BILANCIO SOCIALE

SOCI	COMUNITÀ	LAVORATORI	GIOVANI	CONSUMATORI	FORNITORI
2	8	11	14	16	19

quanta coop c'è intorno a te

Un bilancio sempre più partecipato

Quest'anno presentiamo alle assemblee separate un Bilancio sociale in formato tabloid, si sfoglia come un giornale, uno strumento informativo più agile ma altrettanto completo e ricco di notizie, dati e informazioni sulla cooperativa e sui risultati raggiunti nel corso del 2013. Il Bilancio sociale ha una guida di lettura per capitoli (cluster) che raggruppano impegni e attività della cooperativa rivolta ai: soci, comunità, lavoratori, giovani, consumatori, fornitori. L'indice nella parte superiore delle pagine facilita la lettura dei contenuti espressi attraverso testi e tabelle.
Questo lavoro è propedeutico al processo di rendicontazione, del consuntivo e del preventivo, sempre più partecipato che intendiamo sviluppare nel prossimo futuro utilizzando oltre ai classici indicatori: economico, sociale, ambientale anche un indicatore di tipo culturale. È una novità assoluta nel panorama della rendicontazione e nell'approccio della Responsabilità sociale.
L'appuntamento annuale delle assemblee separate di bilancio di Coop Lombardia non è mai stato rituale, nella vita della cooperativa, da trent'anni, le assemblee rappresentano una vera occasione di conoscenza, informazione, partecipazione e infine decisione dei soci sui risultati raggiunti e sulle strategie economiche e sociali della cooperativa. Un esempio di democrazia economica, di coinvolgimento, trasparenza e responsabilità sociale senza pari che rappresenta uno sforzo organizzativo importante per garantire la partecipazione dei soci in tutte le realtà territoriali dove Coop è presente con i propri punti vendita.
I soci durante le assemblee separate potranno verificare i risultati del loro impegno volontario e dell'impegno della cooperativa nei progetti realizzati a sostegno delle giovani generazioni e della scuola, contro lo spreco alimentare, verso gli anziani e gli indigenti, per la sostenibilità ambientale, la cultura, la solidarietà e la legalità. Progetti che attraversano la storia trentennale della Coop esprimono sia la continuità dei valori che la necessaria innovazione per rispondere alle nuove domande sociali. La presenza alle assemblee separate è un modo concreto per partecipare e riconoscersi in questa storia e darle continuità per il futuro.

continua a pag 2

TRENT'ANNI FA NASCEVA LA NOSTRA IDEA DI COOPERATIVA
Da allora Coop si è impegnata per garantire la qualità dei tuoi prodotti,
è stata in prima fila per la tutela dei tuoi diritti,
si è schierata per difendere il tuo ambiente,
e oggi, come allora si impegna per esserti vicino.
Cambiano le sfide, la Coop resta con te.

30 1984—2014 da trent'anni con te coop Lombardia

INSERTO PAGINE CENTRALI
Conto economico 2013

Bilancio Sociale in cifre

a pag 11

Un bilancio sempre più partecipato

continua da pag 1

LA COOPERATIVA COMPIE TRENTA ANNI

Quest'anno Coop Lombardia compie 30 anni, un anniversario importante che vogliamo festeggiare insieme ai nostri soci. Il successo di Coop Lombardia, così cresciuta dal 1984, dimostra la forza del modello cooperativo – efficace e produttivo - che alla prova dei fatti e della crisi economica e sociale che attraversa l'Italia da alcuni anni, ha retto meglio di altri. Fin dall'inizio Coop Lombardia, nel sistema Coop, è stata la cooperativa che ha sperimentato di più, promuovendo i temi del consumo consapevole, introducendo il concetto di socio volontario e ideando e realizzando il format del punto vendita. Ha condotto – e vinto - battaglie di avanguardia per la convenienza, per la sicurezza, la qualità alimentare, esse oggi fanno parte del nostro presente, sono risultati acquisiti, ma che 30 anni fa non lo erano. Celebrare i trent'anni di Coop Lombardia non vuol dire però parlare di passato, ma prendere spunto dai risultati raggiunti per guardare avanti e costruire – insieme ai nostri soci - un futuro più sicuro, sostenibile e tecnologicamente avanzato.

RAGGIUNTO IL TRAGUARDO DI UN MILIONE DI SOCI

I nostri soci nel 2013 sono aumentati significativamente anche grazie all'apporto importante dei nuovi supermercati e ipermercati in provincia di Bergamo, consentendoci di raggiungere e superare il milione di soci, un bel regalo di compleanno per il nostro trentesimo. Altrettanto importanti sono i numeri dei soci prestatori che superano i 100.000 e rappresentano circa il 10% del corpo sociale.

L'ANNO 2013, IL CONTESTO ECONOMICO E I RISULTATI DELLA COOPERATIVA

Il 2013 è stato un anno difficile, forse il più difficile dall'inizio della crisi che ha avuto pesanti effetti anche sui consumi, in calo da sei anni e che quest'anno registrano un -2,1%. La ripresa più volte promessa tarda ad arrivare e la recessione ha acuito i problemi delle famiglie e delle persone.
Coop ha cercato anche quest'anno di confermarsi come punto di riferimento per le famiglie italiane sia in campo commerciale, con le scelte a tutela della qualità e sicurezza degli acquisti alimentari, della salute, della convenienza, sia per le attività sociali e culturali che caratterizzano la nostra missione cooperativa.
In un contesto così complesso Coop Lombardia ha chiuso il 2013 con un risultato positivo di bilancio pari a 11,5 milioni prima delle imposte - che quest'anno pesano in maniera prevalente, portando a un utile netto di 3,2 milioni di euro. Un risultato complessivamente soddisfacente dato il contesto economico in cui è stato raggiunto, che è stato ancora una volta sostenuto da un'accorta gestione delle risorse immobiliari e finanziarie della Cooperativa. I risultati economici dell'attività caratteristica restano invece critici e oggetto di grande attenzione da parte della cooperativa impegnata nell'attuazione di un Piano Triennale, avviato nel 2012, che ha come suoi obiettivi: la riorganizzazione del lavoro; lo sviluppo della cooperativa; l'uscita dalle società partecipate.

L'IMPEGNO PER LO SVILUPPO E L'OCCUPAZIONE

Gli interventi per lo sviluppo sono stati caratterizzati da uno straordinario impegno per consolidare la presenza di Coop Lombardia nella provincia di Bergamo, che si è concretizzato nell'apertura del nuovo superstore a Trescore Balneario e nell'acquisizione a settembre degli ipermercati di Mapello e Treviglio. Si è in questo modo rafforzata la nostra presenza in un territorio in cui avevamo da tempo una assenza da colmare, consentendoci di diventare tra i primi operatori anche in questa area della Lombardia. Grazie a queste operazioni Coop Lombardia è stata capace di creare occupazione: sono più di 300 i nuovi dipendenti, un dato importante pensando al contesto economico di riferimento, ancor di più se consideriamo che i dipendenti degli ipermercati acquisiti erano in cassa integrazione e a rischio di perdere il loro posto di lavoro.
La valorizzazione dei dipendenti, delle loro competenze e la qualità e sicurezza del lavoro sono aspetti fondamentali per la cooperativa, questa attenzione non si limita al luogo di lavoro ma riguarda anche le nuove iniziative intraprese nel corso del 2013 a sostegno del reddito e a tutela dei bisogni sociali.
Il nostro ruolo nell'economia italiana e nella grande distribuzione è un patrimonio di qualità, sicurezza, garanzia di convenienza e innovazione per i consumatori, di attenzione e impegno sociale che non ha confronto, per questo anche grazie ai risultati fino ad oggi raggiunti guardiamo al futuro con grande fiducia.

Guido Galardi
Presidente Coop Lombardia
Daniele Ferrè
Vice Presidente Coop Lombardia

identità e valori

Convenienza, attenzione ai consumi, sensibilità verso l'ambiente e responsabilità sociale. Cinque parole che descrivono l'essenza di Coop Lombardia, l'impresa cooperativa leader della Grande Distribuzione Organizzata che da 30 anni mette il valore oltre il profitto.

La caratteristica che distingue l'attività della cooperativa è il principio di mutualità. Per questo Coop Lombardia non è un'impresa come le altre perché l'interesse dei soci e dei consumatori coincide con il suo scopo sociale.

Garantire la sicurezza dei prodotti e il miglior rapporto qualità – convenienza è l'obiettivo che la cooperativa persegue da sempre, attraverso un solido meccanismo di tutela su più fronti, dalla politica commerciale alle iniziative e alle risorse destinate all'impegno sociale e alla solidarietà.

Questi elementi distintivi hanno reso Coop Lombardia un'organizzazione molto speciale che ha saputo salvaguardare la centralità delle persone, dei loro bisogni e dei loro diritti, valori originari di un'esperienza di cooperazione e imprenditorialità fortemente radicata nella storia che, in più di un secolo e mezzo, l'ha resa prima organizzazione distributiva nazionale.
Coop Lombardia s'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

Partecipazione e ruolo attivo dei soci sono i pilastri sui quali si fonda il modello organizzativo di Coop Lombardia, una struttura che attraverso gli organi di governo, favorisce il rafforzamento e la realizzazione della responsabilità sociale d'impresa.
La cooperativa persegue lo scopo mutualistico e opera senza alcuna finalità di speculazione privata svolgendo la propria attività nel rispetto della trasparenza e dei principi previsti dall'art. 45 della Costituzione italiana.

GLI ORGANI SOCIALI DI COOP LOMBARDIA

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. Nel 2013 sono avvenute le elezioni del nuovo consiglio che resterà in carica fino al 2015.

Presidente
Galardi Guido

Vice Presidente
Ferré Daniele

Consiglieri
Bella Fulvio
Bignami Massimiliano
Bonecchi Valerio
Boni Corrado
Brambilla Lella
Ceccarelli Bruno
Croci Maria
Di Giuseppe Patrizia
Faiferri Daniela
Falcone Elena
Figini Paolo
Gatti Luigi Battista
Guida Maria Grazia
Magani Giuseppe
Mainardi Cesare
Matteotti Idanna
Moretti Giovanni
Parzani Carlo
Piantelli Annamaria
Preite Daniela
Ramaioli Patrizia
Romé Fiorenzo
Ronzani Serena

COLLEGIO SINDACALE

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

Presidente
Vergallo Italo Bruno

Sindaci effettivi
Ballerini Armando
Chigioni Giancarlo

Sindaci supplenti
Panzetti Attilio Pietro
Garbagnati Fulvio

SOCI

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

COMITATO ETICO

È l'organismo che presidia il rispetto del codice etico e in generale i temi di coerenza tra etica e gestione. Resta in carica tre anni ed è eletto dal consiglio generale dei soci.

Componenti Comitato Etico
Ambrosetti Silvano
D'Amico Simonetta
Maestrelli Ernesto

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.

ORGANISMO DI VIGILANZA

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

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.

sistema Coop

Coop Lombardia fa parte di una struttura cooperativa più complessa, il Sistema Coop, una realtà che opera a livello nazionale nella quale confluiscono le attività di cooperative, consorzi ed enti che uniscono le proprie aree di attività per sostenere un progetto comune. L'azione delle cooperative sul territorio nazionale è supportata da alcune organizzazioni che completano e sostengono il sistema stesso e ne sostengono le esigenze commerciali, strutturali e sociali.

DISTRETTI TERRITORIALI
Coop Italia è suddivisa in tre Distretti territoriali (Nord Ovest, Adriatico e Tirrenico) all'interno dei quali operano tre consorzi di area ai quali è affidata la gestione centralizzata dei servizi logistici, commerciali, informativi e amministrativi delle associate. A questi tre distretti territoriali fanno capo le nove grandi cooperative di consumo, oltre a 12 medie cooperative e a 88 cooperative minori.

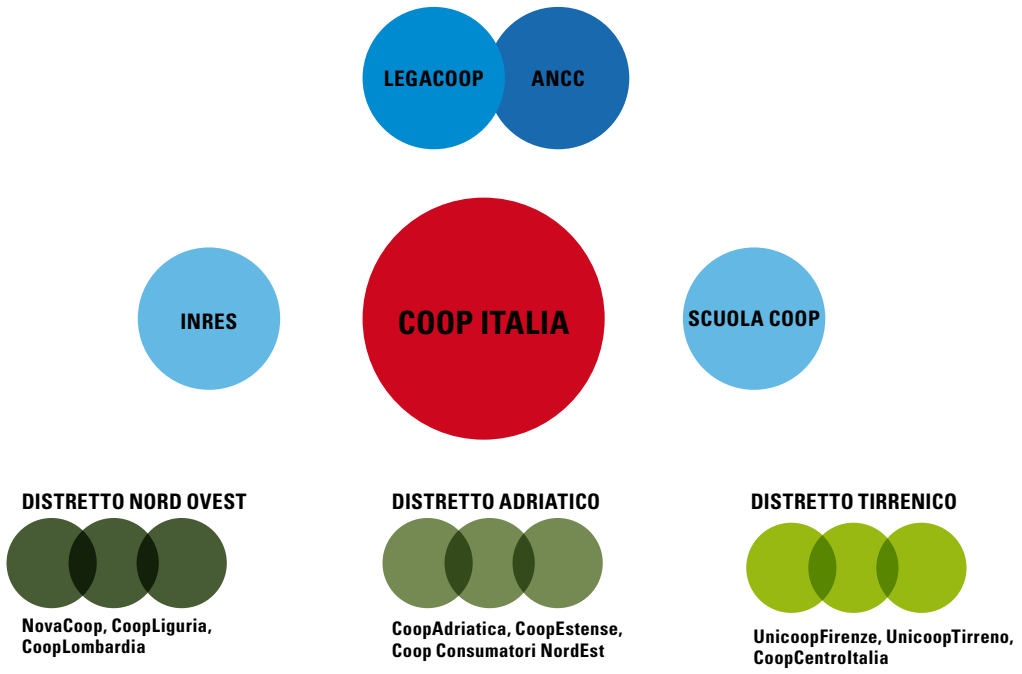
LEGA NAZIONALE DELLE COOPERATIVE E MUTUE (LEGACOOP)
Legacoop è l'associazione di tutela e rappresentanza delle cooperative. Opera affinché gli associati svolgano la funzione sociale riconosciuta alla cooperazione dall'art. 45 della Costituzione ed esercita su di essi la vigilanza prevista dal D.Lgs. 220/2002. Attraverso le associazioni di settore, Legacoop opera in molteplici attività e promuove la nascita di nuove iniziative cooperative attraverso il proprio fondo mutualistico.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELLE COOPERATIVE CONSUMATORI (ANCC-COOP)
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. Rappresenta le cooperative presso enti, istituzioni e associazioni, favorisce lo sviluppo della cooperazione, vigila sui comportamenti delle imprese associate e le vincola al rispetto di obblighi e doveri.

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'attività commerciale del consorzio.

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.

ISTITUTO NAZIONALE CONSULENZA, PROGETTAZIONE, INGEGNERIA (INRES)
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.



stakeholders

L'insieme delle attività che Coop Lombardia svolge sono sempre orientate al coinvolgimento di un insieme di soggetti e realtà collettive che ne influenzano l'azione. Questi soggetti prendono il nome di portatori di interesse, o stakeholder, e verso di loro è rivolta l'attenzione della cooperativa.

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.

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.

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.

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.

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.

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

Partecipazione, impegno e decisione sulle scelte della cooperativa. Questi sono i ruoli fondamentali che identificano i soci, proprietari e principali beneficiari dell'agire di Coop Lombardia e motore che alimenta l'attività e la mission. Attraverso Il principio democratico "una testa un voto" esercitato nel corso delle Assemblee, i soci, partecipano in prima persona, alla gestione della cooperativa. Le Assemblee sono l'organo statutario che delibera sui principali argomenti dell'attività cooperativa e sono disciplinate dagli articoli 26 e seguenti dello Statuto di Coop Lombardia. Permettono ai soci di decidere in materia di approvazione del bilancio e dei programmi strategici annuali e pluriennali, nomina e definizione dei compensi del Consiglio di Amministrazione e del Collegio sindacale, composizione della Commissione elettorale, accettazione e modifica di regolamenti specifici e statutari. Attraverso il voto espresso nelle Assemblee separate, i soci nominano i delegati territoriali che, - con la possibilità di esprimere 5 voti -, partecipano all'Assemblea generale sede nella quale avvengono le decisioni relative alle materie stabilite dallo Statuto. Grazie all'impegno del settore soci e dei comitati, il 2013 ha registrato un'altissima partecipazione alle Assemblee separate.

PARTECIPANTI ALLE ASSEMBLEE SEPARATE 2013*	
Bergamo	304
Brescia	503
Como	568
Cremona	1702
Lodi	323
Milano	7.788
Monza Brianza	588
Pavia	782
Varese	706
Totale	**13.264**

*dati accorpati per provincia

BERGAMO

Nella provincia di Bergamo fino a due anni fa non erano presenti negozi di Coop Lombardia. L'apertura del superstore di Bergamo in via Autostrada nel 2012 ha avviato una straordinaria progressione della presenza della cooperativa. Nel corso del 2013 nel mese di marzo si è inaugurato il supermercato a Trescore Balneario e a settembre, con l'acquisizione di due ipermercati di un'altra insegna, il posizionamento commerciale di Coop è diventato significativo. La cooperativa ha trovato terreno fertile tra i cittadini bergamaschi che hanno risposto molto positivamente alla campagna soci diventati, alla fine del 2013, oltre 38.000.

ZONE E COMITATI SOCI

La partecipazione sul territorio si sviluppa soprattutto attraverso iniziative di associazionismo che coinvolgono da vicino le comunità in cui si svolgono. L'attività dei soci è distribuita in 35 zone che raggruppano gli iscritti ai punti vendita, definite con delibera del Consiglio di Amministrazione, l'organo esecutivo incaricato dell'attuazione dei programmi e degli obiettivi di Coop Lombardia. All'interno delle zone, i soci sono organizzati in Comitati, strutture che perseguono gli obiettivi dichiarati dallo Statuto di Coop Lombardia e compongono i due terzi del Consiglio di Amministrazione. I Comitati, composti da volontari eletti democraticamente ogni tre anni, si impegnano per favorire la partecipazione alla vita cooperativa. Organizzando iniziative socioculturali, educative e di solidarietà che favoriscono la socializzazione e l'incontro tra persone, contribuiscono a migliorare la qualità dei territori in cui agiscono.

COMPOSIZIONE ANAGRAFICA

RAGGIUNTO E SUPERATO L'OBIETTIVO DI UN MILIONE

I soci di Coop Lombardia hanno superato quota un milione. In occasione del trentennale della cooperativa questo dato, più di altri, fotografa il dinamismo e la capacità di competere, in un territorio molto difficile per la Grande Distribuzione con lo sviluppo della nostra attività caratteristica e la diffusione dei valori mutualistici e cooperativi. In trent'anni la capacità di innovare restando fedeli ai valori di impresa cooperativa è stata dunque la ricetta che ha consentito a Coop Lombardia di costruire sviluppo, occupazione e reale scambio mutualistico coi soci.

SEGMENTI	TOTALE	SOCI	NUOVI SOCI 2013
Genere	donne	565.244	27.726
	uomini	440.553	38.410
	persone giuridiche	55	
	Totale	**1.005.852**	**66.136**
Età	< 30 anni	26.144	7.249
	31 - 40 anni	129.552	15.386
	41 - 50 anni	241.320	16.770
	51 - 60 anni	208.460	12.363
	> 60 anni	400.321	14.368
	Totale	**1.005.797**	**66.136**
Nazionalità	Italiani	916.318	58.005
	Stranieri	89.479	8.131
Anno d'iscrizione	Prima del 1980	22.440	----
	Dall'80 al '90	84.807	----
	Dall'91 al '00	269.886	----
	Dall'01 al '13	628.664	----
	Totale	**1.005.797**	**----**

LE ATTIVITÀ DEI COMITATI NEI TERRITORI

I soci attivi volontari sono una risorsa unica e preziosa della Coop, lo dimostrano le centinaia di iniziative realizzate nei territori dai comitati soci e dalle attività dei centri socio culturali di Novate Milanese, di Cremona e Brescia nonché degli spazi "ScopriCoop" di Milano in Via Arona e Baggio, di Varese e Bergamo.

Tra le tante meritevoli attività ricordiamo:

- **la partecipazione attiva alle "Feste del socio" nei punti vendita, un altro esempio virtuoso della collaborazione tra la gestione commerciale e l'attività sociale;**
- **la seconda edizione del Concorso musicale intitolato ad Antonio Bertolini rivolto a giovani talenti della musica classica che si è svolto tra il 23 e il 26 maggio a Milano;**
- **la produzione dello spettacolo teatrale "Turisti non per caso" che ha esordito nel mese di Aprile al Teatro Ariberto, realizzato dalla compagnia Alma Rosè lo spettacolo si è ispirato al ventennale progetto di Coop Lombardia in Burkina Faso;**
- **l'impegno per la riforestazione e la messa a dimora di centinaia di alberi nell'oasi Le Bine di Cremona;**
- **gli incontri culturali, i corsi più diversi: di cucina, di fotografia, di lingua italiana per donne straniere;**
- **i corsi de "la spesa che non pesa" e la declinazione rivolta agli adulti delle attività del consumo consapevole;**
- **gli incontri propedeutici alle visite di mostre e musei;**
- **le gite dai produttori e in città d'arte;**
- **innumerevoli iniziative culturali: musica, cinema, teatro, letteratura, arti figurative organizzate direttamente e in collaborazione con associazioni presenti nel territorio.**

GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE PER I SOCI

Per partecipare attivamente ed essere informati sulle attività della cooperativa, i soci possono sempre contare sul mensile Consumatori, il portale Partecipacoop.org e la pagina Facebook di Coop Lombardia, importanti mezzi di comunicazione che anche nel 2013 hanno permesso loro di essere sempre aggiornati e collegati con la comunità cooperativa.

servizi

L'attenzione verso la creazione di valore aggiunto per i soci e per le generazioni future, si rispecchia nella rete dei servizi che Coop Lombardia ha creato per offrire una risposta ai bisogni e alle esigenze della quotidianità. Il Prestito Sociale, servizi alternativi per il rifornimento, la telefonia e la gestione delle spese casalinghe, promozione della cultura e iniziative per il tempo libero, difesa della salute e del benessere, un'ampia offerta che conferma la centralità della persona nell'attività della cooperativa.

PRESTITO SOCIALE

Prestito Sociale è una forma di deposito conveniente e flessibile, permette di investire in modo trasparente e sicuro nel rispetto dello Statuto di Coop Lombardia e del Regolamento che garantisce i depositi. L'impegno che la cooperativa ha perseguito nel 2013 è stato quello di dare ai soci prestatori un servizio sempre più concreto di trasparenza, di sicurezza, di fruibilità, oltre che di convenienza e di qualità. Questi obiettivi hanno determinato il successo del Prestito Sociale che si conferma come uno dei servizi di maggior successo. L'insieme delle azioni e delle attività svolte a sostegno dei soci prestatori, concretizzano ancora una volta il ruolo mutualistico, di sostegno e di tutela svolto dalla cooperativa.
Nonostante la progressiva contrazione dei tassi d'interesse dei principali prodotti di investimento e dei tassi di riferimento, la cooperativa nel corso del 2013 ha mantenuto invariata la remunerazione del Prestito Sociale, privilegiando i depositi medio bassi ma garantendo altrettanto una buona remunerazione ai soci prestatori con depositi medio-alti.

AL 31 DICEMBRE	2013
Soci prestatori	**107.192**
Libretti attivi	**113.247**

TASSI (LORDI) IN VIGORE DAL 1 GENNAIO AL 31 DICEMBRE 2013		
Fino a 4.000,00 euro	1,50% (lordo)	1,20% (netto)
Da 4.000,01 a 17.000,00 euro	1,80% (lordo)	1,44% (netto)
Da 17.000,01 a 36.000,00 euro*	2,50% (lordo)	2,00% (netto)

*** dal 1 dicembre 2013 il limite di raccolta è passato da 35.000,00 a 36.000,00**

Nel corso del 2013 sono state effettuate oltre **770 mila** operazioni di versamento e di prelievo, presso gli Uffici Soci presenti in tutti i punti vendita della Cooperativa, per una media di **2.470 contatti giornalieri**.

LE CARTE DI PAGAMENTO DEL PRESTITO SOCIALE

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

RI_MONEY

Si conferma il successo e l'apprezzamento per la carta Ri_money, la ricaricabile completamente gratuita per i soci prestatori, emessa da Unipol Banca e accessibile direttamente presso gli Uffici Soci della cooperativa. Le nuove carte emesse nel 2013 sono state 2.462, che hanno portato i soci prestatori possessori della carta a un totale di 6.132.

SOCIO COOP DI PIÙ

Offre il servizio gratuito di addebito della spesa direttamente sul Libretto permette al socio di raccogliere i punti e accedere agli sconti, contribuisce a rendere più moderno, fruibile e sicuro l'istituto del Prestito Sociale. Nel 2013 sono state emesse 440 nuove carte ed è stato raggiunto un totale di 8.545.

POLIZZE E FINANZIAMENTI

Il progetto di rinnovamento e sviluppo dell'attività di offerta di prodotti d'investimento, è proseguito anche nel 2013. I servizi offerti riguardano prevalentemente polizze vita e di finanziamento (mutui per la casa e prestiti personali di Unipol Banca), che affiancano e completano il Prestito Sociale. Il servizio, svolto esclusivamente da personale specializzato e normativamente formato, è attivo nella maggior parte dei punti vendita Coop Lombardia. Grazie agli ottimi risultati del 2013, sono stati conclusi 937 contratti a fonte di 596 contratti conclusi nel 2012 (+341).

SOCI PRESTATORI NEWS E PROMOZIONI

Nel 2013 l'esperienza del Prestito Sociale è stata arricchita da un nuovo strumento di comunicazione. "Soci prestatori News" è una newsletter esclusiva che fornisce ai soci prestatori tutte le informazioni sulle scelte della cooperativa e sugli andamenti del servizio. Accanto a questa novità, nel corso dell'anno, verso i soci prestatori è stata indirizzata anche una promozione sulla spesa. L'utilizzo di oltre 44.000 buoni sconto, ha dimostrato il gradimento verso l'iniziativa.

SOLO PER TE

Promozione della cultura, iniziative per il tempo libero, sostegno alla salute. Ogni anno la a rete dei servizi Coop offre convenzioni rivolte ai soci per il benessere della persona e della famiglia. Organizzate nel pratico catalogo, le proposte anche nel 2013 sono state apprezzate dai soci per la convenienza e la varietà. Ad esempio oltre **3.000 soci** hanno apprezzato le convenzioni per la prevenzione e la tutela della salute come l'adesione alla Mutua Insieme salute o le visite al centro medico Santagostino; **oltre 19.500 soci** hanno usufruito dell'assistenza fiscale presso i centri CAAF; circa **1.200 soci** hanno usufruito del servizio di Orientamento legale; **oltre 1.000 soci** hanno utilizzato la convenzione per la manutenzione delle caldaie; nei parchi di Minitalia e della Preistoria sono andati **4.300 soci**. Più difficili le stime per l'utilizzo della tessera soci per le convenzioni con enti culturali, per l'ingresso nei teatri, cinema, spettacoli e concerti, perché gli sconti ai soci sono accomunati ai biglietti ridotti.

COOP VOCE

È il servizio di telefonia semplice e conveniente con un valore in più. Coop Voce riserva ai soci soluzioni e tariffe competitive con il vantaggio della convenienza e della qualità che caratterizzano i valori cooperativi. Rivolto alle persone e alle imprese, il servizio propone interessanti soluzioni per il traffico telefonico e internet offrendo frequenti promozioni per gli utenti, agevolazioni per i nuovi clienti e la possibilità di ricaricare la sim semplicemente facendo la spesa. Tutte le informazioni relative al servizio sono disponibili sul sito www.coopvoce.it e negli Uffici Soci dei punti vendita, dove è anche possibile attivare una nuova sim Coop Voce o trasferire il proprio profilo da un altro operatore presentando un documento d'identità, il codice fiscale e la carta sociocoop. Nel corso del 2013 Coop Voce ha raggiunto e superato il milione di clienti. In Lombardia sono state fino ad ora attivate **101.378 Sim,** i **clienti attivi** nel 2013 **sono 44.722**.

BOLLETTE ALLA CASSA

Coop si conferma ancora una volta innovatrice nel campo dei servizi.
Energia elettrica, gas, acqua, telefono, con il servizio Bollette alla cassa nei punti vendita Coop è possibile pagare tutti i tipi di utenze grazie al codice a barre presente sul bollettino.
Molto pratico e veloce, il pagamento viene fatto direttamente alla cassa al costo estremamente conveniente di **0,50 euro per i soci** e 1 euro per i non soci. Avviata nel punto vendita di Novate Milanese nel 2011, è stata implementata in tutto il canale supermercati e dal 2012 nel canale ipermercati.
Anche nel 2013 il servizio ha confermato un trend in crescita.

ENERCOOP - DISTRIBUZIONE DI CARBURANTI

Inaugurato a Cantù nel novembre 2012, Enercoop è la stata la prima stazione di servizio carburanti di Coop Lombardia. L'obiettivo del progetto è stato quello di affiancare ai centri commerciali stazioni di servizio evolute e altamente automatizzate, in grado di praticare prezzi estremamente concorrenziali e contribuire così a rallentare l'aumento dei prezzi dei carburanti.
La stazione di servizio occupa un'area di circa **2.600 mq** e prevede due tipologie di funzionamento. Nelle ore diurne è in funzione un sistema self service con pagamento presso le casse della stazione, nelle ore notturne è attivo il sistema "pre-pay".
Nel 2013, il primo a regime per la gestione della stazione di servizio, sono stati erogati complessivamente oltre **21 milioni di litri di carburanti** (benzina, gasolio, metano), conseguendo volumi di vendita di oltre **33 milioni di euro**, con prezzi al litro fortemente competitivi rispetto al mercato di riferimento. Un risultato positivo che ha dato la possibilità di pianificare nel 2014 l'apertura di una seconda stazione di servizio di circa 2700 mq adiacente l'ipermercato di Mapello (BG).

CORNER SALUTE

Nei **12 Corner Salute** Coop della Lombardia sono presenti 2 farmaci a marchio tra i più importanti nel mercato OTC/SOP, l'acido acetilsalicilico e acido ascorbico Coop 20 compresse (330 + 200 mg) e il paracetamolo Coop 20 compresse (500 mg). Il risparmio complessivamente generato per i consumatori dall'acquisto dei 2 farmaci Coop, a livello nazionale, rispetto all'acquisto dei brand di riferimento, è stato nell'anno di oltre **550.000 euro.**

NUMERO BOLLETTE	SOCI	NON SOCI
SUPER	85.590	8.139
IPER	67.124	3.592
Totale	**152.714**	**11.731**
NUMERO TOTALE BOLLETTE		**164.445**
VALORE MEDIO COMMISSIONE		**€ 0,54**
VALORE MEDIO BOLLETTA		**€ 87,72**

coltivare responsabilità
insieme contro la violenza
buon fine
due mani in più
benevenuto in sei lingue
concorso fotografico
fa' la cosa giusta!
farsi prossimo e m'ama food
boschi e foreste
papa j23
ambiente
progetto energia
progetto eco courts
magazine coop non spreca

Nel corso del 2013 l'impegno sociale di Coop Lombardia ha consolidato importanti progetti e sviluppato nuove iniziative verso i soci – che hanno raggiunto e superato lo storico traguardo di un milione – e verso le comunità nelle quali è attiva. Mutualità e cooperazione sviluppando il tema del cibo hanno guidato obiettivi e iniziative locali e più generali sui temi della legalità, dell'integrazione, della pace, della solidarietà, della sostenibilità, la cultura e la scuola, tematiche che si sono intrecciate virtuosamente alla nostra missione cooperativa e che hanno rafforzato la collaborazione e l'integrazione tra progetti sociali e attività commerciali.

Il cibo è anche il filo conduttore dell'appuntamento internazionale di EXPO 2015 che ci impegna direttamente come "food distribution partner" ruolo che abbiamo ottenuto attraverso una gara pubblica e che porterà alla realizzazione del supermercato del futuro.

coltivare responsabilità

Insieme a Libera, l'associazione fondata da don Ciotti, si è particolarmente caratterizzata l'iniziativa sociale di Coop Lombardia durante il 2013, dalla partecipazione dei comitati soci alla giornata della memoria e dell'impegno in ricordo delle vittime delle mafie, il 16 marzo a Firenze, fino alla organizzazione dei campi di volontariato "E!STATE LIBERI" a Castelvetrano, in provincia di Trapani e l'avvio del gruppo di interesse "coltivare responsabilità" da parte dei comitato soci. Protagonisti dei due campi, che si sono svolti a giugno e settembre, sono stati soci e dipendenti che hanno vissuto una intensa esperienza a sostegno della nascente cooperativa "le terre di Rita Atria".
Nelle terre confiscate alla mafia le cooperative di Libera Terra coltivano e producono eccellenti prodotti distribuiti da Coop che abbiamo raccontato anche attraverso lo spettacolo teatrale "mafie in pentola" (organizzato dai comitati soci nelle città lombarde).

Il sostegno alle cooperative di Libera Terra si è concretizzato con il progetto "adotta un ulivo", rilanciato a cavallo tra il 2013 e i primi mesi del 2014, con l'emissione delle carte solidali e in modo significativo grazie alla "sagra del giusto". I risultati della partecipazione dei dipendenti e dei soci per questa iniziativa si sono tradotti in straordinari risultati commerciali, dimostrando quanto sia importante la condivisione dei progetti sociali legandoli alla attività caratteristica della cooperativa.

Il sostegno alla cooperativa "le terre di Rita Atria" ha attivato energie e idee innovative come ad esempio lo sviluppo del progetto di recupero dell'olio alimentare domestico usato (fritture e conserve) da effettuare direttamente nei punti vendita Coop, perché non è strutturata una efficiente raccolta differenziata di questa frazione dei rifiuti, in questo modo evitando i gravi danni ambientali derivati dallo sversamento nei lavabi. Il progetto da tempo proposto da Coop Lombardia alle pubbliche amministrazioni ha portato alla fine dell'anno 2013 alla firma di un protocollo di intesa tra numerosi soggetti pubblici e privati: la Provincia di Pavia e le aziende municipalizzate dei comuni di Pavia, Vigevano e Voghera, l'Università di Pavia, l'associazione Italia Nostra, Coop Lombardia e la società Due Maich. Il protocollo prevede il recupero dell'olio vegetale nei punti vendita, grazie al recupero una quota parte dell'utile derivante da questa attività verrà destinato al sostegno della cooperativa di Libera Terra che opera negli uliveti confiscati alla mafia in provincia di Trapani.

insieme contro la violenza

Per la giornata internazionale contro la violenza sulle donne, 25 novembre, Coop Lombardia ha realizzato una campagna di comunicazione e sensibilizzazione in partnership con l'Associazione SVS Donna Aiuta Donna e l'Istituto Europeo di Design di Milano. La campagna finalizzata alla sensibilizzazione del problema del femminicidio tra i soci, i clienti e i dipendenti e per una raccolta fondi a sostegno dell'Associazione si è avvalsa di una serie di cartoline, shopper e segnalibri progettati da una studentessa dello IED. Inoltre in tutti i punti vendita è stata allestita una cassa riservandola al "posto occupato" da una donna che non c'è più, un gesto simbolico e nello stesso tempo concreto, dedicato a tutte le donne vittime di violenza. Il punto vendita è così diventato non solo luogo di distribuzione del materiale informativo della campagna contro la violenza alle donne, ma esempio visibile e luogo di denuncia del femminicidio.

buon fine

L'IMPEGNO CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE
Il progetto Coop di cessione gratuita delle eccedenze è a carattere nazionale, con una forte valenza locale. Coop Lombardia ha esteso i punti vendita coinvolti nel recupero dei prodotti vicini alla scadenza, passando da 37 del 2012 a **43 nel 2013**.
La merce alimentare recuperata viene consegnata alle associazioni del territorio, queste a loro volta provvedono a riutilizzare direttamente in centri cucina e mense gli alimenti, preparando pasti per le persone assistite o in alcuni casi a smistare gli alimenti a famiglie bisognose ed a comunità alloggio.
Gli aspetti sociali, ambientali e culturali del progetto hanno un'importanza centrale.
Per la gestione di un progetto di tale portata è richiesto un investimento notevole da parte di Coop, in termini di personale dedicato, di ore lavoro per la preparazione e consegna dei beni e per le complesse procedure amministrative e burocratiche connesse. Per questa ragione è stato istituito un gruppo nazionale di lavoro, coordinato da ANCC, per valorizzare il progetto e razionalizzare il più possibile le procedure di gestione, chiarire il quadro normativo e i relativi nodi critici presenti, come ad esempio la possibile donazione del pane, che abbiamo sperimentalmente avviato, dal gennaio 2013, presso il punto vendita di via Arona a Milano.

NEL 2013 SONO ANDATI A BUON FINE	
prodotti alimentari recuperati	kg. 546.982
valore alla vendita dei prodotti	€ 2.910.806
numero delle persone assistite	3.500
numero pasti erogati	1.250.000
punti vendita coinvolti	43
onlus convenzionate	69

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.

I NUMERI DI DUE MANI IN PIÙ	
Spese consegnate	8.750
Persone anziani/e fruitori del servizio	356

libro di benvenuto dei soci in sei lingue

Oltre il 10% dei cittadini lombardi sono immigrati che provengono da tutti i continenti, l'immigrazione è uno dei più importanti fenomeni sociali, economici, culturali contemporanei, è un fattore di trasformazione profonda della società italiana.
Saper riconoscere il valore umano, culturale e sociale derivante da questi nuovi cittadini è uno degli obiettivi che ci siamo posti partendo dalla necessità di comunicare chi siamo e traducendo in sei lingue (più l'italiano) il libro di benvenuto per i soci Coop: arabo, cinese, rumeno, inglese, spagnolo e francese.
Il libro oltre a contenere una breve descrizione della cooperativa e del significato di essere socio, consente di far conoscere i nostri valori attraverso i documenti fondamentali come lo Statuto, la Carta dei Valori ed il Codice Etico.

BOSCHI E FORESTE

Nel 2013 si è conclusa la campagna avviata nel 2012 con la piantumazione delle 10.000 piante donate da Coop in 9 oasi italiane individuate e gestite da WWF e Lipu.
Coop Lombardia ha aderito alla campagna Boschi Foreste, partecipando alla riforestazione della Riserva Naturale Le Bine, riconosciuta come Sito di Importanza Comunitaria (S.I.C.) per la salvaguardia delle aree con specie ed habitat prioritari a livello continentale.
La Riserva si trova al confine fra le province di Mantova e Cremona, lungo il basso corso del fiume Oglio.
In questo ambiente, sono state individuate alcune aree di riforestazione nelle quali sono state messe a dimora delle piante, coinvolgendo alcune classi dell'Istituto di Agraria "Stanga" di Cremona e i volontari dell'Associazione "Operazione Mato Grosso".

farsi prossimo e m'ama food

Dai valori cooperativi e dalla nostra missione è semplice passare al legame con il cibo e i sapori del mondo, perché siamo convinti che questo approccio renda possibile abbattere i confini e le barriere che separano popoli e culture. Per questo su consumatori abbiamo ospitato e sostenuto tra gli altri l'esperienza del consorzio cooperativo **Farsi Prossimo** e di **M'ama Food**: una attività di catering che offre prelibatezze da tutto il mondo, realizzate dalle donne rifugiate che lavorano nella cooperativa, che viene raccontata attraverso le ricette. Un'occasione di integrazione sociale e un'esperienza lavorativa, dove ogni donna propone le ricette del proprio Paese, adattate al gusto mediterraneo, ma senza perdere l'originalità dei sapori lontani che molti comitati soci hanno promosso attraverso numerose occasioni conviviali.

concorso fotografico

La fotografia che racconta la quotidianità negli scatti di **oltre 1.600 soci** e non soci che hanno partecipato al sesto concorso di Coop Lombardia. La ricerca del particolare, la bellezza di un momento, l'attimo che sospende la routine giornaliera, questo è il significato di "24 ore. Straordinario Quotidiano" il tema scelto per l'edizione 2013 di un concorso che ha fotografato gli istanti che scandiscono lo scorrere di ogni giorno.
La giuria, composta da membri di Coop Lombardia e dell'agenzia fotografica Contrasto, ha selezionato **264 immagini** che sono state messe in mostra come di consueto nell'area dedicata dello Spazio Coop, nel corso della Festa Democratica di Milano e presso la Fondazione Forma per la Fotografia, sede storica che ha ospitato la premiazione dei **16 vincitori**. Durante la mostra, accanto alle immagini delle categorie soci, amici di soci e non soci, è stata organizzata una sezione speciale dedicata alla categoria dipendenti con un video che raccoglie tutte le foto presentate al concorso. I visitatori hanno inoltre avuto la possibilità di votare il loro scatto preferito, a cui è stato attribuito lo speciale premio "immagine più votata dal pubblico".

LO STRAORDINARIO QUOTIDIANO

fa' la cosa giusta!

Organizzata a Fieramilanocity da Terre di mezzo Eventi e Insieme nelle Terre di mezzo onlus, la fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili **Fa' la cosa giusta!** - la più importante nel panorama italiano - ha raggiunto la decima edizione. La partecipazione e il sostegno di Coop Lombardia e dei soci che hanno accompagnato la crescita dell'iniziativa, si sono concretizzati anche quest'anno con diversi contributi alle undici sezioni tematiche dedicate all'arredamento sostenibile, alla moda etica, al mondo dell'infanzia, al turismo consapevole, alla cosmesi naturale e al commercio equo e solidale. Lo stand Coop si è caratterizzato per la valorizzazione del prodotto a marchio e dei produttori locali, ospitando incontri e dibattiti coerenti con la missione cooperativa.

papaj23

Nel 1958 papa Giovanni XXIII lasciò ai Missionari del Pime la propria Casa Natale, a Sotto il Monte (BG). Facendo tesoro di questi 50 anni di esperienza la Fondazione Pime Onlus ha rilanciato il suo impegno proponendo una nuova esperienza conoscitiva e valoriale sulla figura di papa Giovanni XXIII, realizzando un percorso multimediale di 400 mq che racconti la vita del Papa Buono, per far conoscere alle giovani generazioni il pensiero e l'opera di questo straordinario testimone del '900. Coop Lombardia sostiene il progetto sia attraverso la comunicazione nei punti vendita sia consentendo la possibilità per i soci di destinare punti spesa che Coop raddoppia nel valore.

ambiente

Il rispetto dell'ambiente è parte integrante del patrimonio di valori della Coop, ispira i criteri di gestione di tutta la propria filiera e di ogni attività al principio di precauzione, a quello di responsabilità e a quello di razionalizzazione dei consumi. In applicazione di questi principi Coop Lombardia ha messo in campo diverse iniziative per ridurre i consumi energetici nei punti vendita e per una maggiore efficienza energetica della nostra rete. Un altro impegno importante è stato quello di installare in 6 punti vendita impianti fotovoltaici.

IL PROGETTO ENERGIA

Il "Progetto Energia" è uno specifico programma avviato insieme ad Inres (il consorzio nazionale di progettazione delle strutture di vendita Coop) che ha l'obiettivo di ridurre i consumi dei punti vendita. Coop Lombardia ha aderito al progetto con un piano pluriennale d'investimenti che mira a raggiungere un risparmio energetico annuo del 10%.
Nel 2013 il 5% del risparmio è stato ottenuto attraverso un'operazione di mappatura e di intervento gestionale dei punti vendita e il restante 5% grazie a una serie di interventi strutturali.
I criteri utilizzati per la selezione dei punti vendita sono stati i consumi e il sistema di gestione, dando precedenza ai siti con sistemi di ultima generazione.

La mappatura ha coinvolto 13 punti vendita con un consumo di 30 GWh
Iper Crema, Iper Bonola, Iper Baggio, Iper Peschiera, Coop Mi Arona, Coop Mi Palmanova, Coop Varese, Coop Cassano D'adda, Coop Settimo, Coop Desio, Coop Bg Trescore, Coop Muggiò, Coop Bg Autostrada.

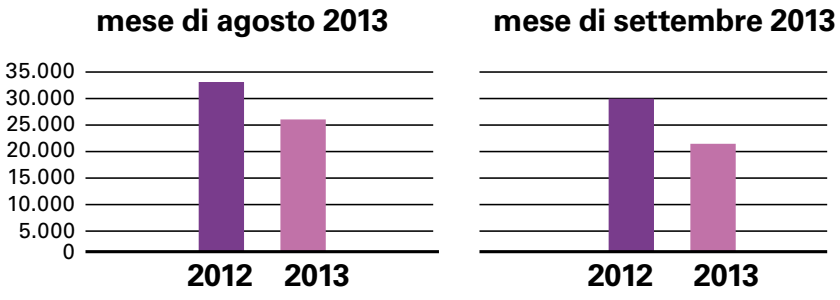
Le operazioni di mappatura unite agli interventi strutturali hanno invece coinvolto 7 punti vendita con un consumo di 28 GWh e hanno permesso di raggiungere importanti risultati in termini di risparmio energetico.

RISPARMIO PER PUNTO VENDITA (DELTA KWH)	
BRESCIA	- 108.780
CORMANO	- 264.807
Cremona	- 180.126
Sesto San Giovanni	- 57.775
Vigevano	- 288.239
Vignate	- 130.576
Milano Piazza Lodi	- 358.787
Risparmio totale	- 1.389.089 KWh

INTERVENTI PER MIGLIORARE L'EFFICIENZA: L'ESEMPIO DI IPERCOOP PIAZZA LODI

Importanti risultati sul fronte del risparmio energetico sono stati ottenuti anche attraverso interventi tecnici e impiantistici come la sostituzione dei vecchi faretti con quelli a Led nelle zone freschi.
Iper Piazza Lodi è un esempio di struttura che è stata interessata dal progetto Energia.
Dopo la ristrutturazione il risparmio ottenuto a fronte delle migliorie impiantistiche apportate nel periodo agosto-settembre 2013 è stata di: KWh 147.539

Confronto consumi energetici Ipercoop Piazzalodi



Per il 2014 sono previsti interventi che stimano una riduzione in un anno di circa 4.400.00 KWh
In 4 anni verrà ricoperto il 97% dei consumi energetici della Cooperativa

PERCENTUALE KWH DA FONTI RINNOVABILI SUL TOTALE DEI CONSUMI ENERGETICI		
Energia da fonti rinnovabili sul totale consumato Coop Lombardia	Percentuale calcolata sul totale consumato pari a 98.727.892 kWh	**32%**

PRODUZIONE DA IMPIANTI FOTOVOLTAICI NEI PUNTI VENDITA		
Impianti FTV installati presso l'iper di Peschiera, Iper Cantù, Iper Baggio, Coop Varese, Coop Desio, Coop Bergamo Autostrada	n. 6 impianti per una potenza totale installata di 710 kWhP, per una produzione annua di circa 648.000 kWh	**0.65%**

IL MAGAZINE COOP NON SPRECA

È continuata, nel corso del 2013, la collaborazione con Antonio Galdo, giornalista e scrittore, osservatore attento e sensibile alle tematiche ambientali attraverso il Magazine "Coop Non Spreca", pubblicato sul portale www.nonsprecare.it. Nel Magazine hanno trovato spazio le azioni sul tema del non spreco, letto in tutte le sue varianti: da quella alimentare (buon fine e prodotti a marchio), a quello energetico (campagne ambiente e strutture di vendita), a quello delle risorse, oltre a tutta l'attività informativa e formativa sul tema, non ultima quella di Educazione al Consumo Consapevole.
Oltre alle informazioni su campagne, iniziative e prodotti a marchio Coop, il magazine ha fornito consigli utili per la vita quotidiana delle famiglie e dei cittadini per non sprecare, risparmiando denaro e soprattutto per contenere il più possibile l'impatto dei consumi sull'ambiente.

IL PROGETTO EUROPEO ECO COURTS

Il progetto ECO Courts (cortili ecologici) – ECOlogical COurtyards United for Resources saving through smart Technologies and life Style – è finalizzato a ridurre e a rendere più efficiente il consumo di acqua ed energia delle famiglie e all'interno dei condomini e a diminuire la produzione di rifiuti a livello domestico, favorendo riutilizzo e riciclo. Il progetto è cofinanziato dalla Commissione europea nell'ambito del programma Life+ Politica e governance ambientali e promosso da Comune di Padova, coordinatore di progetto, insieme a Finabita, Legacoop, ANCC-Coop, Regione Toscana e Regione Emilia-Romagna.
E' stato sviluppato un kit di strumenti informativi e interattivi per la gestione eco-efficiente degli alloggi e dei condomini, definito tutorial, e messo online sul portale www.cortiliecologici.it. Il kit consente di valutare i propri consumi e fornisce consigli su possibili azioni di risparmio da intraprendere per le diverse tipologie di utenti: singoli cittadini e famiglie, condomini e altre comunità di cittadini. Coop ha realizzato il sito e il tutorial online e gestisce la comunità virtuale che coinvolge i propri soci e tutti i cittadini interessati. I quattro condomini pilota, di cui due lombardi a Milano e Cinisello Balsamo delle cooperative di abitanti: Cooperativa Edificatrice Ferruccio Degradi e UniAbita.

bilancio economico

andamento della gestione

Il contesto economico di riferimento

L'anno 2013 è stato da più parti definito come l'anno peggiore della storia dell'economia italiana dal secondo dopoguerra. La perdurante crisi, iniziata nel 2007 e ormai nel suo settimo anno, ha eroso le capacità di resistenza delle famiglie e delle imprese, generando condizioni di diffuso disagio sociale, una caduta profonda delle aspettative, un cambiamento radicale nelle abitudini dei consumatori.
La contrazione del prodotto interno lordo cumulata dall'avvio della crisi ha raggiunto l'8 per cento: una caduta di entità tale da non poter non lasciare tracce profonde nel tessuto produttivo, sulle opportunità occupazionali e sui consumi del nostro Paese.
Il perdurare della fase recessiva nel 2013 ha colpito economie già pesantemente indebolite, che presentavano già ampi spazi di capacità produttiva inutilizzata. La stretta fiscale, realizzata contemporaneamente in diversi paesi, ha inoltre prodotto effetti moltiplicativi, dato che ciascun paese ha subìto gli effetti del rallentamento degli altri.
Nei paesi della periferia europea, tra cui l'Italia, la situazione critica dei settori bancari ha inoltre impedito che le leve utilizzare a livello europeo per l'allentamento delle condizioni monetarie avessero ricadute benefiche consistenti per l'economia reale.
La gravità della crisi ha messo in seria difficoltà i governi, con un progressivo ridursi del consenso verso le politiche di austerità imposte dai vincoli di bilancio pubblico definiti dai parametri europei. L'abbandono delle tesi dei cosiddetti effetti espansivi delle politiche di consolidamento fiscale ha indotto ad ipotizzare una diversa impostazione delle politiche europee e, anche nel caso italiano, è stata concessa qualche deroga rispetto all'impostazione prevalente sino allo scorso anno, in particolare con il provvedimento di sblocco dei ritardi nei pagamenti della pubblica amministrazione.
La profondità della recessione ha soprattutto determinato importanti modifiche dell'impostazione delle politiche monetarie internazionali, che hanno permesso di stabilizzare definitivamente il quadro dei mercati finanziari, come evidenziato dalla riduzione degli spread sui rendimenti dei titoli del debito sovrano pagati dai paesi della periferia rispetto ai paesi europei più virtuosi.
A fronte del miglioramento delle condizioni dei mercati finanziari, non è però emersa una svolta altrettanto nitida nell'andamento degli indicatori congiunturali: nel contesto economico appena descritto, le imprese e le famiglie continuano a risultare 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 a livelli massimi storici.
Il PIL italiano chiude il 2013 con un ulteriore calo dell'1,8%, mentre le previsioni per il 2014 indicano un lieve recupero (+0,8%), peraltro subordinato all'ipotesi di un rafforzamento del ciclo delle esportazioni legato ad un quadro internazionale più vivace e all'uscita dal perdurante stallo politico che impedisce ormai da troppo tempo le riforme strutturali fino ad ora solamente annunciate, seppur vitali per il nostro Paese.
Non mancano però segnali positivi per il prossimo futuro: a livello europeo, i passi verso un'integrazione monetaria sempre più spinta, il ritorno alla crescita economica, seppur moderata, e il deflusso dei capitali dai mercati emergenti sembrano i presupposti per poter guardare con maggior serenità al futuro. Per quanto riguarda l'economia italiana, l'ottimismo va però temperato, dato che a segnali congiunturali favorevoli si contrappongono indicatori di segno incerto: il messaggio auspicato è che, a livello generale, la caduta del prodotto interno lordo sembra essersi arrestata lasciando la tendenza recessiva alle nostre spalle.
I numerosi vincoli strutturali che caratterizzano l'economia italiana renderanno il percorso di recupero ancora lento e sfaccettato: la ripresa sarà trainata dalle esportazioni e dagli investimenti in macchinari, mentre i consumi e gli investimenti immobiliari, se arresteranno la caduta nel 2014, rimarranno comunque stagnanti nonostante sia prevista una moderata tenuta dei salari reali.
La ripresa sarà in ogni caso pesantemente condizionata dalle condizioni del credito bancario e dalle iniziative che dovrebbero finalmente garantire che la liquidità affluisca effettivamente alle imprese.
I timidi segnali di ripresa per il 2014 segni non saranno comunque sufficienti per recuperare 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.

I consumi in Italia e in Lombardia

Il perdurare di una crisi così profonda non poteva non avere effetti pesanti sui consumi: i consumi interni delle famiglie italiane in generi alimentari hanno segnato nel 2013 un ulteriore calo significativo del 3,6%, il risultato peggiore dall'inizio della crisi, mentre i consumi in generale sono diminuiti del 2,4%2. Anche il mese di dicembre, tradizionalmente condizionato dai consumi legati alle festività, ha registrato una contrazione rispetto allo stesso mese del 2012.
Dall'inizio della crisi, i consumi sono diminuiti dell'8,0%, mentre destano ulteriori preoccupazioni gli indicatori del clima di fiducia dei consumatori, che appaiono in continua flessione anche all'inizio del 2014. La crisi non ha risparmiato quasi nessuno: nel 2013 solo i discount alimentari registrano un aumento delle vendite dell'1,6% e ciò ha accentuato, oltre al fenomeno della marca del distributore, la crisi dell'industria di marca, che pure ha reagito intensificando le promozioni, ma distogliendo risorse dagli investimenti pubblicitari. Sia la grande distribuzione, la cui espansione della rete è praticamente ferma, sia il piccolo commercio registrano invece una sensibile contrazione delle vendite, rispettivamente dello 0,5% e del 3%.
I dati consuntivi 2013 confermato l'erosione del carrello della spesa, ma soprattutto il crollo del comparto non food: cartoleria libri e giornali hanno ceduto oltre il 4%, calzature e mobili oltre il 3% e l'abbigliamento il 2,4%.
La contrazione delle vendite ha toccato persino i farmaci (-2,4%) e i giocattoli (-2,9%).
Anche in Lombardia, regione in cui opera la Cooperativa, la spesa per consumi ha registrato un calo di circa il 2% nella prima parte del 2013, a testimonianza delle difficoltà delle famiglie che nello stesso periodo hanno sperimentato un ulteriore calo del reddito disponibile. La perdurante crisi ha inoltre spinto le famiglie a rivedere in modo strutturale le proprie abitudini di spesa e le proprie preferenze di acquisto.

Principali fatti della gestione dell'esercizio 2013

Il cambiamento nella qualità e nella quantità della spesa, gli sforzi promozionali per il sostegno delle vendite,
il contesto competitivo estremo in cui la Cooperativa opera e l'impegno profuso per lo sviluppo della rete di vendita non potevano non avere ripercussioni sul conto economico dell'esercizio 2013, che ha potuto beneficiare solo parzialmente dei lavori dei cantieri previsti dal piano triennale per il miglioramento dei numerosi aspetti della gestione aziendale.
La Cooperativa chiude il 2013 con un risultato positivo di 11,5 milioni (11,4 milioni nel 2012) prima delle imposte che pesano per 8,2 milioni, un onere gravato dall'indeducibilità fiscale di una parte rilevante degli interessi riconosciuti ai Soci per il Prestito sociale. Il risultato netto, pari a 3,2 milioni, con un autofinanziamento dell'attività di 41,8 milioni (utile netto + ammortamenti), rappresenta un risultato complessivamente positivo dato il contesto in cui è stato raggiunto, ed è stato ancora una volta sostenuto da un'accorta gestione delle risorse immobiliari e finanziarie della Cooperativa, mentre i risultati economici dell'attività caratteristica restano critici e oggetto di grande attenzione, seppur in parte giustificati dagli sforzi straordinari prodotti per lo sviluppo della rete di vendita.

Azioni di piano sull'organizzazione del lavoro della rete vendita e sulla gestione commerciale

- Azioni promozionali
- Interventi sugli assetti organizzativi e di governance di Coop Lombardia sempre più in ottica di Gruppo
- Risultati positivi del Prestito sociale e della gestione finanziaria
- Interventi per il riassetto delle partecipazioni
- Attività di razionalizzazione della gestione del patrimonio immobiliare di Gruppo.

Nel corso del 2013 l'impegno sociale di Coop Lombardia ha consentito di realizzare importanti progetti e a sviluppare nuove iniziative verso i soci, che hanno raggiunto e superato lo storico traguardo di un milione.
Mutualità e cooperazione, sviluppando il tema del cibo, hanno guidato obiettivi e iniziative locali e più generali sui temi della legalità, dell'integrazione, della pace, della solidarietà, della sostenibilità, la cultura e la scuola, tematiche che si sono intrecciate alla missione cooperativa e che hanno rafforzato la collaborazione e l'integrazione tra progetti sociali e attività commerciali. Il cibo è anche il filo conduttore dell'appuntamento internazionale di EXPO 2015 che impegna direttamente Coop Lombardia come "food distribution partner", ruolo che porterà alla realizzazione, nell'ambito della manifestazione, del "supermercato del futuro".

STATO PATRIMONIALE

ATTIVO	31.12.2013	31.12.2012
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	75.580	101.088
3) Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno	373.404	581.760
4) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	30.653	0
5) Avviamento	17.524.220	234.620
6) Immobilizzazioni in corso e acconti	404.993	30.000
7) Altre	3.179.102	77.120
Totale immobilizzazioni immateriali	**21.587.952**	**1.024.588**
II. Immobilizzazioni materiali		
1) Terreni e fabbricati	298.865.219	306.843.000
2) Impianti e macchinario	44.168.249	46.723.542
3) Attrezzature industriali e commerciali	10.103.658	8.480.575
4) Altri beni	5.285.144	5.062.256
5) Immobilizzazioni in corso e acconti	2.743.733	15.583.359
Totale immobilizzazioni materiali	**361.166.003**	**382.692.732**
III. Immobilizzazioni finanziarie, con separata indicazione, per ciascuna voce dei crediti, degli importi esigibili entro l'esercizio successivo		
1) Partecipazioni in:		
a) imprese controllate	85.249.673	126.964.958
b) imprese collegate	10.944.298	14.977.269
c) imprese controllanti	0	0
d) altre imprese	106.390.478	32.485.150
Totale partecipazioni	**202.584.449**	**174.427.377**
2) Crediti:		
a) verso imprese controllate	105.832.052	88.323.663
b) verso imprese collegate	1.214.621	10.103.024
c) verso controllanti	0	0
d1) verso altri esigibili entro l'esercizio	13.384.793	18.091.639
d2) verso altri esigibili oltre l'esercizio successivo	19.744.802	13.087.916
Totale crediti	**140.176.268**	**129.606.242**
3) Altri titoli	48.930.407	27.576.833
4) Azioni proprie, con indicazione anche del valore nominale complessivo	0	0
Totale immobilizzazioni finanziarie	**391.691.124**	**331.610.452**
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI (B)	**774.445.079**	**715.327.772**
C) ATTIVO CIRCOLANTE		
I. Rimanenze		
1) Materie prime, sussidiarie e di consumo	2.187.317	2.311.148
2) Prodotti in corso di lavorazione e semilavorati	0	0
3) Lavori in corso su ordinazione	0	0
4) Prodotti finiti e merci	58.288.842	54.551.987
5) Acconti	0	0
Totale rimanenze	**60.476.159**	**56.863.135**
II. Crediti, con separata indicazione, per ciascuna voce, degli importi esigibili oltre l'esercizio successivo		
1) Verso clienti	604.768	446.265
2) Verso imprese controllate	24.911.368	63.239.003
3) Verso imprese collegate	55.146.306	60.616.368
4) Verso controllanti	0	0
4 bis) Crediti tributari		
entro l'esercizio	4.348.837	1.181.144
oltre l'esercizio	4.517.516	4.517.516
4 ter) Crediti per imposte anticipate	2.566.492	2.898.049
5) Verso altri:		
5a) verso fornitori	1.623.964	1.973.204
5b) verso altri	66.181.983	49.335.663
5c) verso altri esigibili oltre l'esercizio successivo	0	0
Totale crediti	**159.901.234**	**184.207.212**
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	13.882.260	12.076.674
5) Azioni proprie, con indicazioni anche del valore nominale complesso	0	0
6) Altri titoli	762.634.704	741.748.061
Totale attività finanziarie	**776.516.964**	**753.824.735**

ATTIVO	31.12.2013	31.12.2012
IV. Disponibilità liquide		
1) Depositi bancari e postali	50.074.197	55.358.839
2) Assegni	0	0
3) Denaro e valori in cassa	3.046.195	2.589.846
Totale disponibilità liquide	**53.120.392**	**57.948.685**
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE (C)	**1.050.014.749**	**1.052.843.767**
D) RATEI E RISCONTI con separata indicazione del disaggio su prestiti		
1) Ratei e risconti attivi	15.565.164	15.704.373
2) Risconti attivi con imprese controllate	26.929	0
TOTALE RATEI E RISCONTI (D)	**15.592.093**	**15.704.373**
TOTALE ATTIVO	**1.840.051.921**	**1.783.875.912**

STATO PATRIMONIALE

PASSIVO E PATRIMONIO NETTO	31.12.2013	31.12.2012
A) PATRIMONIO NETTO		
I. Capitale	13.488.773	11.579.361
II. Riserva da sovrapprezzo delle azioni	0	0
III. Riserve di rivalutazione	14.231.199	14.231.199
IV. Riserva legale	109.276.525	107.824.713
V. Riserve statutarie	346.396.973	343.502.697
VI. Riserve per azioni proprie in portafoglio	0	0
VII. Altre riserve	3.070.624	4.377.107
VIII. Utili (perdite) portati a nuovo	0	0
IX. Utile (perdite) dell'esercizio	3.232.183	4.839.371
TOTALE PATRIMONIO NETTO (A)	**489.696.277**	**486.354.448**
B) FONDI PER RISCHI E ONERI		
1) Per trattamento di quiescenza e obblighi simili	0	0
2) Per imposte, anche differite	6.102.785	624.771
3) Altri	9.220.281	9.220.808
TOTALE FONDI PER RISCHI E ONERI (B)	**15.323.066**	**9.845.579**
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	39.436.877	36.347.869
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)	1.095.013.143	1.006.205.006
4) Debiti verso banche:		
a1) per mutui esigibili entro l'esercizio successivo	7.500.000	0
a2) per mutui esigibili oltre l'esercizio successivo	7.500.000	0
b) Altri	2.029.332	25.981.055
5) Debiti verso altri finanziatori	0	0
6) Acconti	0	0
7) Debiti verso fornitori	30.315.964	24.958.031
8) Debiti rappresentati da titoli di credito	0	0
9) Debiti verso imprese controllate	6.723.666	6.821.103
10) Debiti verso imprese collegate	72.666.879	85.254.693
11) Debiti verso controllanti	0	0
12) Debiti tributari	13.617.119	9.683.900
13) Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	6.229.473	5.448.202
14) Altri debiti	48.653.559	86.518.412
TOTALE DEBITI (D)	**1.290.249.135**	**1.250.870.402**
E) RATEI E RISCONTI con separata indicazione dell'aggio su prestiti		
1) Ratei e risconti passivi	5.346.566	457.614
2) Risconti passivi con imprese controllate	0	0
TOTALE RATEI E RISCONTI (E)	**5.346.566**	**457.614**
TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO	**1.840.051.921**	**1.783.875.912**

CONTI D'ORDINE

	31.12.2013	31.12.2012
Garanzie ipotecarie su mutui	0	0
Impegni verso terzi	10.304.000	61.296.000
Fidejussioni concesse a terzi	30.507.000	16.759.000
Titoli a garanzia	0	1.100.000
TOTALE CONTI D'ORDINE	**40.811.000**	**79.155.000**

CONTO ECONOMICO

A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni attività minuto:		
a) ricavi vendite attività minuto verso Soci	650.292.937	622.491.310
b) ricavi vendite attività minuto a terzi	230.483.931	213.856.774
c) altri ricavi	405.787	273.013
d) ricavi da fornitori	74.238.545	78.928.038
Totale (1)	**955.421.200**	**915.549.135**
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	246.532	259.479
b) ricavi gestione immobiliare	24.963.558	24.823.346
c) recupero costi vari	2.362.200	2.612.745
d) ricavi diversi	1.516.099	1.857.102
Totale (5)	**29.088.389**	**29.552.672**
Totale valore della produzione (A)	**984.509.589**	**945.101.807**
B) COSTI DELLA PRODUZIONE		
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	686.625.466	647.523.461
7) Per servizi	114.896.892	109.732.078
8) Per godimento di beni di terzi	13.347.260	10.537.211
9) Per il personale:		
a) salari e stipendi	97.975.692	93.281.976
b) oneri sociali	27.297.509	26.107.863
c) trattamento di fine rapporto	6.402.352	6.466.052
d) trattamento di quiescenza e simili	0	0
e) altri costi	3.389.528	2.284.516
Totale (9)	**135.065.081**	**128.140.407**
10) Ammortamenti e svalutazioni:		
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	1.162.652	978.585
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	37.112.175	37.816.100
c) altre svalutazioni delle immobilizzazioni	0	0
d) svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	344.075	400.000
Totale (10)	**38.618.902**	**39.194.685**
11) Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	-3.613.024	4.110.159
12) Accantonamenti per rischi	-	3.300.000
13) Altri accantonamenti	5.470.281	4.720.808
14) Oneri diversi di gestione	17.387.334	14.568.121
Totale costi della produzione (B)	**1.007.798.192**	**961.826.930**
Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)	**-23.288.603**	**-16.725.123**
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI		
15) Proventi da partecipazioni:		
a) in imprese controllate	687.286	2.160.567
b) in imprese collegate	197.717	8.326
c) in altre imprese	1.648.848	659.451
Totale (15)	**2.533.851**	**2.828.344**
16) Altri proventi finanziari:		
a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni:		
1) imprese controllate	3.889.200	3.774.506
2) imprese collegate	31.414	103.125
3) altre imprese	320.719	538.419
b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni	2.258.303	4.363.312
c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	21.253.439	21.071.397
d) proventi diversi dai precedenti:		
1) in imprese controllate	0	0
2) in imprese collegate	0	0
3) in altre imprese	26.304.511	18.192.664
Totale (16)	**54.057.586**	**48.043.423**
17) Interessi ed altri oneri finanziari:		
a) verso imprese controllate	44.155	51.840
b) verso imprese collegate	0	0
c1) interessi su Prestito sociale	20.225.344	16.069.526
c2) interessi e altri oneri finanziari diversi	6.955.766	6.104.152
Totale (17)	**27.225.265**	**22.225.518**
17bis) Utili e perdite su cambi	-18.024	-16.265
Totale proventi e oneri finanziari (C) (15+16 -17+17bis)	**29.348.148**	**28.629.984**

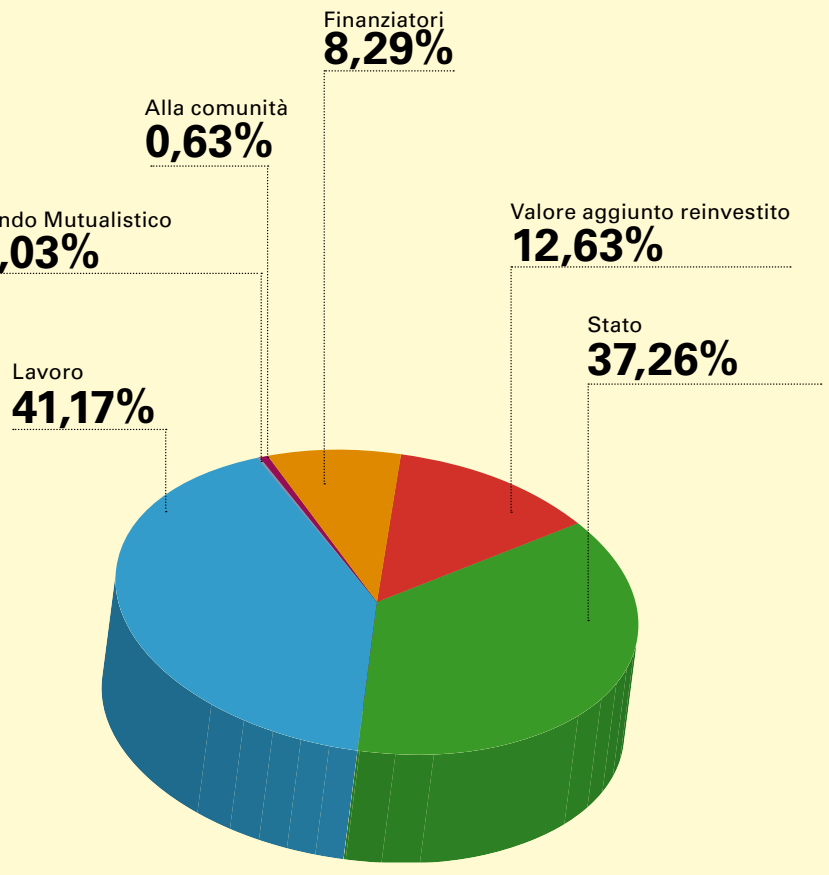
D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE		
18) Rivalutazioni:		
a) di partecipazioni	0	45.540
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	895.805	1.549.919
Totale Rivalutazioni	**895.805**	**1.595.459**
19) Svalutazioni:		
a) di partecipazioni	9.685.875	14.949.266
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazionii	7.101.117	5.331.240
Totale Svalutazioni	**16.786.992**	**20.280.506**
Totale delle rettifiche (D) (18-19)	**- 15.891.187**	**- 18.685.047**
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	3.585.205	667.799
b) plusvalenze da alienazioni	17.873.568	13.562.430
Totale (20)	**21.458.773**	**14.230.229**
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	56.553	0
b) imposte esercizi precedenti	97.046	- 4.253.862
c) minusvalenze da alienazioni	1.763	307.206
Totale (21)	**155.362**	**- 3.946.656**
Totale delle partite straordinarie (E) (20-21)	**21.303.411**	**18.176.885**
Risultato prima delle imposte	11.471.769	11.396.699
22) Imposte sul reddito dell'esercizio:		
a) imposte correnti	5.400.000	7.600.000
b) imposte differite o anticipate	2.839.586	- 1.042.672
Totale (22)	**8.239.586**	**6.557.328**
23) UTILE DELL'ESERCIZIO	**3.232.183**	**4.839.371**

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

	31.12.2013	31.12.2012
Vendite lorde al dettaglio Canale Supermercati	368.988	371.559
Vendite lorde al dettaglio Canale Ipermercati	579.723	556.899
Vendite lorde carburanti	33.650	4.193
Totale vendite lorde	**982.361**	**932.651**
IVA su vendite	-106.462	-98.090
Totale vendite nette	**875.899**	**834.561**
Costo del venduto e costi di Pubblicità e Marketing	-667.115	-630.426
Margine di Contribuzione Commerciale	**208.784**	**204.135**
Costo del lavoro	-135.979	-130.829
Ammortamenti	-33.707	-32.040
Affitti	-5.483	-3.919
Altri costi	-54.796	-51.009
Totale spese operative	**-229.965**	**-217.797**
Margine operativo	**-21.181**	**-13.662**
Risultato della gestione immobiliare (ord. + straord.)	20.974	19.475
Risultato della gestione finanziaria (ord. + straord.) + prestito	15.907	17.020
Risultato della gestione delle partecipazioni	-5.867	-15.730
Risultato delle poste straordinarie	1.639	4.293
Risultato prima delle imposte	**11.472**	**11.396**
Imposte di competenza	-8.240	-6.557
Risultato netto di esercizio	**3.232**	**4.839**

RENDICONTO DEL VALORE AGGIUNTO

	31.12.2013	%	31.12.2012	%
Vendite lorde	**982.361**	-	**932.651**	-
Altri ricavi	29.269	-	28.742	-
Proventi finanziari	42.713	-	32.170	-
Costo merci, al netto di sconti e premi fornitori	-608.774	-	-572.706	-
Costi per servizi e consulenze	-113.935	-	-109.534	-
Costi per affitti e locazioni	-13.347	-	-10.537	-
Oneri diversi di gestione	-8.365	-	-5.879	-
Accantonamenti per rischi e oneri	-1.094	-	-5.549	-
VALORE AGGIUNTO GESTIONE CARATTERISTICA	**308.828**	-	**289.358**	
Proventi straordinari	19.428		14.230	
Oneri straordinari	-155		3.947	
VALORE AGGIUNTO COMPLESSIVO	**328.101**	**100%**	**307.535**	**100%**
Il valore aggiunto prodotto risulta così destinato:				
AL LAVORO				
Costo del personale	135.065	41,17%	128.140	41,67%
ALLO STATO				
IVA	106.462	32,45%	98.090	31,90%
Altre imposte (ICI, IRES, IRAP, Bollo, Rifiuti, ecc..)	15.783	4,81%	13.333	4,34%
AI FINANZIATORI				
Soci, per remunerazione del prestito sociale al lordo di ritenute	20.225	6,16%	16.070	5,23%
Soci, per remunerazione del capitale versato	0	0,00%	348	0,11%
Altri finanziatori, per remunerazione di altri finanziamenti	7.000	2,13%	6.156	2,00%
ALLA COMUNITÀ				
Iniziative sociali, attività didattiche e culturali, sponsorizzazioni	2.059	0,63%	2.112	0,69%
VALORE AGGIUNTO REINVESTITO				
Ammortamenti	38.275	11,67%	38.795	12,61%
Accantonamento a riserva (legale e indivisibile)	3.135	0,96%	4.346	1,41%
Totale	**328.004**	**99,97%**	**307.390**	**99,95%**
Fondo mutualistico promozione e sviluppo cooperazione (L. 59 / 92)	97	0,03%	145	0,05%
TOTALE VALORE AGGIUNTO	**328.101**	**100,00**	**307.535**	**100,00**



bilancio sociale in cifre

		31.12.2013
1.0	**PARTECIPAZIONE, ORGANI SOCIALI, SVILUPPO BASE SOCIALE**	**1.447.584**
1.1	Assemblee bilancio	**269.955**
1.2	Funzionamento organi sociali	**168.903**
1.3	Campagne nuovi soci	**970.904**
1.4	Sezioni sociali	**37.822**
2.0	**ATTIVITÀ SOCIALI**	**3.019.827**
2.1	Presenza a fiere e stand	**57.012**
2.2	Educazione al consumo	**253.512**
	- scuole	*251.424*
	- adulti	*2.088*
2.3	Iniziative culturali	**303.053**
	- Editoriali	*69.700*
	- Teatrali/Culturali	*53.058*
	- Nord/Sud e Cittadinanza	*44.829*
	- Collaborazioni con Sociatà Sportive	*36.423*
	- Iniziative con Amm. Locali	*26.424*
	- Libera Terra	*18.060*
	- Campagna contro la violenza sulle donne	*11.434*
	- Burkina Faso	*9.230*
	- Turismo Consapevole	*6.898*
	- Ambientali	*7.393*
	- Altre	*9.605*
2.4	Iniziative verso soci	**127.944**
	- Due mani in più	90.590
	- Gestione servizi per te	30.632
	- Altre iniziative e approvato dai soci	6.722
2.5	Solidarietà	**1.809.710**
	- Buon fine (a valori di costo)	1.775.924
	- Carta Equa	33.786
2.6	Sponsorizzazioni e liberalità	**468.595**
3.0	**FORMAZIONE DIPENDENTI**	
	Totale formazione dipendenti	**955.280**
4.0	**COMUNICAZIONE SOCIALE**	
	Totale comunicazione sociale	**673.977**
5.0	**DESTINAZIONE DELL'UTILE**	
	TOTALE	**6.193.632**
	di cui Soci	*2.249.505*
	di cui Lavoratori	*955.280*
	di cui Comunità	*2.737.423*
	di cui Giovani	*251.424*
	Totale senza Buon Fine	*4.417.708*

le politiche del personale in Coop Lombardia

Il rispetto delle persone, l'equità di trattamento, la crescita professionale, il lavoro di squadra, la formazione continua sono valori chiave per Coop Lombardia, che riconosce nella valorizzazione delle risorse umane un fattore fondamentale per il successo nel raggiungimento dei propri obiettivi strategici. Questi principi, che caratterizzano le attività della cooperativa, sono sati calati nel 2013 su diversi progetti in atto.

IL PERSONALE

Nel corso del 2013 la Cooperativa ha acquisito due Ipermercati, portando così i suoi organici complessivi a **4.486 persone.** In un contesto economico così difficile, anche per il nostro settore, la creazione di occupazione è sicuramente un segnale importante in linea con i principi sopra descritti.
Nella tabella sottostante riportiamo i dati più indicativi relativi agli andamenti dei nostri organici comparandoli con gli anni precedenti e disaggregandoli per sesso e tipologia contrattuale.

FULL-TIME	31.12.2013	% SU TOTALE	31.12.2012	% SU TOTALE	VAR. ASSOLUTE
donne	642	14,3%	605	14,6%	37
uomini	1.104	24,6%	1.040	25,1%	64
Totale full-time	**1.746**	**38,9%**	**1.645**	**39,6%**	**101**

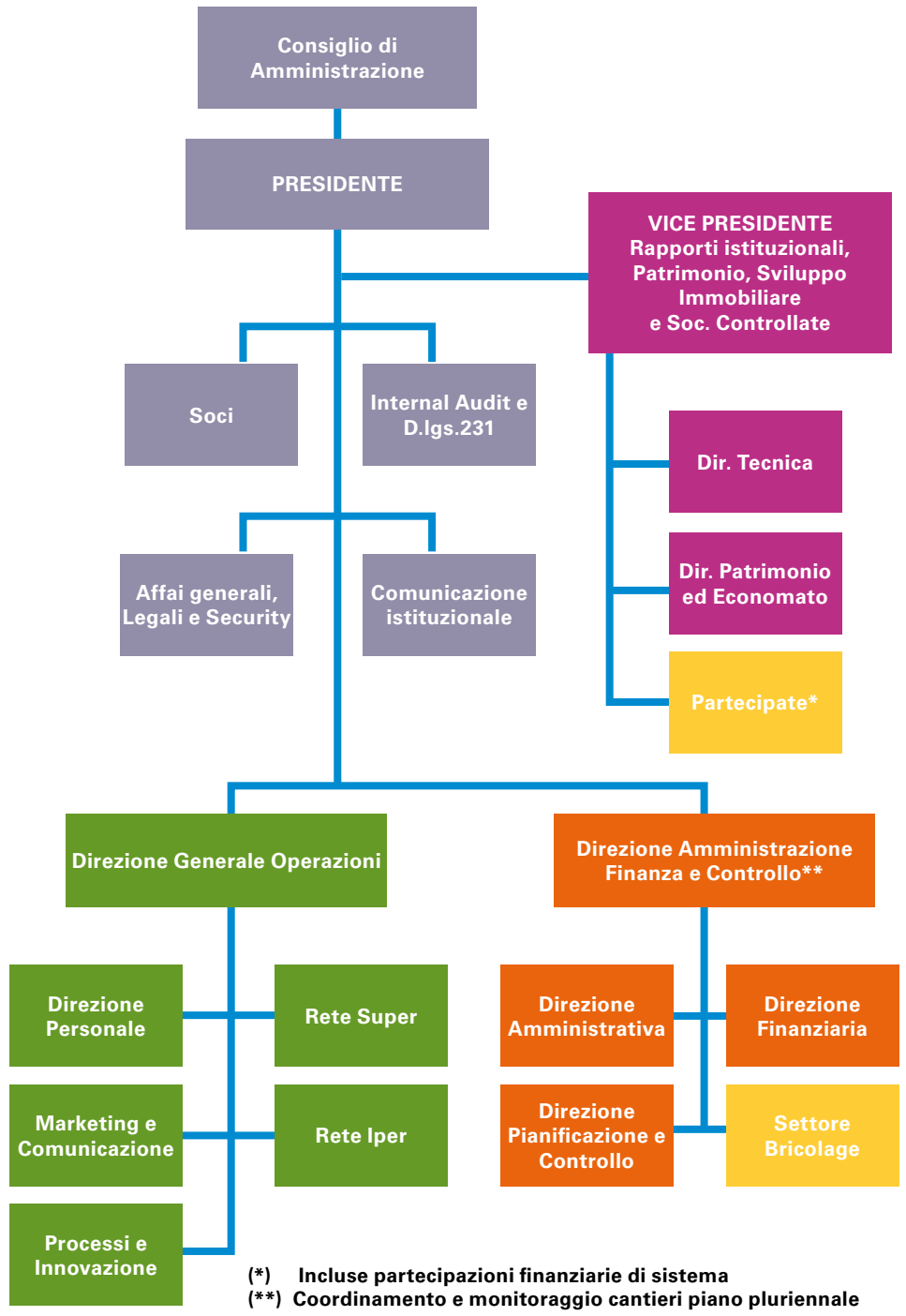
PART-TIME	31.12.2013	% SU TOTALE	31.12.2012	% SU TOTALE	VAR. ASSOLUTE
donne	2.357	52,5%	2.129	51,3%	228
uomini	383	8,5%	375	9,0%	8
Totale part-time	**2.740**	**61,1%**	**2.504**	**60,4%**	**236**
Totale	**4.486**	**100,0%**	**4.149**	**100,0%**	**337**

NUMERO MEDIO DEI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE

MESE	DIRIGENTI	IMPIEGATI	QUADRI	TOTALE 2013	TOTALE 2012	DELTA
Gennaio	18	3.966	59	**4.043**	4.032	11
Febbraio	18	3.991	59	**4.068**	4.089	-21
Marzo	18	4.001	60	**4.079**	4.121	-42
Aprile	18	4.002	60	**4.080**	4.138	-58
Maggio	18	3.997	60	**4.075**	4.130	-55
Giugno	18	4.027	61	**4.106**	4.181	-75
Luglio	17	4.059	61	**4.137**	4.182	-45
Agosto	18	4.045	61	**4.124**	4.172	-48
Settembre	18	4.348	61	**4.427**	4.103	324
Ottobre	18	4.361	61	**4.440**	4.111	329
Novembre	19	4.393	62	**4.474**	4.185	289
Dicembre	19	4.405	62	**4.486**	4.149	337
Numero Medio	**18**	**4.133**	**61**	**4.212**	**4.133**	**79**

NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO

Il 2013 si caratterizza per una revisione dell'organizzazione aziendale attivata con l'obiettivo di rendere più competitivo il modello di impresa di Coop Lombardia.



(*) Incluse partecipazioni finanziarie di sistema
(**) Coordinamento e monitoraggio cantieri piano pluriennale

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

Nel corso del 2013 è stato avviato il progetto sull'Organizzazione del lavoro della rete di vendita con l'obiettivo di migliorare i livelli di servizio e ottimizzare i processi operativi delle unità produttive.
Tale progetto, iniziato in via sperimentale nel secondo semestre del 2012, nel 2013 ha visto coinvolti 8 Ipermercati (Sesto SG, Vignate, Milano P.za Lodi, Milano Baggio, Peschiera Borromeo, Cantù, Novate Milanese, Crema) e 13 Supermercati (Cormano, Novate Milanese, Varese, Como, Milano Arona, Milano Palmanova, Bergamo, Settimo Milanese, Pavia, Cassano d'Adda, Opera, Desio, Sesto SG).
Nel 2014, oltre a consolidare le iniziative del 2013, saranno coinvolti tutti gli altri negozi della rete di vendita sia del canale Ipermercati che Supermercati.

TRESCORE, TREVIGLIO E MAPELLO

A inizio 2013, con l'apertura del Super di Trescore Balneario è stata svolta un'intensa attività formativa e addestrativa di pre-apertura.
Dal mese di agosto, con le acquisizioni degli ipermercati di Mapello e Treviglio, si è realizzata un'importante attività di formazione di natura tecnica, amministrativa, commerciale, gestionale e, soprattutto, valoriale rivolta agli addetti e alle regie dei due nuovi punti vendita.

IL NUOVO CONTRATTO INTEGRATIVO

Nell'Aprile del 2013 è stato siglato il nuovo Contratto Integrativo Aziendale che, oltre a mantenere le condizioni di miglior favore già previste dalle contrattazioni aziendali precedenti, ha introdotto ulteriori opportunità per i dipendenti.
Tra quelle garantite, si evidenzia il mantenimento del premio annuo variabile collettivo. Tale premio è correlato all'andamento del fatturato, della produttività, delle dispersioni e della qualità del servizio erogato. In merito a quest'ultimo aspetto i singoli punti vendita verranno valutati in base all'igiene e alla tenuta del punto vendita, considerando la cortesia e la competenza del personale ed i tempi di attesa per ogni servizio erogato. La Cooperativa si è impegnata comunque a garantire un erogazione minima di 150 euro annui (al personale Full Time) in buoni spesa spendibili presso i nostri negozi.
In coerenza con le politiche del Welfare intraprese dalla Cooperativa, è stato inoltre esteso il periodo di esonero dal lavoro domenicale per le lavoratrici in stato interessante e le lavoratrici madri fino al compimento dei 18 mesi di età del bambino.

attività di formazione e sviluppo

Nel corso del 2013 la cooperativa ha mantenuto una costante attenzione ed un forte investimento nelle attività formative. Sono proseguite alcune attività iniziate l'anno precedente: tra queste si segnalano il progetto **"Orientamento al Consumatore"**, che ha visto tra l'altro la realizzazione di un percorso di coinvolgimento specifico delle cassiere dell'Ipercoop di Sesto S.G., l'aggiornamento sulla legge 81/08 (sicurezza sui luoghi di lavoro) per rete di vendita e sede (in ottemperanza all'Accordo Stato Regioni del dicembre 2011) e la formazione sulla promozione del prestito da Soci rivolta alle addette accoglienza.
Un'altra importante attività formativa del 2013 è stata il corso di formazione **"Maestri di Mestieri"** rivolto a tutti i capi reparto del canale supermercati sulle tecniche di insegnamento delle procedure di igiene e autocontrollo e di sicurezza e salute dei lavoratori.
Per il 2014 sono in previsione importanti progetti formativi, tra i quali si segnalano, in particolare, la realizzazione della "**Scuola dei Mestieri"**, finalizzata allo sviluppo delle competenze di mestiere e di ruolo per reparti freschi e freschissimi, la formazione sul nuovo programma di gestione delle anagrafiche soci e del Prestito sociale per il personale impiegato negli uffici Soci, la formazione sul prodotto a marchio Coop rivolto a tutto il personale di vendita, la ripresa della formazione "Maestri di Mestiere" per i capi reparto Freschi e Freschissimi del canale ipermercati, la formazione delle addette Soci sulle campagne per acquisire nuovi Soci.
Una importante attività, iniziata con due primi workshop nel 2013, e che proseguirà con una cadenza bimensile, sarà l' **"Officina delle Idee"**. Questa attività formativa (ma non solo formativa) coinvolge tutta la direzione commerciale e marketing e i ruoli apicali dei punti vendita ipermercato e superstore.
I temi affrontati nei seminari affrontano, attraverso l'intervento di relatori qualificati, temi riguardanti la strategia commerciale (pricing, comunicazione, assortimenti, servizio...)

FORMAZIONE	ORE
obbligatoria	4.237
non obbligatoria	29.185
dirigenti	10
quadri	901
impiegati	32.511
Totali	**33.422**

SVILUPPO E ADDESTRAMENTO

Nel corso del 2013 si è confermata l'attenzione di Coop Lombardia alla crescita professionale del proprio personale attraverso il processo di valutazione del potenziale, che ha portato allo sviluppo di **45 risorse** in ruoli specialistici e di coordinamento. Tra queste è compreso il personale dei nuovi ipermercati di Mapello e Treviglio. Nel corso dell'esercizio è stato inoltre realizzato un bando di autocandidatura rivolto alle addette accoglienza, finalizzato all'individuazione di una risorsa da integrare nella Direzione Finanziaria di Sede.
Anche nel 2013 sono stati realizzati percorsi di addestramento individuali, finalizzati ad acquisire le competenze/conoscenze necessarie per ricoprire ruoli di capo reparto, coordinatore di reparto e altri ruoli ad alto contenuto specialistico. Le risorse coinvolte sono state complessivamente **38**.

PROGETTI 2013	DESTINATARI	CANALE
Formazione contratti di inserimento	Addetti	Iper/Super
Formazione Sicurezza e Salute - Corso base	Tutta la rete	Iper/Super
Orientamento al Consumatore regia Cremona e Vigevano	Direttori, capi settore, capi reparto e Responsabili Accoglienza	Iper
Orientamento al Consumatore addetti Cremona e Vigevano	Addetti	Iper
Formazione apertura Trescore	Addetti e regia	Super
Formazione Piattaforme Elevabili	Capi reparto	Iper
Formazione Sicurezza per neoassunti	Neoassunti	Iper/Super
Formazione Cassiere per Iper Sesto	Addette cassa	Iper
Rilancio Vendite Freschissimi	Addetti	Super
Formazione addetti centralino e imbustamento	Personale degli iper impiegato ai servizi centralino e imbustamento	Iper
Maestri di Mestiere	Capi Reparto super	Super
Preposti Iper	Capi settore, capi reparto, Responsabili Accoglienza	Iper
Officina delle idee	Due work shop con tutto il personale delle direzioni commerciali e delle regie dei pv	Iper-Super-Sede
Formazione per regia e addetti Mapello e Treviglio	Capi Reparto e addetti	Iper
Formazione e-commerce	Personale accoglienza di tutti gli iper	Iper
Formazione Multimedia	Capi reparto e vice capi reparto multimedia	Iper

sicurezza sul lavoro

La garanzia della qualità e della sicurezza nei luoghi di lavoro è tra i principali obiettivi di Coop Lombardia a tutela dei propri dipendenti, ed è finalizzata al miglioramento continuo dell'esperienza lavorativa.

LE PRINCIPALI AZIONI SVOLTE PER LA SICUREZZA

Nel 2013 i programmi attivati dalla cooperativa hanno coinvolto la valutazione dei rischi, la sorveglianza sanitaria e la formazione, in coerenza con la logica di miglioramento continuo delle condizioni dei lavoratori.
In particolare è stato aggiornato il Documento di Valutazione dei Rischi per individuare quali di essi possono compromettere la salute e sicurezza dei lavoratori e per stabilire le opportune misure di prevenzione.
È stato inoltre attivato il progetto Valigia della Sicurezza, un nuovo strumento informativo che mette a disposizione dei punti vendita tutta la documentazione fondamentale relativa alla sicurezza e salute.

PROGRAMMA	N. DIPENDENTI COINVOLTI	TOTALE ORE
Implementazione formazione Sicurezza e Salute dei neoassunti	318	2.544
Aggiornamento quinquennale formazione Sicurezza e Salute	626	3756
Utilizzo di Piattaforme di Lavoro Elevabili con conseguimento dell'abilitazione all'uso	48	576
Formazione aggiuntiva alla sicurezza per Preposti	153	1224
Formazione sulla sicurezza per Maestri di Mestiere	90	720

INFORTUNI SUL LAVORO

Grazie all'insieme delle azioni e dei progetti attivati e messi in atto per il sistema di tutela dei lavoratori in Coop Lombardia, anche nel 2013 si è registrata una bassa incidenza infortunistica.
La prevenzione degli infortuni è stata incrementata attraverso una più completa dotazione di dispositivi di protezione individuale e l'introduzione di nuovi manuali operativi di reparto che costituiscono il documento di riferimento dei Capi Reparto per effettuare l'addestramento all'uso sicuro delle attrezzature e macchine di reparto nonché alla vigilanza sul rispetto delle buone pratiche di lavoro.
L'andamento degli infortuni nel 2013 evidenzia un dato complessivo aziendale inferiore alla media nazionale del sistema Coop, con 151 infortuni per un indice di gravità di 0,5

welfare

Con l'obiettivo di promuovere progetti per migliorare il benessere dei dipendenti, nel 2013 Coop Lombardia ha avviato un'innovativa sperimentazione sul welfare aziendale, dotandosi di un importante strumento di dialogo e confronto: la Commissione Pari Opportunità e Welfare.

IL PROGETTO FILO ROSSO

Filo Rosso è un progetto che interviene in un contesto di crisi economica in cui è sempre più limitato lo stato sociale e il supporto alla famiglia. Nasce come sostegno dei bisogni pratici dei lavoratori e in particolare dell'universo femminile, con una rete di relazioni e servizi dedicati.
Per identificare i servizi da proporre, è stata realizzata una fase di ascolto che ha coinvolto **80 dipendenti** e una fase di raccolta di manifestazione di interesse alla quale hanno risposto **499 colleghi.**
Sono stati così individuati 3 servizi di sostegno:
Filo Verde - servizio di Assistenza Domiciliare per familiari parzialmente o totalmente non autosufficienti a proprio carico. E' previsto un buono per acquistare alcune ore di assistenza a domicilio svolte da Personale ASA (ausiliario socio assistenziale) qualificato.
Filo Azzurro - cura dei figli, in età scolare, nei periodi di chiusura delle scuole. Il servizio è affidato a 2 Cooperative sociali specializzate per l'accoglienza e l'intrattenimento dei bambini.
Filo Arancio - un sostegno nel periodo della maternità e della paternità con un percorso che facilita il rientro al lavoro.

La realizzazione dei servizi è prevista nel corso del 2014

Il progetto è stato presentato alla Regione Lombardia che ne ha riconosciuto la validità e l'efficacia, approvando le linee di intervento e stanziando un finanziamento a parziale copertura delle spese.

IL SOSTEGNO ALLA SPESA

La cooperativa ha intrapreso iniziative a sostegno e tutela del reddito dei dipendenti. Nel corso del 2013 è stata intrapresa una iniziativa promozionale a supporto della spesa attraverso l'erogazione di 9 buoni sconto di 6 euro per una spesa di almeno 50 euro, spendibili dal 14 ottobre 2013 a 20 dicembre 2013 che si è affiancata a quella tradizionale dell'erogazione di un buono spesa del valore di 30 euro, spendibile dal 21 dicembre al 31 gennaio 2014.

CALENDARIO

Alla fine del 2013 alcuni dipendenti sono stati ritratti dalla fotografa Silvia Amodio per realizzare il calendario della cooperativa.

educazione al consumo consapevole

Da oltre trent'anni Coop ha sviluppato progetti di educazione alimentare e al gusto, educazione interculturale, alla mondialità, ambientale, alla valorizzazione del territorio, questi contenuti sono gli assi portanti delle attività di educazione al consumo consapevole dove l'utilizzo del supermercato Coop come laboratorio didattico è il valore aggiunto dei percorsi educativi.
Nei nuovi percorsi didattici e all'interno della guida Sapere Coop, i temi dell'Educazione al consumo consapevole s'incrociano con quelli di Expo 2015: Coop Lombardia ha partecipato agli EXPO days, eventi e appuntamenti che segnano l'avvicinamento all'Esposizione Universale. Evento di particolare interesse per il 2013, è stato il laboratorio animato per famiglie e ragazzi "Pulcinella e il Mediterraneo"organizzato al Museo del '900.

CLASSI PER ORDINE DI SCUOLA	N°
scuola infanzia	72
scuole primarie	366
sec. 1° grado	456
sec. 2° grado	178
Totale classi	**1.072**
Totale alunni coinvolti	**24.656**
Totale insegnanti coinvolti	**2.680**

INCONTRI PER ORDINE DI SCUOLA	N°
infanzia	125
primaria	613
secondaria di 1° grado	992
secondaria di 2° grado	488
Totale numero incontri	**2.218**

INCONTRI PER AREE TEMATICHE	N° CLASSI	N° INCONTRI
ambiente e sostenibilità	303	597
alimentazione	356	673
cittadinanza, legalità, mondialità	413	948
Totali	**1.072**	**2.218**

I PERCORSI EDUCATIVI REALIZZATI DA COOP IN LOMBARDIA

Nel corso del 2013 sono stati organizzati **20 percorsi** mirati a raggiungere obiettivi formativi specifici:

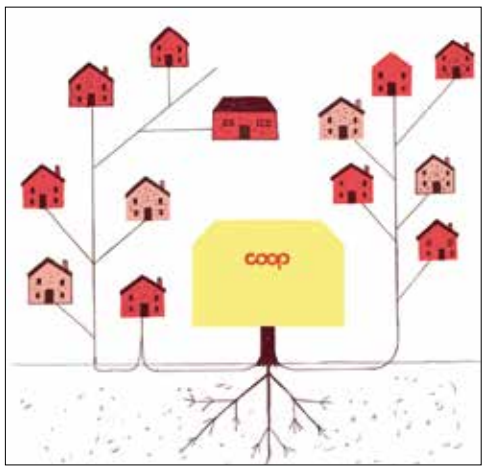
- **Pianeta cioccolato** - informare sulla storia, sulla filiera del cacao e sulle caratteristiche degli scambi commerciali.
- **Consumiamo equo** - introdurre elementi di conoscenza del commercio equo e solidale.
- **Una moda mondiale** - approfondire i meccanismi del mercato e nuove filiere del tessile più rispettose dell'uomo e dell'ambiente.
- **Pulcinella e il Mediterraneo** - scoprire il cibo quale veicolo di cultura e mediazione attraverso una grande mostra-scenografia e un'animazione dedicata.
- **Tutti i gusti sono giusti** - percorso alla scoperta del cibo e le abitudini alimentari quali veicolo di scambio e incontro fra culture.
- **Sale, aceto, zucchero e cannella** - suscitare curiosità e favorire un rapporto sano e consapevole nei confronti del cibo.
- **Orto magico** - aiutare i bambini a conoscere meglio i vegetali e le loro proprietà nutritive e stimolare il consumo di frutta e verdura.
- **Snack & Company** - riflettere sul gusto, sulle abitudini alimentari, sui consumi fuori pasto e l'influenza della pubblicità.
- **Dal piatto al campo** - informarsi sulle filiere, conoscere e promuovere consumi sani ed ecosostenibili.
- **Geni in tavola** - conoscere cosa sono e come vengono utilizzate le nuove biotecnologie.
- **A tutta birra** - approfondire le conseguenze sulla salute del consumo di birra, sfatare luoghi comuni e rendere più consapevoli.
- **Robinson Crusoe** - riflettere sulla sostenibilità dei nostri consumi e sull'impatto ambientale che producono
- **Acqua di casa mia** - scoprire l'impatto ambientale e l'influenza della pubblicità, per promuovere comportamenti ecosostenibili.
- **Quello che mangio, cambia il mondo?** conoscere le conseguenze sulla salute e sull'ambiente dell'allevamento e della pesca e per promuovere comportamenti ecosostenibili.
- **Sette miliardi nello stesso piatto, food and sustainability** - approfondire tematiche importanti per il ruolo del cittadino del mondo in continuità con la campagna educativa Food Right Now.
- **Occhio al consumo** - capire il ciclo di vita dei prodotti, analizzando l'impatto ambientale, l'impronta ecologica, la riduzione e il corretto smaltimento dei rifiuti.
- **Le mani in pasta** - assumere responsabilità e condivdere valori nelle azioni quotidiane e nei consumi.
- **Di bene in meglio** - conoscere le attività per il riuso sociale dei beni confiscati alle mafie con Libera Terra.
- **Giocooperiamo** - affrontare un problema e organizzarsi per dare risposte attraverso forme di cooperazione.
- **Bellacoopia: cooperare, un'opportunità per il futuro** - offrire un approfondimento sulla forma d'impresa Cooperativa.

IL CIBO ATTRAVERSO GLI OCCHI DI UN BAMBINO

Il volume, preparato con l'aiuto di insegnanti, racconta come, attraverso i sapori e i profumi di casa, il bambino impari a riconoscere la ritualità del cibo, il suo valore conviviale, il suo essere momento di incontro e festa. Le note, scritte dai giovani protagonisti, convincono della prelibatezza dei piatti proposti, ma soprattutto ne raccontano le origini e le occasioni di consumo, offrendo uno spaccato curioso e originale delle tante culture che arricchiscono la nostra città. Mondi diversi che imparano a dialogare tra i banchi di scuola e tra le corsie dei supermercati, per trovare e condividere i sapori e i profumi di terre lontane, ottimi ingredienti di integrazione e nuove ricette di cittadinanza.

GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE PER L'EDUCAZIONE AL CONSUMO CONSAPEVOLE

Nel 2013 è continuata la collaborazione con la casa editrice Corraini e con l'illustratrice Harriet Russell la realizzazione della guida dell'Educazione al Consumo Consapevole destinata a insegnanti e mondo della Scuola. Pubblicata in 11 edizioni con una tiratura di 10.000 copie la guida è consultabile anche sul portale www.e-coop.it e sul sito . Per promuovere al meglio l'attività di ECC è stato inoltre realizzato uno spot diffuso sul portale e sul canale youtube di Coop Lombardia.



COOPERAZIONE E ALIMENTAZIONE SOSTENIBILE, DUE PERCORSI DI EDUCAZIONE AL CONSUMO NELLE CASE CIRCONDARIALI.

Importante novità di quest'anno è il coinvolgimento di tre strutture di detenzione in alcuni percorsi dell'educazione al consumo consapevole.
Nelle case circondariali di Verziano e Canton Mombello, i detenuti hanno incontrato gli alunni delle scuole primarie di Brescia, per affrontare il tema della cooperazione, della legalità e della cittadinanza. Attraverso il video dell'esperienza delle cooperative che lavorano sui terreni confiscati alle mafie, i ragazzi hanno potuto approfondire il tema del lavoro come strumento di emancipazione e riscatto sociale.
Nel carcere Bassone di Como invece, gli animatori della cooperativa Pandora hanno organizzato un percorso di educazione e informazione alimentare che ha coinvolto i detenuti in una riflessione sul problema della scarsità di cibo e della lotta allo spreco.

TEMI AFFRONTATI	N° PERSONE
Cooperazione e legalità	19
Cooperazione e legalità	15
Quello che mangio cambia il mondo?	20
Totali	**54**

GLI ADULTI DALLA PARTE DEI PIÙ PICCOLI
Consumatori informati oggi per crescere i consumatori di domani. Il processo d'educazione a comportamenti di consumo razionali delle nuove generazioni, passa anche attraverso una società consapevole. Per questo Coop Lombardia, accanto ai percorsi per le scuole, nel corso dell'anno ha organizzato incontri aperti a un pubblico adulto per formare persone consapevoli che possano introdurre nella loro vita comportamenti virtuosi e promuovere la cultura del consumo informato nell'educazione dei più piccoli.

Nel 2013 sono stati organizzati **12 incontri** nei punti vendita che hanno coinvolto **250 persone**.

- Tutti i gusti sono giusti - il cibo: prezioso veicolo d'incontro fra culture
- Pulcinella e il mediterraneo
- La legalità come guida
- Io mangio verde e pulito
- Cibo da e del mondo
- Snack & co. - gusto, salute e generazioni
- Dal piatto al campo - i segreti dei prodotti che arrivano sulla nostra tavola
- Una moda mondiale: l'abito fa il consumatore consapevole
- Consumo consapevole, etica e legalità nel piatto
- Consumi e sostenibilità
- La spesa che non pesa... sull'ambiente
- La spesa che non pesa

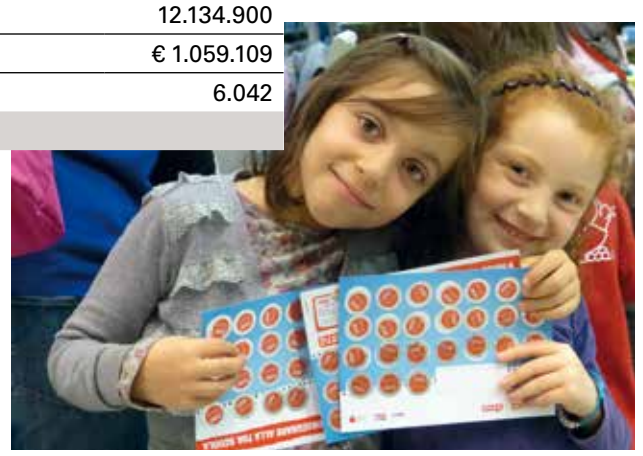
COOP FOR WORDS - SCRIVERE GIOVANE
Coop for words è il concorso per giovani scrittori e fumettisti promosso da Coop Adriatica, Coop, Consumatori Nordest, Coop Lombardia, Coop Estense, Coop Liguria in collaborazione con IGD, Associazione Heket e MEI- Meeting degli indipendenti.
Arrivato all'undicesima edizione, il concorso nel 2013 è stato arricchito con due nuove sezioni: edizione, soggetto per il cinema e canzone d'autore, che si aggiungono a poesia, racconto dello scontrino e fumetto.

Nel 2013 sono state ammesse al concorso ben 643 opere selezionate da una giuria formata da scrittori, fumettisti ed esperti di editoria e canzone d'autore che hanno scelto 44 partecipanti da cui sono stati nominati i vincitori premiati nell'ambito del Festivaletteratura di Mantova.
I premi assegnati hanno permesso di frequentare un corso della scuola di narrazione e sceneggiatura Bottega Finzioni fondata da Carlo Lucarelli, ottenere una borsa di lavoro di Openet Technologies Spa per il fumetto, partecipare al corso di Bottega Finzioni e vedere Cristiano Godano dei Marlene Kuntz musicare il testo premiato per la canzone d'autore. Le opere letterarie vincitrici sono state come di consueto pubblicate in un'antologia, intitolata nel 2013 "Le mele di Eva". Le informazioni sulla nuova edizione del concorso e i contenuti delle edizioni precedent sono disponibili sul sito www.coopforwords.it.

coop per la scuola

Oltre alle consolidate attività di educazione al consumo consapevole nel corso dell'anno, dal 9 settembre al 30 novembre, è stata promossa l'iniziativa "Coop per la scuola", nata per sostenere la scuola italiana in difficoltà, in particolare per la carenza di attrezzature tecnologiche e strumenti didattici. L'iniziativa si è nettamente distinta da altre per il coinvolgimento degli insegnati nella scelta del catalogo dei premi per la scuola (computer fissi e portatili, lavagne multimediali, stampanti, Ipad, cartine geografiche, mappamondi, risme di carta, materiali per dipingere e per colorare...) e per la partecipazione e il senso di appartenenza alla propria comunità che si è sviluppato durante l'iniziativa. Tutti, soci e clienti, hanno potuto contribuire al sostegno delle scuole del proprio territorio, in particolare si è attivata la nostra base sociale che ha saputo creare, grazie ai rapporti già consolidati nel territorio, un legame reale con gli insegnanti e le scuole.

COOP PER LA SCUOLA	
Totale bollini raccolti	12.134.900
Valore totale premi (con Iva)	€ 1.059.109
Numero totale premi ordinati	6.042



è tempo di supereroi

Dal 4 novembre al 29 dicembre 2013 si è sviluppata l'operazione "È tempo di supereroi" una raccolta di figurine e spille da collezionare dei supereroi della casa editrice di fumetti Marvel. La campagna è stata pensata soprattutto per le famiglie e per le nuove generazioni con un rimando alla dimensione eroica che metaforicamente può trovare spazio nella vita di tutti i giorni.
Il messaggio positivo che Coop Lombardia ha voluto trasmettere, ha fatto breccia nella comunità dei soci che ha dimostrato un forte entusiasmo decretando il successo della campagna. L'iniziativa è stata affiancata anche da un sito dedicato www.etempodisupereroi.it che oltre a contenere tutte le informazioni, offre la possibilità di giocare con i personaggi Marvel e con tutti gli utenti registrati al portale.

MARVEL	PEZZI
Bustine omaggio	15.910.189
Vendita album	73.150
Vendita bustine	86.393

rete di vendita

Uno spazio commerciale con una valenza sociale, il punto vendita è il terreno sul quale si sviluppa in modo concreto il sistema valoriale della Cooperativa.

POLITICHE COMMERCIALI

Sviluppo e investimento nella rete di vendita, scelte strategiche e lungimiranti, riorganizzazione del lavoro, sostegno al consumatore attraverso la garanzia della convenienza. Queste sono state le principali azioni che hanno caratterizzato la politica commerciale della cooperativa per far fronte al difficile contesto che ancora caratterizza la situazione economica del Paese. All'interno di questo difficile scenario, la Cooperativa nel corso del 2013 ha sviluppato una politica commerciale che ha puntato sulla competitività, attraverso diverse iniziative per tutti i clienti, e in particolare per i soci, nell'ambito delle politiche relative ai prodotti a marchio.

LA CONVENIENZA DISTINTIVA. IL PIANO PROMOZIONALE 2013

I prodotti a marchio Coop sono stati presenti in tutte offerte promozionali nazionali. In particolare va segnalata l'iniziativa buoni sconto da 3 euro a fronte di una spesa di 10 euro. L'iniziativa si è svolta nel bimestre aprile-maggio, con erogazione dei buoni nella prima quindicina di ogni mese e utilizzo degli stessi nella seconda.

TRESCORE BALNEARIO, MAPELLO E TREVIGLIO. I NUOVI PUNTI VENDITA DI COOP LOMBARDIA

Il 2013 si è caratterizzato per l'apertura del nuovo superstore a Trescore Balneario e per l'acquisizione di due ipermercati a Mapello e Treviglio, - rilevati dal Gruppo Lombardini - che ha consentito alla cooperativa di presentarsi tra i primi operatori della grande distribuzione anche nella provincia di Bergamo.
La Cooperativa ha investito moltissimo in questa operazione, sia con un intenso lavoro di squadra, sia con uno sforzo promozionale straordinario, mirato ad acquisire nuovi soci e nuovi soci prestatori nel territorio.

RAPPORTO VENDITE / SCONTO AI SOCI			
Canale	**Vendita Totale**	**Totale Sconti ESCLUSIVI AI SOCI**	**Sconti Per Tutti Fruito Soci**
IPER	580.580.771	20.859.57	60.887.053
SUPER	369.477.434	10.454.711	21.194.803
Totale	**950.058.204**	**31.314.289**	**82.081.856**

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Le attività di Customer Relationship Management sono state incrementate con una sempre maggior personalizzazione dell'offerta rivolta ai soci e verso i soci prestatori che sono stati raggiunti da proposte promozionali personalizzate su prodotti leader di mercato e sul gestore telefonico Coop Voce. Il 24 marzo 2013 è terminata la validità del catalogo premi; dal 21 giugno 2013 ne è stato prodotto uno nuovo che avrà validità fino al 30 giugno 2014.

prodotto a marchio

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.
È proseguita nel 2013 la valorizzazione del Prodotto a marchio Coop che vedrà in futuro ulteriori momenti di comunicazione e promozione su valori, qualità e convenienza.

SODDISFARE ESIGENZE E BISOGNI DIVERSI DEI CONSUMATORI: L'OFFERTA COOP

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.

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.

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.

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.

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.

LE LINEE COOP

Il prodotto a marchio Coop chiude positivamente il 2013, con una quota del **25,5%** (+1,2 % rispetto al 2012) e un incremento delle vendite del **4,2%**.
Grazie a questo risultato, rappresenta circa il **22%** dei prodotti a marchio privato sul mercato della grande distribuzione in Italia. Il 2013 evidenzia un trend fortemente positivo per l'insieme delle linee a prodotto a marchio, con una crescita complessiva di oltre il **12%**.
Di particolare rilievo è la crescita di Fiorfiore e Viviverde linee che confermano l'apprezzamento dei consumatori verso le eccellenze gastronomiche e la crescita dell'attenzione verso stili di vita all'insegna della qualità, della salute, e della sostenibilità.

NUMERO REFERENZE	2013	2012
VIVIVERDE	528	475
CRESCENDO	176	168
CLUB 4-10	22	23
FIOR FIORE	246	329
SOLIDAL	80	242
BENE.SÌ	44	35
TUTELA	2.656	2.518
SENZA GLUTINE	23	-
Totale	**3.903**	**3.790**

DATI VENDITA DEL PRODOTTO A MARCHIO IN COOP LOMBARDIA	2013	2012
Valore economico complessivo e per singola linea	**186.087.000,00**	176.977.000,00
% sulle vendite complessive e per singola linea	**19,59 %**	19,06 %

APPROVATO DAI SOCI

La garanzia del prodotto Coop è comprovata ogni anno dal prezioso contributo dei soci che attraverso un'operazione di valutazione, ne certificano la bontà e la qualità.
Importante momento di coinvolgimento diretto, il test prevede la compilazione di un questionario valutativo che comprende domande relative alla percezione di caratteristiche quali gusto, aspetto, consistenza e prevedono una votazione distribuita su una scala da 1-9.

APPROVATO DAI SOCI	SOCI COINVOLTI NEI TEST
16 test con Agenzie	2.400
114 test autogestiti	18.000
di cui in Coop Lombardia	
30 test autogestiti	1.500

QUALITÀ E SICUREZZA

La qualità e la sicurezza alimentare, oltre a essere valori fondamentali per Coop, sono due elementi essenziali che distinguono l'attività della cooperativa rispetto a un regime di concorrenza serrata che antepone il profitto al rispetto degli standard qualitativi, con conseguenti pericoli per il consumatore e riflessi sulla salute. Attraverso pratiche consolidate di tutela della salubrità e dell'affidabilità dei prodotti, Coop persegue l'obiettivo di garantire ai propri consumatori prodotti sani e sicuri. Lo dimostrano i controlli eseguiti su tutta la filiera di produzione attraverso ispezioni, controlli regolari e analisi a campione, effettuati su prodotti prelevati dallo scaffale o direttamente presso i centri di produzione e/o di allevamento.

LABORATORIO COOP

È un presidio chimico-merceologico per la sicurezza alimentare che si occupa di salvaguardare i valori del prodotto verificando la loro sicurezza alimentare. Attraverso l'attività di ricerca e analisi, si pone come insostituibile punto di riferimento nella gestione e nel controllo del prodotto a marchio.

SICUREZZA ALIMENTARE

La Campagna sulla Sicurezza Alimentare è stata l'occasione per accendere i riflettori sul Laboratorio Qualità di Coop, attualizzato dall'arrivo del nuovo dispositivo di rilevazione denominato Heracles. La campagna ha visto l'interesse dei media tradizionali ma anche il mondo dei digital blogger che hanno affrontato il tema della food safety attraverso tre visite al Laboratorio Coop. Ne sono nati 17 articoli con interviste video, photogallery dei laboratorio e un Hangout Google+ che hanno creato un network di condivisione di contenuti che mettono in risalto Heracles. Grazie a questa inziativa i blogger sono diventati un target forte di riferimento e una voce autorevole sulle tematiche della sicurezza alimentare in grado di supportare Coop in casi di criticità.

CONTROLLI SUI PRODOTTI ALIMENTARI

I NUMERI DEL PROGETTO QUALITÀ	2013
n° campioni analizzati	3.244
n° analisi complessive	24.923
n° fornitori controllati	964
n° referenze analizzate	1.557
n° merceologie critiche	34
n° ispezioni stabilimento	110
n° fornitori qualificati	1416

CONTROLLI SUI PRODOTTI EXTRALIMENTARI

Nel corso del 2013 è proseguita l'attività di analisi a supporto delle aree commerciali nelle circostanze in cui è stato necessario approfondire criticità e problemi emersi riscontrati dai soci e dalle cooperative. Sulle merceologie non alimentari sono stati svolti oltre **2.800 controlli su 51 referenze** in vendita nella rete. A questi, per il primo anno, si sono aggiunti i controlli sulle merci import svolti prima della partenza, che hanno interessato soprattutto la merceologia del giocattolo: nel corso di questa attività sono state svolte circa **1200 controlli su 122 prodotti** di **30 fornitori.**

PROGETTO CELIACHIA

La Legge italiana riconosce la malattia celiaca o celiachia come malattia sociale. Coop Lombardia ha lavorato intensamente per erogare i prodotti rimborsabili dalle ASL anche nei supermercati e ipermercati, semplificando l'operazione attraverso l'uso della tessera sanitaria CRS (Carta Regionale dei Servizi) direttamente alle casse dei punti vendita.
Dopo una serie di ritardi e il ricorso avverso al progetto di Federfarma, dalla fine di novembre 2013, a partire dalla ASL di Varese è stata consentita la possibilità di acquisto dei prodotti rimborsabili utilizzando la CRS. Questa possibilità nel corso del 2014 sarà resa possibile in tutta la rete di Coop Lombardia.

OGM

Coop, di fronte alla divisione del mondo scientifico in merito ai rischi potenziali per l'uomo e per l'ambiente, ha una posizione di prudenza nei confronti delle applicazioni in campo agro-alimentare dell'ingegneria genetica. Già dal gennaio 1998 ha chiesto garanzie ai fornitori in merito al non utilizzo di materie prime derivanti da manipolazioni genetiche. La seconda fase dell'iniziativa ha puntato ad accordi di filiera, al fine di garantire la rintracciabilità e i controlli fin dalla fonte: anche sulle filiere animali è ormai concretizzato il progetto Coop volto a garantire una alimentazione sempre più naturale. **I prodotti industriali certificati "non ogm" sono ad oggi 669**; il piano della qualità è formulato tenendo conto che, individuata la materia prima a rischio, la rintracciabilità deve essere dimostrata fino al punto in cui è rilevabile il DNA della specie oggetto di ricerca.

PRODUTTORI LOCALI FORNITORI DI COOP LOMBARDIA

Significativa nel fatturato e nel numero di fornitori è la quantità di prodotti alimentari provenienti da produttori lombardi, una scelta per valorizzare i prodotti e l'economia locale

	NUMERO	FATTURATO
freschi	102	€ 167.931.420
pane pasticceria	51	€ 17.889.617
freschissimi	9	€ 38.251.048
generi vari	64	€ 55.656.541
no food	39	€ 3.971.665
Totale	**265**	**€ 283.700.291**

PROGETTO ORIGINI

"Origini Trasparenti" è la campagna realizzata da Coop per rendere disponibile in tempo reale l'informazione relativa all'origine delle materie prime dei prodotti alimentari confezionati. Partita a fine ottobre 2013, la campagna, unico esempio in Europa a puntare sulla trasparenza dell'informazione, coinvolge oltre **1.400 prodotti a marchio** di uso quotidiano e risulta un esempio di best practice in confronto a un panorama globale segnato da continue emergenze alimentari.

BENESSERE ANIMALE

Nel 2013 è stata dedicata una sezione al benessere animale sul sito www.e-coop.it in cui vengono descritti tutti gli impegni intrapresi da Coop sulla tematica.
Ad esempio i prodotti cosmetici Coop sono certificati secondo lo Standard Internazionale "Non Testato su Animali", In Italia è gestito dalla LAV Lega Anti Vivisezione e gli impegni sono controllati da una società indipendente di auditing, ICEA (Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale) Coop è stata la prima catena distributiva ad ottenere questa certificazione in Italia, le **referenze cosmetiche a marchio Coop certificate sono 92**, comprendono deodoranti, dentifrici, shampoo e balsami, detergenti per l'igiene personale, doccia-schiuma, creme solari e prodotti destinati all'igiene del bambino.

L'INCHIESTA DI ALTRO CONSUMO

Qual è la politica etica del tuo supermercato? A partire da questa domanda durante il 2013 l'associazione **Altroconsumo** ha svolto una ricerca sulle politiche di responsabilità sociale delle 6 più importanti insegne della Grande Distribuzione in Italia. La ricerca è stata finanziata dalla Commissione Europea, e si è svolta in collaborazione con Consumers International e altre associazioni di consumatori. Le aziende confrontate sono: Auchan, Carrefour, Conad, Coop, Esselunga, Lidl. A partire dalle informazioni rese disponibili dalle aziende attraverso diversi canali, è stato chiesto di fornire la documentazione che dimostra come esse vengono messe in pratica, in particolare attraverso i contratti di fornitura ed i report sui controlli effettuati. La conclusione della ricerca evidenzia che "**Coop spicca sulle altre insegne per un impegno etico che non resta sulla carta … ed è l'unica insegna che può dimostrare di attuare tutte le politiche etiche che dichiara.**"

MONITORAGGIO E PARTECIPAZIONE

Per garantire la qualità del servizio e dell'esperienza all'interno della rete di vendita, Coop Lombardia realizza operazioni d'indagine e di valutazione che coinvolgono il consumatore. Nel 2013 si è registrata una significativa partecipazione all'indagine di Customer Satisfaction, attraverso un questionario i clienti hanno potuto valutare il livello di organizzazione del punto vendita.
Per monitorare ulteriormente il livello del servizio, accanto a questa iniziativa, è stata inoltre condotta un'indagine di Mystery Shopping, che attraverso un cliente in incognito visita i punti vendita, permette di raccogliere dati significativi sulla qualità della gestione.

CENTRO RELAZIONI SOCI E CONSUMATORI

Il Centro Relazioni Soci e Consumatori di Coop Lombardia è il canale diretto a cui soci e clienti possono rivolgersi. Attivo da lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 17.00, gestisce e supervisiona il processo di comunicazione e scambio di informazione assicurando la soluzione delle problematiche e la soddisfazione delle richieste inviate dai soci.
Il centro può essere contattato attraverso i seguenti canali

- numero verde FILODIRETTO 800 016 706
  e servizi SOLO PER TE 800 990 000
- e-mail: filodiretto@lombardia.coop.it
- schede 100% soddisfatti o rimborsati, reperibili in ogni punto vendita
- lettere
- fax 02-89593298

Nel 2013
6.787 segnalazioni
un numero che conferma la validità del servizio e l'impegno di Coop nel favorire l'ascolto e la relazione con i soci e i consumatori per garantire la crescita e il miglioramento della loro esperienza di spesa.

certificazione antimafia

Nel corso del 2012 e parte del 2013 il Certificato antimafia è stato gestito nell'ambito del Progetto Etico con modalità e referenti coerenti con la gestione della certificazione Sa 8000 di Coop Italia. Dal 17 febbraio 2013 in applicazione del decreto legislativo 15 novembre 2012, n. 218 che reca disposizioni integrative e correttive al Codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione, il certificato antimafia, viene rilasciato esclusivamente dalla Prefettura e solo nel caso di rapporti contrattuali con le pubbliche amministrazioni. Solo le Prefetture, quindi, rimangono competenti a rilasciare la documentazione antimafia, che dovrà essere richiesta unicamente nel caso di rapporti contrattuali e autorizzatori con amministrazioni ed enti pubblici o società private concessionarie di opere pubbliche. Per tale motivo sono allo studio altre modalità di monitoraggio sul livello di legalità dei fornitori che saranno messe a punto nel corso dell'anno 2014.

filiere ortofrutta

Con l'obiettivo di individuare preventivamente le maggiori criticità sulle filiere produttive, Coop ha realizzato un progetto di sensibilizzazione e controllo, partito dalla filiera del pomodoro, che dal 2005 ad oggi, ha coinvolto i produttori della trasformazione, le associazioni dei coltivatori e le aziende agricole in iniziative di informazione e sensibilizzazione. Accurate analisi dei rischi, comprendenti l'utilizzo di mano d'opera non regolarizzata, hanno portato all'introduzione di alcune clausule nei contratti che riguardano l'osservanza dei diritti del lavoro in riferimento alla legge regionale 28/2006 emanata dalla regione Puglia e sull'osservanza del dlgs 81/2008 sulla sicurezza. In particolare i provvedimenti riguardano l'osservanza di leggi e contratti collettivi in riferimento ad agevolazioni, regolarizzazioni di assunzioni e ore lavorative, ispezioni, incentivi alle aziende che legalizzano i rapporti lavorativi. Sul fronte sicurezza invece i provvedimenti prevedono la valutazione dei rischi, la formazione degli addetti, la presenza di macchinari a norma (CE) e le visite mediche realizzate dai medici aziendali. A questo proposito continuano i presìdi di Medici senza Frontiere sulle condizioni sanitarie dei migranti nelle attività di raccolta in Sud Italia e di Emergency presso la ASL di Palermo.
Complessivamente nel 2013 le verifiche sociali effettuate presso le aziende agricole sono state 39. Si è confermato il presidio sulla produzione delle clementine in Calabria il contesto socialmente più critico, mantenendo le attività di miglioramento standard sulle altre filiere analizzate. Sono anche state effettuate 12 verifiche su alcune filiere di prodotto nella regione Puglia.

coop for kyoto

Nel 2006, prima azienda al mondo, Coop ha lanciato l'iniziativa Coop for Kyoto, che prevede l'adesione volontaria dei fornitori di Prodotti a Marchio rispetto a interventi sulle filiere di produzione e sulla propria rete di vendita, adottando azioni mirate alla riduzione dei consumi energetici. I fornitori che decidono di aderire al progetto comunicano, con cadenza annuale, le iniziative volte al risparmio energetico e al minore impatto ambientale delle produzioni effettuate negli ultimi anni nelle loro aziende. L'adesione di **168** fornitori e **218 siti produttivi**, tutti italiani per l'anno in corso si può ritenere molto significativa e pienamente soddisfacente. L'**81% dei fornitori** che ha partecipato ha dichiarato di aver messo in atto azioni di varia natura volte ad ottimizzare i propri consumi energetici. Questo dimostra una sensibilità e una capacità innovativa elevata, sia in termini di adesioni ottenute da parte delle aziende, sia in relazione al contenuto delle innovazioni effettuate.

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.

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.

Certificazioni su prodotti e fornitori

NO-OGM
Coop richiede 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.

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.

DOLPHIN SAFE E FRIEND OF THE SEA
Sono i marchi che certificano, rispettivamente la provenienza del pesce da pesca o allevamento sostenibili 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, l'unico disciplinare riconosciuto a livello internazionale.

ANIMALI DA PELLICCIA
Coop, per prima tra le catene distributive, ha deciso nel 2006 la completa esclusione delle pellicce naturali e il passaggio al sintetico nei prodotti.

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		●	●		●				
Mapello via Strada Regia SS 342 Briantea		●			●				
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		●	●	●	●		●		●
Treviglio viale Monte Grappa 31		●			●		●		
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					●			
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					●			

Gruppo di lavoro su bilancio sociale di Coop Lombardia:
Silvano Ambrosetti, Andrea Belluardo, Sara Cirincione
Alfredo De Bellis, Gianfranco Di Scioscio, Paolo Figini
Adriano Franchi, Giovanni Grasso, Idanna Matteotti
Valter Molinaro, Daniela Preite, Domenico Protti

Fotografie
Archivio Coop

Fonti
Coop Lombardia
Coop Italia
Ancc
Consumatori
www.e-coop.it

Ringraziamenti a tutto il personale Coop
e ai Soci che hanno contribuito alla raccolta
di dati e informazioni

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

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