BILANCIO SOCIALE 2012

La Coop

sei tu

sono io

siamo noi

coop Lombardia

BILANCIO SOCIALE 2012

coop Lombardia

Coordinamento generale
Alfredo De Bellis, Valter Molinaro
Settore soci e consumatori Coop Lombardia

Progetto grafico, prestampa e stampa
Adattamento editoriale e testi
Glifo Associati Società Cooperativa, Milano
www.glifoassociati.it

Fotografie
Archivio Coop

Fonti
Coop Lombardia
Consumatori
InCoop
Portale www.e-coop.it
Coop Italia
ANCC

Ringraziamenti
a tutto il personale Coop
che ha contribuito alla raccolta
di dati e informazioni

Per segnalazioni e suggerimenti
info.soci@lombardia.coop.it
Coop Lombardia
viale Famagosta 75
20142 Milano

Stampato nel mese di maggio 2013
su carta Papyrus PlanoPlus
certificata FSC

identità pag 6
partecipazione pag 12
comunità pag 20
lavoratori pag 26
punto vendita pag 29
prodotto pag 32
consumatori pag 38
ambiente pag 42
bilancio in cifre pag 46
conto economico pag 48

Il nostro impegno per il futuro

Chiudiamo il bilancio 2012 con un utile di 4,8 milioni di euro, che, nel contesto economico attuale, è certamente un buon risultato.
Lo scorso anno è stato molto difficile dal punto di vista sociale, soprattutto per quanto riguarda il lavoro. La perdita di posti di lavoro, le difficoltà economiche e in molti casi la crescita dell'ingiustizia sociale e la mancanza di prospettive hanno generato una sensazione di sfiducia diffusa che crea nelle famiglie e nelle persone grande incertezza e preoccupazione per il futuro.
Il reddito delle famiglie, anche per molte delle scelte assunte dal precedente Governo, è drasticamente diminuito e la miscela prodotta dal calo dell'occupazione e del reddito si è riversata in modo significativo sui consumi, anche quelli primari, che hanno registrato una fortissima contrazione.
La qualità e quantità del carrello della spesa è cambiata e questo si è fatto sentire in modo significativo anche sull'andamento dei nostri conti e della gestione della nostra cooperativa. Anche se chiudiamo con un discreto utile non deve sfuggire il fatto che il bilancio del 2012 è stato sostenuto da un'oculata gestione delle nostre risorse immobiliari/finanziarie, mentre i risultati dell'attività caratteristica della cooperativa, come la vendita dei prodotti alimentari e non, resta critica, anche alla luce di quanto abbiamo appena ricordato sulla condizione delle famiglie.
Per questo la cooperativa ha messo in atto un impegnativo progetto triennale che si incentra su undici cantieri di lavoro.
Essi hanno il compito di monitorare tutti i settori della nostra attività per produrre proposte di innovazione e cambiamento, perché solo così potremo dare risposte alla complessità della situazione che abbiamo di fronte nei prossimi anni. Dovremo saper dare risposte sulla validità del format commerciale dei nostri punti di vendita, sull'organizzazione del lavoro, sulla comunicazione interna ed esterna e su tantissimi altri aspetti che sono cruciali per il futuro dell'impresa cooperativa.
I primi risultati ottenuti dal cantiere del prestito sociale, che rappresenta una delle risorse strategiche dell'impresa cooperativa, sono stati molto positivi e si confermano in questi mesi. Il Prestito sociale nel corso del 2012 ha attraversato un periodo di difficoltà, ma dopo che lo specifico cantiere di lavoro ha prodotto idee e proposte, dal mese di ottobre del 2012, si è assistito ad un notevole recupero che dura nel tempo e che costituisce un esempio virtuoso a testimonianza della bontà del metodo di lavoro intrapreso.
Alla crisi del paese non si può rispondere con un atteggiamento remissivo, non è nel nostro stile dare solo risposte di contenimento per "ridurre il danno".
Intendiamo affrontare il futuro con uno sviluppo che coniughi le opportunità offerte dagli strumenti tradizionali con innovazioni e strumenti nuovi. Coop Lombardia ha aperto recentemente due punti vendita nella provincia di Bergamo e altri ne apriremo a Brescia e nel milanese. I nuovi punti vendita di Bergamo e Trescore Balneario sono l'esempio di come la mission più generale di Coop si concretizza: sostenibilità economica dell'investimento, sostenibilità ambientale del supermercato (utilizzando tutte le soluzioni e le tecnologie innovative con l'obiettivo di realizzare "l'impatto zero" nelle emissioni riducendo i consumi energetici) sostenibilità sociale offrendo opportunità di lavoro, professionalità e stabilità ai giovani che hanno iniziato a lavorare con noi, tutto questo insieme ad una offerta commerciale molto ampia e caratterizzata dai nostri prodotti a marchio sempre più apprezzati dai consumatori.
Oltre allo sviluppo di nuovi punti vendita, stiamo ponendo grande attenzione alle possibili politiche di acquisizione di altre catene se si dovessero verificare le condizioni opportune.
Possiamo affrontare al meglio la crisi economica e sociale grazie alla solidità della cooperativa e allo straordinario patrimonio costituito da tutti i lavoratori della cooperativa, a cui va il nostro sincero ringraziamento per l'impegno profuso.
Sono più di 4000 e se abbiamo raggiunto i risultati che ci consentono di guardare avanti e di operare con fiducia e determinazione, lo dobbiamo in gran parte al loro lavoro, alla dedizione che hanno dimostrato in tutte le situazioni.
Un altro cardine fondamentale della nostra fiducia verso il futuro è rappresentata dai soci. Un patrimonio umano e sociale unico e straordinario, a partire dai soci attivi che dedicano parte del loro tempo, volontariamente, per sostenere e sviluppare la presenza e le politiche sociali della cooperativa. Le centinaia di occasioni culturali, ricreative, sociali e lo sviluppo di progetti solidali realizzati dai comitati soci nelle comunità sono un esempio virtuoso e concreto della nostra distintività e mutualità.
A loro va il nostro ringraziamento e la conferma che Coop Lombardia continuerà e svilupperà i progetti virtuosi e le buone pratiche che hanno qualificato la cooperativa: Buon Fine, Due mani in più, la legalità e la lotta alle mafie, la solidarietà internazionale e il turismo responsabile, tutti gli altri progetti che vedono il contributo dei nostri comitati soci e le innovazioni della rete dei servizi che rispondono a bisogni e aspettative diversificati.
Coop Lombardia riconferma a tutti i soci che continuerà ad operare nel loro esclusivo interesse, con una gestione della cooperativa sempre ispirata ai valori profondi della nostra missione così come sinteticamente descritto in questo Bilancio Sociale.

Guido Galardi
Presidente Coop Lombardia

Daniele Ferrè
Vicepresidente Coop Lombardia

identità

1

Coop Lombardia è un'impresa cooperativa leader nel settore della Grande Distribuzione Organizzata (GDO). La caratteristica che distingue la sua attività da quella delle altre aziende è il principio di mutualità.

Coop Lombardia è un'impresa cooperativa che opera nel campo della grande distribuzione, nell'interesse dei soci e dei consumatori, ai quali garantisce sicurezza sui prodotti e il miglior rapporto qualità – convenienza. Scopo sociale dell'azienda, più in generale, è la difesa degli interessi del consumatore, che Coop persegue, oltre che con la propria politica commerciale, anche con iniziative e risorse destinate all'impegno sociale e alla solidarietà.

Coop Lombardia non è un'impresa come le altre. È qualcosa di molto speciale, regolata da princìpi e valori che uniscono le cooperative di tutto il mondo.
L'idea base della cooperazione nasce dal bisogno e dalla solidarietà: si costruisce così una risposta imprenditoriale originale che, dalle prime esperienze pionieristiche, in più di un secolo e mezzo di storia, si sviluppa fino a diventare, a livello nazionale, la prima organizzazione distributiva italiana. È una storia di persone, di lavoro, di sacrifici ed entusiasmi, strettamente intrecciata con le vicende politiche e sociali del nostro paese. I valori originari sono ancora oggi alla base della cooperazione: la centralità delle persone, dei loro bisogni e dei loro diritti.

La responsabilità sociale è un aspetto rilevante dell'identità di Coop, insita nella sua natura societaria di cooperativa ed elemento distintivo da tutte le altre realtà imprenditoriali. Coop Lombardia si ispira, nello svolgimento della propria mission, nelle scelte e nelle iniziative che intraprende, ai principi e ai valori enunciati nella Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori.

I 7 valori che contraddistinguono l'attività di Coop Lombardia

La Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori raccoglie in sette principi i valori che si ispirano alla Dichiarazione di identità cooperativa approvata dal 31° Congresso dell'Alleanza Cooperativa Internazionale (Manchester, Inghilterra, 1995) e guidano l'operato delle cooperative di Consumatori.

1
LA COOPERATIVA È UNA SOCIETÀ APERTA
L'adesione è aperta a tutte le persone che nel rispetto dello statuto si uniscono senza alcuna discriminazione per difendere i propri interessi e le proprie aspirazioni di consumatori.

2
NELLA COOPERATIVA VIGE LA PARTECIPAZIONE DEMOCRATICA FRA LIBERI ED EGUALI
Il potere di decisione è consegnato al voto democratico libero ed eguale (una testa, un voto) dei soci e dei loro delegati negli organismi elettivi.

3
LA COOPERATIVA È UN'IMPRESA SOLIDALE E SENZA FINI DI SPECULAZIONE PRIVATA
Gli utili sono destinati in prevalenza a riserve indivisibili per lo sviluppo e per le future generazioni, poi alla promozione e alla solidarietà cooperativa ed eventualmente a una remunerazione limitata della quota sociale e a un ristorno in ragione degli acquisti fatti.

4
LA COOPERATIVA È AUTONOMA E INDIPENDENTE
Da sola o con altre cooperative, può fare accordi economici o programmatici con altre organizzazioni, inclusi i governi, ma è tenuta ad assicurare sempre il controllo democratico da parte dei soci e a mantenere la propria autonomia.

5
LA COOPERATIVA FA SCUOLA
S'impegna a formare i propri soci, i rappresentanti eletti, i dirigenti e il personale, affinché possano contribuire con efficacia al suo sviluppo e a quello della cooperazione in generale. La Cooperativa si impegna ad attuare campagne di informazione per sensibilizzare l'opinione pubblica, e particolarmente i giovani, sulla natura e i vantaggi della cooperazione.

6
LA COOPERATIVA LAVORA COL MOVIMENTO COOPERATIVO IN TUTTO IL MONDO
Mantiene efficienti e solidali rapporti con altre cooperative, a livello locale, regionale, nazionale e internazionale.

7
LA COOPERATIVA OPERA A VANTAGGIO DEI CONSUMATORI E DELLA COMUNITÀ
Agisce nel perseguimento degli interessi morali e materiali dei consumatori, nel rispetto dell'ambiente, dell'uso appropriato delle risorse, della salute, dei rapporti corretti e solidali fra le persone.

GOVERNANCE E ASSETTO ISTITUZIONALE

Il modello organizzativo di Coop si fonda sulla partecipazione e sul ruolo attivo del socio. Gli organi di governo compongono una struttura idonea a favorire il rafforzamento e la realizzazione della responsabilità sociale d'impresa. L'attività della cooperativa viene svolta nel rispetto della trasparenza, dei principi previsti dall'art. 45 della Costituzione italiana, perseguendo lo scopo mutualistico e operando senza alcuna finalità di speculazione privata.

Gli organi sociali di Coop sono

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

È l'organo esecutivo incaricato dell'attuazione dei programmi e obiettivi della cooperativa: due terzi dei componenti sono eletti dai Comitati soci di zona e approvati nelle Assemblee.

Consiglieri

Galardi Guido
Ferrè Daniele
Ambrosetti Silvano
Amidani Cristina
Beghetto Gianni
Bella Fulvio
Bignami Massimiliano
Bonecchi Valerio
Branchi Francesco
Bravi Onorato
Caporicci Claudio
Ceccarelli Bruno
Centonze Gabriele
Faiferri Daniela
Falcone Elena
Ferrario Sergio
Figini Paolo
Gatti Luigi Battista
Grossi Giuliano
Laudi Franco
Longhi Enzo
Magani Giuseppe
Mainardi Cesare
Parzani Carlo
Piantelli Annamaria
Ramaioli Patrizia
Riccardi Felice
Romè Fiorenzo
Ronzani Serena

COLLEGIO SINDACALE

Vigila sull'osservanza dello Statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione della Cooperativa.

Sindaci

Vergallo Italo
Ballerini Armando
Chigioni Giancarlo

COMITATO ETICO

Si esprime sulle violazioni dello Statuto e del Regolamento cooperativo e su ogni altra situazione censurabile dell'attività generale.

Componenti Comitato Etico

Maestrelli Ernesto
Casella Giuseppe
Luzzi Giovanni

ORGANISMO DI VIGILANZA

Garantisce la vigilanza sul funzionamento e sull'osservanza del Modello organizzativo, in linea con quanto previsto dal D.Lgs. 231/2001.

SOCI

Partecipano alla gestione della cooperativa attraverso le Assemblee, che deliberano su bilancio, programmi annuali e pluriennali, Consiglio di Amministrazione, regolamenti statutari.

CONSIGLIO GENERALE DEI SOCI

Delibera sui Regolamenti elettorali, nomina il Comitato Etico e si esprime in materia di bilancio, investimenti, programmi di sviluppo e politiche commerciali.

COMITATI SOCI DI ZONA

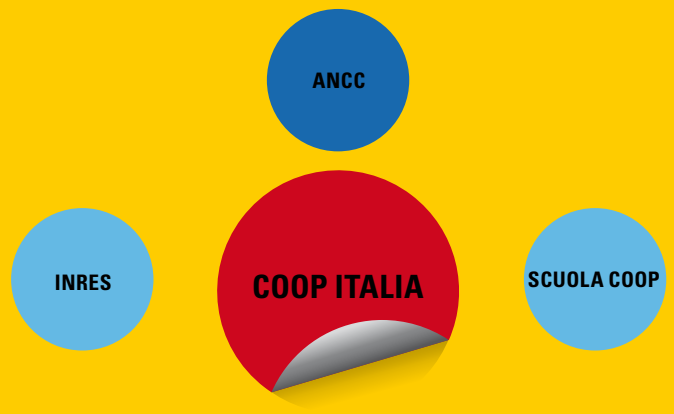
Composti da volontari eletti democraticamente tra i soci, sono strutture di partecipazione alla vita cooperativa attive sul territorio mediante iniziative socioculturali, educative e di solidarietà.

CONSULTA SOCI

È costituita dai componenti dei Comitati soci di zona e si pronuncia su temi di particolare importanza dell'attività cooperativa.

IL SISTEMA COOP

Coop è una realtà costituita da un insieme di cooperative, consorzi e enti che uniscono le proprie aree d'attività per dare vita a un sistema comune. Coop Lombardia è una delle 9 Grandi Cooperative che, insieme a Coop Liguria e Novacoop, compone il Consorzio Nordovest, centro di coordinamento di Lombardia, Piemonte e Liguria. L'azione delle cooperative sul territorio nazionale è supportata da alcune organizzazioni che completano e sostengono il sistema stesso e supportano le esigenze commerciali, strutturali e sociali.



CONSORZIO NORD OVEST

NovaCoop, CoopLiguria, CoopLombardia

CONSORZIO ADRIATICO

CoopAdriatica, CoopEstense, CoopNordEst

CONSORZIO TIRRENICO

UnicoopFirenze, UnicoopTirreno, CoopCentroItalia

ANCC – ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELLE COOPERATIVE CONSUMATORI

È il centro di direzione strategica e programmatica delle cooperative di consumatori. Regola e promuove le scelte unitarie di politica di mercato, le iniziative per la tutela dei consumatori e dell'ambiente, le azioni di solidarietà sociale.

COOP ITALIA

È l'organismo nazionale che elabora politiche e strategie di marketing e comunicazione unitarie per tutte le cooperative che aderiscono al sistema, ottimizza gli acquisti, definisce i Prodotti a Marchio e ne controlla costantemente la qualità orientando la propria azione a beneficio dei consumatori, gli interlocutori primari dell'attvità commerciale del consorzio.

INRES – L'ISTITUTO NAZIONALE CONSULENZA, PROGETTAZIONE, INGEGNERIA

È la struttura che si occupa dello sviluppo di progetti strutturali sia nell'ambito della creazione di nuovi punti vendita Coop sia in quello dell'innovazione finalizzata all'efficienza energetica e alla riduzione dell'impatto ambientale.

SCUOLA COOP

È l'ente che si occupa della formazione a tutti i livelli del personale Coop, a partire dai dipendenti fino ai quadri dirigenziali. In generale svolge attività di ricerca e innovazione finalizzate alla crescita del sistema e alla diffusione dei valori e della cultura cooperativa.

GLI STAKEHOLDER

Letteralmente stake-holder significa possessore o portatore di un interesse e indica l'insieme di soggetti che hanno con l'azienda relazioni significative e i cui interessi sono a vario titolo coinvolti. La mappa degli stakeholder rappresenta quelli che Coop Lombardia considera i destinatari diretti della propria azione.

SOCI

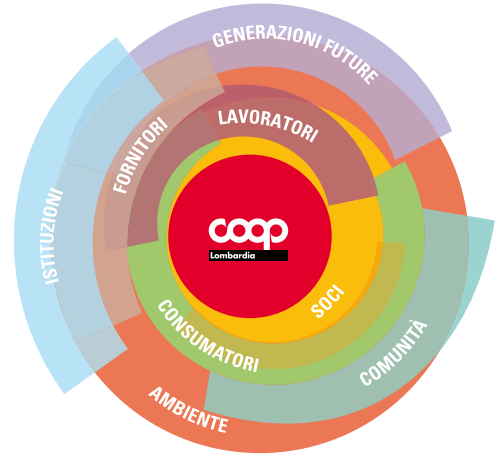
Detengono una quota sociale della cooperativa che li rende proprietari a tutti gli effetti. Sono i principali fruitori dell'attività di Coop Lombardia e ricoprono un ruolo di primaria importanza per l'azienda al momento di valutare e scegliere le strategie da adottare poiché le scelte intraprese ricadono direttamente su di loro.

CONSUMATORI

Sono tutti coloro che, pur non essendo soci, sono clienti della cooperativa e si attendono da questa ogni giorno qualità, convenienza e sicurezza nei prodotti. La tutela degli interessi dei consumatori rappresenta un cardine della politica e dell'attività di Coop.

LAVORATORI

Sono le preziose risorse che assicurano il funzionamento della rete. Rappresentano una forza insostituibile nell'esprimere attraverso l'agire quotidiano il valore aggiunto della cooperativa.



FORNITORI

Sono coloro che garantiscono il flusso costante di prodotti, a marchio Coop e non, nei punti vendita e tutti i servizi a disposizione di soci e consumatori. Sono scelti nel rispetto di precisi standard etici delle filiere produttive.

COMUNITÀ

Rappresenta la società in generale come realtà collettiva verso la quale Coop rivolge impegni di solidarietà su più fronti e iniziative culturali e formative che contribuiscono ad arricchire ogni singolo individuo.

GENERAZIONI FUTURE

Sono tutti i giovani che dovranno proseguire la costruzione della società e dovranno fare i conti con l'eredità dell'epoca attuale. Coop Lombardia li identifica con la scuola, teatro formativo di vita, verso la quale con impegno e attenzione presta il proprio contributo.

ISTITUZIONI

Rappresentano gli amministratori e gli enti pubblici da cui dipende la gestione del territorio e con i quali Coop intrattiene rapporti di collaborazione finalizzati allo scopo aziendale.

AMBIENTE

È la risorsa ecologica dell'umanità e il territorio ove si svolge l'attività caratteristica di Coop Lombardia. Racchiude i concetti di sostenibilità, impatto e salvaguardia fronti verso i quali la cooperativa si impegna costantemente e in base ai quali stabilisce politiche preventive.

partecipazione 2

I soci sono il cuore pulsante dell'attività di Coop Lombardia e permettono alla cooperativa di realizzare la propria mission. Esercitano, attraverso le Assemblee, e il principio "una testa un voto", il proprio fondamentale ruolo di partecipazione e decisione sulle scelte della cooperativa

I soci costituiscono la primaria ricchezza della cooperativa, essendone i proprietari e, al contempo, i principali fruitori. Essi partecipano alla gestione in virtù del principio democratico "una testa un voto" attraverso le Assemblee che rappresentano l'organo statutario che delibera sugli argomenti dell'attività cooperativa. I principali sono: l'approvazione del bilancio e dei programmi strategici annuali e pluriennali, la nomina e la revoca del Consiglio di Amministrazione e del Collegio sindacale, la composizione della Commissione elettorale, l'accettazione e la modifica di regolamenti specifici e statutari, la determinazione del compenso di amministratori e sindaci.
Le Assemblee possono essere generali e separate: nelle prime confluiscono i delegati territoriali dei soci per decidere sulle materie stabilite dallo Statuto. I delegati sono nominati nelle Assemblee separate, sede di espressione della volontà dei soci iscritti da almeno novanta giorni. Ogni socio ha a disposizione un voto, qualunque sia l'ammontare della quota posseduta, mentre a ogni persona giuridica sono attribuiti 5 voti. I criteri e le norme relative alle Assemblee sono disciplinate dallo Statuto di Coop Lombardia agli articoli 26 e seguenti.

Nel 2012 i soci della cooperativa sono cresciuti di oltre 43.000 unità, anche grazie all'impegno dei componenti dei Comitati soci di zona attraverso specifiche campagne in vari punti vendita.
Grazie a una particolare attenzione alle forme di comunicazione e coinvolgimento, che hanno riguardato principalmente i punti vendita, nel 2012 sono aumentate significativamente le presenze dei soci alle Assemblee separate di bilancio.

COMPOSIZIONE ANAGRAFICA DEI SOCI

	TOTALE SOCI 2012	TOTALE SOCI 2011	NUOVI SOCI 2012
uomini	413.760	394.319	20.378
donne	527.590	503.300	25.052
persone giuridiche	55	60	
totale	**941.405**	897.679	**45.430**

PER FASCE DI ETÀ

< 30 anni	23.544	22.543	6.404
31 – 40 anni	126.770	128.720	12.329
41 – 50 anni	227.157	217.616	11.222
51 – 60 anni	190.889	178.934	7.422
> 60 anni	372.990	349.806	8.053
totale	**941.350**	897.619	**45.430**

NAZIONALITÀ

italiani	860.015	39.071
stranieri	81.390	6.359
totale	**941.405**	**45.430**

ANNO D'ISCRIZIONE

prima del 1980	22.529
dal '80 al '90	85.078
dal '91 al '00	563.330
dal '01 al '12	270.468
totale	**941.405**

ZONE E COMITATI SOCI

I soci della cooperativa sono organizzati in 35 zone che costituiscono le unità territoriali del corpo sociale e sono definite con delibera del Consiglio di Amministrazione. Comprendono i soci iscritti ai punti vendita.

Le iniziative svolte dai Comitati soci di zona hanno l'obiettivo di promuovere e rafforzare il vincolo associativo tra i soci, per migliorare la divulgazione e il perseguimento dei principi e degli obiettivi della cooperativa.

Lo statuto definisce, all'articolo 33, quali sono gli scopi principali delle zone:

a) Rafforzare tra i soci il vincolo associativo tipico dell'organizzazione cooperativa per migliorare la divulgazione ed il perseguimento dei principi ed obiettivi dello statuto;
b) Invogliare l'interesse e facilitare il coinvolgimento dei soci nelle problematiche dell'impresa e nella predisposizione dei suoi programmi di tutela dei consumatori, promozione della mutualità e della funzione sociale della cooperativa;
c) Favorire la più ampia partecipazione dei soci alle assemblee separate;
d) Consolidare rapporti organici del Consiglio di Amministrazione con la base sociale dislocata nel territorio.

Verso i soci, Coop Lombardia ha continuato anche nel 2012 a svolgere un'ampia opera d'informazione e di coinvolgimento attraverso mezzi di comunicazione, spazi ricreativi e iniziative per diffondere la cultura della cooperazione:

CONSUMATORI

Il periodico dedicato a soci e consumatori consegnato gratuitamente alle casse dei punti vendita, contiene "Direfaresociale dei Comitati soci di zona" la rubrica di comunicazione delle attività più interessanti svolte sul territorio dai soci attivi.

COM.COOP

Il magazine dedicato all'informazione, allo scambio di opinioni e di iniziative tra i vari Comitati soci che da bimestrale si è trasformato in mensile e da cartaceo è diventato una pubblicazione digitale.

PARTECIPACOOP.IT E PAGINA FACEBOOK DI COOP LOMBARDIA

Creati per migliorare la diffusione e la conoscenza delle attività sociali della cooperativa, nel 2012 hanno permesso un notevole aumento delle interazioni con i soci e i consumatori attraverso la rete.

SPAZI SCOPRICOOP E CENTRI SOCIOCULTURALI

Sono proseguite le iniziative degli spazi ScopriCoop e dei centri socioculturali, luoghi di incontro e scambio culturale tra i soci organizzate dai Comitati soci delle zone in cui sono attivi.
SPAZI SCOPRICOOP
Milano Via Arona / Milano Baggio / Varese / Bergamo
CENTRI SOCIOCULTURALI
Novate Milanese / Cremona / Brescia

FESTE DEL SOCIO

Sono importanti momenti di incontro, partecipazione e promozione dei valori cooperativi dedicati esclusivamente ai soci, organizzate in occasione di un'apertura domenicale. Nel corso di questa giornata di festa sono state realizzate particolari offerte commerciali e numerose occasioni di confronto culturale e ricreativo. I Comitati soci svolgono una funzione attiva sia nell'organizzazione degli eventi sia nella gestione di: degustazioni di prodotti a marchio, iniziative culturali e d'intrattenimento.
Le feste del socio organizzate nel corso del 2012 sono state 15. Grazie al successo e al positivo ritorno riscontrato tra i soci l'iniziativa sarà riproposta ed estesa nel corso del 2013.

Io faccio la differenza, l'insediamento dei comitati

Nell'autunno del 2011 si sono svolte le elezioni dei soci candidati nelle zone. A partire da gennaio 2012 è iniziata l'attività caratterizzata da una forte presenza di nuovi eletti.

soci candidati » 662
in particolare:
nuovi candidati » 391
donne » 277
giovani under 40 » 68

numero votanti » 40.177

soci eletti » 449
in particolare:
nuovi eletti » 226
donne » 214
giovani under 40 » 63

I COMITATI SUL WEB

L'attività dei Comitati è stata ampliata attraverso la creazione di pagine dedicate alle iniziative e allo scambio di opinioni tra i soci. Le pagine attive sono: Baggio/Zoia/Corsico, Busto/Cassano/Legnano, Cantù, Cassano D'Adda, Crema, Cremona, Novate Milanese, Opera, Milano Ornato, Pavia, Sesto San Giovanni, Varese Malnate, Vignate.

Iniziative verso i soci

Oltre alle tradizionali attività culturali, sociali, solidaristiche organizzate dai Comitati soci in stretto contatto con i territori, le associazioni, le istituzioni, nel corso dell'anno si sono sviluppate numerose attività per valorizzare il prodotto a marchio, per far conoscere le politiche di sicurezza e qualità alimentare, sostenibilità ambientale e sociale dei prodotti a marchio Coop.

LA SPESA CHE NON PESA

Si è sviluppata un'intensa attività di educazione al consumo consapevole rivolta agli adulti per riflettere sui comportamenti di consumo e sull'impatto economico delle scelte di acquisto. La spesa che non pesa è stata strutturata in incontri tematici: buono, sano, economico; io faccio la spesa giusta; la spesa che non pesa... sull'ambiente. L'attività ha coinvolto numerosi punti vendita.

CONOSCERE IL CODICE ETICO

Dopo l'approvazione nel 2011 del Codice Etico di Coop Lombardia, il Comitato Etico ha proseguito la sua attività promuovendo nel 2012 incontri e seminari di sensibilizzazione sui contenuti del Codice Etico coinvolgendo i soci.

VISITE AI PRODUTTORI

Coop Lombardia anche nel 2012 ha organizzato visite negli stabilimenti dei produttori di alimenti a marchio Coop, per offrire ai soci l'occasione di conoscere da vicino i processi di lavorazione e la filiera dei prodotti.

Nel 2012 i Comitati soci di zona

hanno organizzato e promosso:

350 iniziative culturali, teatrali, musicali; attività consumeristiche; conferenze ed incontri pubblici; eventi sportivi.

Anno internazionale della cooperazione

In occasione delle celebrazioni per l'Anno Internazionale delle Cooperative, è stato realizzato il filmato **Anch'io son parte** per raccontare la storia e l'evoluzione della partecipazione in Coop da parte dei soci e in modo particolare di quelli volontari. Nella sua realizzazione si è tenuto conto di quanto è emerso dalla ricerca sui soci volontari mettendo in luce come il fenomeno del volontariato sia un evidente indicatore di partecipazione sociale in Coop – considerando l'elevato numero dei volontari coinvolti e la presenza piuttosto costante – che lo identifica come ben consolidato e rappresentativo di un irrinunciabile valore aggiunto. Il filmato ha coinvolto circa 40 persone, la maggior parte soci volontari, dipendenti, consumatori e i responsabili delle Politiche Sociali delle cooperative, e proposto immagini storiche della cooperazione di consumo e delle attività sociali tratte dall'archivio del Centro Italiano di Documentazione sulla Cooperazione e l'Economia Sociale.

EDUCAZIONE AL CONSUMO CONSAPEVOLE

L'Educazione al consumo consapevole è un progetto nazionale che, attraverso la scuola, da più di trent'anni aiuta i ragazzi e le loro famiglie ad acquisire consapevolezza dei meccanismi di consumo e fornisce strumenti critici indispensabili per orientarsi nella giungla delle merci.

Le attività rivolte alle scuole testimoniano lo spirito della cooperazione e il valore della inter-generazionalità. Imparare a intervenire criticamente e attivamente nelle scelte individuali e collettive e per influenzare positivamente la logica del mercato e dei media è il primo passo per produrre un consumo più consapevole e formare un cittadino più responsabile. Nel corso del 2012 si confermata la notevole estensione della presenza nelle scuole e si è affrontato in modo particolare il tema della legalità (insieme a Libera con lo spettacolo "Mafie in Pentola"), il dialogo e la relazione tra generi e generazioni per costruire un circolo virtuoso di "educazione alla cittadinanza" che contribuisca alla formazione dell'identità e della responsabilità.

Educazione al Consumo Consapevole

FORMAZIONE ANCHE PER I FORMATORI

In collaborazione con l'Università di Bologna e l'Università di Milano Bicocca sono stati organizzati due seminari nazionali formativi sui temi: identità di genere e pratiche educative; adolescenti nell'era digitale; rappresentazione mediatica dei generi. Gli incontri hanno coinvolto i responsabili dei progetti di Educazione al consumo consapevole e gli animatori. Per l'occasione è stato prodotto un kit formativo con i contenuti sul tema.

NUMERI E TEMI AFFRONTATI IN LOMBARDIA

	2012	2011
classi	**1.082**	1.117
ragazzi	**24.886**	25.691
incontri totali	**2.372**	2.076
scuola infanzia	**71**	102
scuola primaria	**626**	896
scuola secondaria	**1.675**	1.078
ambiente e sostenibilità	**724**	454
alimentazione	**566**	652
cittadinanza, legalità, mondialità	**1.082**	970

SAPERE COOP

Nel 2012 si è avviata la collaborazione con la casa editrice Corraini e con l'illustratrice Harriet Russell per la realizzazione della guida "Saperecoop consumatori consapevoli, cittadini del mondo" destinata a insegnanti e mondo della Scuola. Il progetto, disponibile al sito www.progettieducativicoop.it è corredato da un interessante graphic novel e racconta l'identità di Coop, presentando la proposta educativa – con contributi di Benasayag e Paltrinieri – e fornendo strumenti didattici utili per la formazione.

SCUOLA E CIBO VERSO EXPO 2015

Nel 2012 si è concluso il Tavolo Tecnico Scientifico "**Scuola e Cibo**" con il Ministero dell'Istruzione, a cui Coop partecipa dal 2009, che ha elaborato le Linee Guida per l'Educazione alimentare nella Scuola Italiana. Contestualmente si è avviato il Comitato Tecnico Scientifico "**La Scuola Italiana per Expo 2015**".

FA' LA COSA GIUSTA

Dal 30 marzo al 1 aprile si è svolta la nona edizione di **Fa' La Cosa Giusta**, la fiera dedicata all'economia solidale e sostenibile. Coop Lombardia ha dato il suo contributo alla sezione speciale dedicata al turismo consapevole, presentando le due proposte di viaggio rivolte ai soci: in Burkina Faso, con Mowgli Education, e in Sicilia con Libera il G(i)usto di Viaggiare. A sostegno di quest'ultimo progetto è intervenuto Don Luigi Ciotti fondatore di Libera.

MOWGLI Turismo e Sviluppo Sostenibile

LIBERA

CONCORSO FOTOGRAFICO

2.188 sono stati i partecipanti alla quinta edizione del concorso fotografico a premi rivolto a soci e non soci diffuso grazie al sito www.fotoconcorsocoop.it e alla pagina facebook dedicata.

Il tema di quest'anno è stato l'acqua, un argomento centrale nella vita quotidiana che richiama a questioni di grande attualità che coinvolgono lo sviluppo futuro dell'umanità. Il concorso ha rappresentato una grande occasione di riflessione per i partecipanti che attraverso la fotografia sono stati chiamati a osservare e interpretare questa impagabile ricchezza naturale e risorsa del nostro pianeta. La giuria ha selezionato 225 concorrenti nelle categorie soci, amici di soci, non soci e 29 nella categoria dipendenti. Gli scatti sono stati raccolti in una mostra itinerante che quest'anno, oltre che nello Spaziocoop durante la Festa Democratica e alla Fondazione Forma per la Fotografia, è stata esposta anche nello spazio ScopriCoop del nuovo superstore di Bergamo.

Dal 14 marzo 2013 è in corso "24Ore Lo Straordinario Quotidiano" sesta edizione del concorso.

LO STRAORDINARIO QUOTIDIANO

SERVIZI PER I SOCI

La rete dei servizi Coop si è arricchita nel corso del 2012 di nuove opportunità per i soci sintetizzate nel catalogo "solo per te". Alla tradizionale e consolidata offerta di servizi svolti presso gli uffici soci, come l'attività del Prestito Sociale, si aggiunge una ricca offerta di convenzioni in campo sanitario, sociale, culturale, del tempo libero e di utilità per le persone e le famiglie.

Solo per te

Tra le opportunità e i servizi presenti nel punto vendita ricordiamo: 2.080 adesioni dei soci Coop alla Mutua Insieme Salute; 1.186 appuntamenti svolti dagli avvocati.
Tra le convenzioni per i soci Coop ricordiamo: 2.200 assistiti dal Centro Medico Santagostino; 18.034 soci hanno usufruito dell'assistenza fiscale; 800 soci hanno usufruito dell'assistenza tecnica caldaie; 4.200 soci sono andati al parco Minitalia. L'intera gamma delle offerte, molto ampia e vantaggiosa, è contenuta all'interno dell'opuscolo "solo per te", servizi e convenzioni.

Il Prestito Sociale

Il risparmio per eccellenza riservato ai soci Coop che cresce ogni anno per numero di soci prestatori e qualità dei servizi. Offre rendimenti competitivi senza spese nè vincoli all'operatività e alla liquidabilità, nel segno delle garanzie Coop.

Nel mese di novembre si sono svolte 6 assemblee per incontrare i soci prestatori, dove hanno partecipato oltre 1.850 soci.

CONSERVA BENE I TUOI RISPARMI. APRI UN LIBRETTO DI PRESTITO SOCIALE.

A partire da settembre 2012 ha avuto un notevole successo la nuova campagna promozionale del Prestito Sociale.

PRESTITO SOCIALE IN CIFRE

	2012	2011
soci prestatori al 31.12.2012	**102.453**	99.886
nuovi soci prestatori	**2.563**	245
libretti attivi	**108.328**	105.727
prestito sociale al 31.12.2012	**990.257.639**	1.049.165.815
tassi lordi a dicembre		
prima fascia (da 0 a 4.000 €)	**1,50%**	0,95%
seconda fascia (da 4.000,01 a 17.000 €)	**1,80%**	1,05%
terza fascia (da 17.000,01 a 33.580 €)	**2,50%**	1,85%

Le carte di pagamento

Ad arricchire il Prestito Sociale di ulteriori vantaggi, Coop offre carte per il pagamento degli acquisti e carte ricaricabili. Alcune di queste integrano anche le funzioni di pagamento e il riconoscimento dell'identità del socio con la possibilità di raccogliere punti e accedere agli sconti.

CARTA UNICARD VISA
La soluzione che unisce comodamente in una sola carta, tutte le funzioni di pagamento e raccolta punti.

CARTA SOCIO COOP DI PIÙ
Gratuita e dedicata ai soci prestatori, permette di rendere semplice e veloce il pagamento della spesa con addebito sul libretto di Prestito Sociale alla fine del mese. Aggiunge punti fedeltà alla tua raccolta.

CARTA RI_MONEY
Gratuita per i soci prestatori e ricaricabile senza costi aggiuntivi presso gli Uffici Soci.

4.537 carte di credito Unicard Visa »
9.683 carte Sociocoop di più »
3.701 carte RI_MONEY emesse

Polizze e finanziamenti

Nel 2012 è proseguito il rinnovamento organizzativo dell'attività di offerta di servizi finanziari, proposto nei punti vendita ai soci, attraverso il supporto di personale specializzato e autorizzato.

596 contratti

10,9 milioni di euro

comunità

3

Il rispetto dei rapporti corretti e solidali fra le persone è un valore che Coop Lombardia da sempre trasferisce verso le comunità in cui opera. Sono molteplici le iniziative che la cooperativa organizza a sostegno della solidarietà, degli enti no profit, dei progetti di cooperazione, delle associazioni e dei progetti educativi per contribuire concretamente allo sviluppo della comunità.

COLTIVARE RESPONSABILITÀ

Il 2012 si configura per Coop Lombardia come l'anno della legalità, segnando significativamente le proprie attività sociali. La collaborazione con Libera (associazioni, nomi e numeri contro le mafie) ha concretizzato questo impegno. Nel corso del 2012 è stato avviato il progetto "**Coltivare responsabilità**", sostenuto e promosso dai Comitati soci a favore della cooperativa "**Le terre di Rita Atria**" a Castelvetrano.

La partecipazione al progetto si è realizzata con la campagna di raccolta fondi "**Adotta un Ulivo**", che persegue l'obiettivo di dare ai giovani della cooperativa un aiuto concreto trasformando in uliveto i terreni confiscati - in Contrada Seggio Torre e Canalotto a Castelvetrano e in Contrada Staglio a Partanna - in Sicilia. Questi terreni sono stati oggetto di numerosi incendi di origine dolosa, l'ultimo nel mese di maggio 2012 che ha portato alla distruzione di circa il 40% degli ulivi.

www.libera.it

LIBERA È

un coordinamento di oltre 1.500 associazioni, gruppi, scuole, realtà di base, territorialmente impegnate per sollecitare la società civile nella lotta alle mafie e per promuovere legalità e giustizia.

LIBERA TERRA È

marchio di qualità e legalità che contrassegna prodotti realizzati dalle cooperative di giovani, attive nei terreni confiscati.

COOP CON LIBERA E LIBERA TERRA

E!State Liberi

Sono stati circa 6.000 i giovani, tra i 15 e i 35, che hanno partecipato ai campi di volontariato e formazione organizzati in 27 beni confiscati alle mafie, in 12 regioni diverse del Paese nel corso del 2012. A questi campi hanno partecipato volontariamente molti soci e dipendenti Coop che hanno offerto gratuitamente il loro lavoro in cambio di un'esperienza concreta di legalità e solidarietà. Durante il soggiorno i momenti di lavoro sono stati alternati a momenti di formazione sui temi della partecipazione attiva e responsabile e sulle peculiarità dell'essere cooperativa. Inoltre, in occasione dell'anniversario delle stragi di Capaci e via d'Amelio - dove persero la vita Paolo Borsellino e Giovanni Falcone, e a trent'anni dalla scomparsa di Pio La Torre e del Gen. Carlo Alberto Dalla Chiesa - ANCC ha sostenuto Libera nella produzione del film-documentario "Uomini soli" di Paolo Santolini e Attilio Bolzoni.

Mafie in pentola

Al percorso scolastico "LE MANI IN PASTA" che da anni racconta agli studenti la realtà delle cooperative che lavorano i terreni confiscati alle mafie, nel 2012 si è aggiunto il tour teatrale dello spettacolo "MAFIE IN PENTOLA" ospitato dai Comitati soci di zona, coinvolgendo amministrazioni comunali, associazioni e scuole per raccontare l'importanza del progetto Libera Terra. Lo spettacolo teatrale - a cura dell'attrice Tiziana Di Masi - ha offerto coinvolgenti serate all'insegna della convivialità e della scoperta di saperi e sapori dalle terre liberate.

Turismo responsabile con Libera Il G(i)usto di Viaggiare

Il progetto attivato nel 2012 ha offerto occasioni speciali di viaggio che hanno alternano visite alle bellezze archeologiche siciliane con i temi della legalità, incontrando le cooperative che operano sulle terre confiscate alle mafie.

CAMPAGNA FACEBOOK

Nel mese di febbraio 2012 Coop Lombardia ha invitato i propri utenti di Facebook a cliccare sulla pagina fan con l'obiettivo di raccogliere almeno 5.000 euro per la cooperativa trapanese "Le Terre di Rita Atria". Sono stati raccolti: 7.733 euro.

GIORNATA DELLA MEMORIA E DELL'IMPEGNO A GENOVA

Il 17 marzo a Genova una delegazione di soci ha partecipato alla XVII Giornata della memoria e dell'impegno in ricordo di tutte le vittime innocenti di mafia partecipando a momenti di incontro e di formazione che si sono tenuti nel corso della manifestazione.

DUE MANI IN PIÙ

Recuperare il senso della comunità e dell'importanza di prendersi cura di chi ha bisogno di sostegno, questi sono i principi cardine del progetto "Due mani in più", il servizio di consegna della spesa agli anziani soli e agli adulti non autosufficienti intrapreso da Coop Lombardia e Caritas Ambrosiana.
Attiva dal 2002, l'iniziativa ha assunto un ruolo di primaria importanza nelle attività sociali svolte dalla cooperativa grazie all'impegno altruistico di centinaia di volontari dei Comitati soci di zona e delle associazioni che, andando oltre la semplice azione del fare la spesa, condividono vicinanza e prossimità con i soggetti più deboli della propria comunità.

DUE MANI IN PIÙ

	ipermercati	supermercati	spese consegnate	persone supportate
2012	4	12	8.909	348
2011	4	13	7.929	346

CARTA EQUA

La spesa di ogni giorno può diventare un atto concreto di solidarietà. Carta Equa è un progetto – attivo dal 2004 grazie alla collaborazione tra Coop Lombardia e Caritas Ambrosiana – che permette di trasferire una percentuale dell'importo pagato alla cassa che Coop raddoppia.
Le donazioni raccolte vengono depositate sul Fondo Conviva, presso Banca Etica, a supporto della lotta alla povertà, per la tutela dei diritti di cittadinanza e il sostegno di persone e famiglie in difficoltà.

I NUMERI DELLA CARTA EQUA

	carte beneficato al 31/12	carte benefattore al 31/12
2012	203	1.180
2011	286	1.234

	contributi complessivi raccolti dai benefattori e da Coop Lombardia
2012	72.842,30
2011	71.720,30

BUON FINE

Tutti i giorni la grande distribuzione genera volumi ingenti di prodotti alimentari che vengono ritirati dagli scaffali ancora perfettamente integri e commestibili, ma che per scadenza ravvicinata o confezione esterna ammaccata, non possono essere riproposti alla vendita. Il progetto "Buon Fine" dona questi prodotti a associazioni no profit che operano sul territorio, molto spesso in prossimità dei punti vendita e che li utilizzano direttamente, realizzando pasti quotidiani per i loro assistiti.
In questo modo si realizza una filiera virtuosa a km zero contro lo spreco alimentare, senza intermediazioni che potrebbero generare nuovi sprechi si sostengono direttamente le realtà associative, le cooperative sociali, le parrocchie e gli enti caritatevoli presenti nel territorio che trasformano le materie primi in pasti per i più bisognosi.
Buon Fine significa quindi: solidarietà e riduzione dello spreco di cibo, e contemporaneamente attenzione all'ambiente perché si riducono significativamente i rifiuti da smaltire.

I NUMERI DEL BUON FINE

	ipermercati	supermercati	onlus coinvolte
2012	10	27	50
2011	10	20	40

	persone assistite	valore economico della merce recuperata
2012	3.247	2.127.243 euro
2011	2.534	1.556.845 euro

	quantità complessiva di merce recuperata
2012	369 t
2011	276 t

- 39% salumi e latticini
- 40% ortofrutta
- 21% altri prodotti alimentari

BOSCHI E FORESTE

Coop Lombardia a sostegno dell'oasi WWF Le Bine

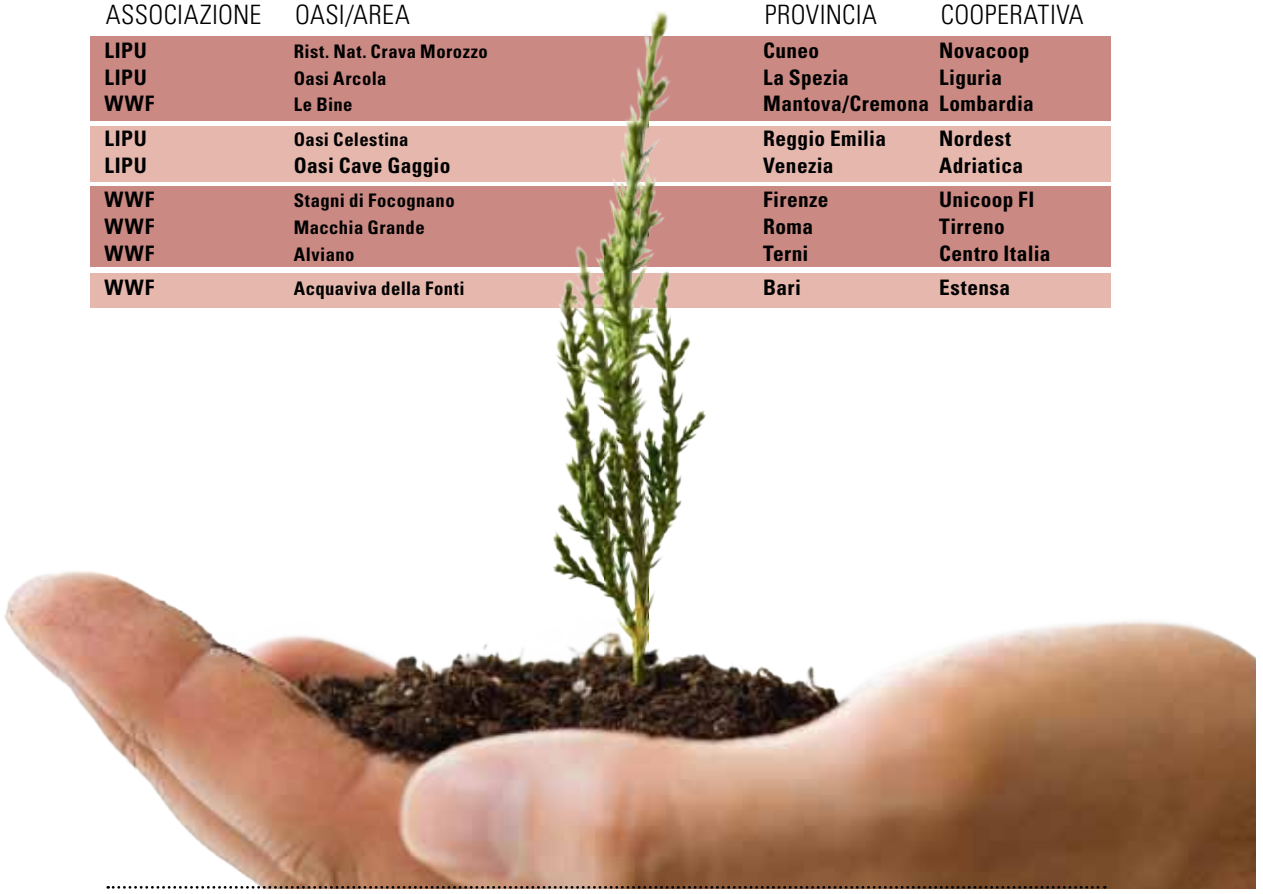
La Riserva naturale Le Bine, al confine tra le provincie di Mantova e Cremona, è stata selezionata per un importante attività di riforestazione nell'ambito del progetto Boschi e Foreste che prevede entro il 2016 la piantumazione di circa 10 mila alberi e la manutenzione delle aree riforestate in collaborazione con WWF e Lipu.

La prima tappa di questo piano prevede diverse tipologie di rimboschimento, dalla bassa manutenzione con principale finalità faunistica alla realizzazione di impianti per recupero di aree agricole dismesse e ricostruzione di boschi di pianura, fino alla realizzazione di impianti ad alto grado di biodiversità.

Nell'oasi Le Bine nel mese di marzo 2013 sono state piantumate centinaia di nuove piante grazie all'aiuto delle classi dell'Istituto di Agraria "Stanga" di Cremona e dei volontari dell'Associazione "Operazione Mato Grosso".

Le aree naturali selezionate per il progetto Boschi e Foreste 2011-2016

ASSOCIAZIONE	OASI/AREA	PROVINCIA	COOPERATIVA
LIPU	Rist. Nat. Crava Morozzo	Cuneo	Novacoop
LIPU	Oasi Arcola	La Spezia	Liguria
WWF	Le Bine	Mantova/Cremona	Lombardia
LIPU	Oasi Celestina	Reggio Emilia	Nordest
LIPU	Oasi Cave Gaggio	Venezia	Adriatica
WWF	Stagni di Focognano	Firenze	Unicoop Fl
WWF	Macchia Grande	Roma	Tirreno
WWF	Alviano	Terni	Centro Italia
WWF	Acquaviva della Fonti	Bari	Estensa



BURKINA FASO

Coop Lombardia da più di 20 anni sostiene i villaggi di Tanlili con importanti progetti di cooperazione e sostegno. Negli ultimi tre anni la cooperativa ha esteso il suo impegno creando un piano di sviluppo economico sostenibile legato al turismo responsabile che ha generato un importante sostegno al reddito alla comunità dei villaggi. La Maison de l'Amitié, la struttura ricettiva creata grazie al progetto, ha offerto l'opportunità di viaggiare alla scoperta dei villaggi di Tanlili per conoscere la cultura delle comunità locali e le attività svolte nel corso degli anni dalla cooperativa (scuole, attività artigianali, agricoltura, diritti delle donne). Il progetto di turismo responsabile in Burkina Faso proseguirà nel 2013 insieme a Mowgli l'agenzia viaggi associata al AITR Associazione Italiana Turismo Responsabile.

2012

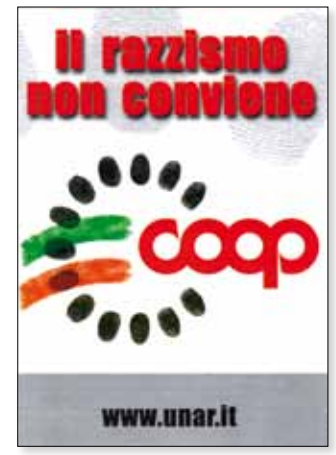
140
persone hanno usufruito dei servizi turistici di Tanlili

63
classi delle scuole superiori in Lombardia sono state coinvolte in interventi educativi e formativi per la conoscenza e la sensibilizzazione sul turismo responsabile

13
sono stati gli incontri pubblici organizzati nei Comitati soci di zona

IL RAZZISMO NON CONVIENE

Coop ha promosso insieme a UNAR (ufficio istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri attivo sulle tematiche dell'integrazione sociale) la Settimana Nazionale contro il Razzismo dal 21 al 28 marzo per sensibilizzare i cittadini e rimuovere i pregiudizi di ogni forma di discriminazione. L'iniziativa ha valorizzato le attività di Coop sulla certificazione sociale SA 8000, sul commercio equo e solidale, sui prodotti Libera Terra.



lavoratori

4

Pur in un contesto segnato delle difficoltà dell'attuale situazione socio economica, anche nel 2012 Coop Lombardia ha investito significativamente sul proprio personale impegnandosi per la crescita professionale, la tutela e la valorizzazione dei lavoratori nel rispetto del principio di imparzialità sancito nel Codice Etico che assicura equità, non discriminazione e pari opportunità per tutti i dipendenti. Questa attenzione si conferma nell'approvazione, accanto al contratto nazionale siglato con le organizzazioni sindacali, del contratto integrativo aziendale che al primo posto pone l'obiettivo di contemperare esigenze produttive e di competitività con la tutela dei lavoratori, risorse essenziali per lo sviluppo della cooperativa.

LAVORATORI AL 31/12/2012

FULL TIME	2012	2011
donne	**604**	618
uomini	**1.028**	1.043
totale	**1.645**	1.673
PART TIME		
donne	**2.130**	2.092
uomini	**386**	367
totale	**2.504**	2.447
TOTALE	**4.149**	4.120

ANNI DI ANZIANITÀ

ANZIANITÀ	0-5	6-10	11-15	16-20	21-30	>30	TOTALE
donne	**425**	**756**	**498**	**345**	**608**	**102**	**2.734**
uomini	**329**	**348**	**226**	**173**	**290**	**49**	**1.415**
totale	**754**	**1.104**	**724**	**518**	**898**	**151**	**4.149**

Anzianità media aziendale: 13 anni e 8 mesi – in aumento circa +4 mesi. Anzianità media Canale Supermercati: 16 anni e 5 mesi – in aumento circa +3 mesi. Anzianità media Canale Ipermercati: 11 anni e 5 mesi – in aumento circa +7.

ANNI DI ETÀ

ETÀ	0-5	6-10	11-15	16-20	21-30	>30	TOTALE
donne	**425**	**756**	**498**	**345**	**608**	**102**	**2.734**
uomini	**329**	**348**	**226**	**173**	**290**	**49**	**1.415**
totale	**754**	**1.104**	**724**	**518**	**898**	**151**	**4.149**

L'età media leggermente in crescita (sopra i 40 anni), conferma sia il basso turn-over, sia il positivo atteggiamento del personale che vede la possibilità di crescita professionale nell'azienda, nonché di sicurezza e stabilità occupazionale.

FORMAZIONE

Le attività di formazione sono per Coop una scelta caratterizzante della politica del personale, volta a valorizzare le persone e a favorire processi di sviluppo professionale all'interno dell'azienda. Per questo, anche nel 2012, l'attività formativa ha coinvolto un numero importante di lavoratori.

Addestramento e sviluppo
Si conferma l'attenzione di Coop Lombardia allo sviluppo e alla crescita professionale del proprio personale, per rispondere alle esigenze e ai cambiamenti organizzativi in atto e alle sfide del mercato. Nel corso del 2012 complessivamente sono state 44 le risorse che hanno intrapreso percorsi di addestramento individualizzati, finalizzati ad acquisire le competenze/conoscenze necessarie per ricoprire ruoli di Capo, Coordinatore di Reparto o altri ruoli ad alto contenuto specialistico. Delle 44 risorse, 1 è stata individuata sulla base di specifiche selezioni esterne e 43 sono state frutto di valutazioni di personale interno, svolte sia nel corso del 2012 sia negli anni immediatamente precedenti. Nello specifico, la Valutazione del Potenziale nel 2012 ha complessivamente coinvolto 58 dipendenti dei Canale Super, Iper e della sede, 31 dei quali hanno già, in corso d'anno, intrapreso percorsi personalizzati di sviluppo.

Orientamento al consumatore
Un importante investimento in formazione è stato rivolto al progetto "Orientamento al consumatore" che, dall'iper di Sesto San Giovanni è stato gradualmente esteso a tutta la rete ottenendo positivi risultati, migliorando il risultato della gestione commerciale attraverso il potenziamento del rapporto di vicinanza con i consumatori e le loro esigenze. Obiettivo del complesso lavoro di formazione è stato da un lato, promuovere e consolidare nei dipendenti uno stile di relazione sempre più orientato a soddisfare con cortesia e professionalità i bisogni e le aspettative della clientela; dall'altro favorire e consolidare nei responsabili dei punti vendita una modalità di gestione dei collaboratori volta ad aumentare il coinvolgimento e la motivazione.

I NUMERI DI ORIENTAMENTO AL CONSUMATORE

Nel corso del 2012 è stato formato tutto il personale di 6 Ipermercati (Baggio; Bonola; Cantù; Crema; Novate; Vignate; PiazzaLodi), e di 4 Superstore (Bs-Mantova; Bs-Corsica; Varese; Como); l'attività sta proseguendo nel 2013 con il coinvolgimento degli Iper di Cremona e Vigevano.

NUMERI DIPENDENTI FORMATI

	DONNE	UOMINI	TOTALE
	1.338	**2.038**	**3.376**

TOTALE ORE FORMAZIONE 26.690

CEREF E SCUOLA COOP

L'Ufficio Formazione di Coop Lombardia si avvale della preziosa collaborazione dei due enti formativi.

Scuola Coop, è il Consorzio che dal 2001 si occupa delle attività formative rivolte a quadri e dirigenti, e impiegati in tema di organizzazione, leadership, economia, comunicazione, etica e socialità. L'obiettivo che persegue è quello di creare nuove generazioni di cooperatori, con compiti di guida e responsabilità di direzione per lo sviluppo di Coop e dei valori cooperativi.

Ceref – Centro Regionale di Formazione e Studi Cooperativi è un consorzio di cooperative facente parte di Legacoop, nato nel 1982, collabora da sempre con Coop Lombardia per la progettazione di diversi programmi formativi studiati sulla base dei diversi livelli professionali dell'azienda.

SICUREZZA

Per promuovere la qualità della vita nell'ambiente lavorativo, Coop Lombardia si impegna ad adottare strategie di prevenzione a tutela dei dipendenti per salvaguardare la sicurezza e la salute sul posto di lavoro.

Infortuni sul lavoro

L'attenzione che la Cooperativa presta a tutte le forme di prevenzione da adottare, per contenere il numero di infortuni sul lavoro, si concretizza nella ulteriore riduzione dei casi registrati nel 2012 (*146 nel 2012 contro 156 nel 2011= – 6%*) e nel numero di giornate di assenza (*2528 contro 2784 = – 9%*).

Anche quest'anno il confronto con gli indici di riferimento nazionali del sistema Coop ribadisce il buon livello raggiunto dalla prevenzione nella nostra cooperativa con indici inferiori alla media.

VALORI ASSOLUTI

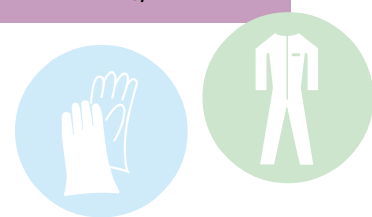
	2012		DELTA 31/12/2011	
CANALE	N. INFORTUNI	N. GIORNATE	N. INFORTUNI	N. GIORNATE
SUPER	**65**	**1.255**	–14	–124
IPER	**81**	**1.273**	4	–132
totale	**146**	**2.528**	–10	–256

INDICI PONDERATI

	FREQUENZA	GRAVITÀ
SUPER	**31**	**0,6**
IPER	**29**	**0,4**
TOTALE	**30**	**0,5**

INDICI SISTEMA COOP

	FREQUENZA	GRAVITÀ
SUPER	**36**	**0,7**
IPER	**34**	**0,7**
TOTALE	**35**	**0,7**



Dispositivi di Protezione Individuale

Per tutelare la sicurezza e la salute dei lavoratori, Coop mette in campo numerosi strumenti che costituiscono la "*dotazione*" del lavoratore per operare in sicurezza per sé e per gli altri: la formazione e l'addestramento, le procedure di lavoro, la sorveglianza sanitaria, macchine e utensili a norma, un ambiente di lavoro sicuro. I Dispositivi di Protezione Individuale forniscono al lavoratore una protezione quando non è possibile eliminare il cosiddetto "*rischio residuo*" con altri mezzi. Coop Lombardia ha pubblicato un nuovo quadro dei DPI che indica quale dispositivo usare nelle attività a rischio di infortunio.

punto vendita

5

Il punto vendita esprime i contenuti e i valori di Coop verso i soci, i consumatori, i lavoratori e più in generale la comunità. È il luogo dove avviene l'attività commerciale ma anche uno spazio relazionale dove costruire occasioni di solidarietà, il rispetto per l'ambiente, il rapporto con la scuola e la promozione della cultura, la valorizzazione del territorio.

Superstore Bergamo

Nel 2012 il nuovo punto vendita di Bergamo è l'esempio di come la mission più generale di Coop si concretizza: sostenibilità economica dell'investimento; sostenibilità ambientale del supermercato, utilizzando tutte le soluzioni e le tecnologie più innovative e l'utilizzo di fonti alternative; sostenibilità sociale offrendo opportunità di lavoro, professionalità e stabilità ai giovani.
Una piazza particolarmente impegnativa sia per la presenza di importanti competitors, sia per la debole presenza della nostra insegna sul territorio.
La proposta commerciale pensata per il nuovo punto vendita è stata interamente orientata ai principi distintivi di Coop: sicurezza alimentare e qualità dei prodotti, valorizzazione del territorio e dei prodotti tipici e l'inserimento dei prodotti Eataly, tutela del potere d'acquisto del consumatore.
La struttura del superstore è stata progettata e realizzata con soluzioni e accorgimenti tecnici in grado di migliorare l'accessibilità e la fruibilità da parte di persone disabili.

Nel superstore è presente un nuovo spazio sociale ScopriCoop dove svolgere attività culturali, ricreative, sociali e progetti solidali.

Cucinare mangiare bere: a Cassano D'Adda un negozio nel negozio per la tavola e la cucina

La necessità di offrire spazi più riconoscibili e fruibili da parte di tutti i consumatori ha portato a sviluppare un vero negozio nel negozio inaugurato nel mese di ottobre interamente dedicato agli articoli per la tavola e la cucina. Questa nuova area inserita nel Superstore di Cassano D'Adda espone e organizza in modo nuovo tutto ciò che serve a rendere la vita in cucina più semplice e più gradevole. Nel ricco assortimento per la tavola e la cucina si segnalano le nuove pentole con l'interno di ceramica che garantiscono livelli più alti di antiaderenza e di sicurezza nella cottura e la nuova macchina da caffè a marchio Coop con diversi tipi di cialde e una gamma di gusti in grado di soddisfare ogni aspettativa. La particolare valorizzazione dei prodotti a marchio Coop conferma l'equilibrio raggiunto tra livelli di eccellenza qualitativa e assoluta convenienza.

RETE DI VENDITA

IPERMERCATI

	fotovoltaici	detersivi sfusi	corner salute	due mani in più	buon fine	centri socioculturali e scopriCoop	salvatempo	casse automatiche	spesa a domicilio
Cantù via Lombardia 68	●	●	●		●				
Crema via La Pira		●	●		●				
Cremona via Castelleone 108		●	●		●				
Milano via Gozzoli 130	●	●	●	●	●	●			
Milano via Colletta		●	●	●	●		●		●
Milano via Quarenghi 23		●		●	●				●
Novate Milanese via Amoretti		●	●		●		●	●	
Peschiera Borromeo via Liberazione 8	●	●	●						
Sesto S. Giovanni viale Sarca 1		●	●	●	●		●		●
Vigevano viale Industria 225		●	●		●				
Vignate via Cassanese		●	●		●			●	

SUPERMERCATI

	fotovoltaici	detersivi sfusi	corner salute	due mani in più	buon fine	centri socioculturali e scopriCoop	salvatempo	spesa a domicilio
Arcore via Gilera 8								
Bareggio via A. De Gasperi 1					●			
Bergamo via Autostrada ang. via P. Spino	●	●			●		●	
Bollate via Vespucci 8				●				
Brescia via Corsica		●	●		●			
Brescia via Mantova 104		●			●	●	●	
Brescia via Salvo D'Acquisto 5								
Busto Arsizio viale della Repubblica 1					●			
Cassano D'Adda via Milano				●	●		●	
Cassano Magnago via Mazzini					●			
Cinisello Balsamo via Garibaldi 65					●			

SUPERMERCATI

	fotovoltaici	detersivi sfusi	corner salute	due mani in più	buon fine	centri socioculturali e scopriCoop	salvatempo	spesa a domicilio
Cinisello Balsamo via S. Paolo 4/9								
Como via Giussani 2					●			
Cormano via Gramsci					●		●	
Corsico p.zza F.lli Cervi 10				●	●			
Cremona via Cà del Vescovo 1								
Cremona via del Sale				●	●	●		
Desio via Borghetto ang. via Milano	●	●			●		●	
Lavena Ponte Tresa via Colombo 21					●			
Laveno Mombello piazza Veneto 25					●			
Legnano viale Toselli 56					●			
Lodi via A. Grandi 6				●	●		●	
Malnate via Marconi 11				●				
Milano via Palmanova				●	●		●	
Milano via Arona 15				●	●	●	●	●
Milano via Ornato 28				●	●			
Milano via F.lli Zoia 88				●	●			
Milano via Rogoredo								
Muggiò viale Repubblica 86					●			
Novate Milanese via Brodolini		●			●	●		
Opera via A. Diaz 1				●	●			
Pavia viale Campari 66								
Peschiera Borromeo via A. Moro 1								
Pizzighettone viale Medaglie d'Oro 5					●			
Sesto S. Giovanni viale Italia 51				●	●			
Settimo Milanese via Reiss Romoli 18				●	●		●	
Soresina via Guida 4					●			
Trescore Balneario via Grazia Deledda								
Varese via Daverio 44	●		●		●	●	●	
Villasanta piazza Martiri della Libertà 2								
Voghera viale Repubblica 97					●			

prodotto

6

Qualità per Coop significa non solo bontà, ma anche attenzione alla sicurezza, all'ambiente, all'impegno etico e solidale oltre che alla convenienza. Il prodotto a marchio è la sintesi di questi valori e rappresenta l'elemento cardine della missione cooperativa. Grazie a un'offerta molto articolata, costantemente aggiornata e monitorata, Coop garantisce ai propri soci e consumatori importanti tutele che rendono i prodotti a marchio affidabili e versatili, per rispondere prontamente a esigenze mutevoli in termini di salute e di prezzo. L'apprezzamento di queste caratteristiche è stato dimostrato anche nel 2012 con risultati molto positivi per tutte le linee.

SICUREZZA

Coop da sempre persegue l'obiettivo di garantire ai propri consumatori prodotti sani e sicuri. La sicurezza alimentare, oltre a essere tra i valori fondamentali, è uno dei terreni principali attraverso cui l'attività della cooperativa trova un elemento distintivo in un regime di concorrenza serrata che troppo spesso vede le logiche del profitto superare quelle della qualità, per generare modalità produttive spregiudicate e di breve periodo, che determinano pericoli per il consumatore e motivate preoccupazioni sui riflessi che l'alimentazione ha sulla salute.
L'importanza delle pratiche di tutela della salubrità dei prodotti si rispecchia in politiche commerciali che puntano a salvaguardare la qualità dell'offerta, per tutti i prodotti a marchio Coop e non, con un controllo che si sviluppa in modo diretto su tutta la filiera di produzione attraverso ispezioni e controlli regolari, o analisi a campione, effettuati su prodotti prelevati dallo scaffale o direttamente presso i centri di produzione e/o di allevamento.

LA SICUREZZA COOP IN SINTESI

Anche nel 2012 tutte le verifiche effettuate dagli Enti di Controllo Accreditati - BVQI e CSQA hanno dato esito positivo, confermando che l'intero sistema di controllo e garanzia Coop è serio e affidabile su tutti i prodotti.

CERTIFICAZIONE ISO-9001:2000 AGGIORNATA A ISO 9001:2008 "CERTIFICAZIONE DI SERVIZIO DI CONTROLLO"

Certificazione sul non utilizzo di OGM nell'alimentazione degli animali destinati ai prodotti Coop, rilasciata dagli enti di controllo BVQI e CSQA Disciplinare di Etichettatura approvato dal MIPAAF (Ministero per le Politiche Agricole Alimentari Forestali) in conformità al Reg. CE 1760/2000 (Regolamento Comunitario che norma l'etichettatura delle carni bovine, varato dalla CEE dopo la crisi BSE nel 2000).

CERTIFICAZIONE HACCP SULLA CONFORMITÀ DEL SISTEMA DI AUTOCONTROLLO IGIENICO ALLA NORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEGLI ALIMENTI NEI PUNTI VENDITA

Progetto Qualità sui fornitori dei prodotti non a marchio Coop

Gestione e controllo del prodotto: il Laboratorio Coop

Il Laboratorio Coop, grazie alla dotazione di strumenti, tecnologie e metodologie tra le più avanzate e attraverso contatti con istituti di ricerca, è un insostituibile punto di riferimento scientifico nella gestione e nel controllo del prodotto a marchio.
Caso unico nel panorama della grande distribuzione, è un presidio chimico-merceologico per la sicurezza alimentare in grado di salvaguardare i valori Coop (sicuro, buono, autentico).
Per testare la qualità, i prodotti vengono sottoposti a una serie di controlli chimici e biologici effettuati da una rete di laboratori privati diffusi su tutto il territorio nazionale, verificati e sorvegliati direttamente sul campo dal Laboratorio perché abbiano, oltre alla certificazione conferita dall'Ente Italiano di Accreditamento, la garanzia del rispetto degli standard qualitativi richiesti da Coop che sono alla base del marchio stesso.
Il Laboratorio si suddivide in tre aree principali:
Area chimica svolge un lavoro preventivo di osservazione e approfondimento sull'evoluzione dei contaminanti emergenti (molecole). Da anni questa area ha attivo un forte presidio sullo studio delle micotossine e sulla valutazione tossicologica dei componenti presenti negli imballaggi.

Area sensoriale presidia il valore del buono orientandosi verso il giudizio dei soci consumatori che partecipano, attraverso l'iniziativa Approvato dai Soci.

Area di biologia molecolare ricerca l'eventuale presenza di OGM negli alimenti per il consumo umano e nei mangimi per animali.

Controlli sui prodotti Coop

Per garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti a marchio, Coop esegue, attraverso il Progetto Qualità, continue analisi e controlli presso i fornitori con un'attenzione specifica sui prodotti alimentari, più esposti a speculazioni e a scandali. Le ispezioni si concentrano in particolare sulle carni, sul pesce, sull'ortofrutta e i prodotti freschi in generale.
Nel 2012 è proseguito il piano di Coordinamento Progetto Qualità nazionale con controlli rafforzati per merceologie critiche e di importazione, per i progetti di filiera e per la verifica delle materie prime.

carne e pesce	carni bovine		carni suino		carni suino salumi		carni avicole		carni cunicole		pesce fresco	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
coop + fornitore	**73.334**	48.100	**3.419**	3.793	**6.052**	6.075	**36.991**	38.150	**751**	338	**7.398**	7.914
ispezioni	**1.179**	1.568	**18**	18	**69**	84	**61**	93	**7**	13	**43**	43

ortofrutta, verdure, legumi	fresca produzione integrata		fresca produzione biologica		legumi secchi		IV gamma (verdura confezionata)	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
coop + fornitore	**55.507**	64.963	**7.039**	12.549	**7.039**	7.518	**78.110**	84.130
ispezioni	**178**	183	**21**	30	**9**	10	**12**	20

altri prodotti	confezionati		freschi industriali		non alimentari	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011
coop + fornitore	**1.270.476**	1.212.152	**859.425**	808.100	**517.480**	819.934
ispezioni	**126**	136	**106**	80	**28**	112

QUALITÀ

Coop Lombardia da sempre si impegna per assicurare la qualità attraverso un continuo processo di perfezionamento teso ad aumentare il livello di garanzie igienico-sanitarie, l'applicazione delle normative sui prodotti non a marchio, il controllo dei prodotti acquistati, dei fornitori e della filiera in generale con una particolare attenzione alla marcatura CE.

Nel corso del 2012 è proseguito ed è stato ampliato l'impegno di Coop teso a innalzare il livello di garanzie igieniche sanitarie e legislative sui prodotti non a marchio.

I NUMERI DEL PROGETTO QUALITÀ

n° campioni analizzati	2.777
n° analisi complessive	23.038
n° fornitori controllati	1.088
n° referenze analizzate	1.486
n° merceologie critiche	35
n° ispezioni stabilimento	161
n° fornitori qualificati	112

Qualità delle procedure di lavoro nei punti vendita

È proseguita nel 2012 in seguito all'emissione del "**Regolamento per la qualità e la sicurezza dei prodotti nei p.v. Coop**", l'attività di miglioramento delle modalità igieniche di lavorazione e di conservazione delle merci all'interno dei punti vendita e dei centri di distribuzione, oltre alla sanificazione dei reparti realizzate tramite l'applicazione e la continua implementazione dei *Manuali di autocontrollo* e dei *Manuali di reparto*.

L'Ufficio Qualità di Coop Lombardia

È la struttura responsabile del coordinamento delle attività e dei processi funzionali all'applicazione della normativa e delle procedure organizzative in materia di qualità e salubrità degli alimenti nei punti vendita. Garantisce l'implementazione dei parametri ai fini della certificazione affidandosi al Piano Autocontrollo, documento fondamentale che riporta le buone pratiche di lavorazione e le relative modalità di verifica in conformità ai principi dell'HACCP-Hazard Analysis Critical Control Points.

I prodotti a marchio Coop si articolano in un'offerta pensata

TUTELA
Raccoglie la maggior parte dei prodotti ed è pensata per sostenere le esigenze di consumo quotidiane delle famiglie garantendo il massimo rapporto qualità–prezzo.

SENZA GLUTINE
Risponde alle particolari esigenze dei consumatori celiaci con prodotti sicuri approvati dall' Associazione Italiana Celiachia. I Prodotti Coop Inseriti nel prontuario degli alimenti consigliati da AIC sono 315.

VIVIVERDE
Per i consumatori attenti alla sostenibilità e alla naturalità, si compone di 3 aree: alimentazione, cura della casa e cura della persona che raccolgono prodotti provenienti dall'agricoltura biologica, ecologici certificati Ecolabel e di origine naturale.

FIORFIORE
È una linea che valorizza e salvaguarda la tradizione gastronomica italiana. Ricerca il meglio dei prodotti tipici locali che insieme alla ricca selezione di specialità offerte, all'alto livello di qualità a prezzi contenuti, nel 2012 ha conquistato il favore del pubblico.

I PRODOTTI A MARCHIO

Il 2012 mette in evidenza performance molto positive per tutte le linee con valori sempre superiori al dato medio. L'unico dato negativo riguarda Club 4-10 sul quale è già previsto un Piano di rilancio che partirà nel 2013 ed interesserà tutte le leve di marketing: prestazione organolettica, prezzo, promozioni e comunicazione. Molto positivi i dati per Fiorfiore e Viviverde che da soli valgono il 15,4% del venduto ed esprimono trend di crescita del +14,3%; ancora modesto il peso di Bene.sì (dovuto ad una limitata gamma), ma molto positivo il suo trend di crescita: +32,0%.

PERFORMANCE

	TUTELA	FIORFIORE	VIVIVERDE	CRESCENDO	SOLIDAL	BENE SÌ	CLUB 4-10	**TOTALE**
trend a valore	**3,91%**	**16,87%**	**10,34%**	**11,38%**	**12,08%**	**32,03%**	**–11,97%**	**5,72%**
incidenza a valore	**81,01%**	**9,22%**	**6,15%**	**1,38%**	**1,08%**	**0,94%**	**0,23%**	**100%**

NUMERO REFERENZE

	GENERI VARI *	FRESCHI**	NON FOOD	CARNI	ORTOFRUTTA	PESCE	TOTALE
VIVIVERDE	105	22	77	7	264	0	475
CRESCENDO	88	0	80	0	0	0	168
CLUB 4-10	11	12	0	0	0	0	23
FIOR FIORE	117	90	0	97	25	0	329
SOLIDAL	19	0	215	0	8	0	242
BENE.SÌ	7	28	0	0	0	0	35
TUTELA	866	313	602	106	611	20	2.518
TOTALE	1.213	465	974	210	908	20	3.790

*Grocery alimentari + chimica+petfood ** Freschi industriali + gastronomia

per soddisfare esigenze e bisogni diversi dei consumatori

BENE SÌ
Comprende prodotti studiati per ridurre l'apporto giornaliero di calorie, grassi, zuccheri e sodio rispetto ai prodotti convenzionali. Si rivolge ai consumatori che ricercano un'alimentazione salutare per il benessere dell'organismo.

SOLIDAL
È la linea certificata e garantita del commercio equo e solidale Fairtrade. Comprende prodotti provenienti da produttori del sud del mondo e assicura un margine di guadagno aggiuntivo da investire in progetti di sviluppo a favore delle comunità.

CRESCENDO
È una proposta trasversale che copre le principali categorie che rappresentano il mondo della primissima infanzia. Organizza prodotti specifici e sicuri garantiti dalla collaborazione con la Comunità Scientifica per il benessere dei neonati e il supporto delle neomamme.

CLUB 4-10
Garantisce ai bambini un adeguato apporto nutrizionale, in conformità alle linee guida sviluppate con le principali Società Scientifiche. Comprende prodotti bilanciati, che incentivano una corretta alimentazione e supportano in modo concreto la lotta contro l'obesità infantile.

Certificazioni su prodotti e fornitori

ISO 9001:2008
È l'attestazione che certifica che il sistema di controllo su tutti i prodotti Coop è serio e affidabile.

SA 8000
Standard internazionale di certificazione in materia di garanzie ai lavoratori per la tutela dei diritti umani e sociali. Adottata da Coop fin dal 1998, impegna i fornitori alla collaborazione per il miglioramento costante delle condizioni di lavoro.

AGRICOLTURA BIOLOGICA
Il marchio istituito dall'Unione Europea, garantisce che il prodotto deriva da coltivazione o allevamento improntato alla salvaguardia delle risorse naturali e della biodiversità e assicura che i processi produttivi escludono l'utilizzo di OGM.

ECOLABEL
È il marchio di certificazione europeo concesso ai prodotti che rispettano severi criteri ecologici previsti dalle direttive CEE: i fornitori devono dimostrare di tenere sotto controllo l'intera filiera produttiva, garantendo la riduzione dei consumi di risorse e il controllo delle emissioni inquinanti.

FAIR TRADE
È il marchio di garanzia del Commercio Equo e Solidale, una partnership commerciale fondata sul dialogo, la trasparenza e il rispetto che cerca di stabilire una maggiore equità nel mercato internazionale. Può essere apposto su prodotti alimentari, tessili e per l'igiene personale.

PRESIDIO FILIERE CRITICHE FAR EAST
Eseguito da Intercoop Far East Ltd per conto di Coop Italia per la filiera dei prodotti non a marchio, prevede che la selezione dei fornitori avvenga esclusivamente sull'accettazione di un Codice di Condotta. Senza questa condizione Coop non autorizza l'attivazione del rapporto commerciale.

NO-OGM
Coop chiede ai propri fornitori garanzie verificabili sul non utilizzo di materie prime OGM, stipula accordi di filiera per garantire la rintracciabilità e controlla i prodotti alla fonte. I prodotti certificati no-OGM sono a oggi 505.

FSC FOREST STEWARDSHIP COUNCIL
È la certificazione per i prodotti a base cellulosa. Attesta che per i prodotti interessati sono applicati i criteri definiti dal FSC-Forest Stewardship Council per una gestione forestale sostenibile.

BENESSERE ANIMALE
Sempre maggiore importanza sta assumendo la questione del benessere animale, dimostrata anche essere in stretta correlazione con la qualità delle carni. I capitolati Coop prevedono requisiti specifici in tema di ambienti di allevamento, densità e trasporto degli animali, sviluppati in collaborazione con le principali università ed enti di ricerca italiani.

DOLPHIN SAFE E FRIEND OF THE SEA
Sono i marchi che certificano, rispettivamente la provenienza del pesce da pesca o allevamento sostenibili (rispettosi cioè del Codice di Condotta per la Pesca Responsabile della FAO) e l'applicazione di sistemi di pesca del tonno che non mettano in pericolo la vita dei delfini.

NON TESTATO SU ANIMALI
Tutti i prodotti cosmetici Coop sono certificati secondo questo standard, che rappresenta l'unico disciplinare riconosciuto a livello internazionale in grado di indicare ai consumatori le aziende produttrici di cosmetici che non partecipano alla sperimentazione su animali.

ANIMALI DA PELLICCIA
A fronte della situazione produttiva documentata dalla LAV, Lega Antivivisezione, e da altre organizzazioni internazionali sulle condizioni di allevamento degli animali da pelliccia (segnalate principalmente in Estremo Oriente), Coop, per prima tra le catene distributive, ha deciso nel 2006 la completa esclusione delle pellicce naturali e il passaggio al sintetico.

PRODUTTORI E FILIERA

Coop seleziona i propri fornitori sulla base di criteri oggettivi, assicurando un trattamento equo a tutti ed esigendo in cambio il pieno rispetto delle normative sul lavoro, dei diritti umani, della salvaguardia dell'ambiente. Anche per il 2012 la filiera è stata sottoposta a controlli su diversi fronti confermando l'impegno etico a garantire nel rispetto della legge un'economia sana e promuovere così un'imprenditoria legale.
È stato potenziato il fronte antimafia con richiesta a tutti i fornitori dell'invio del relativo Certificato Antimafia e sono stati effettuate ispezioni in particolare sulla filiera del pomodoro e dell'ortofrutta in generale, con approfondimenti legati al rispetto dei diritti del lavoro che hanno coinvolto 38 aziende agricole. È proseguito inoltre il processo di verifica dei fornitori dei prodotti realizzati in Cina e nelle filiere dei paesi dell'est asiatico con indagini sui siti produttivi e sulle catene di sub-fornitura.

Progetti e eventi

VESTO SOLIDAL
I valori del prodotto Solidal nel 2012 hanno trovato una nuova espressione con la collezione di capi moda da filiera pura e tracciabile creata dalla stilista Katharine Hamnett. Ispirata all'Anno Internazionale della Cooperazione, la collezione è stata realizzata utilizzando esclusivamente cotone biologico non OGM coltivato nel rispetto dell'ambiente e sostiene un percorso di valorizzazione dei territori di provenienza e di una logica che avvicina consumatore e produttore.
Coop Lombardia ha curato la presentazione al pubblico con una conferenza stampa nello spazio Corso Como 10, tempio della moda milanese, e un flash mob in collaborazione con NABA - Nuova Accademia delle Belle Arti di Milano e la scuola di danza MAS - Music Art and Show.

PASTA 100%ITALIA
Per sancire la rinata collaborazione fra Coop e mondo dell'agricoltura italiana è stata creata una linea dedicata al prodotto-simbolo della cucina nazionale. Creata insieme a Coldiretti e Legacoop Agroalimentare, è un'esperienza di co-imprenditorialità che taglia la filiera e garantisce una più equa ripartizione del valore aggiunto generato da un prodotto di una superiore bontà, qualità e sicurezza.

Salone Internazionale del Gusto

OLIO ASSIEME E SALONE DEL GUSTO A TORINO
Un nuovo marchio per l'olio extravergine d'oliva tutto italiano, dal campo agli scaffali del supermercato. Un olio non solo di alta qualità per i consumatori, frutto di olive 100% italiane, ma un prodotto che guarda all'etica e che garantisce per la prima volta una più equa ripartizione del valore aggiunto tra i diversi soggetti della filiera. La presentazione della prima bottiglia è stata parte integrante del filone narrativo scelto da Coop per la sua partecipazione al Salone del Gusto.

consumatori

7

Una cooperativa di consumatori è naturalmente attenta al potere di acquisto dei cittadini, con un'offerta commerciale dove i prodotti devono garantire la massima qualità, convenienza, sicurezza, tracciabilità e sostenibilità, contenuti e valori prioritari per i prodotti a marchio Coop, e nel limite del possibile per tutte le referenze presenti. A questo si aggiunge una attenta politica di informazione e relazione mirata a mantenere attivo il dialogo e la trasparenza.

CONVENIENZA

Coop Lombardia anche nel 2012 ha voluto collocarsi in posizioni competitive con scelte commerciali, proposte convenienti e iniziative promozionali per tutti i clienti e in particolare per i Soci, garantendo il potere d'acquisto sulla spesa di prima necessità tramite iniziative varie ed eterogenee. Le promozioni hanno continuato a ricoprire un ruolo sempre più strategico e fondamentale come elemento distintivo e condizione imprescindibile per guidare la scelta d'acquisto dei nostri consumatori.

Progetto Orientamento al Consumatore

Il cliente al centro, questo è l'obiettivo dell'iniziativa che Coop Lombardia ha perseguito anche nel 2012 per intensificare e migliorare la convenienza verso i consumatori, soci e non. Partito da Sesto San Giovanni il progetto è stato gradualmente esteso a tutta la rete per avvicinarsi ai propri clienti e interpretare al meglio le loro esigenze. La personalizzazione dell'offerta attraverso incontri diretti con soci e una più efficace comunicazione e informazione a livello di punto vendita, sono state le azioni più importanti messe in atto nel 2012 da Coop che, proseguendo sul terreno della relazione, continua il proprio impegno cooperativo.

CUSTOMER SATISFACTION

Come di consueto, anche nel 2012 è stata condotta in tutti gli ipermercati e i supermercati l'indagine di Customer Satisfaction per misurare il livello di soddisfazione dei prodotti e dell'organizzazione dei punti vendita. L'indagine, che si basa su domande semplici ed essenziali, registra ogni anno risposte di molto utili per Coop Lombardia perchè può così ascoltare le opinioni dei propri soci e clienti per valutare le scelte commerciali intraprese. Come ogni anno anche nel 2012, la partecipazione è stata significativa.

CUSTOMER RELATION MANAGEMENT

L'altra importante azione che si colloca all'interno del progetto "Orientamento al Consumatore" è il Customer Relation Management (CRM) che, dopo i due test eseguiti nel 2011 su alcuni punti vendita, è stato confermato ed esteso interessando 13 Superstore: Cassano D'Adda, Brescia via Mantova, Como, Desio, Milano Palmanova, Settimo Milanese, Varese, Cormano, Cremona Porta Po, Lodi, Opera, Pavia e Sesto San Giovanni.

CONSUMERISMO

Enercoop

L'aumento dei costi dell'energia e in particolare quelli per la mobilità privata hanno ridotto potere d'acquisto dei consumatori. Coop Lombardia per questo motivo nel 2012 ha deciso di compiere un importante passo entrando nel settore dei carburanti per fornire un prodotto di qualità, al miglior prezzo possibile. Enercoop è il marchio scelto per identificare il nuovo servizio di erogazione di benzina, diesel e metano attivato nella Stazione adiacente al parcheggio del Centro Commerciale "Mirabello" di Cantù. Grazie a questo investimento Coop ha messo le basi per fornire un ulteriore servizio di qualità ai clienti che frequentano il Centro Commerciale e al contempo ha contribuito a creare competenze e contenuti professionali offrendo una nuova opportunità a chi lavora presso l'Ipermercato. Il progetto avviato nel mese di ottobre ha coinvolto C.C.P.L. (una Cooperativa composta da 12 Cooperative di produzione e lavoro) attraverso "Energy group" e le 6 Cooperative regionali del centro-nord, tra le quali Coop Lombardia.

Bollette alla cassa

Con la pubblicazione del Dlgs 11 del 2010, anche in Italia è stata recepita la direttiva comunitaria sui sistemi di pagamento, la Payment services directive, 2007/64/Ce, che consente tra l'altro di pagare le bollette alle casse dei supermercati. ANCC in seguito al recepimento della direttiva, ha sottoscritto un accordo con il Ministero della Funzione Pubblica per avviare il processo di pagamento delle utenze: energia elettrica, gas, acqua, telefono.
Nel prossimo futuro potrà essere possibile anche pagare bollette, tasse e imposte, definendo accordi specifici con altre aziende e Istituzioni sia a livello nazionale che locale.
Coop Lombardia ha avviato la sperimentazione del servizio nei due canali a partire da Novate Milanese dal mese di luglio 2011, implementandolo in tutto il canale supermercati dal novembre 2011 e nel canale ipermercati dal marzo 2012.
La bolletta viene pagata direttamente alle casse grazie a un codice a barre leggibile e certificato, prevede un costo di commissione pari a 0,50 euro per i soci e 1 euro per i non soci, molto vantaggioso rispetto agli altri canali di pagamento.
Il pagamento bollette alle casse è risultato in crescita costante per tutto il 2012 con un'incidenza superiore nei supermercati rispetto agli ipermercati. I soci rappresentano oltre il 90% degli utilizzatori del servizio a dimostrazione dell'utilità e dell'apprezzamento di una scelta che ci conferma leader di mercato in modo ancora quasi del tutto esclusivo nella grande distribuzione.

BOLLETTE PAGATE AL 31/12/2012

CANALE	SOCI	NON SOCI
IPER	**40.341**	**2.056**
SUPER	**52.495**	**4.124**
totale	**92.836**	**6.180**

0,53 valore medio commissione » **80,35** valore medio bolletta

99.016 TOTALE BOLLETTE

Coop voce

Coop Voce è l'operatore di telefonia mobile delle cooperative di consumatori, che riserva ai Soci servizi e tariffe particolarmente competitivi, illustrati sul sito www.coopvoce.it.
Per acquistare e attivare una sim Coop Voce è possibile rivolgersi al Punto Soci di qualsiasi supermercato o ipermercato, muniti della propria carta di identità e del codice fiscale.
Se si desidera attivare una promozione riservata ai Soci è indispensabile presentare anche la propria carta Sociocoop.
Qualora invece si voglia effettuare una portabilità da altro operatore, mantenendo il proprio numero di telefono, sarà indispensabile portare con sé la vecchia sim.

TOTALI ATTIVAZIONI COOP VOCE AL 31/12/2012

TOTALE	AL (ATTIVAZIONI)	MNP (PORTABILITÀ)
84.528	**45.695**	**38.833**
937.314	**514.681**	**422.633**

CHIUSURA ATTIVAZIONI COOP VOCE AL 2012

COOPERATIVA	TOTALE	AL (ATTIVAZIONI)	MNP (PORTABILITÀ)
Coop Lombardia	**16.499**	**5.798**	**10.701**
Totale Italia	**206.051**	**84.803**	**121.248**

Approvato dai soci

L'Approvato dai soci certifica il valore "Buono" relativamente al prodotto Coop e si conferma come valido momento di coinvolgimento diretto dei soci ai test autogestiti.
La scala di valutazione proposta nel 2012 è stata modificata ad un parametro che da 1-5 è diventato 1-9. Rispetto a quello applicato precedentemente offre un maggiore spettro per la valutazione del prodotto distinto tra leader di mercato e prodotto Coop. Per i test sulla linea Fiorfiore viene applicata un'attenzione maggiore sia rispetto alla selezione degli assaggiatori (metà del campione deve provenire dal territorio di appartenenza), sia rispetto al punteggio che è superiore di un punto allo standard degli altri prodotti. Anche nel 2012 il progetto è stato molto partecipato anche grazie all'attività dei soci attivi nei punti vendita.

TOTALE TEST		TEST AUTOGESTITI		PRODOTTI TESTATI		SOCI COINVOLTI	
2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
129	**144**	**114**	**115**	**129**	**122**	**25.050**	**27.350**

Test Coop Lombardia: 30. Totale soci Coop Lombardia 1500

30 Anni di consumatori, il restyling della rivista

"Dare espressione a quelle semplici aspirazioni che tutti noi abbiamo a una vita sana, giusta, democratica" questo è l'obiettivo dichiarato nel primo numero, dell'agosto 1982, della rivista Consumatori. Un successo che nel 2012 compie 30 anni, in un percorso che ha accompagnato i consumatori attraverso i cambiamenti tra esigenze vecchie e nuove. Obiettivo della rivista è ancora oggi quello di fornire orientamenti, punti di vista autorevoli e spunti di riflessione sulla società. Coop Lombardia, fin dal 2004 anno in cui è entrata a far parte di Editrice Consumatori, ha avuto un ruolo strategico per lo sviluppo della rivista, nella diffusione e nel design visivo.
Il suo ingresso ha aumentato considerevolmente i lettori che da qualche centinaio di migliaia sono passati a 3 milioni.
L'ultima modifica del formato e della veste grafica, è avvenuta nel 2011. Da 30 anni non è sostanzialmente cambiata la versione cartacea, ma si è evoluta la modalità di fruizione attraverso una versione online, un'edizione mobile e il profilo Facebook. Oggi la tiratura annua cartacea complessiva si aggira sui 22 milioni di copie e fa di Consumatori uno dei periodici a maggior tiratura d'Italia.

CENTRO RELAZIONI SOCI E CONSUMATORI

Il Centro Relazioni Soci e consumatori gestisce il processo di segnalazione, reclami e suggerimenti provenienti dai soci e dai clienti. Dal primo contatto telefonico o via email, vengono date, se possibile, risposte immediate oppureinviate alle direzioni le richieste di approfondimento per fornire una risposta esaustiva.
Le segnalazioni aperte e risolte nel 2012 sono state 8.196 contro le 8.064 del 2011. È uno dei canali di relazione e comunicazione importante per migliorare i servizi e le esigenze dei consumatori.
Il Centro è aperto da lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 17.00 e rappresenta il canale diretto a cui rivolgersi per informazioni, reclami, proposte e suggerimenti.

I canali di comunicazione sono:
- **numero verde FILODIRETTO 800 016 706**
- **numero verde SOLO PER TE 800 990 000**
- **filodiretto@lombardia.coop.it**
- **schede 100% soddisfatti o rimborsati**
- **lettere**
- **fax 02-89593298**

Viaggia con noi

L'agenzia viaggi Planetario nel 2012 ha cessato il rapporto con Coop Lombardia. Per continuare ad offrire un servizio viaggi dedicati ai soci è iniziata una collaborazione con la Società Viaggiaconnoi che ha rilevato 4 agenzie viaggi collocate nei centri commerciali di Piazzalodi, Bonola, Sesto Sarca e Vignate; inoltre Viaggia con Noi è titolare di altre agenzie dislocate sul territorio lombardo e piemontese. Tutte le agenzie Viaggia con Noi venderanno viaggi ai soci, attraverso cataloghi stagionali "Viaggiare da Soci" oltre alla possibilità di viaggi individuali da cataloghi turistici. Anche le gite sociali e le iniziative turistico-culturali organizzate dai Comitati soci di zona prevedono l'organizzazione di Viaggiaconnoi.

ambiente

8

La gestione efficiente dei punti vendita, la riduzione del packaging, la progettazione sostenibile delle strutture allo studio di soluzioni mirate al contenimento energetico e la riduzione dei consumi. Questi sono i fronti attraverso i quali si sviluppa la responsabilità ambientale di Coop Lombardia, che da sempre promuove lo sviluppo di buone pratiche sostenibili essenziali al fine di perseguire sicurezza alimentare e benessere della persona. Al primo posto in ogni azione quotidiana, Coop colloca un'intensa e permanente attività di educazione ambientale rivolti a cittadini e giovani generazioni, in un ampio programma collegato anche ai diversi aspetti dell'attività commerciale che comprende i prodotti a marchio, la gestione dei punti vendita e della logistica, gli imballaggi e i rifiuti, la sostenibilità ambientale e sociale dei processi di approvvigionamento e di lavorazione dei prodotti.

UTILIZZO DELLE RISORSE RINNOVABILI NEI PUNTI VENDITA

ENERGIE ELETTRICA ACQUISTATA DA FONTI RINNOVABILI

Fornitura per l'anno 2012 di energia elettrica da fonte rinnovabile (Consorzio Idroenergia)

» 4.105.801 kwh

ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI SUL TOTALE CONSUMATO

Totale produzione da fotovoltaico nel 2012 pari a 702.973 kWh.
Totale energia prelevata dalla rete di distribuzione nel 2012 pari a 96.982.653 kWh

» 0,72%

PUNTI DI VENDITA DOTATI DI ALTRE MISURE DI EFFICIENZA ENERGETICA

Nelle ultime realizzazioni sono state utilizzate nuove tecnologie che consentono, a parità di prestazioni, una notevole riduzione dei consumi energetici: illuminazione a LED, inverter sui motori elettrici, coperture fisse sulle vasche a bassa temperatura, sensori di presenza per la gestione delle luci nei bagni e negli spogliatoi

» Brescia via Mantova/Cassano D'Adda Cormano/ Iper Novate/Bergamo Autostrada

ALTRE MISURE DI EFFICIENZA ENERGETICA

Coop Lombardia ha attualmente 47 punti vendita dotati di sistemi di gestione (BMS) che consentono la regolazione automatica ed ottimizzata degli impianti elettrici e meccanici e la rilevazione oraria dei consumi di energia elettrica

» 47 BMS

I 10 principi della sostenibilità

I dieci principi ispiratori della politica ambientale sono stati definiti per la prima volta nel corso dell'assemblea nazionale delle Sezioni Soci di Grado del 1995 e da allora vengono costantemente revisionati perché siano sempre adeguati alle evoluzioni della cultura ambientale in termini di principio di precauzione, di sostenibilità e di consapevolezza.

1
RENDERE LO SVILUPPO DAVVERO SOSTENIBILE, ANCHE PER LE GENERAZIONI FUTURE
con un continuo miglioramento della qualità della vita sulla terra delle attuali e delle future generazioni, assicurando a tutti i popoli il godimento dei loro diritti e delle loro libertà" (Dichiarazione sui principi guida per uno sviluppo sostenibile, UE 2005).

2
RISPETTARE L'AMBIENTE, SEMPRE
sia all'interno del patrimonio di valori del sistema, sia nella gestione di tutta la filiera Coop attuando i principi di precauzione, responsabilità e razionalizzazione dei consumi.

3
RENDERE LE MERCI E I SERVIZI PIÙ ECOLOGICI
prestando attenzione all'impatto ambientale che possono provocare.

4
RIDURRE I RIFIUTI E RICICLARE I MATERIALI
riducendo a monte gli imballaggi, promuovendo strategie di riduzione, riutilizzo, recupero e riciclo per rispondere ai più avanzati criteri di eco-compatibilità.

5
INFORMARE I SOCI E I CONSUMATORI
realizzando strumenti di informazione e di educazione ambientale in grado di accrescere la loro consapevolezza ambientale.

6
SEGUIRE TUTTO IL CICLO DI PRODUZIONE
per rendere operativo il principio del ciclo ecologico in tutta la filiera dai livelli di produzione, all'immagazzinamento e distribuzione, sino ai punti di vendita e alle case.

7
RIDURRE IL TRASPORTO DELLE MERCI
operando per l'ottimizzazione dei flussi nella catena di fornitura anche per ridurre le emissioni nell'atmosfera.

8
FORMARE I LAVORATORI
per fornire strumenti di informazione e di educazione ambientale per garantire anche nel lavoro il rispetto dell'ambiente.

9
FARE RICERCA PER RIDURRE GLI SPRECHI
incoraggiando la diffusione di strumenti per la valutazione della sostenibilità ambientale di prodotti, imballaggi, procedimenti produttivi, strutture.

10
SOSTENERE LE LEGGI A DIFESA DELL'AMBIENTE
attivandosi a livello nazionale e internazionale con iniziative che supportino lo sviluppo di una normativa più attenta all'ambiente e che stimolino i comportamenti di tutti gli attori della filiera.

Coop Desio leader nel risparmio energetico

Coop Lombardia nel 2012 è stata l'unica azienda italiana tra 8 vincitrici, ad aggiudicarsi il premio Greenlight per il progetto sviluppato nel nuovo supermercato di Desio (MB). Inaugurato nel 2009, è stato realizzato su un'area industriale bonificata e caratterizzato da un importante piano di contenimento su tutte le componenti energivore. Realizzato dal Consorzio Nazionale Inres - Istituto Nazionale Consulenza Progettazione Ingegneria, che si occupa della realizzazione dei punti vendita e del loro impatto sul piano dei consumi, il progetto ha decretato la vittoria di Coop in particolare grazie all'introduzione di:
– tecnologie LED per: insegne, faretti in area vendita, plafoniere nel parcheggio interrato, illuminazione architettonica e reattori elettronici per le lampade fluorescenti con controllo di intensità per sfruttare al meglio la luce naturale
– impianto fotovoltaico in grado di produrre 50.000 kWh/anno di energia elettrica.

Grazie a queste soluzioni è stato possibile ottenere un risparmio energetico annuo, pari a 61,10 kWh e un contenimento delle emissioni di CO_2 pari a 32.669 kg. Il modello di Desio è stato applicato in oltre 130 punti vendita di Coop in Italia con tecnologie che consentono di risparmiare oltre 2.500.000 kWh di energia elettrica ogni anno.

OLTRE ALLE TECNOLOGIE RICONOSCIUTE DAL PREMIO, IL SUPERMERCATO UTLIZZA ALTRE SOLUZIONI RISPETTOSE DELL'AMBIENTE:
anidride carbonica nell'impianto frigo alimentare, valvole elettroniche, inverter, chiusura con vetri scorrevoli dei banchi surgelati, recupero del calore per il riscaldamento, allacciamento alla rete di teleriscaldamento cittadino, uso di inverter per motori elettrici, controllo della qualità dell'aria, sistema di controllo centralizzato su tutte le utenze.

GREENLIGHT AWARD
Il programma Green Light, creato dalla Direzione Generale Energia e Trasporti della Commissione Europea, è rivolto a organizzazioni pubbliche e private che si distinguono per aver ridotto drasticamente il consumo di corrente degli impianti di illuminazione attraverso misure di aumento dell'efficienza energetica. L'iniziativa, lanciata nel 2000 per promuovere il risparmio energetico su base volontaria, riunisce oltre 710 soci in 14 paesi europei e assegna ogni anno il Greenlight Award all'impresa che ha realizzato i migliori interventi.

Acqua di casa mia

La campagna iniziata nel 2010 per promuovere il consumo consapevole di una risorsa essenziale e insostituibile per la vita di ogni essere vivente, nel 2012 è stata rilanciata con la Lista della Trasparenza.

A novembre, in collaborazione con Federutility – che rappresenta il 95% delle aziende che gestiscono il servizio idrico sul territorio– in 500 punti vendita sono stati affissi dei cartelli compilati dai Gestori dei servizi idrici contenenti l'indicazione dei valori dei nove principali parametri, secondo gli orientamenti dell'Istituto Superiore di Sanità, di qualità dell'acqua di rubinetto: si tratta di pH (concentrazione di ioni idrogeno), cloruri, ammonio, nitriti, nitrati, residuo secco a 180°C, durezza, sodio, floruri. L'aggiornamento periodico di tali valori analitici, che sono affiancati dai limiti previsti dalla legge, è garantito dai Gestori degli acquedotti sul territorio. Contestualmente sono stati distribuiti un milione di opuscoli informativi sul significato di ciascun parametro.

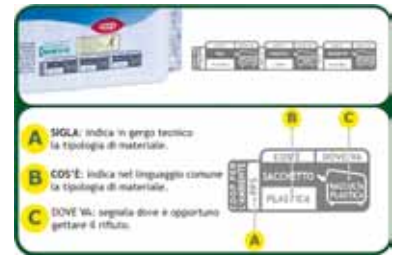
L'iniziativa è stata presentata durante una conferenza stampa all'interno del Centro Commerciale PiazzaLodi con una tavola rotonda alla quale hanno partecipato Coop Lombardia, il Comune di Milano, il Servizio Idrico della Provincia di Milano, CAP Holding, Amiacque e Metropolitana Milanese.

Altre iniziative sostenibili

SETTE MODI DI ESSERE GREEN

COOP PARTECIPA AI SETTE GREEN AWARDS A MILANO
Coop, che nel 2011 aveva vinto il Premio nella Categoria Food, ha collaborato nel 2012 alla realizzazione dei Sette Green Awards distribuendo a novembre in abbinata al mensile Sette Green, 100.000 borsine riutilizzabili nell'area Milanese.

CALCOLA L'IMPATTO DELLA TUA SPESA
Sul sito e-coop.it è possibile calcolare l'impatto che ha la tua spesa sull'ambiente in termini di emissioni di gas serra. Il calcolatore Coop si basa sui principi della dieta corretta ed equilibrata indicata nelle "linee guida per una sana alimentazione italiana" pubblicate nel 2003 dall'INRAN, Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione.



L'ETICHETTA CHE AIUTA LA RACCOLTA DIFFERENZIATA
Nel 2007, prima catena distributiva, Coop ha lanciato il progetto "ETICHETTAGGIO INFORMATIVO DEI PRODOTTI COOP": dove possibile, nel packaging viene inserita l'etichetta che segnala la composizione dei vari materiali che costituiscono l'imballaggio (carta, plastica ecc), e indicano in quale circuito della raccolta differenziata vanno conferiti. Nel 2012 le etichette informative sono inserite nel 65% dei prodotti a marchio.

bilancio sociale in cifre

	31.12.2012	31.12.2011
ATTIVITÀ SOCIALI		
Assemblee bilancio e funzionamento organi sociali	**185.212**	226.736
Elezione Comitati soci	**15.266**	230.196
Campagne nuovi soci	**470.905**	546.223
Affitto sedi	**32.056**	31.129
Presenza a fiere e stand	**62.420**	17.020
Educazione al consumo	**206.205**	275.935
Iniziative culturali, ambientali e di solidarietà	**695.933**	582.558
Attività ScopriCoop	**37.417**	31.582
Due mani in più	**99.119**	85.895
Buon fine	**2.127.257**	1.556.845
Carta Equa	**36.421**	35.860
Varie	**128.529**	129.892
Totale	**4.096.740**	3.749.871

	31.12.2012	31.12.2011
SERVIZI PER TE		
Convenzioni sociali e gestione servizi Per te	**63.933**	57.011
FORMAZIONE		
Formazione del personale*	**726.699**	734.570

* Esclusa la formazione effettuata all'interno dei reparti dei punti vendita

COMUNICAZIONE		
Consumatori / InCoop / portale e-coop	**610.000**	691.000
ACCANTONAMENTI		
Fondo per lo sviluppo cooperativo	**145.181**	246.060
Totale	**5.642.553**	5.478.512

conto economico

9

Il quadro economico-finanziario globale, nonostante i timidi segnali di ripresa emersi sul finire del 2012, incorpora tuttora le negative conseguenze di una profonda crisi iniziata da oltre cinque anni mostrando elevati rischi di ricaduta per l'economia mondiale. Nella seconda metà del 2012 la dinamica economica globale è rimasta debole, mentre l'area Euro ha continuato a perdere vigore, entrando di fatto in recessione. L'Italia, Paese dall'economia strutturalmente più debole caratterizzato da alto indebitamento pubblico e bassa crescita, ha continuato per tutto il 2012 a mostrare i segni di un continuo deterioramento dei principali indicatori economici. La produzione industriale e gli investimenti sono scesi di quasi un quarto nel periodo 2007–2012, con conseguenze importanti sul tasso di disoccupazione, soprattutto giovanile, unitamente alla caduta della domanda interna, compresa la componente alimentare, compressa anche dalle imponente pressione fiscale. Le previsioni prefigurano un ritorno alla crescita nella seconda metà dell'anno, seppur a ritmi modesti e con ampi spazi di incertezza, oggi più che mai accentuati dallo stallo politico e di governo.

Il contesto economico complessivo e, in particolare quello italiano, mantiene pertanto tutto un insieme di persistenti criticità e debolezze che sottendono dei rischi di ricaduta non trascurabili e che costituiscono, nell'insieme, il principale ostacolo alla uscita dalla crisi.

Per quanto concerne i principali indicatori economici del 2012, si segnala che il PIL mondiale è cresciuto del 3% rispetto ad una crescita del 3,9% nel 2011. Anche per il 2012 un deciso contributo positivo alla crescita mondiale è stato fornito dai Paesi emergenti, pur con percentuali inferiori rispetto ai cinque anni precedenti (Cina PIL + 7,8% – India PIL + 4,7%). I Paesi del Pacifico hanno registrato una performance positiva del 3,1% (+4,1% nel 2011) mentre l'America Latina è cresciuta del 2,4% di PIL (contro un 4,7% del 2011), confermando, pertanto, i segnali emersi nel corso del 2011 di una riduzione del loro ritmo di crescita strettamente connesso alla domanda interna per consumi e investimenti unitamente ad un tasso di inflazione decisamente superiore sia alla media europea, sia a quella statunitense.

Contenuto è risultato l'apporto fornito dagli Stati Uniti alla crescita mondiale, il cui prodotto interno lordo è cresciuto del 2,3% rispetto al 1,8% del 2011, sostenuto anche nel 2012 da provvedimenti espansivi di politica monetaria decisi dalla banca centrale americana.

L'Europa dell'area euro, nell'insieme, mostra un tasso di sviluppo negativo dell'economia pari al –0,4% (PIL –0,4%), rispetto al +1,5% del 2011, accompagnato da un tasso di inflazione pari al 2,5% rispetto al 2,7% registrato nel 2011. Tra i principali Paesi europei, la Germania ha mostrato una crescita del PIL pari allo 0,9%, la Francia una modestissima crescita dello 0,1%, mentre il Regno Unito un decremento dello 0,2% (PIL –0,2%), la Spagna una riduzione dell'1,4% (PIL –1,4%).

L'Italia chiude il 2012 con un PIL in flessione del 2,1% (PIL –2,1%) rispetto allo +0,6% del 2011: si tratta, ancora una volta, di una performance strutturalmente al di sotto della media europea accompagnata da un tasso di inflazione attestatosi al 3,3% e da un tasso di disoccupazione pari al 10,6% in forte aumento rispetto all'8,4 del 2011.

Peggio dell'Italia hanno fatto solo Grecia (PIL –6,4) e Portagallo (PIL –3,1). In ambito europeo, i Paesi maggiormente esposti ad elevati deficit pubblici hanno mostrato forti tensioni sui tassi di crescita e di disoccupazione. È il caso della Spagna che ha visto un PIL attestatosi nel 2012 al –1,4% (PIL –1,4%) e un tasso di disoccupazione pari al 25,2%; del Portogallo con un PIL del 2012 pari al –3,1% (PIL –3,1%) e un tasso di disoccupazione del 15,7%; della Grecia con un PIL a –6,9% (PIL –6,9%) e un tasso di disoccupazione del 24,6%.

All'interno del descritto contesto economico di riferimento europeo e italiano in particolare, le imprese e famiglie risultano le più colpite dalla crisi in atto e, probabilmente, continueranno a esserlo nei prossimi anni per effetto della perdurante riduzione del risparmio come conseguenza del crescente tasso di disoccupazione e degli interventi di finanzia pubblica volti a ridurre l'indebitamento complessivo che hanno ormai portato il livello della pressione fiscale ai massimi storici, vicino al 45% del PIL.

Le previsioni per il futuro prossimo ci dicono ancora che i numerosi vincoli strutturali che caratterizzano l'economia italiana renderanno il percorso di recupero ciclico e lento e, comunque, incapace di raggiungere i livelli pre-crisi nell'arco dei prossimi 3-5 anni. Compito prioritario della politica economica dei governi centrali e delle parti sociali coinvolte sarà, ancora una volta, incentrato sulla capacità di introdurre manovre e interventi di stimolo alla crescita che sappiano efficacemente coniugarsi con l'invitabile necessità di riduzione del debito pubblico senza ulteriori aumenti della pressione fiscale.

Il risultato dell'esercizio 2012

Coop Lombardia s.c. ha prodotto, per l'esercizio 2012, un risultato finale

di bilancio positivo, pari a circa 4,8 milioni di euro dopo aver accantonato imposte per 6,6 milioni di euro. La gestione caratteristica della Cooperativa, rappresentata dal risultato della attività commerciale tipica svolta presso i punti di vendita, mantiene un certo livello di criticità anche per il 2012 registrando una perdita di circa 16,7 milioni di euro comprensiva del risultato della gestione accessoria immobiliare e di accantonamenti straordinari a fronte di coperture perdite del Gruppo, come evidenziato dalla risultanza dello sbilancio tra valore e costi della produzione. Questa perdita, tuttavia, va inquadrata all'interno di un anno, al pari del 2011, ancora difficile in termini di debolezza dei consumi alimentari (–2,5% nel 2012 e –1,2% nel 2011) e del più generale sistema economico-finanziario. La persistente riduzione dei consumi ha inevitabilmente avuto riflessi negativi sull'andamento delle vendita al dettaglio di Coop Lombardia s.c., incrementate in valore assoluto, rispetto al 2011 di circa 8 milioni di euro, esclusivamente per effetto delle nuove aperture.
L'utile netto di bilancio è stato reso possibile grazie al sostanziale apporto della gestione finanziaria, che ha generato un risultato positivo netto di circa 9,9 milioni di euro, evidenziato nel presente bilancio dalla differenza tra il totale dei proventi e oneri finanziari e le rettifiche di valore delle attività finanziarie (comprensive delle partecipazioni nelle società del Gruppo), e della gestione immobiliare connessa ad attività correlate a quella tipica di investimento commerciale svolta da Coop Lombardia s.c. all'interno del proprio piano di sviluppo, che ha generato un risultato positivo netto di 13,3 milioni di euro.

Il costante apporto negli anni della gestione immobiliare è il frutto di strategie di valorizzazione del patrimonio immobiliare connesse a scelte di investimento effettuate in precedenti esercizi e che hanno manifestato i loro effetti positivi anche nel 2012. L'apporto della gestione finanziaria aziendale, depurata quindi dalle svalutazioni apportate ad alcune partecipazioni ai fini di riflettere le perdite durevoli di valore delle partecipate, è frutto dell'attenta e prudente politica di investimento della liquidità aziendale all'interno di un mercato finanziario fortemente volatile e instabile.

Il piano di investimenti e sviluppo è proseguito per tutto il 2012 facendo registrare un incremento lordo delle immobilizzazioni tecniche di circa 32,4 milioni di euro e concretizzandosi, tra l'altro, con lo sviluppo di nuovi insediamenti e iniziative commerciali, tra i quali Bergamo, inaugurato a marzo 2012, Trescore Balneario, inaugurato a marzo 2013, la stazione di erogazione carburante di Cantù, inaugurata a novembre 2012, oltreché con la ristrutturazione e ammodernamento di punti di vendita e gallerie esistenti (Supermercati di Peschiera Borromeo, Ipermercati di Cantù e Novate Milanese).

Le vendite nette Iva al dettaglio del 2012 si sono attestate a 836 milioni di euro, realizzate per oltre il 74% nei confronti dei Soci, confermando così il carattere squisitamente mutualistico di Coop Lombardia s.c.. L'incidenza delle vendite nei confronti dei Soci rispetto ai ricavi complessivi della Cooperativa di cui alla voce A1 del conto economico, che comprende, oltre alle citate vendite al dettaglio, anche i proventi dai fornitori, si attesta invece al 67,89% e rappresenta il dato della cosiddetta "prevalenza".

Le percentuali di incidenza delle vendite lorde Iva e sconto incondizionato dei singoli canali distributivi rispetto al totale realizzato nell'esercizio 2012 sono state:
• vendite supermercati ***40% – euro 374 milioni****;*
• vendite ipermercati ***60% – euro 560 milioni***
*È proseguita anche per il 2012 la ricerca continua di sinergie all'interno del "****sistema cooperativo****" di appartenenza, condividendo, con le strutture cooperative più simili alla propria, progetti, esperienze e valori che abbracciano tutte le aree in cui si articola la gestione dell'impresa, allo scopo di cogliere e valorizzare i punti di forza di ognuna delle nostre realtà aziendali presenti sul territorio distrettuale e nazionale e fare di queste una base comune da cui partire per il rilancio della nostra realtà in un ottica di maggiore convergenza.*

Coop Lombardia*, nello specifico, durante tutto il 2012 ha sviluppato, sul piano commerciale, ulteriori iniziative promozionali nell'ambito del più ampio progetto di "****orientamento al consumatore****", mentre sul piano organizzativo, ha sviluppato modelli di riorganizzazione del lavoro della rete di vendita finalizzati sia all'aumento della produttività, sia di conseguenza, alla riduzione del costo del lavoro e dei costi di gestione dei singoli punti vendita. È sulla base di questi risultati, di queste iniziative e di questi progetti di sviluppo che, in sintesi, Coop Lombardia s.c. si può ben considerare un'azienda leader del settore che ha voluto ed ha saputo coniugare obiettivi di imprenditorialità con obiettivi, iniziative ed interventi etici, sociali e morali, che da sempre caratterizzano il "modo di fare impresa" di Coop Lombardia s.c. e che generano un meccanismo virtuoso tra impresa, soci-consumatori, e società civile.*

STATO PATRIMONIALE

ATTIVO		31.12.2012	31.12.2011
A)	**CREDITI V/SOCI** per versamenti ancora dovuti, con separata indicazione della parte già richiamata	0	0
B)	**IMMOBILIZZAZIONI**		
I.	Immobilizzazioni immateriali		
1)	Costi di impianto e di ampliamento	0	0
2)	Costi di ricerca, di sviluppo e di pubblicità	101.088	49.110
3)	Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno	581.760	824.135
4)	Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	0	0
5)	Avviamento	234.620	369.856
6)	Immobilizzazioni in corso e acconti	30.000	337.589
7)	Altre	77.120	444.938
	Totale immobilizzazioni immateriali	**1.024.588**	**2.025.628**
II.	Immobilizzazioni materiali		
1)	Terreni e fabbricati	306.843.000	303.191.269
2)	Impianti e macchinario	46.723.542	48.591.280
3)	Attrezzature industriali e commerciali	8.480.575	9.590.864
4)	Altri beni	5.062.256	5.713.678
5)	Immobilizzazioni in corso e acconti	15.583.359	40.767.900
	Totale immobilizzazioni materiali	**382.692.732**	**407.854.991**
III.	Immobilizzazioni finanziarie, con separata indicazione, per ciascuna voce dei crediti, degli importi esigibili entro l'esercizio successivo		
1)	Partecipazioni in:		
a)	imprese controllate	126.964.958	131.159.958
b)	imprese collegate	14.977.269	16.284.579
c)	imprese controllanti	0	0
d)	altre imprese	32.485.150	30.222.560
	Totale partecipazioni	**174.427.377**	**177.667.097**
2)	Crediti:		
a)	verso imprese controllate	82.023.663	77.650.227
b)	verso imprese collegate	10.103.024	10.883.024
c)	verso controllanti	0	0
D1)	verso altri esigibili entro l'esercizio	18.091.639	7.801.956
D2)	verso altri esigibili oltre l'esercizio successivo	17.605.432	16.635.666
	Totale crediti	**127.823.758**	**112.970.873**
3)	Altri titoli	27.576.833	28.717.940
4)	Azioni proprie, con indicazione anche del valore nominale complessivo	0	0
	Totale immobilizzazioni finanziarie	**329.827.968**	**319.355.910**
	TOTALE IMMOBILIZZAZIONI (B)	**713.545.288**	**729.236.529**

		31.12.2012	31.12.2011
C)	**ATTIVO CIRCOLANTE**		
I.	Rimanenze		
1)	Materie prime, sussidiarie e di consumo	2.311.148	2.202.944
2)	Prodotti in corso di lavorazione e semilavorati	0	0
3)	Lavori in corso su ordinazione	0	0
4)	Prodotti finiti e merci	54.551.987	58.770.350
5)	Acconti	0	0
	Totale rimanenze	**56.863.135**	**60.973.294**
II.	Crediti, con separata indicazione, per ciascuna voce, degli importi esigibili oltre l'esercizio successivo		
1)	Verso clienti	446.265	474.262
2)	Verso imprese controllate	69.539.003	62.923.153
3)	Verso imprese collegate	60.616.368	59.212.571
4)	Verso controllanti	0	0
4 bis)	Crediti tributari	1.181.144	5.174.290
4 ter)	Crediti per imposte anticipate	2.898.049	2.698.111
5)	Verso altri:		
5a)	verso fornitori	1.973.204	2.544.606
5b)	verso altri	49.335.663	60.500.851
5c)	verso altri esigibili oltre l'esercizio successivo	0	0
	Totale crediti	**185.989.696**	**193.527.844**
III.	Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni		
1)	Partecipazioni in imprese controllate	0	0
2)	Partecipazioni in imprese collegate	0	0
3)	Partecipazioni in imprese controllanti	0	0
4)	Altre partecipazioni	12.076.674	4.416.524
5)	Azioni proprie, con indicazioni anche del valore nominale complesso	0	0
6)	Altri titoli	741.748.061	739.031.456
	Totale attività finanziarie	**753.824.735**	**743.447.980**
IV.	Disponibilità liquide		
1)	Depositi bancari e postali	55.358.839	40.433.511
2)	Assegni	0	0
3)	Denaro e valori in cassa	2.589.846	2.728.801
	Totale disponibilità liquide	**57.948.685**	**43.162.312**
	TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE (C)	**1.054.626.251**	**1.041.111.430**
D)	**RATEI E RISCONTI** con separata indicazione del disaggio su prestiti		
1)	Ratei e risconti attivi	15.704.373	6.560.391
2)	Risconti attivi con imprese controllate	0	0
	TOTALE RATEI E RISCONTI (D)	**15.704.373**	**6.560.391**
	TOTALE ATTIVO	**1.783.875.912**	**1.776.908.350**

PASSIVO E PATRIMONIO NETTO		31.12.2012	31.12.2011
A)	**PATRIMONIO NETTO**		
I.	Capitale	11.579.361	10.225.351
II.	Riserva da sovrapprezzo delle azioni	0	0
III.	Riserve di rivalutazione	14.231.199	14.231.199
IV.	Riserva legale	107.824.713	105.363.972
V.	Riserve statutarie	343.502.697	338.313.532
VI.	Riserve per azioni proprie in portafoglio	0	0
VII.	Altre riserve	4.377.107	4.395.357
VIII.	Utili (perdite) portati a nuovo	0	0
IX.	Utile (perdite) dell'esercizio	4.839.371	8.202.472
	TOTALE PATRIMONIO NETTO (A)	**486.354.448**	**480.731.883**
B)	**FONDI PER RISCHI E ONERI**		
1)	Per trattamento di quiescenza e obblighi simili	0	0
2)	Per imposte, anche differite	624.771	1.467.505
3)	Altri	9.220.808	4.115.200
	TOTALE FONDI PER RISCHI E ONERI (B)	**9.845.579**	**5.582.705**
C)	**TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO**	36.347.869	35.329.006
D)	**DEBITI** con separata indicazione, per ciascuna voce, degli importi esigibili oltre l'esercizio successivo		
1)	Obbligazioni	0	0
2)	Obbligazioni convertibili	0	0
3)	Debiti verso Soci per finanziamenti entro l'esercizio successivo (Prestito sociale)	1.006.205.006	1.049.165.815
4)	Debiti verso banche:		
a1)	per mutui esigibili entro l'esercizio successivo	0	0
a2)	per mutui esigibili oltre l'esercizio successivo	0	0
b)	Altri	25.981.055	17.420.126
5)	Debiti verso altri finanziatori	0	780.000
6)	Acconti	0	0
7)	Debiti verso fornitori	24.958.031	39.348.857
8)	Debiti rappresentati da titoli di credito	0	0
9)	Debiti verso imprese controllate	6.821.103	4.318.727
10)	Debiti verso imprese collegate	85.254.693	108.845.356
11)	Debiti verso controllanti	0	0
12)	Debiti tributari	9.683.900	11.253.360
13)	Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	5.448.202	5.624.896
14)	Altri debiti	86.518.412	13.804.930
	TOTALE DEBITI (D)	**1.250.870.402**	**1.250.562.067**
E)	**RATEI E RISCONTI** con separata indicazione dell'aggio su prestiti		
1)	Ratei e risconti passivi	457.614	4.292.411
2)	Risconti passivi con imprese controllate	0	410.278
	TOTALE RATEI E RISCONTI (E)	**457.614**	**4.702.689**
	TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO	**1.783.875.912**	**1.776.908.350**

CONTI D'ORDINE

		31.12.2012	31.12.2011
	Garanzie ipotecarie su mutui	0	0
	Fidejussioni concesse a terzi	16.759.000	25.369.794
	Impegni verso terzi	21.002.000	19.317.000
	Impegni ad acquistare	40.294.000	62.193.000
	Titoli a garanzia	1.100.000	800.000
	TOTALE CONTI D'ORDINE	**79.155.000**	**107.679.794**

CONTO ECONOMICO

		31.12.2012	31.12.2011
A)	**VALORE DELLA PRODUZIONE**		
1)	Ricavi delle vendite e delle prestazioni attività minuto:		
a)	ricavi vendite attività minuto verso Soci	622.491.310	604.748.385
b)	ricavi vendite attività minuto a terzi	213.856.774	223.624.098
c)	altri ricavi	273.013	231.654
d)	ricavi da fornitori	78.928.038	77.691.236
	Totale (1)	**915.549.135**	**906.295.373**
2)	Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	0	0
3)	Variazioni dei lavori in corso su ordinazione	0	0
4)	Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	0	0
5)	Altri ricavi e proventi, con separata indicazione dei contributi in conto esercizio:		
a)	ricavi servizi mensa	259.479	254.631
b)	ricavi gestione immobiliare	24.823.346	25.954.755
c)	recupero costi vari	2.612.745	3.562.756
d)	ricavi diversi	1.857.102	2.113.158
	Totale (5)	**29.552.672**	**31.885.300**
	Totale valore della produzione (A)	**945.101.807**	**938.180.673**
B)	**COSTI DELLA PRODUZIONE**		
6)	Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	647.523.461	650.745.183
7)	Per servizi	109.732.078	107.591.693
8)	Per godimento di beni di terzi	10.537.211	10.451.836
9)	Per il personale:		
a)	salari e stipendi	93.281.976	90.722.952
b)	oneri sociali	26.107.863	26.023.999
c)	trattamento di fine rapporto	6.466.052	6.450.876
d)	trattamento di quiescenza e simili	0	0
e)	altri costi	2.284.516	2.460.585
	Totale (9)	**128.140.407**	**125.658.412**

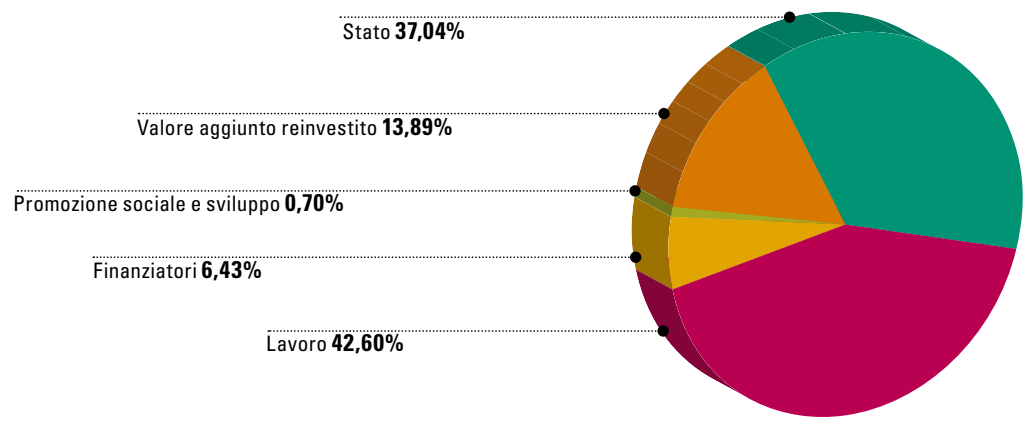
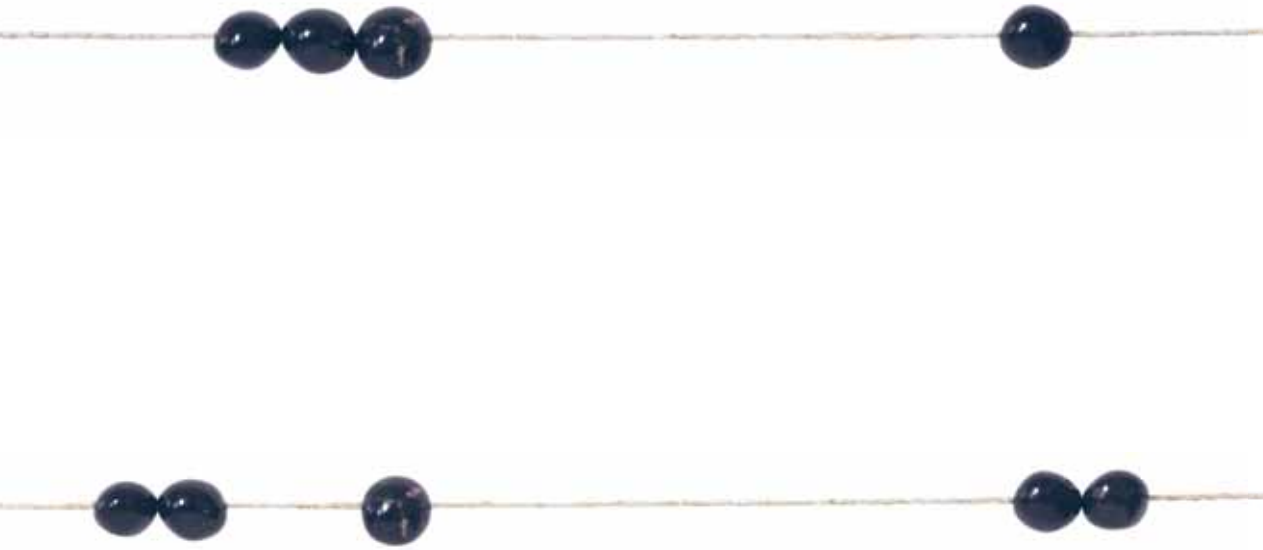
		31.12.2012	31.12.2011
10)	Ammortamenti e svalutazioni:		
a)	ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	978.585	1.369.269
b)	ammortamento delle immobilizzazioni materiali	37.816.100	37.265.031
c)	altre svalutazioni delle immobilizzazioni	0	0
d)	svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	400.000	1.584.212
	Totale (10)	**39.194.685**	**40.218.512**
11)	Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	4.110.159	- 872.980
12)	Accantonamenti per rischi	3.300.000	1.000.000
13)	Altri accantonamenti	4.720.808	3.115.200
14)	Oneri diversi di gestione	14.568.121	14.398.796
	Totale costi della produzione (B)	**961.826.930**	**952.306.652**
	Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)	**-16.725.123**	**-14.125.979**
C)	**PROVENTI E ONERI FINANZIARI**		
15)	Proventi da partecipazioni:		
a)	in imprese controllate	2.160.567	1.000.000
b)	in imprese collegate	8.326	8.326
c)	in altre imprese	659.451	402.144
	Totale (15)	**2.828.344**	**1.410.470**
16)	Altri proventi finanziari:		
a)	da crediti iscritti nelle immobilizzazioni:		
1)	imprese controllate	3.774.506	3.783.972
2)	imprese collegate	103.125	203.109
3)	altre imprese	538.419	698.345
b)	da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni	4.363.312	1.326.723
c)	da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	21.071.397	21.508.125
d)	proventi diversi dai precedenti:		
1)	in imprese controllate	0	0
2)	in imprese collegate	0	0
3)	in altre imprese	18.192.664	9.310.237
	Totale (16)	**48.043.423**	**36.830.511**
17)	Interessi ed altri oneri finanziari:		
a)	verso imprese controllate	51.840	75.104
b)	verso imprese collegate	0	0
C1)	interessi su Prestito sociale	16.069.526	13.091.963
C2)	interessi e altri oneri finanziari diversi	6.104.152	4.446.347
	Totale (17)	**22.225.518**	**17.613.414**
17bis)	Utili e perdite su cambi	-16.265	-14.392
	Totale proventi e oneri finanziari (C) (15+16 -17+17bis)	**28.629.984**	**20.613.175**

		31.12.2012	31.12.2011
D)	**RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE**		
18)	Rivalutazioni:		
a)	di partecipazioni	45.540	0
b)	di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	0	0
c)	di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	1.549.919	263.916
19)	Svalutazioni:		
a)	di partecipazioni	14.949.266	7.359.546
b)	di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	0	177.500
c)	di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	5.331.240	1.321.730
	Totale delle rettifiche (D) (18-19)	**- 18.685.047**	**- 8.594.860**
E)	**PROVENTI E ONERI STRAORDINARI**		
20)	Proventi con separata indicazione delle plusvalenze da alienazioni i cui ricavi non sono iscrivibili al n. 5:		
a)	proventi straordinari	667.799	2.753
b)	plusvalenze da alienazioni	13.562.430	14.646.040
	Totale (20)	**14.230.229**	**14.648.793**
21)	Oneri, con separata indicazione delle minusvalenze da alienazioni, i cui effetti contabili non sono iscrivibili al n. 14), e delle imposte relative a esercizi precedenti:		
a)	oneri straordinari	0	0
b)	imposte esercizi precedenti	- 4.253.862	63.570
c)	minusvalenze da alienazioni	307.206	102.000
	Totale (21)	**- 3.946.656**	**165.570**
	Totale delle partite straordinarie (E) (20-21)	18.176.885	14.483.223
	Risultato prima delle imposte	11.396.699	12.375.559
22)	Imposte sul reddito dell'esercizio:		
a)	imposte correnti	7.600.000	5.100.000
b)	imposte differite o anticipate	- 1.042.672	- 926.913
	Totale (22)	**6.557.328**	**4.173.087**
23)	**UTILE DELL'ESERCIZIO**	**4.839.371**	**8.202.472**

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

	31.12.2012	31.12.2011
Vendite lorde al dettaglio Canale Supermercati	371.559	388.037
Vendite lorde al dettaglio Canale Ipermercati	556.899	533.435
Totale vendite lorde	**928.458**	**921.472**
IVA su vendite	-98.090	-96.197
Totale vendite nette	**830.368**	**825.275**
Costo del venduto	-626.233	-627.222
Margine lordo	**204.135**	**198.053**
Costo del lavoro	-130.829	-128.048
Ammortamenti	-32.040	-32.268
Affitti	-3.919	-3.915
Altri costi	-51.009	-46.209
Totale spese operative	**-217.797**	**-210.440**
Margine operativo	**-13.662**	**-12.387**
Risultato della gestione immobiliare (ord. + straord.)	19.475	18.920
Risultato della gestione finanziaria (ord. + straord.) + prestito	17.020	12.109
Risultato della gestione delle partecipazioni	-15.730	-5.119
Risultato delle poste straordinarie	4.293	-1.148
Risultato prima delle imposte	**11.396**	**12.375**
Imposte di competenza	-6.557	-4.173
Risultato netto di esercizio	**4.839**	**8.202**

Ulteriori informazioni sono fornite se analizziamo lo schema del bilancio economico, riclassificato secondo il contributo delle diverse gestioni al risultato finale.

RENDICONTO DEL VALORE AGGIUNTO

	31.12.2012	%	31.12.2011	%
Vendite lorde	**928.458**	-	**921.472**	-
Proventi finanziari al netto delle rettifiche di valore e interessi su prestito Soci	26.015	-	25.110	
Altri ricavi	29.553	-	31.885	-
Costo merci	-643.413	-	-651.618	-
Costi di servizi ed altri costi d'esercizio	-39.850	-	-34.712	-
VALORE AGGIUNTO PRODOTTO	**300.763**	**100,00**	**292.137**	**100,00**
Così destinato:				
Al lavoro				
Stipendi e contributi previdenziali al lordo delle ritenute fiscali ed accantonamenti TFR, ed altri	128.140	42,60	125.658	43,01
Allo Stato				
IVA	98.090	32,61	96.197	32,93
Altre imposte (ICI, IRES, IRAP, Bollo, Rifiuti, ecc..)	13.333	4,43	9.129	3,12
Ai finanziatori				
Soci, per la remunerazione del deposito a risparmio, al lordo delle ritenute fiscali	16.070	5,34	12.976	4,44
Soci, per la remunerazione del capitale versato	246	0,08	279	0,10
Altri finanziatori, per remunerazione di altri finanziamenti	860	0,29	732	0,25
Alla comunità				
Iniziative sociali, attività didattiche e culturali, sponsorizzazioni	2.119	0,70	1.683	0,58
Valore aggiunto reinvestito				
Ammortamenti	38.795	12,90	38.634	13,22
Accantonamento a riserva (legale e indivisibile L. 59/92)	2.965	0,99	6.635	2,27
Totale	**300.618**	**99,95**	**291.923**	**99,93**
Fondo mutualistico per la promozione e lo sviluppo della Cooperazione (L. 59 / 92)	145	0,05	214	0,07
TOTALE	**300.763**	**100,00**	**292.137**	**100,00**