



N. 165



N. 10



N. 103



N. 66



N. 12



N. 302



N. 77

Fatti, non parole

«Fatti, non parole» è sempre stato il nostro credo in tema di sostenibilità fin da quando, 25 anni fa, abbiamo adottato un approccio alla sostenibilità globale che anticipava i tempi e la concorrenza. Oggi come allora, Coop continua a distinguersi con le parole e con i fatti. Coop nasce come cooperativa, ed è proprio da queste sue radici che si sviluppa l'impegno per l'uomo, gli animali e la natura.

Dal 2015, le tante misure messe in atto in seno all'iniziativa «Fatti, non parole» sono sotto gli occhi di tutti: sulla nostra nuova piattaforma Internet fatti-non-parole.ch sono pubblicati più di 300 fatti, alcuni dei quali presentati anche nella galleria fotografica di questo Rapporto. Il nostro impegno si esprime sia in piccole, ma importanti decisioni, come per esempio l'impiego di un camion elettrico per effettuare le consegne, valso tra l'altro a Coop un riconoscimento per la sostenibilità, sia in scelte pionieristiche come il lancio della marca propria Naturaplan, che ha decretato il successo del bio in Svizzera. A questi sono seguiti tanti altri servizi sostenibili nell'assortimento, con i quali abbiamo stabilito parametri di riferimento. Nel 2015, la cifra d'affari realizzata dalla vendita di prodotti sostenibili di Coop è salita alla lusinghiera cifra di 3,1 miliardi di franchi: un risultato da record!

«Fatti, non parole» riflette l'impegno di Coop per la sostenibilità: un impegno di lunga durata, trasparente e globale, un impegno che ci contraddistingue. Il nostro approccio alla sostenibilità copre i tre ambiti «assortimenti sostenibili», «efficienza delle risorse e tutela del clima» e «collaboratori e società» e include obiettivi vincolanti e a lungo termine per tutti i settori commerciali del Gruppo Coop: il commercio al dettaglio, quello all'ingrosso e la produzione. Nel 2015, nel rating ambientale del WWF, Coop è stata insignita del titolo di «pioniere» tra i rivenditori all'ingrosso e al dettaglio svizzeri; in molti ambiti tematici, il WWF ha inoltre giudicato il nostro impegno per l'ambiente come «avveniristico» e in alcuni persino «visionario». Riconoscimenti come questo ci confermano una volta di più che siamo sulla strada giusta verso la sostenibilità.

Probabilmente, senza l'aiuto di storici ed affidabili partner non saremmo mai riusciti a raggiungere molti dei nostri traguardi in materia: per questo, il

Gruppo Coop punta a partnership solide, come per esempio quelle con Bio Suisse, l'Istituto di ricerche dell'agricoltura biologica (FiBL), Max Havelaar o la Protezione Svizzera degli Animali. Nell'anno in rassegna abbiamo compiuto un importante passo in avanti trasformando la già stretta collaborazione con il WWF e con la Croce Rossa Svizzera (CRS) in un'alleanza strategica. Con il WWF siamo impegnati da diversi anni per un consumo sostenibile, e la marca propria Coop Oecoplan è stata persino ufficialmente raccomandata dal WWF come «alternativa sostenibile» ai prodotti convenzionali. Coop collabora con la CRS in iniziative per la donazione di beni e per l'erogazione di aiuti in situazioni di emergenza, e nel 2015 ha ulteriormente ampliato il proprio impegno sociale attraverso la partnership ufficiale e diversi altri progetti.

Con gli anni, la sostenibilità è diventata parte del patrimonio genetico della nostra azienda: anche in futuro continueremo ad attuare in maniera del tutto naturale e costante provvedimenti a favore dell'uomo, degli animali e della natura, sempre fedeli a quel credo che ci impone di anteporre i fatti alle parole.



Hansueli Loosli
Presidente del
Consiglio d'amministrazione



Joos Sutter
Presidente della Direzione generale