dangers liés au travail comportant un risque de maladie. Celles-ci définissent généralement des normes et des processus en matière de contrôles et d'évaluation des risques. Parmi les risques figurent les mauvaises postures, la manipulation de poids lourds, le travail de nuit et les variations de température. Transgourmet Allemagne ne dispose pas de données à ce sujet.

Les filiales nationales de Transgourmet ne disposent pas de données complètes concernant ces risques et leur possible contribution à des maladies en 2023. Les données disponibles se concentrent sur la manipulation de marchandises lourdes. Afin d'éliminer ces dangers et de minimiser les risques, les différentes sociétés de Transgourmet ont adopté et mis en œuvre les mesures suivantes: amélioration de l'analyse et de la documentation des charges ainsi que des mesures de sensibilisation et des formations continues dans le domaine de la sécurité au travail, de la protection de la santé et de l'ergonomie. Ceci implique parfois certains ajustements en termes d'organisation ou le recours à des outils supplémentaires.

Sont aussi pris compte, en plus des chiffres-clés du GRI 2-7 et du GRI 2-8, le personnel qui a quitté l'entreprise en cours d'année et les employé·e·s temporaires rémunérés à l'heure. Si leur personnel a été pris en compte dans les chiffres-clés du GRI 2-7 et du GRI 2-8, les sociétés suivantes ne sont pas retenues pour les chiffres-clés du GRI 403-10: entreprises Coop non assurées auprès de la Suva (Marché Restaurants SA et The Body Shop), Transgourmet Suisse ainsi que quelques filiales de Transgourmet Allemagne et Transgourmet Autriche.

Pour Coop Société Coopérative, la collecte de données pour l'indicateur 403-10a est effectuée par la Suva dans le respect de l'annexe I de l'Ordonnance sur l'assurance-accidents (OLAA) et des définitions des maladies professionnelles. Si une maladie professionnelle ne peut pas être clairement établie selon l'annexe I de l'OLAA, la personne concernée est soumise à la loi sur l'assurance-maladie et n'est pas prise en compte dans ces données.

## MESURES

- Conditions d'embauche attrayantes: code de conduite, convention collective de travail, avantages et rabais, réunions "meet and eat"
- Job Center: tous les collaborateurs et collaboratrices concernés par une réorganisation se voient proposer un autre poste au sein de l'entreprise
- Prévention: programme de gestion de la santé dans l'entreprise permettant d'envisager des mesures de prévention réalistes en cas de taux d'absence important
- "Work-Life-Balance": temps de travail (semaine de 41 heures) et congés (5 semaines pour les collaboratrices et collaborateurs, six semaines pour les apprenti·e·s)
- Formations: modules de formation sur la promotion de la santé dans la conduite et sur la sécurité dans les magasins pour les gérantes et gérants dans le commerce de détail
- Programme Ergofit: détection précoce et formation du personnel dans la Direction Logistique
- Étude de faisabilité: mise en œuvre d'une étude de faisabilité portant sur la digitalisation des processus du Service social et des Ressources humaines au travers de tous les domaines de l'entreprise
- Augmentation des ressources: décision d'augmenter les ressources en personnel du Service spécialisé Gestion de la santé en entreprise

## **OBJECTIF 1: PRODUCTION**

**ATTEINDRE 100% DES  
COLLABORATEURS PAR  
DES PROGRAMMES ET  
DES MESURES DE SANTÉ  
ADAPTÉS AUX BESOINS.**

### **COMMENTAIRE**

En Suisse, Coop Société Coopérative s'appuie sur la Swica en matière de gestion de la santé. Le Groupe Coop Société Coopérative n'a pas encore introduit de programme global en matière de gestion de la santé dans l'entreprise. Celui-ci est en cours d'élaboration.

## OBJECTIF 2: PRODUCTION

# MAINTENIR UN FAIBLE TAUX DE FLUCTUATION (10% MAXIMUM) CHEZ LES COLLABORATEURS MENSUALISÉS.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence = 0

### COMMENTAIRE

En 2023, le taux de fluctuation s'élevait à 17.5%, ce qui veut dire que notre objectif annuel n'a pas été atteint.

### Prestations offertes par l'entreprise dans la production aux employé·e·s à plein temps, mais pas aux employé·e·s à l'heure ni aux employé·e·s à temps partiel [GRI 401-2]

Les prestations offertes par l'entreprise sont les mêmes pour les employé·e·s à plein temps et les employé·e·s à temps partiel. Il existe souvent des différences propres à chaque pays. Par établissements majeurs, on entend tous les sites où une entreprise consolidée du groupe Coop exerce une activité qui occupe un certain nombre de collaboratrices et collaborateurs, ce qui comprend les points de vente, la logistique, la production et l'administration. On ne fait pas ici de distinction entre les établissements majeurs et les autres.

### Identification des dangers, analyse des risques et enquête sur les incidents dans la production [GRI 403-2]

Au sein de Bell Food Group, la responsabilité de la sécurité au travail revient aux chef·fe·s de service et d'établissements. Chaque site dispose de son propre concept de sécurité au travail qui respecte au minimum les exigences fixées par la loi dans ce domaine. Afin de mettre en place des mesures de prévention et de protection efficaces, les risques pour le personnel sont évalués de manière systématique.

La stratégie de sécurité repose sur des éléments clefs: formations régulières en matière de sécurité au travail, respect strict des prescriptions légales et règles de conduite claires.

De plus, plusieurs sites procèdent à des examens médicaux. Dans un souci d'amélioration continue, les processus en lien avec la santé et la sécurité sont régulièrement soumis à des audits internes et externes.

Nous ne faisons pas de différence entre les personnes directement employées et celles indirectement employées.

Aussi bien les mesures préventives que les mesures de protection s'appliquent de manière uniforme à tout le personnel, quel que soit le type de contrat de travail.

Dans le cadre de son système de gestion des améliorations "TopX", Bell Food Group accorde une grande importance à la sécurité au travail et à la protection de la santé. Le groupe se base pour cela avant tout sur l'avis et les impressions de ses collaboratrices et collaborateurs qui sont recueillis de manière active et régulière lors des réunions shopfloor. En complément, les employé·es peuvent signaler directement à leur supérieur·e hiérarchique les dangers liés à leur travail et les situations à risque.

En ce qui concerne les directives et les procédures permettant aux employé·e·s de sortir de situations de travail qu'elles ou ils estiment susceptibles d'entraîner des blessures ou des maladies, et pour ce qui est de la procédure d'enquête en cas d'incidents liés au travail, Bell Food Group applique les prescriptions légales propres à chaque pays. La responsabilité en matière de sécurité au travail incombe aux chef·fe·s d'établissements ou de service.

### **Implication du personnel, consultation et communication en matière de sécurité au travail et de protection de la santé dans la production** [GRI 403-4]

Nous ne faisons pas de différence entre les personnes directement employées et celles indirectement employées. Aussi bien les mesures préventives que les mesures de protection s'appliquent de manière uniforme à tout le personnel, quel que soit le type de contrat de travail.

Bell Food Group ne procède pas à une collecte systématique de données à ce sujet. La responsabilité quant à la réalisation des objectifs et à la mise en œuvre des mesures définies en matière de protection de la santé incombe aux responsables du personnel et, à un niveau supérieur, à la direction des ressources humaines de Bell Food Group. La responsabilité générale en matière de sécurité au travail au sein de Bell Food Group incombe aux chef·fe·s d'établissements ou de secteur, voir GRI 403-2.

### **Formation du personnel aux questions de sécurité et de santé sur le lieu de travail dans la production** [GRI 403-5]

Nous ne faisons pas de différence entre les personnes directement employées et celles indirectement employées. Aussi bien les mesures préventives que les mesures de protection s'appliquent de manière uniforme à tout le personnel, quel que soit le type de contrat de travail.

Bell Food Group ne procède pas à une collecte systématique de données à ce sujet. La responsabilité générale en matière de sécurité au travail au sein de Bell Food Group incombe aux chef·fe·s d'établissements ou de secteur, voir GRI 403-2.

### **Prévention et atténuation des effets sur la santé et la sécurité au travail directement liés aux relations commerciales dans la production** [GRI 403-7]

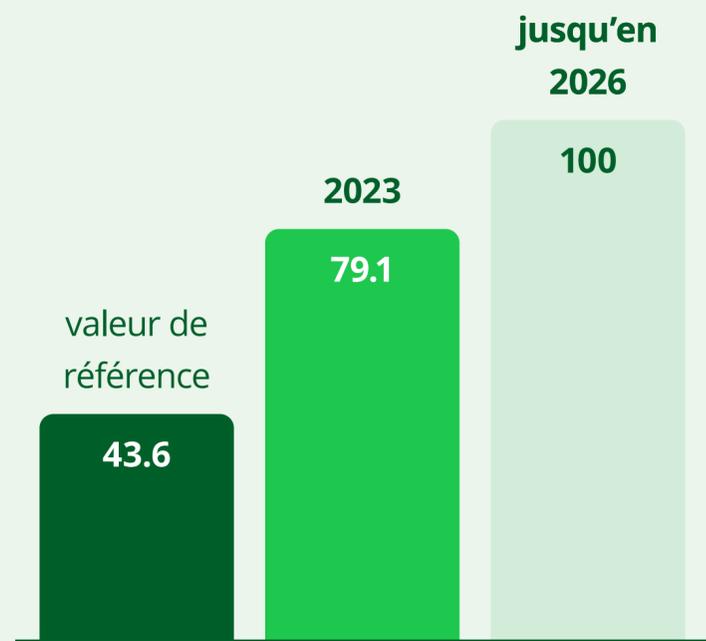
Les mandataires qui effectuent des tâches sur le site de production reçoivent des instructions en matière de sécurité qu'ils s'engagent à respecter par leur signature.

### **MESURES**

- Conditions d'embauche attrayantes: code de conduite, convention collective de travail, avantages et rabais
- Santé et sécurité: gestion de la santé dans l'entreprise et de la sécurité au travail
- Projet: projet "avanti – avancer ensemble" lancé dans la Région logistique Nord-Ouest de la Suisse-Suisse Centrale-Zurich visant à améliorer la satisfaction au travail du personnel
- Analyse de l'égalité salariale: réalisation d'analyses portant sur l'égalité salariale en vue d'éliminer les disparités
- Enregistrement du temps de travail: introduction de l'enregistrement électronique de la durée du travail

## OBJECTIF 1: COMMERCE DE GROS

**ATTEINDRE 100% DES COLLABORATEURS PAR DES PROGRAMMES ET DES MESURES DE SANTÉ ADAPTÉS AUX BESOINS.**



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence estimée

# 79.1%

### COMMENTAIRE

Le succès est net: en 2023, 79.1% de nos collaboratrices et collaborateurs ont été concernés par au moins une mesure issue de notre concept systématique de gestion de la santé.

## OBJECTIF 2: COMMERCE DE GROS

# MAINTENIR UN FAIBLE TAUX DE FLUCTUATION (16% MAXIMUM) CHEZ LES COLLABORATEURS MENSUALISÉS.



Progression de la mise en œuvre: en %, valeur de référence = 0

### COMMENTAIRE

Avec un taux de fluctuation de 17.6%, nous avons manqué notre objectif en 2023.

#### Identification des dangers, analyse des risques et enquête sur les incidents dans la production [GRI 403-2]

Transgourmet Allemagne n'est pas incluse dans les données suivantes car elle ne dispose pas de données pour l'année sous revue.

Toutes les sociétés de Transgourmet disposent d'une ou de plusieurs personnes formées dans le domaine concerné et responsables de ces questions. Elles procèdent à des évaluations et des contrôles conformément à la législation nationale, qui sont ensuite régulièrement vérifiés par le biais d'audits internes et externes. Les évaluations reposent sur des processus standardisés et utilisent des check-lists, des appréciations et d'autres outils.

Les résultats de ces évaluations sont consignés dans des documents prévus à cet effet et des mesures sont engagées sur cette base si nécessaire. Chaque filiale nationale dispose ici aussi de processus standardisés comprenant des inspections régulières, des vérifications et des corrections, ainsi qu'une ligne de communication clairement définie.

Grâce aux formations régulières et aux documents mis à disposition durant ces formations, les collaboratrices et collaborateurs sont informés sur les dangers auxquels ils sont exposés, sur les moyens de les éviter et de les prévenir, et sur les personnes à contacter en cas de besoin. Des personnes de contact confidentielles et des canaux de communication sont clairement définis dans ce cadre. D'autres mesures sont mises en œuvre par ailleurs, telles que des campagnes de prévention, des formations continues et des vidéos pédagogiques. Dans tous les cas, les employé·e·s sont protégé·e·s contre les mesures de représailles.

Dans la mesure du possible, l'enquête sur les incidents liés au travail se fait sur la base des prescriptions et directives nationales, pour lesquelles le personnel concerné est régulièrement formé. L'identification des sources de danger se fait par le biais d'audits internes et externes et par des inspections systématiques. Les personnes responsables de la prévention se chargent de formuler des mesures correctrices par le biais de projets qui incluent des délais, l'analyse des coûts et un examen régulier. Tout est documenté et enregistré au niveau national, et intégré dans le matériel de formation le cas échéant.

## **Implication du personnel, consultation et communication en matière de sécurité au travail et de protection de la santé dans le commerce de gros** [GRI 403-4]

Transgourmet Autriche n'est pas incluse dans les données suivantes car elle ne dispose pas de données pour l'année sous revue.

Dans les filiales nationales de Transgourmet, la participation du personnel au développement, à la mise en œuvre et à l'évaluation du système de management pour les questions de sécurité et de santé au travail suit, dans la mesure du possible, les directives et les lois nationales, et est dirigée par des groupes de travail dédiés. Ces groupes se composent des entreprises concernées (pour le personnel ne bénéficiant pas du statut d'employé), des syndicats et des responsables RH. Grâce à des documents standardisés et à des formations régulières, le personnel reçoit les informations nécessaires et peut également donner son feedback. Cet échange se fait via les canaux de communication internes de l'entreprise.

Dans toutes les filiales nationales, la conception et le public cible des comités officiels regroupant employeur et employé·e·s pour les questions de sécurité et de santé au travail se basent sur les prescriptions spécifiques au pays.

## **Formations du personnel sur les questions de sécurité et de santé au travail dans le commerce de gros** [GRI 403-5]

Les formations ont lieu à la fois sous forme numérique, via des plates-formes d'e-learning, et sur place, dispensé par du personnel qualifié. La formation sur place comprend la visite du site, la présentation des équipements de protection et des modalités d'utilisation des machines, ainsi que d'autres formations spécifiques. En plus d'un programme d'introduction et de formations continues obligatoires, le personnel doit régulièrement rafraîchir ses connaissances dans les formations suivies. Les personnes qui ne disposent pas du statut d'employé·e·s sont formées conformément aux directives nationales et aux exigences de leur mission.

## **Prévention et atténuation des effets sur la santé et la sécurité au travail directement liés directement aux relations commerciales dans le commerce de gros** [GRI 403-7]

Dans tous les sites, un comité désigné veille au respect des prescriptions et des contrôles tels que définis dans les documents de concept, les descriptions de processus et les contrats. Les responsables contrôlent et inspectent régulièrement les opérations sur place. Les canaux de communication et les accords avec les partenaires commerciaux sont clairement définis et toutes les prescriptions sont respectées et appliquées.

## **MESURES**

- Conditions d'embauche attrayantes: prestations sociales lors de la naissance d'un enfant ou d'un mariage, congés spéciaux en période de crise, possibilité de télétravail
- Santé et sécurité: systèmes de gestion de la santé individuels en fonction des filiales nationales
- Transgourmet Autriche: Initiative FIT visant à encourager la vie saine, pour les collaboratrices et collaborateurs

# POUR UNE CONSOMMATION DURABLE

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Depuis 2003 déjà, nous nous engageons en faveur d'un avenir durable par le biais d'un fonds spécialement dédié à cette question. Mais c'est en 2007 que nous avons créé le Fonds Coop pour le développement durable tel que nous le connaissons aujourd'hui. Grâce à lui, nous investissons durablement dans l'avenir et soutenons, avec nos partenaires, de nombreuses initiatives en Suisse comme à l'étranger. Il s'agit notamment de projets de sensibilisation à une consommation

durable, de projets de recherche dans le domaine de l'agriculture biologique et du développement de méthodes de production respectueuses de l'environnement, ou encore de projets de protection du climat et de mise en place de chaînes de valeur durables. C'est ainsi que nous avons investi quelque 306 millions de francs suisses depuis 2003. Grâce à des solutions innovantes, nous rendons la consommation plus durable et agissons pour la société.



**NOUS SENSIBILISONS LE PUBLIC À UNE CONSOMMATION SAINTE ET DURABLE.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

**SOUTENIR DES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE QUI PROFITENT À NOS CLIENTS GRÂCE AU FONDS COOP POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE EN LE DOTANT CHAQUE ANNÉE D'AU MOINS 16 MILLIONS DE FRANCS.**

 **ATTEINT**

### Faits marquants

16.85 millions de francs suisses  
pour 131 projets

### COMMENTAIRE

Par le biais du Fonds Coop pour le développement durable, nous avons soutenu et mis en œuvre 131 projets de développement durable en 2023, pour un investissement total de 16.85 millions de francs suisses. Nous avons ainsi atteint notre objectif.

### MESURES

- Engagement en Suisse et à l'étranger: investissement dans de nombreux projets en Suisse et à l'étranger
- Projets: mise en œuvre de projets de sensibilisation à une consommation durable, de projets de recherche et de projets de protection du climat
- Exposition: exposition permanente à la Umwelt Arena de Spreitenbach sur le thème de la consommation durable, avec environ 97 000 visiteuses et visiteurs en 2023
- Projet du Fonds: participation de 3992 jeunes à 81 ateliers de GORILLA, le programme de promotion de la santé chez les jeunes de la Schtifti Foundation
- Projet du Fonds: prolongation pour trois années supplémentaires du projet "Company Programme" proposé par Young Enterprise Switzerland et soutien au programme spécial "Économie durable"

**OBJECTIF: PRODUCTION**

**S'ENGAGER ACTIVEMENT  
ET AVEC CONVICTION  
POUR LA SOCIÉTÉ SUISSE,  
CONFORMÉMENT À NOS  
PRINCIPES DE SOCIÉTÉ  
COOPÉRATIVE. NOUS EN  
PARLONS DANS LA PARTIE  
CONSACRÉE AU COMMERCE  
DE DÉTAIL.**

### **Faits marquants**

Swissmill – projet du Fonds: poursuite  
du projet d'utilisation de sous-produits  
de la meunerie pour produire  
des protéines utilisées ensuite  
dans l'élevage d'insectes

## OBJECTIF: COMMERCE DE GROS

# METTRE EN ŒUVRE CHAQUE ANNÉE DES PROGRAMMES ET DES ACTIONS DE PROMOTION POUR UNE ALIMENTATION SAINE.

✓ ATTEINT

### Faits marquants

Transgourmet Suisse: introduction de l'éco-score pour ses marques propres

## COMMENTAIRE

En 2023, en tout 29 projets visant à promouvoir une alimentation saine ont été mis en œuvre dans les sociétés nationales de Transgourmet. Toutes les sociétés nationales de Transgourmet ont mis en œuvre au moins un projet en 2023, parmi lesquels:

- introduction du système d'évaluation éco-score pour les marques propres et les produits de marques déjà évalués
- communication interne et externe, par exemple sur les offres véganes et régionales, sur les labels durables et sur le thème de l'alimentation saine, avec organisation de jeux-concours notamment
- actions de sensibilisation pour les enfants et les jeunes sur le thème de l'alimentation équilibrée
- ateliers, séminaires et formations

# PARTENARIATS POUR DAVANTAGE DE BIEN COMMUN

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Nous travaillons main dans la main avec nos partenaires afin d'atteindre nos objectifs au niveau de l'entreprise mais aussi à plus grande échelle. Pour cela, nous misons sur des partenariats à long terme qui nous permettent de mettre en place et de développer des assortiments durables appréciés de la clientèle. Nous entretenons également des échanges précieux et réguliers avec nos parties prenantes, nos partenaires commerciaux et diverses organisations et initiatives, en Suisse, en Europe et dans les pays de production. Grâce à nos échanges avec des organisations non gouvernemen-

tales, des administrations et des associations, nous avons l'occasion d'aborder des sujets de société importants, d'approfondir nos connaissances et de nous améliorer en permanence. Depuis des années, nous entretenons des partenariats stratégiques étroits avec plusieurs organisations, parmi lesquelles Bio Suisse, l'Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL), la Protection suisse des animaux (PSA), la Croix-Rouge suisse (CRS), la Société Suisse de Nutrition (SSN) ou encore le WWF.



**NOUS ENTRETENONS DES  
PARTENARIATS SOLIDES POUR  
PROMOUVOIR LE BIEN COMMUN.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



”  
**SOUS LE LABEL “SOLIDARITÉ” DE COOP,  
NOUS FABRIQUONS DANS NOTRE  
ÉTABLISSEMENT DES PRODUITS DE  
QUALITÉ AVEC UNE VALEUR AJOUTÉE  
SOCIALE. NOUS ESPÉRONS QUE COOP  
MAINTIENDRA SON ENGAGEMENT EN  
FAVEUR DE **PRODUITS DURABLES**  
FABRIQUÉS PAR DES PERSONNES EN  
SITUATION DE HANDICAP.**

**Beat Ammann**

directeur du Bürgerspital de Bâle



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

# CONFIER CHAQUE ANNÉE DES MANDATS DE PRODUCTION ET DE PRESTATION À DES INSTITUTIONS SOCIALES ET DES ATELIERS EMPLOYANT DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP.

✓ ATTEINT

## COMMENTAIRE

Nous avons atteint notre objectif en 2023 en confiant des mandats à des institutions sociales pour une valeur totale de 9.65 millions de francs suisses.

**Pour en savoir plus:** [Partenaires et parties prenantes, Policy Paper Responsabilité sociétale](#)

## MESURES

- Partenariats de longue date: partenariat de longue date avec Table Suisse et Table couvre-toi pour le don de denrées alimentaires
- Partenariats de longue date et objectifs des processus: partenariat avec le WWF et travail sur les objectifs de processus définis en commun en faveur d'un engagement accru pour la protection du climat et des eaux, la biodiversité et les matières premières critiques augmentation du volume de denrées alimentaires donné à Table Suisse et Table couvre-toi
- Projet du Fonds: participation de 495 coureuses et coureurs aux 18 manifestations sportives organisées par PluSport Sport Handicap Suisse
- Opération de collecte avec la CRS: accroissement du nombre de paquets collectés dans le cadre de l'action 2xNoël au profit des personnes démunies en Suisse, pour une valeur totale de 420 000 francs suisses environ

**OBJECTIF: PRODUCTION**

**S'ENGAGER ACTIVEMENT ET  
AVEC CONVICTION POUR LA  
SOCIÉTÉ SUISSE, CONFORMÉ-  
MENT À NOS PRINCIPES DE  
SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE. NOUS  
EN PARLONS DANS LA PARTIE  
CONSACRÉE AU COMMERCE DE  
DÉTAIL.**

**COMMERCE DE GROS**

**METTRE EN ŒUVRE DES  
MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPER DANS LES  
ANNÉES À VENIR DES PROJETS  
CIBLÉS DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE.**

# ENGAGEMENT EN FAVEUR DE LA SOCIÉTÉ

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

En tant que société coopérative, nous considérons qu'il est de notre devoir de contribuer à une évolution de la société dans le respect des principes du développement durable. Dans cet esprit, nous encourageons l'engagement bénévole et investissons dans des projets en faveur de la population par le biais du Fonds Coop pour le développement durable. Ainsi, depuis 1942, le Parrainage Coop pour les régions de montagne ap-

porte son soutien aux familles de paysans et aux exploitations installées dans les montagnes suisses. Par ailleurs, nous soutenons plusieurs organisations par des dons de nourriture et sommes partenaire de la Croix-Rouge suisse depuis 2015. Nous investissons ainsi chaque année dans des projets en faveur des régions de montagne, de la formation, des loisirs et de la santé de la population.



**NOUS ENCOURAGEONS L'ENGAGEMENT BÉNÉVOLE AU SERVICE DE LA COLLECTIVITÉ.**

Prise en compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies



## OBJECTIF: COMMERCE DE DÉTAIL

**ŒUVRER CHAQUE ANNÉE EN FAVEUR DU BIEN COMMUN DANS LE CADRE DE LA JOURNÉE DE LA BONNE ACTION ET EN S'IMPLIQUANT DANS D'AUTRES PROJETS DE PROMOTION DES RÉGIONS DE MONTAGNE, DE L'ÉDUCATION, DES LOISIRS ET DE LA SANTÉ DE LA POPULATION.**

✓ **ATTEINT**

**Faits marquants**

Journée de la bonne action 2023

## COMMENTAIRE

Avec la Journée de la bonne action, cette initiative solidaire visant à encourager l'engagement bénévole en Suisse, nous avons initié et mis en œuvre des centaines de milliers de bonnes actions en 2023, en collaboration avec la population suisse et quelque 600 associations. Avec le Parrainage Coop pour les régions de montagne, nous avons investi plus de 8.35 millions de francs suisses dans 210 projets en 2023. Comme par le passé, nous avons pris à notre charge l'ensemble des frais administratifs de ces deux entités, soit 637 000 francs suisses, de sorte que la totalité des moyens financiers à disposition en 2023 a été investie dans des projets en faveur de la population.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Responsabilité sociétale](#)

## MESURES

- Aide d'urgence: don à hauteur de 250 000 francs suisses à la Croix-Rouge suisse pour soutenir l'aide d'urgence en Turquie et en Syrie suite au tremblement de terre
- Aide d'urgence: don à hauteur de 100 000 francs suisses à la Croix-Rouge suisse pour soutenir l'aide d'urgence au Maroc suite au tremblement de terre
- Action du 1<sup>er</sup> Août: don à hauteur de 610 000 francs suisses pour la rénovation de la fromagerie de Breil/Brigels
- Projet du Fonds: soutien au nouveau Musée suisse de l'agriculture de Burgrain
- Projet du Fonds: transmission de savoirs sur l'alimentation, la protection des mers, la production et les énergies renouvelables Maison tropicale de Frutigen
- Projet du Fonds: en collaboration avec "fit4future", le programme d'envergure nationale pour la promotion d'une vie saine, quelque 586 manifestations pour enfants, parents, enseignantes et enseignants et 72 camps sportifs ont été soutenus financièrement

**OBJECTIF: PRODUCTION**

**S'ENGAGER ACTIVEMENT  
ET AVEC CONVICTION POUR  
LA SOCIÉTÉ SUISSE, CONFOR-  
MÉMENT À NOS PRINCIPES  
DE SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE.  
NOUS EN PARLONS DANS  
LA PARTIE CONSACRÉE AU  
COMMERCE DE DÉTAIL.**

## COMMERCE DE GROS

**METTRE EN ŒUVRE DES  
MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPER DANS LES  
ANNÉES À VENIR DES PROJETS  
CIBLÉS DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE.**

### MESURES

- Transgourmet Pologne: soutien à l'organisation d'une veillée de Noël regroupant 22 000 personnes nécessiteuses dans tout le pays, en collaboration avec Caritas Polska
- Transgourmet Ibérica: partenariat avec la fondation Porta-ventura et don de 350 000 euros en faveur d'un hébergement d'urgence pour mineur·e·s gravement malades
- Transgourmet Suisse: dons alimentaires

# VRAIMENT RÉGIONAL

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Les produits régionaux permettent de renforcer la diversité, d'asseoir la création de valeur dans les régions et de promouvoir des zones structurellement défavorisées. Nous offrons des débouchés attrayants en particulier aux petits producteurs et productrices qui travaillent de manière artisanale et soutenons ainsi une production locale et transparente, acheminée sur des distances courtes. Les produits fabriqués

en Suisse répondent, par ailleurs, à des normes minimales sur les plans social et écologique. C'est ce qui nous motive à proposer un assortiment saisonnier aux saveurs authentiques spécifique à chaque région, comme les articles locaux de notre marque propre Ma région ou les produits issus des montagnes suisses de Pro Montagna.



**NOUS SOUTENONS LES  
PRODUITS RÉGIONAUX ET  
LES MÉTHODES DE  
FABRICATION  
TRADITIONNELLES.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## COMMERCE DE DÉTAIL

# METTRE EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPER DES PROJETS CIBLÉS DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE.

### COMMENTAIRE

Nous soutenons les produits régionaux et les méthodes de fabrication traditionnelles de multiples manières: par nos marques propres Ma région et Pro Montagna, par notre partenariat avec Pro Specie Rara, qui s'engage pour les espèces oubliées, et par notre collaboration de longue date avec Slow Food.

En 2023, nous avons atteint un chiffre d'affaires de 177.9 millions de francs suisses avec les produits régionaux (Ma région) et de 43.1 millions de francs suisses avec les produits Pro Montagna.

**Pour en savoir plus:** [Policy Paper Responsabilité sociétale](#)

### Part des dépenses du groupe Coop allant à des fournisseurs locaux [GRI 204-1]

En 2023, nous avons attribué 83.8% des commandes contribuant au chiffre d'affaires total du groupe Coop à des fournisseurs établis localement.

Par fournisseur local, on entend ici les entités implantées dans le pays où Coop est active.

Par établissements majeurs, on entend tous les sites où une entreprise consolidée du groupe Coop exerce une activité qui occupe un certain nombre de collaboratrices et collaborateurs, ce qui comprend les points de vente, la logistique, la production et l'administration. On ne fait pas ici de distinction entre les établissements majeurs et les autres.

## REMARQUE

Par région, nous entendons un espace géographiquement déterminé, de taille moyenne, considéré comme faisant partie d'un même ensemble et qui peut donc être distingué d'autres espaces par certaines caractéristiques. Par taille moyenne, nous entendons une zone qui se situe entre le niveau local ou communal, et le niveau national.

Les produits Ma région ne sont pas forcément issus de régions délimitées par des frontières cantonales ou communales, mais peuvent provenir de zones définies par des spécificités historiques, culturelles ou géographiques formant une unité aux yeux de la clientèle. Les produits Ma région doivent être fabriqués dans une zone géographique bien définie, en Suisse, au Liechtenstein ou dans un pays limitrophe, par exemple au Tessin, en Engadine, dans l'Oberland bernois, dans le Seeland ou dans le Markgräflerland (Allemagne). Les exploitations dans

les pays limitrophes ne doivent pas se trouver à plus de 30 km de la frontière suisse.

La région d'origine et la région de distribution d'un produit Ma région sont définies pour chaque produit, ou pour une entreprise de production, un fournisseur ou une fournisseuse donnés.

Les produits Pro Montagna doivent être fabriqués à partir de matières premières provenant des zones de montagne I à IV ou des régions d'estivage, et être transformés sur place. De plus, ces produits doivent remplir tous les critères de "l'Ordonnance sur les désignations 'montagne' et 'alpage' (ODMA)" (SR 910.19). Des exigences additionnelles spécifiques à chaque marque doivent également être respectées.

## MESURES

- Marques propres: promotion ciblée de nos marques propres Ma région et Pro Montagna
- Nouveaux partenariats: partenariat avec l'Association suisse des produits régionaux en faveur de la transparence et d'un étiquetage clair des produits régionaux
- Ventes: augmentation des ventes de produits suisses
- Partenariats commerciaux de longue date: relations commerciales de longue date avec les producteurs, les productrices et les prestataires suisses
- Partenariat de longue date: prolongation pour une durée de trois ans du partenariat avec Slow Food Suisse pour la préservation des techniques de fabrication et des produits traditionnels
- Projet du Fonds: mise en place de sept randonnées gourmandes dans les parcs naturels suisses dans le cadre du projet "Savurando", le parc du Jura vaudois s'étant ajouté à la liste en 2023

## **PRODUCTION**

**METTRE EN ŒUVRE DES  
MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPER DANS LES  
ANNÉES À VENIR DES PROJETS  
CIBLÉS DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE.**

## COMMERCE DE GROS

# METTRE EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPER DES PROJETS CIBLÉS DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE.

## MESURES

- Élargissement de l'assortiment: développement, diversification et promotion de l'offre régionale spécifique à chaque pays
- Collaboration: collaboration renforcée avec les partenaires commerciaux, les productrices et les producteurs au niveau local ou régional
- Marque propre: promotion de notre marque propre Origine/ Ursprung/Vonatur qui propose une réelle authenticité tant des produits que des productrices et producteurs

# RELATIONS COMMERCIALES BADÉES SUR LE PARTENARIAT

## APPROCHE MANAGÉRIALE [GRI 3-3]

Le groupe Coop est un partenaire commercial de taille dans de nombreuses chaînes d'approvisionnement, particulièrement en Suisse. En tant que société coopérative, nous sommes pleinement conscients de notre responsabilité. Nous entretenons des relations commerciales loyales et durables avec nos partenaires commerciaux. Nous misons pour cela sur une collaboration respectueuse basée sur la confiance, la transparence et l'équité. Nous veillons à ce que le droit des cartels soit respecté et accordons une grande importance à la lutte contre la corruption. Nos acheteuses et acheteurs ont l'interdiction d'accepter tout cadeau en nature ou en argent. Notre personnel est tenu de refuser catégoriquement tout cadeau, commission, prêt ou argent venant de nos partenaires commerciaux, et de ne rien leur proposer de semblable. Par ailleurs, nous ne prêtons aucune assistance aux personnes coupables de délits fiscaux. Nous sommes favorables à une concurrence saine et équitable. Les conditions applicables aux livraisons à notre entreprise, au marketing, à la façon de lancer des nouveautés et à la communication sur les produits sont communiquées aux partenaires commerciaux avant la signa-

ture du contrat. À prestation égale, nous proposons les mêmes prix et les mêmes conditions à tous nos fournisseurs, et nos partenaires commerciaux sont soumis au même contrat-cadre. Toutes les demandes portant sur le référencement de nouveaux produits sont examinées par les responsables sans parti pris, selon une procédure normalisée. Nous privilégions les marchandises produites dans le respect de l'environnement et de l'homme. Notre travail repose sur un dialogue ouvert avec les différentes parties prenantes et groupes de besoins, dont nous prenons les préoccupations au sérieux. Nous formons régulièrement nos collaboratrices et collaborateurs aux relations commerciales et à la lutte contre la corruption. Nous informons nos partenaires commerciaux sur les nouveautés de manière transparente. En contrepartie, nous attendons d'eux qu'ils communiquent ouvertement avec nous sur d'éventuels problèmes de qualité, difficultés de livraison ou innovations. Lorsque nos partenaires commerciaux paient pour des mesures de promotion des ventes, les contre-prestations de communication et de publicité ou les activités spéciales de promotion des ventes sont clairement définies.



**NOUS TRAVAILLONS EN  
PARTENARIAT ET DE MANIÈRE  
TRANSPARENTE.**

Prise en compte des Objectifs de  
développement durable des Nations Unies



## COMMERCE DE DÉTAIL

# DANS CE DOMAINE D'IMPORTANCE MAJEURE, NOUS METTONS EN ŒUVRE DES MESURES SPÉCIFIQUES ET DÉVELOPPONS DES PROJETS CIBLÉS.

## COMMENTAIRE

En 2023, nous avons atteint un chiffre d'affaires de 6.375 millions de francs suisses avec les produits régionaux (Ma région, Pro Montagna et autres labels.)

Pour en savoir plus: [Code de conduite Coop](#)

### Établissements du groupe Coop ayant fait l'objet d'une évaluation des risques de corruption [GRI 205-1]

Il existe différents processus permettant d'appréhender et d'évaluer les risques de corruption. Certains sont énumérés ci-dessous, avec les documents de référence qui les décrivent.

- [Policy Paper Lutte contre la corruption](#)
- Système de contrôle interne: les évaluations annuelles institutionnalisées de la qualité du système de contrôle interne au niveau des processus de gestion incluent une évaluation des risques opérationnels ainsi qu'un examen des risques 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 aussi sur les contrôles informatiques généraux.
- 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.

- [Code de conduite Coop](#)
- Directive interne portant sur les consignes en matière de cadeaux de la part des fournisseurs (valable uniquement pour Coop Société Coopérative)

### Mesures prises par le groupe Coop en matière de communication et de formations en lien avec les directives et processus concernant la lutte contre la corruption [GRI 205-2]

Les directives en matière de lutte contre la corruption et la formation qui s'y rattache sont en cours de remaniement. Les directives en matière de lutte contre la corruption actuellement en vigueur ont fait l'objet d'une vaste communication au sein du groupe Coop.

Pour en savoir plus: [Policy Paper Lutte contre la corruption](#)

### Cas de corruption avérés et mesures prises par le groupe Coop [GRI 205-3]

|   |   |
|---|---|
| Nombre et type de cas de corruption avérés  | 0 |
| Nombre total de cas de corruption avérés ayant entraîné le licenciement ou une mise en garde d'un ou une employé-e  | 0 |
| Nombre total de cas avérés dans lesquels des contrats avec des partenaires commerciaux ont été résiliés ou non renouvelés en raison d'infractions liées à la corruption | 0 |

Aucune procédure de droit public liée à la corruption n'a été engagée contre le groupe Coop ou ses employé·e·s en 2023 et aucune procédure n'était en cours.

### Procédures juridiques pour cause de comportements anticoncurrentiels ou de situation de monopole ou de cartel [GRI 206-1]

ombre total de procédures juridiques pour comportement anticoncurrentiel et infractions au droit des cartels et des monopoles, en cours ou achevées dans l'année sous revue, et dans lesquelles l'organisation est partie prenante

1

### Établissements et fournisseurs du groupe Coop présentant un risque considérable de cas de travail forcé ou obligatoire [GRI 409-1]

Les fournisseurs présentant un risque considérable de travail forcé ou obligatoire sont les usines et/ou les productrices et producteurs primaires.

Les régions géographiques où les établissements ou fournisseurs sont considérés comme à risque sont l'Amérique centrale et du Sud, l'Afrique, l'Europe du Sud et de l'Est, le Proche-Orient et l'Asie.

La Déclaration de principe en matière de droits humains et de protection de l'environnement s'applique pour nos propres établissements et définit nos attentes envers nos entreprises et notre personnel. Le groupe Coop dispose également d'un Code de conduite et d'un service de signalements, où les infractions peuvent être signalées. Enfin, nous disposons d'un Policy Paper Gestion durable des ressources humaines qui comprend notamment une définition claire des conditions d'emploi. Nous attendons de nos fournisseurs le respect des droits humains, comme le stipulent la Déclaration de principe en matière de droits humains et de protection de l'environnement ainsi que notre Directive Approvisionnement durable. Le code de conduite amfori BSCI s'applique également. Des audits sociaux menés sur les lieux de production des pays classés à risque par amfori-BSCI permettent de vérifier le respect des exigences de ce Code. De plus, nous nous appuyons sur le processus de due diligence de l'OCDE pour identifier les impacts négatifs potentiels et réels et engager les mesures appropriées. Plus d'informations à ce sujet dans le Policy Paper Due diligence. Ce processus inclut également la collaboration avec les parties prenantes et l'adhésion à des initiatives et des organisations œuvrant pour la protection des droits humains. Enfin, nous nous engageons à respecter des normes minimales pour les matières premières critiques et soutenons également des projets au niveau local sur les sites de production primaire, ce qui réduit la probabilité de travail forcé ou obligatoire. De plus amples informations à ce sujet se trouvent dans notre Policy Paper Matières premières critiques.

### Dons à des partis faits par le groupe Coop [GRI 415-1]

En 2023, la valeur totale des dons faits à des partis sous forme de contributions financières ou d'avantages en nature, versés directement ou indirectement par l'organisation, s'élève à 3000 francs suisses.

### Recours justifiés en lien avec la violation de la protection des données clients ou la perte de données clients du groupe Coop [GRI 418-1]

Aucun recours justifié ni cas de vol de données ou de perte de données n'ont été enregistrés en 2023.

### MESURES

- Ressources internes: unité d'organisation dédiée à la gestion des chaînes d'approvisionnement
- Réunion des partenaires commerciaux: organisation de la Réunion des partenaires commerciaux de Coop 2023 en présence de quelque 150 fournisseurs et partenaires commerciaux
- Nouveau projet du Fonds: décision prise de soutenir financièrement le Swiss Social Economy Forum en 2024, comme espace d'inspiration, de réseautage et d'échange
- Forum des parties prenantes: organisation de notre forum annuel des parties prenantes en présence de représentantes et représentants d'ONG, de fédérations et d'administrations

## **PRODUCTION**

**METTRE EN ŒUVRE DES  
MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPER DANS LES  
ANNÉES À VENIR DES PROJETS  
CIBLÉS DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE.**

**COMMERCE DE GROS**

**DANS CE DOMAINE  
D'IMPORTANCE MAJEURE,  
NOUS METTONS EN ŒUVRE  
DES MESURES SPÉCIFIQUES  
ET DÉVELOPPONS DES  
PROJETS CIBLÉS.**

### **COMMENTAIRE**

Nous diversifions l'offre locale en fruits et légumes et  
promouvons notre marque propre Origine/Ursprung/Vonatur.

# COOP ET SES PARTIES PRENANTES

[GRI 2-29]

À l'instar de nos collaborateurs et collaboratrices, nos parties prenantes en amont comme en aval de la chaîne de valeur jouent un rôle essentiel dans notre succès et la mise en œuvre de notre stratégie de développement durable. Pour permettre des échanges directs et approfondis, nous organisons régulièrement un forum rassemblant des représentants et représentantes de nos cinq principaux groupes d'intérêt. Nous pouvons ainsi cerner leurs différentes attentes et préoccupations pour les intégrer dans nos objectifs et mesures. Vous trouverez les conclusions issues du dialogue avec les parties prenantes dans notre analyse de matérialité.



[Plus d'informations dans le rapport de gestion](#)

# CONCEPT FISCAL

Notre stratégie fiscale fait l'objet d'une partie dans le Guide de l'utilisateur Gestion d'entreprise/Controlling du groupe Coop (abrégé en Guide GE/C). Elle établit les dispositions contraignantes pour l'ensemble du groupe Coop en matière de comptabilité, de controlling et de finances, dispositions fiscales comprises. Elle engage aussi l'ensemble des utilisatrices et des utilisateurs à se conformer à toutes les normes légales qui leur sont applicables. À travers notre Guide GE/C, nous nous engageons à respecter toutes les règles et dispositions nationales et, le cas échéant, supranationales en vigueur, et à nous acquitter des taxes et impôts légalement dus dans toutes les juridictions dans lesquelles nous exerçons une activité économique. Ainsi Coop apporte sa contribution à ces États pour qu'ils puissent investir notamment dans des projets de développement durable. Nous assumons pleinement notre responsabilité fiscale, et notre stratégie fiscale est en complète adéquation avec notre stratégie de développement durable.

Notre stratégie fiscale fait partie intégrante de notre stratégie d'entreprise, qui est confidentielle. C'est la raison pour laquelle, contrairement à notre stratégie de développement durable, qui, elle, est publique, elle n'implique aucune partie prenante

externe. Pour satisfaire aux réglementations fiscales, nous entretenons des contacts ouverts et réguliers avec les autorités fiscales concernées. En qualité de membre de l'interprofession CI Commerce de détail suisse et de l'association économique SwissHoldings, nous défendons indirectement notre position politique, qui comprend également les questions fiscales.

Le chef de la Direction des finances du groupe Coop approuve la stratégie fiscale et la réexamine régulièrement pour voir si elle doit être actualisée. Une mise à jour ne s'impose que dans les cas où les tendances, évolutions ou modifications économiques, légales ou sociétales la rendent nécessaire.

Notre Révision interne contrôle régulièrement sur ordre du Conseil d'administration si les prescriptions fiscales sont respectées. C'est elle qui enregistre par ailleurs les signalements de comportements potentiellement contraires à la morale ou illégaux émanant des parties prenantes internes. Il existe par ailleurs dans certains pays des canaux créés exclusivement pour cela, à l'aide desquels tout comportement négligent ou contraire à la morale quel qu'il soit peut être signalé, même anonymement. Les parties prenantes externes s'adressent

au Service médias du groupe Coop en cas de questions. Les données fournies à des fins fiscales sont vérifiées lors des contrôles effectués pour la clôture de l'exercice par un audit externe et par les autorités fiscales dans les pays où nous sommes actifs.

Les diverses sociétés du groupe sont tenues de signaler au service Impôts du groupe tous les risques fiscalement significatifs connus. Le service Impôts du groupe, qui est établi chez Coop, surveille en permanence la situation des risques en termes de fiscalité du groupe Coop. Il fait un rapport chaque année au Conseil d'administration en la personne du responsable des Impôts du groupe Coop. La situation est examinée au sein du Conseil d'administration, qui décide comment les différents risques vont être gérés. [GRI 207-1, 207-2, 207-3]

En 2023, le groupe Coop a obtenu des allègements fiscaux et des crédits d'impôts pour un montant de 3 693 087 CHF. À notre connaissance, aucun État ne détient de participation dans nos filiales. La valeur économique du groupe Coop Société Coopérative est présentée de manière transparente dans le [rapport annuel du groupe Coop](#). [GRI 201-4]

# LA PRISE EN COMPTE DE NOS PARTIES PRENANTES

[GRI 2-29]

Parallèlement à notre personnel, nos parties prenantes en amont comme en aval de la chaîne de valeur jouent un rôle essentiel dans notre succès et la mise en œuvre de notre stratégie de développement durable.

Pour permettre des échanges directs et approfondis, nous organisons chaque année un forum rassemblant des représentant·e·s de nos cinq principaux groupes d'intérêt. Nous pouvons ainsi cerner les différentes attentes et préoccupations de nos parties prenantes pour les intégrer dans nos objectifs et mesures. Nous informons en toute transparence nos parties prenantes sur le traitement de leurs attentes et préoccupations. Nous nous y référons dans le cadre d'entretiens bilatéraux organisés sur les différents thèmes, notamment pour définir et évaluer les instruments adéquats pour remédier les impacts critiques de nos activités économiques sur l'environnement ou la société. En 2023, par exemple, nous avons calculé avec le WWF notre empreinte biodiversité, nous avons continué notre collaboration avec Fairtrade International relative à notre stratégie en matière de salaires décents, et nous avons

aussi conçu et mis en place avec Bio Suisse diverses activités à l'occasion des 30 ans de Naturaplan.

Le forum organisé avec les parties prenantes de Coop en novembre 2023 nous a permis de discuter avec elles sur le thème de la transparence et de la traçabilité. Nous intégrerons dans notre planification les propositions de mesures concrètes à engager. Lors du prochain forum, qui se tiendra à l'automne 2024, nous les informerons à nouveau en toute transparence sur les décisions prises.

En 2023, nous avons également organisé une réunion des partenaires commerciaux de nos supermarchés portant sur la stratégie climat du groupe Coop. Il est prévu d'organiser des réunions similaires pour d'autres domaines du groupe en 2024.

Nos entreprises de production et le groupe Transgourmet maintiennent, eux aussi, un dialogue permanent avec les institutions publiques, les associations et les organisations, ainsi qu'avec leur personnel, leur clientèle et leurs fournisseurs. 



# THÈMES ET PRÉOCCUPATIONS DE NOS PRINCIPALES PARTIES PRENANTES

[GRI 2-29] 

## **PARTENAIRES**

gaspillage alimentaire, emballage, énergie et CO<sub>2</sub>, impacts sur le climat, conditions de travail en amont, biodiversité, matières premières durables

## **SOCIÉTÉ**

engagement, gestion d'entreprise éthique, investissements dans la recherche et le développement

## **CLIENTS ET CLIENTES**

produits sains et durables, matières premières durables, réduction des emballages, innovations

## **COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**

sécurité et santé, conditions d'embauche attrayantes, égalité des chances, formation et perfectionnement, gestion d'entreprise éthique

## **PRODUCTEURS**

rentabilité, sécurité au travail et protection de la santé, bien-être animal, production durable, gaspillage alimentaire, emballage, transparence



# NOS AUTRES CANAUX DE COMMUNICATION



## Producteurs



Rencontres régulières en personne, rencontres avec des coopératives, échanges réguliers via divers canaux de communication et plates-formes



Identifier les enjeux dans la production/chaîne d'approvisionnement = potentiel d'amélioration

## Collaborateurs et collaboratrices

Entretiens personnels réguliers, formations, e-learning, échanges au sein de groupes, communication interne numérique et interactive

Recevoir des retours sur les actes, recueillir d'autres idées d'engagements et connaître les attentes et centres d'intérêt de la clientèle

## Clients et clientes

Médias électroniques, presse écrite, Coopération, service clients, contact direct dans les magasins

Identifier suffisamment tôt les besoins de la société, les nouvelles connaissances scientifiques et les exigences globales

## Partenaires

Rencontres régulières en personne, échanges professionnels réguliers via différents canaux de communication, rencontres des membres de la plate-forme, séminaires

Faire connaître notre engagement auprès du grand public, repérer suffisamment tôt les tendances, promouvoir ensemble les innovations

## Société

Rapport sur le progrès Développement durable, initiative "Des paroles aux actes", projets de recherche et de sensibilisation, événements de sponsoring

Transmettre et promouvoir des valeurs, montrer l'exemple, entretenir une bonne ambiance de travail, être un employeur attractif

# INDICE GRI

Le groupe Coop est une société coopérative internationale sise à Bâle, en Suisse. Pour connaître les pays dans lesquels il est présent, veuillez consulter le [rapport de gestion du groupe Coop](#). Vous trouverez sur ce site le Rapport sur le progrès Développement durable du groupe Coop pour l'exercice 2023 (du 1.1.2023 au 31.12.2023, comme l'exercice financier). <sup>[GRI 2-1, 2-3]</sup>

Ce rapport, en conformité avec les normes de la GRI, couvre la période du 1er janvier au 31 décembre 2023. Il est disponible en ligne en version abrégée depuis le 22 mars 2024, en version complète depuis le 10 juin 2024 <sup>[GRI 1]</sup>, et remplace celui de l'année précédente, publié le 6 juin 2023. Il contient des informations techniques précises sur l'engagement du groupe Coop en matière de développement durable et sur le niveau de réalisation des objectifs pluriannuels qu'elle s'est fixés dans ses trois domaines d'activité que sont le commerce de détail, la production et le commerce de gros. Les indicateurs sélec-

tionnés dans la version allemande de ce rapport font l'objet d'un audit externe réalisé par KPMG. <sup>[GRI 2-3, 2-5]</sup>

➔ [Le rapport d'audit sera bientôt disponible ici.](#)

**Pour toute question concernant le développement durable chez Coop ou le présent rapport, veuillez vous adresser à:**

Coop.ch

Marc Muntwyler

Responsable du Développement durable/Politique économique

Téléphone: +41 61 336 69 77

Mail: [Nachhaltigkeit@coop.ch](mailto:Nachhaltigkeit@coop.ch)

Siège | Thiersteinerallee 12

Case postale 2550 | 4002 Bâle

## INDICATEURS GRI NON INCLUS DANS LE RAPPORT

Pour la première fois, nous établissons le Rapport sur le progrès Développement durable pour l'année 2023 en conformité avec les normes GRI. Certains indicateurs qui ne figurent pas dans le rapport, sont listés avec les motifs d'omission dans le tableau des indices GRI conformément aux exigences GRI. <sup>[GRI 1]</sup>

| Indice GRI   | Titre   | Page                     | Lien/Chapitre/Information   |
|--------------|---|--------------------------|---|
| <b>GRI 1</b> | <b>Fondation 2021</b>   |                          |   |
| <b>GRI 2</b> | <b>Informations générales 2021</b>  |                          |   |
| 2-1          | Détails sur l'organisation  | <a href="#">page 180</a> | <a href="#">Indice GRI</a>  |
| 2-2          | Entités incluses dans le reporting de durabilité de l'organisation                          | <a href="#">page 6</a>   | <a href="#">Notre stratégie</a>   |
| 2-3          | Période, fréquence et point de contact du reporting   | <a href="#">page 180</a> | <a href="#">Indice GRI</a>  |
| 2-4          | Reformulations d'informations   | <a href="#">page 6</a>   | <a href="#">Notre stratégie</a>   |
| 2-5          | Assurance externe   | <a href="#">page 180</a> | <a href="#">Indice GRI</a>  |
| 2-6          | Activités, chaîne de valeur et autres relations d'affaires                                  | <a href="#">page 7</a>   | <a href="#">Priorités d'ici 2026</a>  |
| 2-7          | Employés  | <a href="#">page 115</a> | Des explications supplémentaires concernant la collecte des données se trouvent dans le corps du texte. |
| 2-8          | Travailleurs qui ne sont pas des employés   | <a href="#">page 116</a> |   |
| 2-9          | Structure et composition de la gouvernance  | <a href="#">page 10</a>  | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>   |
| 2-10         | Nomination et sélection des membres de l'organe de gouvernance le plus élevé                | <a href="#">page 10</a>  | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>   |
| 2-11         | Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé   | <a href="#">page 10</a>  | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>   |
| 2-12         | Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la supervision de la gestion des impacts | <a href="#">page 10</a>  | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>   |
| 2-13         | Délégation de la responsabilité de la gestion des impacts                                   | <a href="#">page 10</a>  | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>   |
| 2-14         | Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans le reporting de durabilité               | <a href="#">page 10</a>  | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>   |

| Indice GRI | Titre   | Page                    | Lien/Chapitre/Information  |
|------------|---|-------------------------|--|
| 2-15       | Conflits d'intérêts   | <a href="#">page 10</a> | <a href="#">Organisation et structures de direction</a> ,<br>information: GRI 2-15bii et 2-15biv ne sont pas publiés. GRI 2-15biii n'est pas pertinent pour le groupe Coop en raison de l'absence de structure d'actionnariat. |
| 2-16       | Communication des préoccupations majeures                                   | <a href="#">page 10</a> | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>  |
| 2-17       | Connaissance partagée de l'organe de gouvernance le plus élevé              | <a href="#">page 10</a> | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>  |
| 2-18       | Évaluation de la performance de l'organe de gouvernance le plus élevé       | <a href="#">page 10</a> | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>  |
| 2-19       | Politiques de rémunération  |                         | <a href="#">Rapport de gestion</a>   |
| 2-20       | Processus de détermination de la rémunération                               |                         | <a href="#">Rapport de gestion</a>   |
| 2-21       | Ratio de rémunération totale annuelle                                       |                         | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI.   |
| 2-22       | Déclaration sur la stratégie de développement durable                       | <a href="#">page 3</a>  | <a href="#">Avant-propos</a>   |
| 2-23       | Engagements politiques  |                         | <a href="#">Principes et directives</a>  |
| 2-24       | Intégration des engagements politiques                                      | <a href="#">page 10</a> | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>  |
| 2-25       | Processus de remédiation des impacts négatifs                               | <a href="#">page 10</a> | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>  |
| 2-26       | Mécanismes permettant de demander conseil et de soulever des préoccupations | <a href="#">page 10</a> | <a href="#">Organisation et structures de direction</a>  |

| Indice GRI     | Titre  | Page                     | Lien/Chapitre/Information   |
|----------------|--|--------------------------|---|
| 2-27           | Conformité aux législations et aux réglementations   | <a href="#">page 16</a>  |   |
| 2-28           | Adhésions à des associations   |                          | <a href="#">Affiliations</a>  |
| 2-29           | Approche de l'engagement des parties prenantes   | <a href="#">page 175</a> | <a href="#">Coop et ses parties prenantes</a>   |
|                |  | <a href="#">page 177</a> | <a href="#">La prise en compte de nos parties prenantes</a>                                   |
|                |  | <a href="#">page 178</a> | <a href="#">Thèmes et préoccupations de nos principales parties prenantes</a>                 |
| 2-30           | Négociations collectives   |                          | <a href="#">Rapport de gestion</a>  |
| <b>GRI 201</b> | <b>Performance économique 2016</b>   |                          |   |
| 201-1          | Valeur économique directe générée et distribuée  |                          | <a href="#">Rapport de gestion</a>  |
| 201-2          | Implications financières et autres risques et opportunités dus au changement climatique        |                          | <a href="#">Rapport de gestion</a>  |
| 201-3          | Obligations liées au régime à prestations déterminées et autres régimes de retraite            |                          | <a href="#">Rapport de gestion</a>  |
| 201-4          | Aide financière publique   | <a href="#">page 176</a> | <a href="#">Concept fiscal</a>  |
| <b>GRI 202</b> | <b>Présence sur le marché 2016</b>   |                          |   |
| 202-1          | Ratios entre le salaire au premier échelon standard par genre comparé au salaire minimum local |                          | Cet indice GRI n'est pas pertinent, raison pour laquelle il ne fait pas l'objet d'un rapport. |

| Indice GRI     | Titre   | Page                     | Lien/Chapitre/Information  |
|----------------|---|--------------------------|--|
| <b>GRI 203</b> | <b>Impacts économiques indirects 2016</b>   |                          |  |
| 203-1          | Investissements dans les infrastructures et mécénat                                     |                          | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| 203-2          | Impacts économiques indirects significatifs   |                          | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| <b>GRI 207</b> | <b>Fiscalité 2019</b>   |                          |  |
| 207-1          | Approche de la politique fiscale  | <a href="#">page 176</a> | <a href="#">Concept fiscal</a>   |
| 207-2          | Gouvernance fiscale, contrôle et gestion des risques                                    | <a href="#">page 176</a> | <a href="#">Concept fiscal</a>   |
| 207-3          | Implication des parties prenantes et gestion des questions liées à la politique fiscale | <a href="#">page 176</a> | <a href="#">Concept fiscal</a>   |
| 207-4          | Reporting pays par pays   |                          | <a href="#">Rapport de gestion</a>   |
| <b>GRI 301</b> | <b>Matières 2016</b>  |                          |  |
| 301-1          | Matières utilisées par poids ou par volume  |                          | Cet indice GRI n'est pas pertinent, raison pour laquelle il ne fait pas l'objet d'un rapport.  |
| 301-2          | Matières recyclées utilisées  |                          | Cet indice GRI n'est pas pertinent, raison pour laquelle il ne fait pas l'objet d'un rapport.  |

| Indice GRI     | Titre  | Page | Lien/Chapitre/Information  |
|----------------|--|------|--|
| 301-3          | Produits et matériaux d'emballage valorisés  |      | Cet indice GRI n'est pas pertinent, raison pour laquelle il ne fait pas l'objet d'un rapport.  |
| <b>GRI 407</b> | <b>Liberté syndicale et négociation collective 2016</b>  |      |  |
| 407-1          | Opérations et fournisseurs pour lesquels le droit de liberté syndicale et de négociation collective peut être en péril |      | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| <b>GRI 408</b> | <b>Travail des enfants 2016</b>  |      |  |
| 408-1          | Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif lié au travail des enfants                                |      | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| <b>GRI 410</b> | <b>Pratiques de sécurité 2016</b>  |      |  |
| 410-1          | Formation du personnel de sécurité aux politiques et procédures relatives aux droits de l'homme                        |      | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |

| Indice GRI                                | Titre   | Page  | Lien/Chapitre/Information  |
|---|---|---|--|
| <b>GRI 411</b>                            | <b>Droits des peuples autochtones 2016</b>  |   |  |
| 411-1                                     | Cas de violations des droits des peuples autochtones  |   | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| <b>THÈMES ET THÈMES PERTINENTS</b>        |   |   |  |
| <b>GRI 3</b>                              | <b>Thèmes pertinents 2021</b>   |   |  |
| 3-1                                       | Processus pour déterminer les thèmes pertinents   | <a href="#">page 8</a>  | <a href="#">Nos thèmes matériels</a>   |
| 3-2                                       | Liste des thèmes pertinents   | <a href="#">page 8</a>  | <a href="#">Nos thèmes matériels</a>   |
| <b>TRANSPARENCE ET DEVOIR DE DILIGENC</b> |   |   |  |
| <b>GRI 3</b>                              | <b>Thèmes pertinents 2021</b>   |   |  |
| 3-3                                       | Gestion des thèmes pertinents   | <a href="#">page 14</a>   | <a href="#">Une transparence qui se voit</a>   |
| <b>GRI 308</b>                            | <b>Évaluation environnementale des fournisseurs 2016</b>  |   |  |
| 308-1                                     | Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux                                  | <a href="#">page 16</a><br><a href="#">page 19</a><br><a href="#">page 20</a> |  |
| <b>GRI 416</b>                            | <b>Santé et sécurité des consommateurs 2016</b>   |   |  |
| 416-1                                     | Évaluation des impacts des catégories de produits et de services sur la santé et la sécurité          | <a href="#">page 17</a>   |  |
| 416-2                                     | Cas de non-conformité concernant les impacts des produits et des services sur la sécurité et la santé | <a href="#">page 17</a>   |  |

| Indice GRI     | Titre   | Page                    | Lien/Chapitre/Information |
|----------------|---|-------------------------|---------------------------|
| <b>GRI 417</b> | <b>Commercialisation et étiquetage 2016</b>   |                         |                           |
| 417-1          | Exigences relatives à l'information sur les produits et les services, et l'étiquetage       | <a href="#">page 17</a> |                           |
| 417-2          | Cas de non-conformité concernant l'information sur les produits et services et l'étiquetage | <a href="#">page 18</a> |                           |
| 417-3          | Cas de non-conformité concernant la communication marketing                                 | <a href="#">page 18</a> |                           |

#### DROITS DE L'HOMME ET CONDITIONS DE TRAVAIL

|                |  |   |   |
|----------------|--|---|---|
| <b>GRI 3</b>   | <b>Thèmes pertinents 2021</b>  |   |   |
| 3-3            | Gestion des thèmes pertinents  | <a href="#">page 21</a>   | <a href="#">L'homme au premier plan</a> |
| <b>GRI 414</b> | <b>Évaluation sociale des fournisseurs 2016</b>                              |   |   |
| 414-1          | Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux                  | <a href="#">page 22</a><br><a href="#">page 24</a><br><a href="#">page 26</a> |   |
| 414-2          | Impacts sociaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises | <a href="#">page 22</a><br><a href="#">page 24</a><br><a href="#">page 26</a> |   |

#### MATIÈRES PREMIÈRES

|                |  |   |  |
|----------------|--|---|--|
| <b>GRI 3</b>   | <b>Thèmes pertinents 2021</b>  |   |  |
| 3-3            | Management des wesentlichen Themas   | <a href="#">page 27</a>   | <a href="#">Matières premières au cœur de nos préoccupations</a> |
| <b>GRI 308</b> | <b>Évaluation environnementale des fournisseurs 2016</b>                               |   |  |
| 308-2          | Impacts environnementaux négatifs dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises | <a href="#">page 28</a><br><a href="#">page 30</a><br><a href="#">page 31</a> |  |

| Indice GRI               | Titre                         | Page                    | Lien/Chapitre/Information   |
|--------------------------|-------------------------------|-------------------------|---|
| <b>PRODUITS DURABLES</b> |                               |                         |   |
| <b>GRI 3</b>             | <b>Thèmes pertinents 2021</b> |                         |   |
| 3-3                      | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 32</a> | <a href="#">Préservation des ressources naturelles pour les générations futures</a> |

#### DÉFORESTATION ET TRANSFORMATION DES ÉCOSYSTÈMES

|              |                               |                         |  |
|--------------|-------------------------------|-------------------------|--|
| <b>GRI 3</b> | <b>Thèmes pertinents 2021</b> |                         |  |
| 3-3          | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 37</a> | <a href="#">Contre le déboisement et la conversion</a> |

#### BIODIVERSITÉ

|                |  |                         |  |
|----------------|--|-------------------------|--|
| <b>GRI 3</b>   | <b>Thèmes pertinents 2021</b>  |                         |  |
| 3-3            | Gestion des thèmes pertinents  | <a href="#">page 41</a> | <a href="#">Engagement pour la biodiversité</a>  |
| <b>GRI 304</b> | <b>Biodiversité 2016</b>   |                         |  |
| 304-1          | Sites d'activité détenus, loués ou gérés, situés dans ou bordant des aires protégées et des zones riches en biodiversité à l'extérieur des aires protégées |                         | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| 304-2          | Impacts significatifs des activités, produits et services sur la biodiversité  |                         | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |

| Indice GRI | Titre  | Page | Lien/Chapitre/Information  |
|------------|--|------|--|
| 304-3      | Habitats protégés ou restaurés   |      | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| 304-4      | Espèces sur la liste rouge de l'UICN et sur la liste de conservation nationale dont les habitats sont situés dans des zones affectées par les opérations |      | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |

#### AGRICULTURE BIOLOGIQUE

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |  |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 45</a> | <a href="#">Bio depuis la première heure</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|

#### UTILISATION DE L'EAU

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |   |
|-----|-------------------------------|-------------------------|---|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 50</a> | <a href="#">Réduction de la consommation d'eau dans l'agriculture</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|---|

#### ÉMISSIONS DANS LA CHAÎNE D'APPROV.

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |  |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 54</a> | <a href="#">Émissions dans la chaîne d'approvisionnement</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|

##### GRI 305 Émissions 2016

|       |  |                         |  |
|-------|--|-------------------------|--|
| 305-3 | Autres émissions indirectes de GES (Champ d'application 3) | <a href="#">page 56</a> |  |
|-------|--|-------------------------|--|

| Indice GRI | Titre | Page | Lien/Chapitre/Information |
|------------|-------|------|---------------------------|
|------------|-------|------|---------------------------|

#### SANTÉ DES SOLS

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |                                |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 59</a> | <a href="#">Santé des sols</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--------------------------------|

#### PÊCHE ET PROTECTION MARINE

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |  |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 63</a> | <a href="#">Pêche durable et protection des mers et océans</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|

#### BIEN-ÊTRE ANIMAL

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |  |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 67</a> | <a href="#">Promouvoir le bien-être animal</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|

#### CONSOMMATION D'ÉNERGIE

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |   |
|-----|-------------------------------|-------------------------|---|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 73</a> | <a href="#">Réduire la consommation d'énergie</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|---|

##### GRI 302 Énergie 2016

|       |  |                         |  |
|-------|--|-------------------------|--|
| 302-1 | Consommation énergétique au sein de l'organisation | <a href="#">page 74</a> |  |
|-------|--|-------------------------|--|

|       |  |  |  |
|-------|--|--|--|
| 302-2 | Consommation énergétique en dehors de l'organisation |  | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
|-------|--|--|--|

|       |                       |                         |  |
|-------|-----------------------|-------------------------|--|
| 302-3 | Intensité énergétique | <a href="#">page 75</a> |  |
|-------|-----------------------|-------------------------|--|

| Indice GRI | Titre   | Page                    | Lien/Chapitre/Information  |
|------------|---|-------------------------|--|
| 302-4      | Réduction de la consommation énergétique                        | <a href="#">page 75</a> |  |
| 302-5      | Réduction des besoins énergétiques des produits et des services |                         | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |

#### ÉMISSIONS D'EXPLOITATION

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |                                    |
|-----|-------------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 78</a> | <a href="#">Émissions directes</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|------------------------------------|

##### GRI 305 Émissions 2016

|       |  |                         |  |
|-------|--|-------------------------|--|
| 305-1 | Émissions directes de GES (Champ d'application 1)  | <a href="#">page 79</a> |  |
| 305-2 | Émissions indirectes de GES (Champ d'application 2)  | <a href="#">page 80</a> |  |
| 305-4 | Intensité des émissions de GES   | <a href="#">page 80</a> |  |
| 305-5 | Réduction des émissions de GES   | <a href="#">page 80</a> |  |
| 305-6 | Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone (SACO)   |                         | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| 305-7 | Émissions d'oxydes d'azote (NO <sub>x</sub> ), d'oxydes de soufre (SO <sub>x</sub> ) et autres émissions atmosphériques significatives |                         | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |

| Indice GRI       | Titre            | Page                    | Lien/Chapitre/Information  |
|------------------|------------------|-------------------------|--|
| <b>TRANSPORT</b> |                  |                         |  |
|                  | Gestion du thème | <a href="#">page 85</a> | <a href="#">Transport de marchandises respectueux de l'environnement</a> |

#### CYCLE DES MATIÈRES

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                         |  |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 90</a> | <a href="#">Fermer le cycle des matières</a> |
|-----|-------------------------------|-------------------------|--|

##### GRI 306 Déchets 2020

|       |   |   |  |
|-------|---|---|--|
| 306-1 | Génération de déchets et impacts significatifs liés aux déchets | <a href="#">page 91</a><br><a href="#">page 95</a><br><a href="#">page 98</a> |  |
| 306-2 | Gestion des impacts significatifs liés aux déchets              | <a href="#">page 91</a>   |  |
| 306-3 | Déchets générés   | <a href="#">page 92</a><br><a href="#">page 95</a><br><a href="#">page 98</a> |  |
| 306-4 | Déchets non destinés à l'élimination                            | <a href="#">page 93</a><br><a href="#">page 96</a><br><a href="#">page 99</a> |  |
| 306-5 | Déchets destinés à l'élimination                                | <a href="#">page 93</a><br><a href="#">page 96</a><br><a href="#">page 99</a> |  |

#### PLASTIQUE ET EMBALLAGE

##### GRI 3 Thèmes pertinents 2021

|     |                               |                          |  |
|-----|-------------------------------|--------------------------|--|
| 3-3 | Gestion des thèmes pertinents | <a href="#">page 101</a> | <a href="#">Optimiser les emballages, réduire le plastique</a> |
|-----|-------------------------------|--------------------------|--|

| Indice GRI                              | Titre  | Page   | Lien/Chapitre/Information                        |
|---|--|--|--|
| <b>CONSOMMATION D'EAU</b>               |  |  |  |
| <b>GRI 3</b>                            | <b>Thèmes pertinents 2021</b>  |  |  |
| 3-3                                     | Gestion des thèmes pertinents  | <a href="#">page 107</a>   | <a href="#">Réduire notre consommation d'eau</a> |
| <b>GRI 303</b>                          | <b>Eau et effluents 2018</b>   |  |  |
| 303-1                                   | Interactions avec l'eau en tant que ressource partagée   | <a href="#">page 108</a>   |  |
| 303-2                                   | Gestion des impacts liés au rejet d'eau  | <a href="#">page 108</a>   |  |
| 303-3                                   | Prélèvement d'eau  | <a href="#">page 109</a><br><a href="#">page 110</a><br><a href="#">page 111</a> |  |
| 303-4                                   | Rejet d'eau  | <a href="#">page 109</a><br><a href="#">page 110</a><br><a href="#">page 111</a> |  |
| 303-5                                   | Consommation d'eau   | <a href="#">page 109</a>   |  |
| <b>DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES</b> |  |  |  |
| <b>GRI 3</b>                            | <b>Thèmes pertinents 2021</b>  |  |  |
| 3-3                                     | Gestion des thèmes pertinents  | <a href="#">page 113</a>   | <a href="#">Une diversité réelle</a>             |
| <b>GRI 202</b>                          | <b>Présence sur le marché 2016</b>   |  |  |
| 202-2                                   | Part de cadres supérieurs recrutés dans la communauté locale                                     | <a href="#">page 116</a>   |  |
| <b>GRI 401</b>                          | <b>Emploi 2016</b>   |  |  |
| 401-2                                   | Avantages accordés aux salariés à temps plein et non aux employés temporaires ou à temps partiel | <a href="#">page 121</a>   |  |
| 401-3                                   | Congé parental   | <a href="#">page 117</a><br><a href="#">page 119</a><br><a href="#">page 122</a> |  |

| Indice GRI                    | Titre   | Page   | Lien/Chapitre/Information  |
|-------------------------------|---|--|--|
| <b>GRI 405</b>                | <b>Diversité et égalité des chances 2016</b>  |  |  |
| 405-1                         | Diversité des organes de gouvernance et des employés  | <a href="#">page 117</a><br><a href="#">page 119</a><br><a href="#">page 122</a> |  |
| 405-2                         | Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes                       | <a href="#">page 117</a><br><a href="#">page 120</a><br><a href="#">page 122</a> |  |
| <b>FORMATION ET ÉDUCATION</b> |   |  |  |
| <b>GRI 3</b>                  | <b>Thèmes pertinents 2021</b>   |  |  |
| 3-3                           | Gestion des thèmes pertinents   | <a href="#">page 124</a>   | <a href="#">Formation et perfectionnement promotion efficace des talents</a> |
| <b>GRI 404</b>                | <b>Formation et éducation 2016</b>  |  |  |
| 404-1                         | Nombre moyen d'heures de formation par an par employé   | <a href="#">page 127</a><br><a href="#">page 131</a><br><a href="#">page 135</a> |  |
| 404-2                         | Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d'aide à la transition | <a href="#">page 128</a><br><a href="#">page 132</a><br><a href="#">page 135</a> |  |
| 404-3                         | Pourcentage d'employés bénéficiant de revues de performance et d'évolution de carrière        | <a href="#">page 128</a><br><a href="#">page 132</a><br><a href="#">page 136</a> |  |
| <b>SANTÉ AU TRAVAIL</b>       |   |  |  |
| <b>GRI 3</b>                  | <b>Thèmes pertinents 2021</b>   |  |  |
| 3-3                           | Gestion des thèmes pertinents   | <a href="#">page 138</a>   | <a href="#">La santé sur le lieu de travail</a>                              |
| <b>GRI 401</b>                | <b>Emploi 2016</b>  |  |  |
| 401-1                         | Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel                                     | <a href="#">page 140</a>   |  |

| Indice GRI     | Titre   | Page   | Lien/Chapitre/Information  |
|----------------|---|--|--|
| <b>GRI 402</b> | <b>Relations employés/direction 2016</b>  |  |  |
| 402-1          | Périodes minimales de préavis pour les modifications opérationnelles  | <a href="#">page 141</a>   |  |
| <b>GRI 403</b> | <b>Santé et sécurité au travail 2018</b>  |  |  |
| 403-1          | Système de gestion de la santé et de la sécurité au travail   |  | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| 403-2          | Identification des dangers, évaluation des risques et investigation des événements indésirables                 | <a href="#">page 141</a><br><a href="#">page 147</a><br><a href="#">page 150</a> |  |
| 403-3          | Services de santé au travail  |  | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| 403-4          | Participation et consultation des travailleurs et communication relative à la santé et à la sécurité au travail | <a href="#">page 142</a><br><a href="#">page 148</a><br><a href="#">page 151</a> |  |
| 403-5          | Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail   | <a href="#">page 142</a><br><a href="#">page 148</a><br><a href="#">page 151</a> |  |
| 403-6          | Promotion de la santé des travailleurs  |  | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |

| Indice GRI                  | Titre  | Page   | Lien/Chapitre/Information  |
|-----------------------------|--|--|--|
| 403-7                       | Prévention et réduction des impacts sur la santé et la sécurité au travail directement liés aux relations d'affaires | <a href="#">page 142</a><br><a href="#">page 148</a><br><a href="#">page 151</a> |  |
| 403-8                       | Travailleurs couverts par un système de gestion de la santé et de la sécurité au travail                             |  | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| 403-9                       | Accidents du travail   | <a href="#">page 142</a>   | Des explications supplémentaires concernant la collecte des données se trouvent dans le corps du texte.  |
| 403-10                      | Maladies professionnelles  | <a href="#">page 144</a>   | Des explications supplémentaires concernant la collecte des données se trouvent dans le corps du texte.  |
| <b>GRI 406</b>              | <b>Lutte contre la discrimination 2016</b>   |  |  |
| 406-1                       | Cas de discrimination et mesures correctives prises  | <a href="#">page 118</a><br><a href="#">page 120</a><br><a href="#">page 123</a> |  |
| <b>CONSOMMATION DURABLE</b> |  |  |  |
| <b>GRI 3</b>                | <b>Thèmes pertinents 2021</b>  |  |  |
| 3-3                         | Gestion des thèmes pertinents  | <a href="#">page 152</a>   | <a href="#">Pour une consommation durable</a>  |

| Indice GRI   | Titre   | Page                     | Lien/Chapitre/Information  |
|--|---|--------------------------|--|
| <b>BIEN COMMUN</b>   |   |                          |  |
| <b>GRI 3</b>   | <b>Thèmes pertinents 2021</b>   |                          |  |
| 3-3  | Gestion des thèmes pertinents   | <a href="#">page 156</a> | <a href="#">Partenariats pour davantage de bien commun</a>       |
| <b>SOCIÉTÉ</b>   |   |                          |  |
| <b>GRI 3</b>   | <b>Wesentliche Themen 2021</b>  |                          |  |
| 3-3  | Management des wesentlichen Themas  | <a href="#">page 161</a> | <a href="#">Engagement en faveur de la société</a>               |
| <b>RÉGIONALITÉ &amp; TRADITION</b>                                     |   |                          |  |
| <b>GRI 3</b>   | <b>Thèmes pertinents 2021</b>   |                          |  |
| 3-3  | Gestion des thèmes pertinents   | <a href="#">page 165</a> | <a href="#">Vraiment régional</a>                                |
| <b>COMPLIANCE &amp; APPROCHE DE L'ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES</b> |   |                          |  |
| <b>GRI 3</b>   | <b>Thèmes pertinents 2021</b>   |                          |  |
| 3-3  | Gestion des thèmes pertinents   | <a href="#">page 170</a> | <a href="#">Relations commerciales basées sur le partenariat</a> |
| <b>GRI 204</b>   | <b>Pratiques d'achats 2016</b>  |                          |  |
| 204-1  | Part de dépenses auprès de fournisseurs locaux  | <a href="#">page 166</a> |  |
| <b>GRI 205</b>   | <b>Lutte contre la corruption 2016</b>  |                          |  |
| 205-1  | Activités évaluées en termes de risque lié à la corruption                                      | <a href="#">page 171</a> |  |
| 205-2  | Communication et formation relatives aux politiques et procédures de lutte contre la corruption | <a href="#">page 171</a> |  |

| Indice GRI     | Titre   | Page                     | Lien/Chapitre/Information  |
|----------------|---|--------------------------|--|
| 205-3          | Cas avérés de corruption et mesures prises  | <a href="#">page 171</a> |  |
| <b>GRI 206</b> | <b>Comportement anticoncurrentiel 2016</b>  |                          |  |
| 206-1          | Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust                                    | <a href="#">page 172</a> |  |
| <b>GRI 409</b> | <b>Travail forcé ou obligatoire 2016</b>  |                          |  |
| 409-1          | Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif de travail forcé ou obligatoire                              | <a href="#">page 172</a> |  |
| <b>GRI 413</b> | <b>Communautés locales 2016</b>   |                          |  |
| 413-1          | Activités impliquant la communauté locale, évaluation des impacts et programmes de développement                          |                          | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| 413-2          | Activités générant des impacts négatifs substantiels, réels ou potentiels sur les communautés locales                     |                          | Nous sommes en train d'élaborer un processus de collecte de données à l'échelle du groupe pour les informations requises par cet indicateur GRI. |
| <b>GRI 415</b> | <b>Politiques publiques 2016</b>  |                          |  |
| 415-1          | Contributions politiques  | <a href="#">page 172</a> |  |
| <b>GRI 418</b> | <b>Confidentialité des données des clients 2016</b>   |                          |  |
| 418-1          | Plaintes fondées relatives à l'atteinte à la confidentialité des données des clients et aux pertes de données des clients | <a href="#">page 172</a> |  |