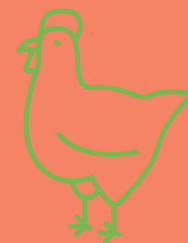
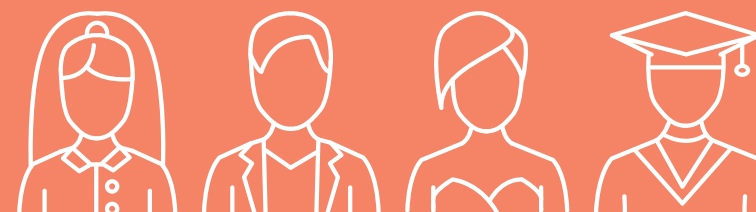
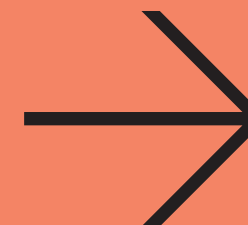


Coop 2017

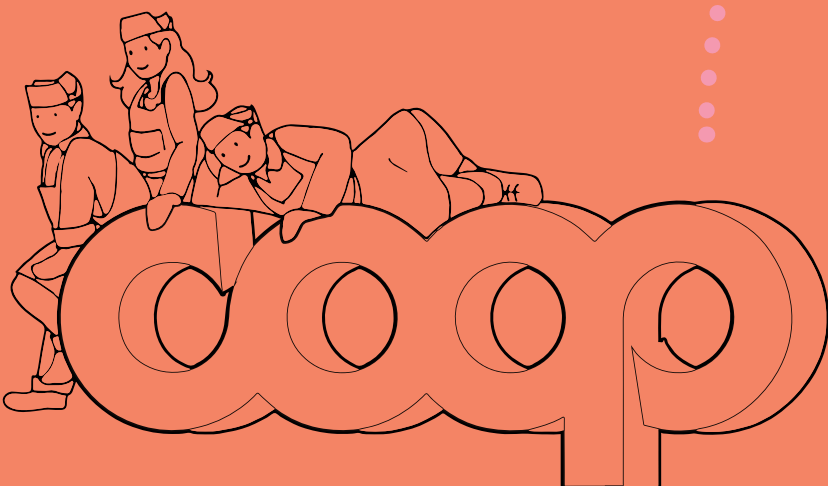
Un rendiconto economico e sociale



%

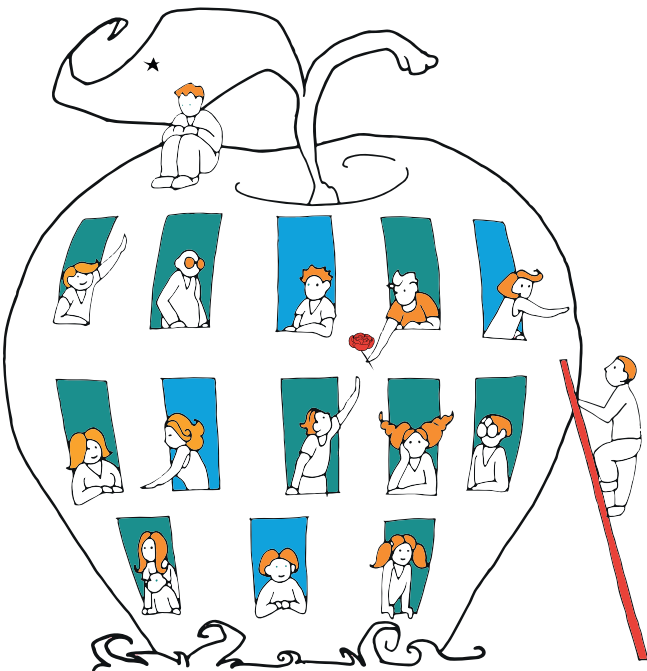


coop



Coop, bene comune

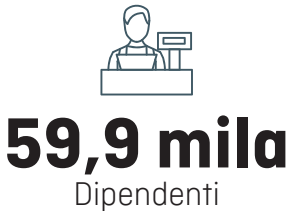
→ Le cooperative di consumatori sono imprese di persone, prima che di capitali. Per questo non massimizzano il profitto e non distribuiscono utili ma operano nel mercato per generare convenienza e valore sociale a beneficio dei propri soci, dei consumatori e a vantaggio delle comunità e per le future generazioni. Coop è un insieme di cooperative di consumatori indipendenti che, in oltre 160 anni di storia, hanno saputo creare in Italia un soggetto collettivo leader di mercato e in grado di coniugare logiche economiche e responsabilità sociale.



La Cooperativa è un'impresa:

- Aperta** (chiunque ne condivida i principi può chiedere di farne parte esercitando diritti e doveri)
- Democratica** (una testa un voto – ogni socio ha un uguale potere decisionale e condivide diritti e doveri con l'intera base sociale)
- Intergenerazionale** (reinverte gli utili nello sviluppo della cooperativa e nel rafforzamento del patrimonio per i soci di domani)
- Autonoma e Indipendente** (non può essere ceduta ed è tenuta ad assicurare sempre il controllo democratico)

I principali numeri

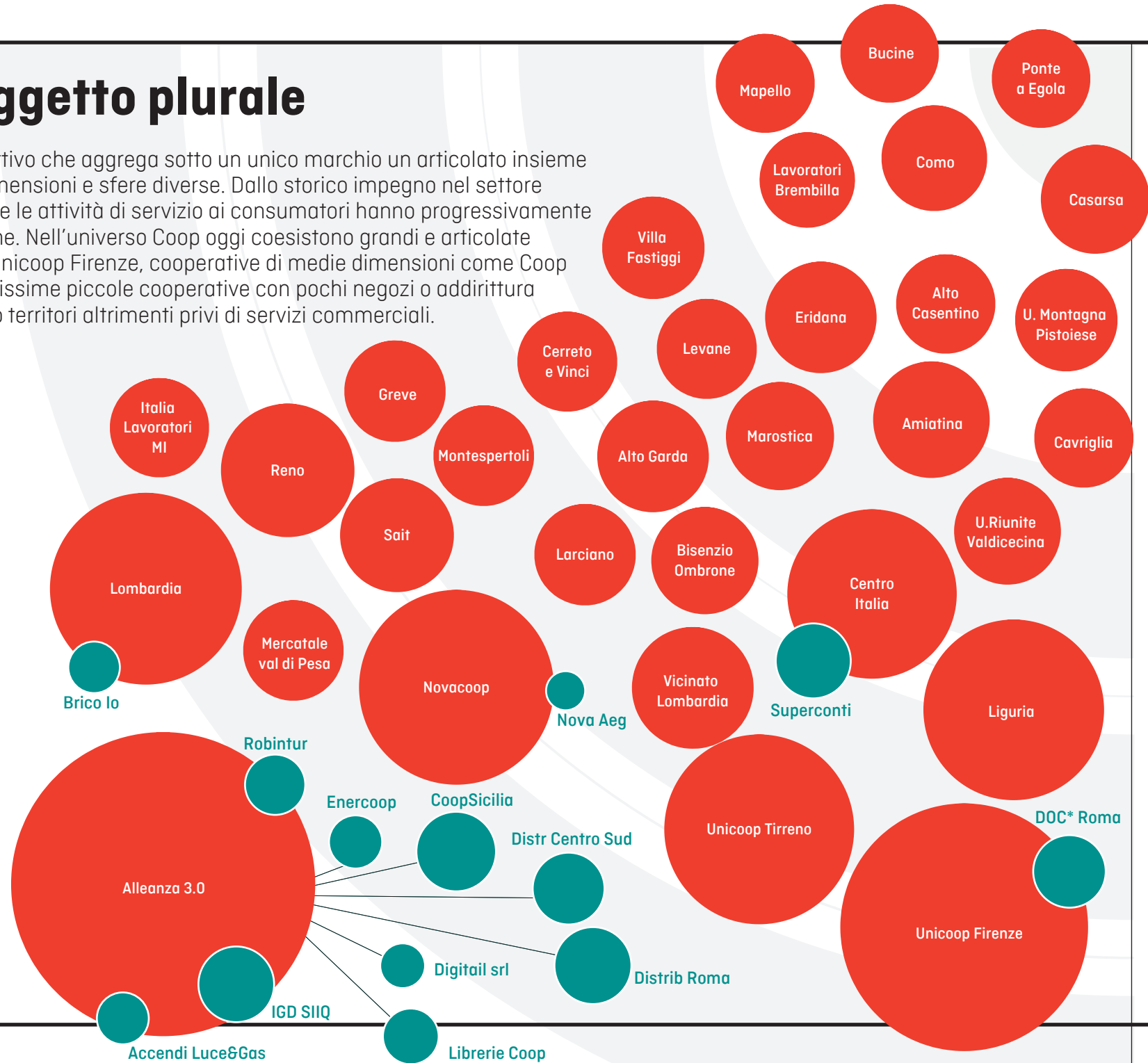


Coop, un soggetto plurale

→ Coop è un soggetto collettivo che aggrega sotto un unico marchio un articolato insieme di imprese cooperative di dimensioni e sfere diverse. Dallo storico impegno nel settore della distribuzione alimentare le attività di servizio ai consumatori hanno progressivamente allargato la loro sfera d'azione. Nell'universo Coop oggi coesistono grandi e articolate realtà come Alleanza 3.0 e Unicoop Firenze, cooperative di medie dimensioni come Coop Reno e Coop Amiatina e tantissime piccole cooperative con pochi negozi o addirittura monospaccio che presidiano territori altrimenti privi di servizi commerciali.

Le grandi cooperative e le principali controllate

87
cooperative,
di cui
7
grandi che realizzano il
95%
delle vendite



Le strutture nazionali ed europee di servizio

ANCC-COOP

L'associazione nazionale con compiti di rappresentanza, confronto e coordinamento delle strategie, gestore del CCNL

Coop Italia

Il consorzio nazionale che gestisce il prodotto a marchio, i rapporti con i fornitori, le politiche di marketing e di qualità, gli acquisti del non food

Scuola Coop

L'istituto di formazione del personale Coop

Inres

Il consorzio nazionale che progetta le strutture di vendita con particolare attenzione alle nuove tecnologie e all'impatto ambientale

Coopernic

La centrale d'acquisto cooperativa europea a cui aderisce Coop Italia con Leclerc, Delhaize e Rewe

Euro Coop

L'organismo di rappresentanza della cooperazione di consumatori presso le istituzioni e le organizzazioni comunitarie, i cui membri rappresentano 19 Paesi

Coop, un patrimonio delle famiglie italiane

→ I soci sono i proprietari della Cooperativa (socio proprietario). Sono i principali acquirenti delle merci (socio consumatore). Sono finanziatori tramite il "prestito sociale" (socio prestatore). Sono cittadini delle comunità in cui Coop è presente (socio cittadino).



1:4

Oltre un quarto delle famiglie italiane è socio Coop



6,8 mln

(+ 3,5% nel 2017)
Soci*



78,3%

Le vendite ai soci**



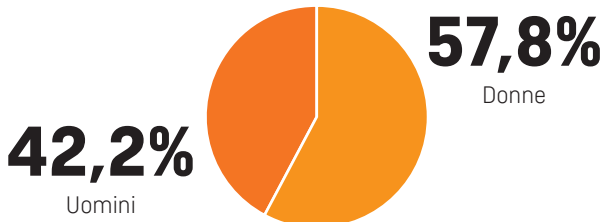
237 mila

I nuovi soci del 2017

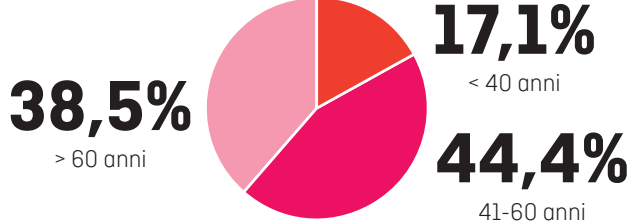
*Come previsto dalla legge 1/2014, art. 17/bis, recepita negli Statuti Sociali, nei primi mesi del 2017 i Consigli di Amministrazione delle Cooperative hanno deliberato l'esclusione dei soci inattivi cioè coloro che, nell'esercizio sociale precedente, non abbiano intrattenuto con la Cooperativa almeno una delle attività su cui si fonda il rapporto mutualistico (fare la spesa, partecipare a un'assemblea, essere socio prestatore).

**Come richiesto dall'art. 2545 del codice civile e dall'art. 2 della L.59/92 la prevalenza (valore delle vendite a soci superiore al 50% del valore totale delle vendite) è un requisito che documenta l'attività mutualistica nei confronti dei soci.

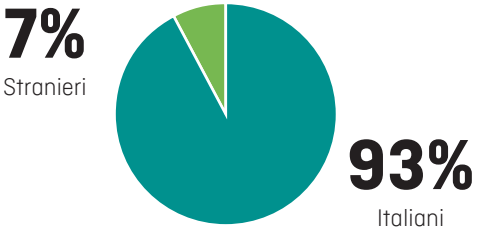
Soci Coop per genere



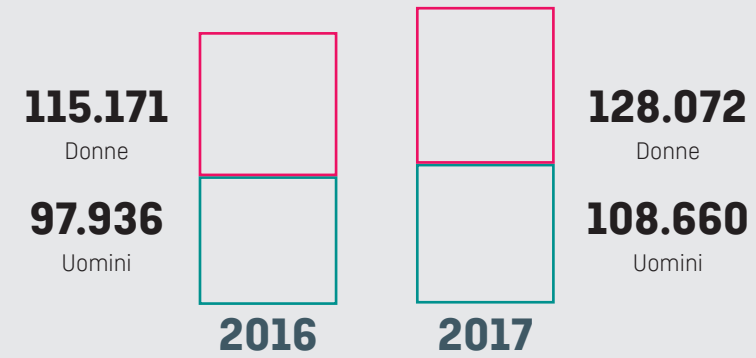
Soci Coop per fasce di età



Soci Coop per nazionalità

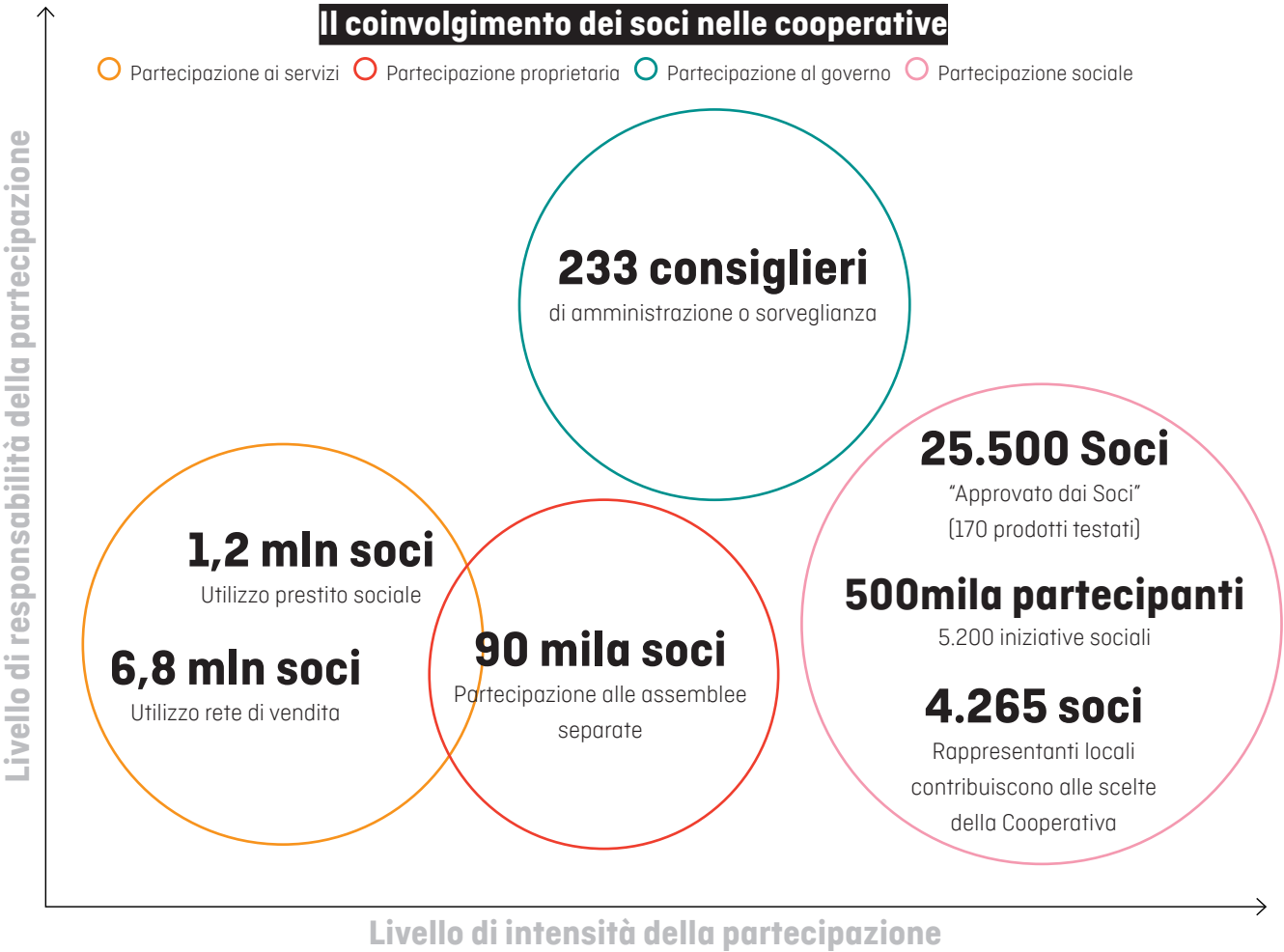


Nuovi soci Coop

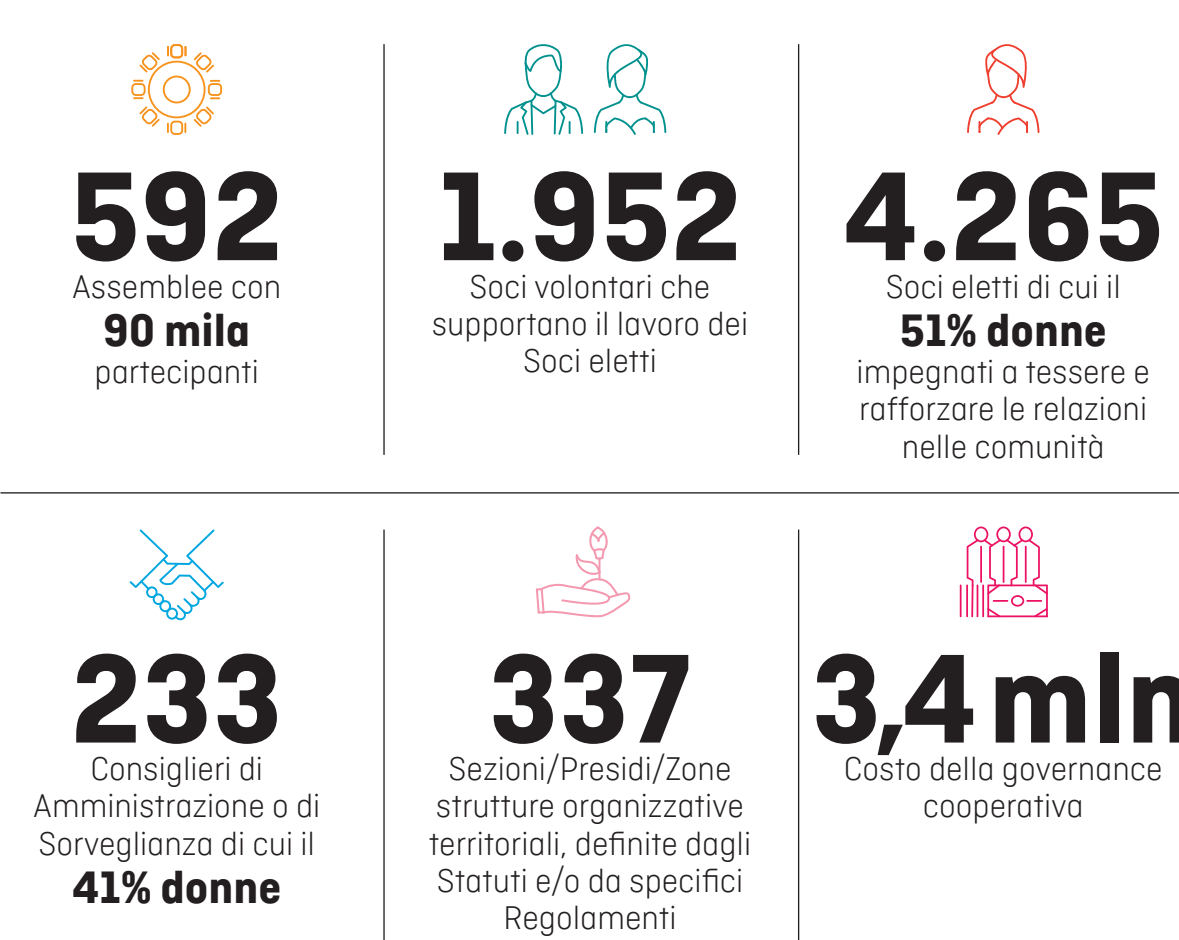


Coop, imprese democratiche

→ In quanto proprietari della cooperativa di consumatori, tutti i soci hanno il diritto di partecipare alla determinazione delle politiche e alla formazione delle decisioni degli organismi istituzionali di Cooperativa. Le modalità secondo le quali all'interno della Cooperativa devono essere prese le decisioni, così come le diverse forme di partecipazione e responsabilità crescente del socio, vengono esplicitate dal principio del controllo democratico da parte del socio.



I soci sono i principali protagonisti e destinatari del percorso di sviluppo umano e di creazione di valore che ispira l'attività cooperativa [dalla Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori]



Coop, l'impronta sul territorio e le comunità

→ La cooperativa interpreta la sua missione all'interno delle comunità in cui più direttamente opera e dell'intero sistema-paese, attraverso le sue attività sociali e commerciali, in relazione con una pluralità di esperienze, persone e storie. La cooperativa fa parte della comunità e dà il suo contributo per migliorarne le condizioni materiali, morali e culturali. Per questo collabora con la scuola, con istituzioni culturali e scientifiche, con i mezzi di informazione.
[dalla Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori]

Buon Fine [2017]	
Tonnellate	6.535
Numero minimo di pasti corrispondenti	8,2 mln
Valore a prezzi correnti [euro]	33,2 mln
Punti di vendita Coop partecipanti	647
Associazioni di volontariato e caritatevoli destinatarie	930

+18%
rispetto al 2016

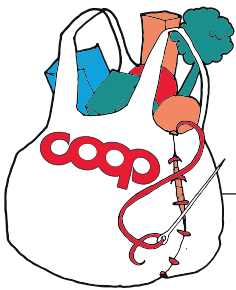
www.coopnospreco.it

56,7 mln
Valore restituito alle
comunità, di cui

17 mln
Costo iniziative sociali

33,2 mln
Merce donata in
solidarietà

6,5 mln
Premi per la scuola



5.200

Attività e iniziative culturali,
ricreative e solidaristiche
realizzate sui territori per
promuovere l'integrazione e
l'inclusione sociale, sostenere
l'auto-sviluppo economico e
sociale, sensibilizzare al consumo
consapevole

500.000 partecipanti

1.000

organizzazioni
di varia natura
[associazioni, cooperative
sociali, enti locali] con
le quali Coop condivide
progetti e intenti

Progetti di
solidarietà
locale e
internazionale
di cui

4.200

adozioni
internazionali

Generazioni future

25
assegni di ricerca su
Alzheimer a
20
Università

234.187 studenti
10.085 classi
12.650 insegnanti

coinvolti nei progetti di
educazione al consumo e alla
cittadinanza consapevole
sui temi dell'alimentazione,
ambiente e cittadinanza
www.saperecoop.it

64
classi
1.141
studenti

457
ore
in progetti di Alternanza
Scuola Lavoro

8.157
Scuole aderenti

41.194
Premi distribuiti in
materiali didattici,
tecnologia, percorsi ed
esperienze culturali

Coop, il presidio del territorio

→ Dai territori di insediamento storico la presenza di Coop si è ormai estesa all'intero territorio nazionale non solo nel settore alimentare ma sempre di più nelle diverse attività di servizio alle famiglie.

Coop è presente in
→ **18 regioni**
→ **90 province**
→ **995 comuni**



2.134

I punti di vendita retail nel 2017 inclusivi delle principali diversificazioni (Librerie, Turismo, Bricolage, Energia, TLC, Farmacie)

1.637

I punti di vendita nella Gdo

1.175

(di cui 119 lper)

I punti di vendita ad insegne Coop, appartenenti a Cooperative aderenti ad Ancc-Coop



Gli altri touchpoint



290

Agenzie Viaggi
Robintur



72

Stazioni di servizio a
marchio Enercoop e altro



150 mila

Utenze Luce e Gas servite
da Nova Aeg
e Accendi Luce & Gas



125

PdV a Insegna
Brico Io



1 mln

Utenze telefonia mobile
a marchio CoopVoce



14%

Popolazione italiana
raggiunta dai servizi di
ecommerce alimentare
Coop

Coop, imprese al servizio delle persone

→ Il compito di Coop è stato sempre quello di cercare risposte nuove al cambiamento dei bisogni e alle nuove necessità di tutela dei cittadini. Alcune cooperative si sono concentrate nel settore della distribuzione alimentare, altre hanno allargato la loro sfera d'azione ad altri servizi di interesse per soci e consumatori: retail non alimentare, viaggi, bricolage, telefonia mobile, gestioni immobiliari, utilities.

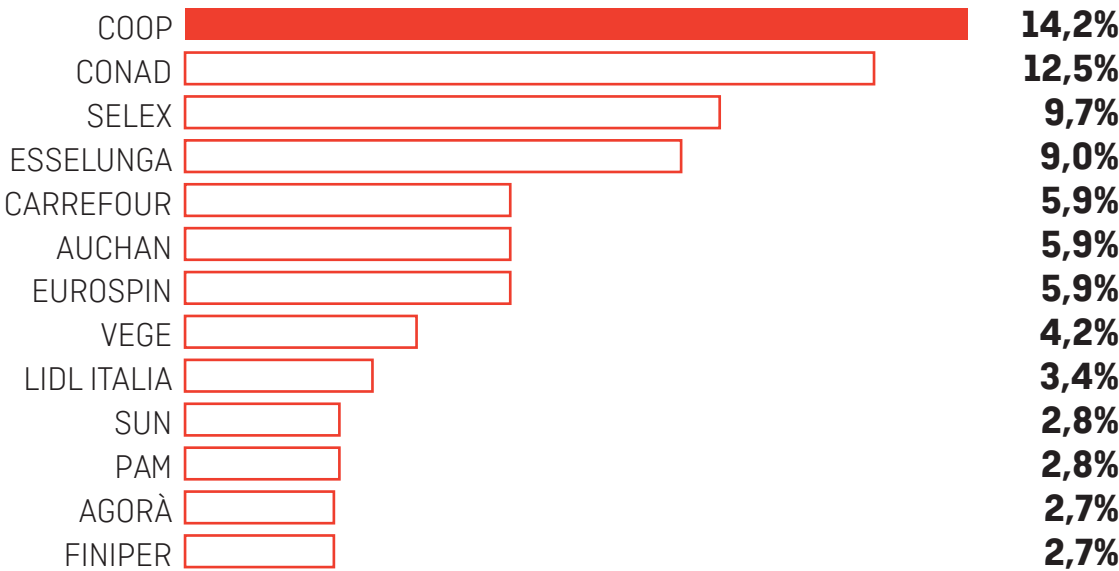


Giro di affari delle altre attività retail			
 500 mln Agenzie viaggio gruppo Robintur	 558 mln Carburante Enercoop e altro	 424 mln Nova Aeg e Accendi Luce & Gas	 309 mln Brico Io
 58 mln CoopVoce	 53 mln Altre attività retail extra Gdo	 35 mln Librerie.coop	 28 mln Vendite online Easycoop, Piùscelta e Coop online

Coop, una leadership italiana

→ Coop è da oltre 30 anni il marchio leader della distribuzione alimentare italiana. Tale primato è rimarchevole soprattutto perché vede impegnate le cooperative a far coincidere tale immutata posizione con la ricerca di primati di qualità, valori e responsabilità sociale. Ma prima che essere un leader di mercato costituisce il più ampio esperimento di democrazia economica del nostro Paese.

Quote di mercato della Gdo Italiana
(Lis+Sup+Ipr+Dis)



Fonte: Nielsen GNLC Gennaio 2018



→ Coop, **1° distributore italiano**, 41esimo retailer alimentare nel mondo e 15esimo nell'Area Euro (Global Power of Retailing Top 250 Deloitte)

→ **Coop è un'impresa al femminile**. Nei CDA delle cooperative il 41% dei consiglieri sono donne. Un primato rispetto al 33,5% delle società quotate e al 26,2% delle società a controllo pubblico*
*Elaborazioni Cerved 2018

→ Coop è **28ª nella classifica 2018 dei 100 top brands più influenti in Italia** redatta da Ipsos, tra i primi 10 marchi*
*Indagine online su 4.552 adulti, i risultati si basano su un campione ponderato per garantire la rappresentatività della popolazione italiana

→ 4 Prodotti a Marchio Coop **premiati per la Qualità e l'Innovazione al PLMA 2018** 'International Salute to Excellence Awards'*
*Il PLMA è la più importante manifestazione internazionale sulla Marca della Distribuzione che annualmente si tiene ad Amsterdam. I prodotti premiati sono esposti nel PLMA's Idea Supermarket di Amsterdam

→ Coop **entra nel 2018 nella Classifica Globale sul Benessere degli Animali di allevamento** Bbfaw (Business Benchmark on Farm Animal Welfare)

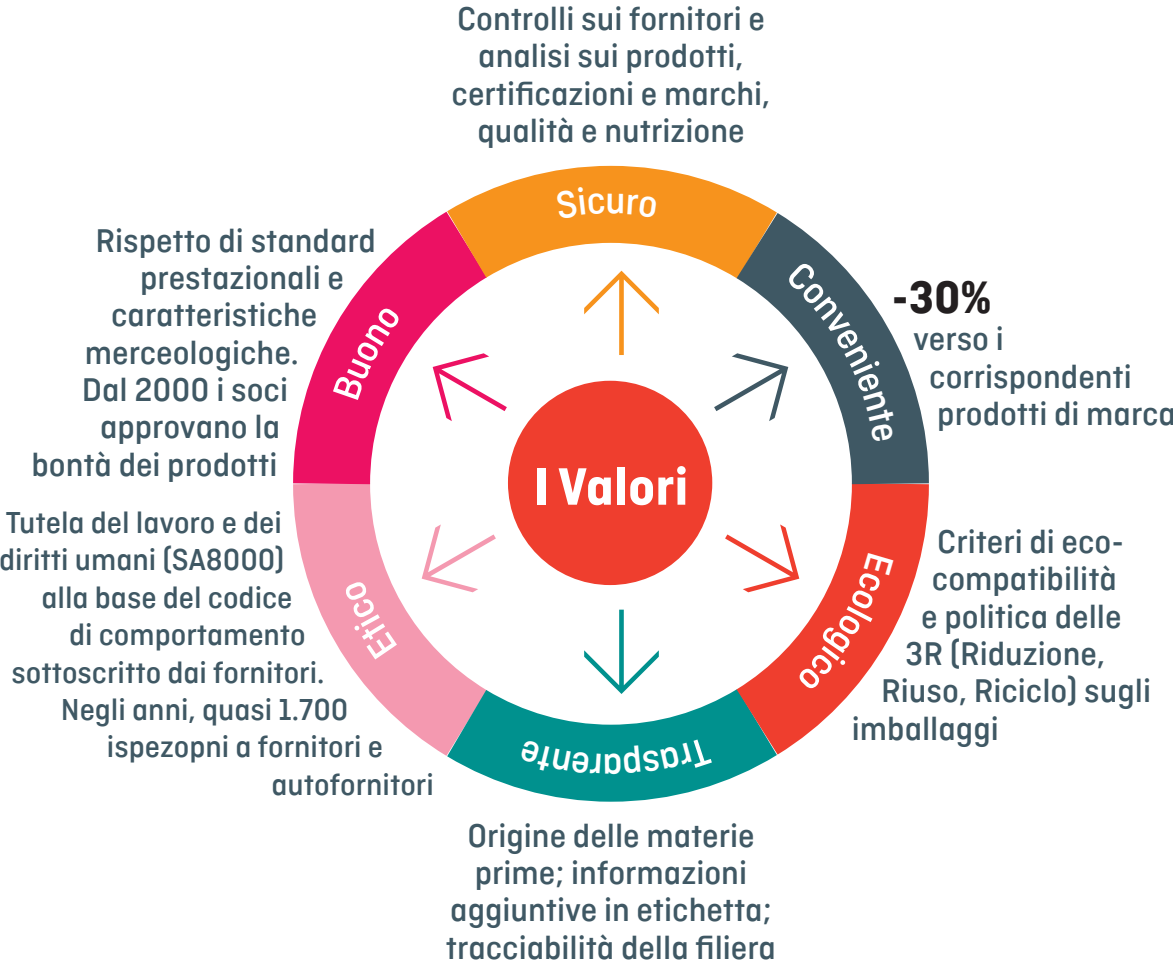
→ Coop Italia **vince il Premio 'Logistico dell'Anno 2017'** con il progetto 'Trasporto collaborativo multiplayer', una modalità innovativa e sostenibile di trasporto merci. Prendendo a riferimento una base annua di 19.000 km; la nuova modalità permette una riduzione nelle emissioni di CO2 pari a 20 tonnellate

→ CoopVoce indicata a gennaio 2018 come **la migliore compagnia di telefonia mobile in Italia** nel sondaggio di Panorama (in collaborazione con Statista) 'Le aziende con il migliore servizio ai clienti'*
*Un sondaggio tra 18.500 persone e un elenco di più di 2.000 marchi

→ Con il gruppo Robintur **detiene la più importante rete diretta di agenzie viaggio** in Italia

Coop e i suoi prodotti

→ Il prodotto a marchio costituisce per Coop l'espressione massima della propria missione cooperativa, contribuendo a diffondere i valori per i quali Coop è nata e per i quali continua a essere un punto di riferimento per i suoi milioni di soci e clienti.



www.catalogoprodotti.coop.it

2,7 mld
fatturato
totale 2017
del
prodotto
a marchio
Coop

25,4%
incidenza
sul totale
vendite
del Largo
consumo
(21% negli
Iper 28% nei
Super)

10
linee
dedicate a
soddisfare
differenti
esigenze di
consumo

4.500
prodotti di
cui
1.148
da filiera
tracciata

Coop è stata la prima catena, all'inizio degli anni 2000, a certificare l'origine e la tracciabilità di alcuni alimenti considerati a rischio. Le filiere controllate Coop consentono di ricostruire la storia di ogni prodotto, con l'identificazione di tutte le aziende coinvolte.

 Alimentari e non di largo consumo	 Per l'infanzia	 Tracciabilità totale	 Certificati Fairtrade	 Per la cura della casa
 Eccellenza della cultura gastronomica	 Ecologici e biologici	 Per animali domestici	 Nutrizionalmente equilibrati e free from	 Per le preparazioni in cucina

www.e-coop.it/cooporigini

Coop, la leadership in qualità e sicurezza

→ 5 sono i principi fondamentali in tema di sicurezza e qualità per garantire la salute e il benessere dei consumatori: Precauzione, Prevenzione, Controllo, Gestione del prodotto non conforme, Miglioramento continuo.

La qualità del prodotto a marchio Coop

Le caratteristiche esclusive del prodotto a marchio
(rigide regole di produzione e di formulazione)

NO:
OGM, coloranti sintetici, grassi idrogenati, olio di palma

Additivi solo se necessari (-70%) residui chimici sull'ortofrutta

L'etichettatura per una corretta alimentazione

Tutela della biodiversità

Benessere animale
Adozione di schemi di certificazione e marchi (FSC®, PEFC™, Ecolabel, Pesca Sostenibile)

Sistema di Qualità, fin dal 2000 sul prodotto a marchio,

garantito da un insieme di certificazioni:

Certificazione ISO 9001:2008

(per i sistemi di gestione della qualità)

Certificazione di servizio di controllo

(Bureau Veritas Italia e CSQA certificano che l'intero sistema di controllo Coop sia serio e affidabile su tutti i propri prodotti)

Certificazione no OGM per i mangimi delle filiere animali

Certificazione dei prodotti biologici

1.748

audit

3 mln

di determinazioni analitiche su oltre

500

fornitori per un valore di

3,2 mln

Coop Italia dispone da oltre 20 anni di un laboratorio suddiviso in 3 aree biologica, chimica e sensoriale per presidiare autenticità e nuovi rischi. Nel 2017 5.923 determinazioni analitiche su 2.805 campioni



Progetto Qualità su prodotti non a marchio

con **controlli sui fornitori nazionali e locali**

con l'obiettivo di garantire la genuinità, la salubrità, la sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti in assortimento e di sensibilizzare il mondo produttivo sulle tematiche di tutela dei consumatori sostenute da Coop.

106 audit e 23.004 determinazioni analitiche sui prodotti alimentari e non

Approvato dai soci
Dal 2000 con il contributo di **516.438** soci intervistati, sono stati testati **2.354** prodotti.

Nel 2017 sono stati **25.500** i soci intervistati e **170** i prodotti testati

Coop e la convenienza

→ Il primo impegno di una cooperativa di consumatori è mantenere prezzi bassi, essere più convenienti nel mercato di riferimento, garantendo la provenienza trasparente dei prodotti, salari contrattuali e norme di sicurezza, il rispetto del giusto prezzo da riconoscere ai fornitori. Comportamenti diversi sarebbero inaccettabili per le cooperative e per i loro soci. Ed è per questo che in Coop si parla di prezzi equi e di filiere sostenibili. Ciò non significa che non vi siano vantaggi economici e risparmi per i soci. Sia in termini di sconti e promozioni dedicate sia in offerte di altri servizi di natura extracommerciale.

I vantaggi per i soci
[x1.000 euro]



1.056 mln

Risparmio complessivo per i soci



656 mln

Sconti usufruiti in
promozioni



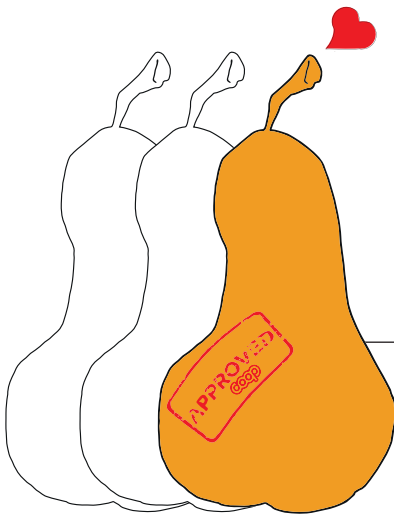
339 mln

Sconti usufruiti in offerte
dedicate



61,3 mln

Sconti usufruiti da punti
catalogo



Inflazione alimentare rete Coop vs media Italia

Nel lungo periodo l'andamento inflattivo di Coop è sempre stato inferiore al dato Istat

	Coop	Media Italia
2017	1,1	1,9
5 anni	2,1	5,8
10 anni	13,8	17,4

Differenza Coop - Media Italia

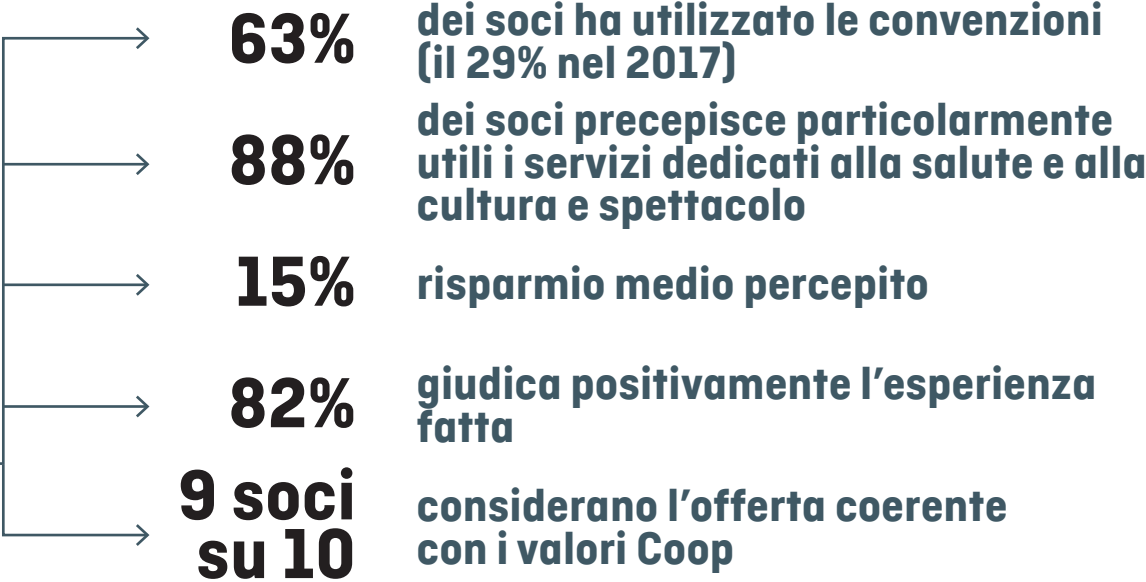
2017	5 anni	10 anni
-0,8	-3,7	-3,6

Coop, gli altri vantaggi per i soci

→ I soci Coop, oltre a beneficiare di vantaggi di natura economica e commerciale, hanno la possibilità di usufruire di altri servizi di natura extra-commerciale (finanziaria, culturale, gestione quotidiana) che sono parte integrante dello scambio mutualistico tra Coop e socio.

1.123
Convenzioni

Coop offre opportunità di tariffe ribassate e sconti su servizi per i soci attraverso convenzioni con partner nazionali e locali fornitori di servizi nei settori salute, assistenza e benessere; cultura, sport e tempo libero; mobilità; casa e persona.



Dati indagine SCS-SWG maggio 2018



-30%

Il differenziale di prezzo medio del prodotto a marchio Coop rispetto ai prodotti di marca



-25%

Il differenziale di prezzo medio del parafarmaco venduto nei Corner Salute rispetto al Canale farmacia



2 mln

Il valore degli sconti sull'acquisto dei libri scolastici

38 mln

l'ammontare degli interessi distribuiti sul prestito sociale a

1,2 mln

di Soci prestatori*

*L'importo massimo conferibile al prestito sociale da ciascun socio è pari a 36.527,10 euro per vincolo di legge, salvo limiti inferiori previsti dalla cooperativa stessa

I servizi

- CUP a punto di vendita;
 - Assistenza psicologica;
 - Postazione internet a punto di vendita;
 - Consegna spesa a domicilio per alcune categorie sociali (anziani, portatori di handicap);
 - Orientamento legale;
 - Assistenza finanziaria;
 - Pagamento bollette a punto di vendita;
 - Punti di ascolto in tutti i negozi
- www.e-coop.it

L'informazione

2,6 mln

di copie la tiratura delle riviste informative per i soci per 9/10 uscite all'anno

120.000

contatti al Filo Diretto

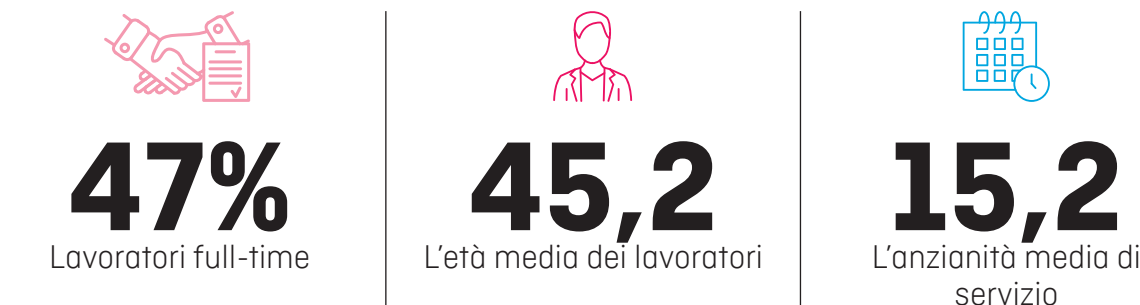
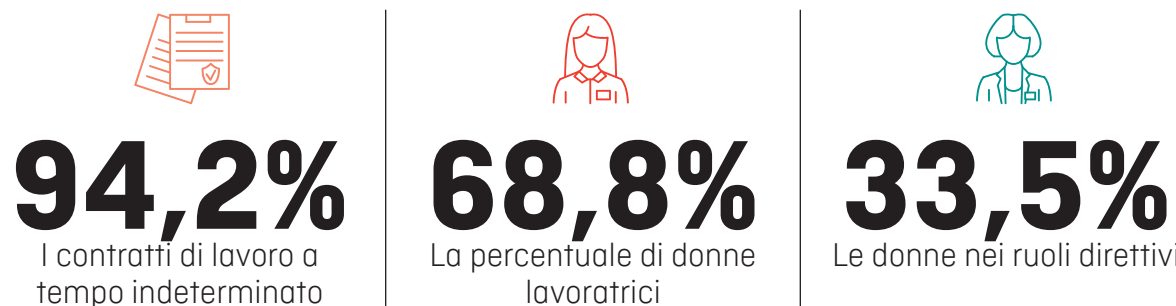
11.722

contatti al numero verde



Coop, la buona occupazione

→ Coop dedica particolare attenzione alla qualità del lavoro, all'ascolto dei lavoratori, alle opportunità di crescita professionale e ai riconoscimenti retributivi dei propri collaboratori, con l'intento di garantire un lavoro dignitoso per i propri dipendenti, di valorizzare le risorse umane, di gestire il cambiamento e stabilire canali di comunicazione che permettano il coinvolgimento e la partecipazione attiva di tutti i lavoratori.

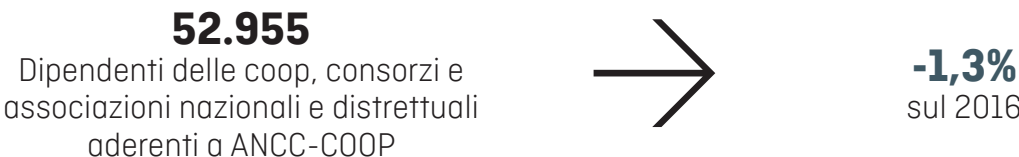


Coop e le aperture domenicali e festive

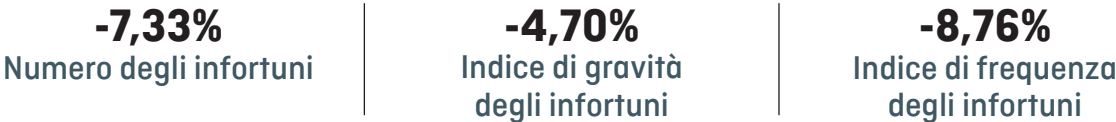
Coop chiede una nuova legge sulle aperture domenicali e festive per trovare soluzioni equilibrate nell'interesse dei consumatori e dei lavoratori a partire

dalla traccia di quella già approvata alla Camera nella precedente legislatura. Coop ha dichiarato pubblicamente il suo interesse per l'iniziativa assunta a questo proposito dal vice premier Di Maio.

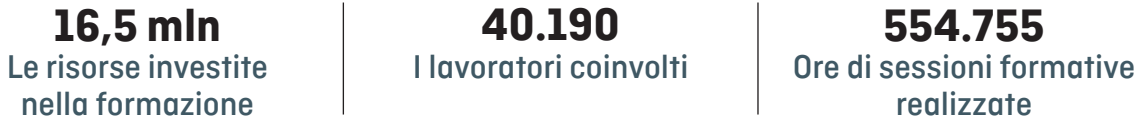
Coop è uno dei più grandi datori di lavoro dell'economia nazionale



La sicurezza del lavoro (Var. % sul 2016)



La formazione professionale



Coop, la sostenibilità dei punti vendita

→ Nella progettazione e gestione della rete di vendita Coop utilizza le sole risorse energetiche strettamente necessarie e fa ricorso all'autoproduzione di energie da fonti rinnovabili. Utilizza, inoltre, tecnologie innovative ed efficienti nell'impiantistica, nella climatizzazione, nella refrigerazione alimentare e nell'illuminazione.

195
impianti
fotovoltaici
allacciati e funzionanti,
con una potenza
complessiva di 34.230
kWp, che hanno prodotto
nel 2017 oltre
274.334 MWh di
energia 'pulita'.

L'equivalenza di
CO₂ non immessa
in atmosfera
è pari a circa
156.645 ton.

Ad oggi
oltre
500
punti di vendita
sono dotati di tecnologia
di illuminazione interna
a LED
che ha consentito
un risparmio
energetico di
41.000 MWh

ed evitato l'immissione in
atmosfera di oltre 18.000
ton di CO₂

Nel 2017
per il relamping
investiti 6,7 Mln
di euro



Dal 2012, il Progetto
Energia
Monitoraggio,
Teleassistenza e
Audit
ha seguito 269 punti di
vendita ottenendo
un risparmio di
oltre
150.000
MWh
di energia
elettrica.

Tale riduzione dei
consumi ha consentito
di evitare l'immissione in
atmosfera di 53.850 ton
di CO₂

Oltre il
95%
della rete di vendita
è dotato di banchi
alimentari surgelati
chiusi

Coop e i suoi fornitori

→ La cooperativa sceglie i fornitori nell'interesse dei suoi soci e di tutti i consumatori. Vengono privilegiati i fornitori che godono di buona reputazione, che hanno stabilito codici etici per il loro comportamento, che sviluppano programmi sociali, che si dimostrano sensibili ai problemi ambientali, che adottano politiche del lavoro corrette, che si impegnano nell'innovazione e che riconoscono il valore dell'economia cooperativa. I rapporti con i fornitori non potranno che essere improntati a trasparenza, onestà e correttezza reciproche. [dalla Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori]



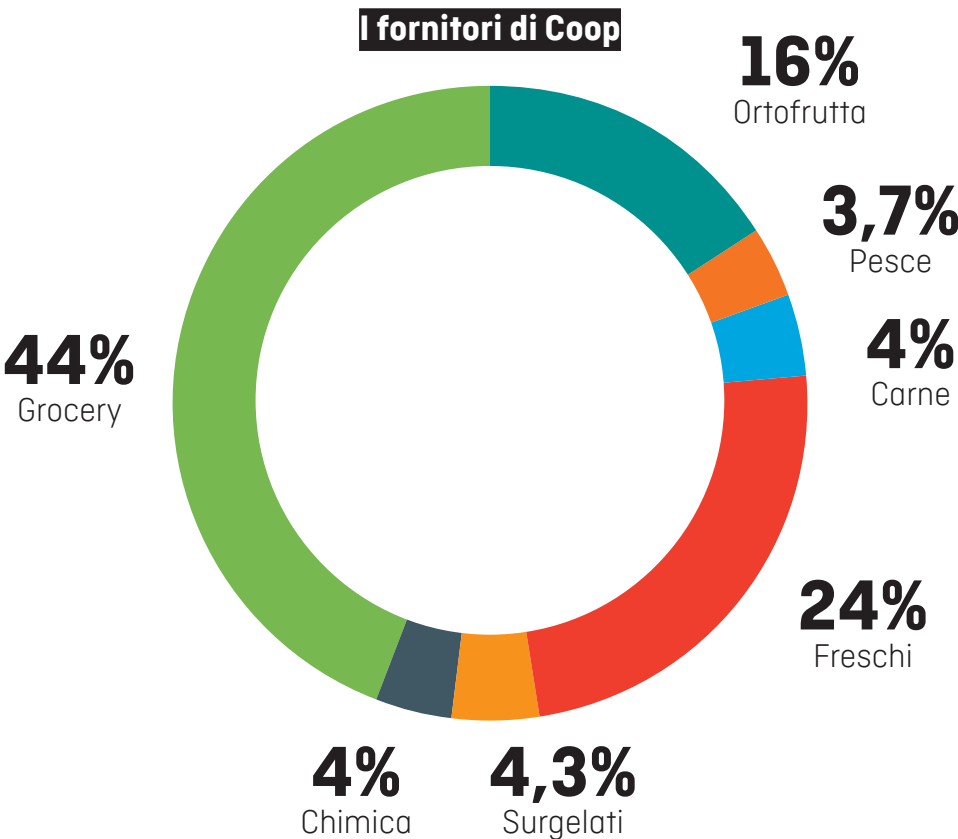
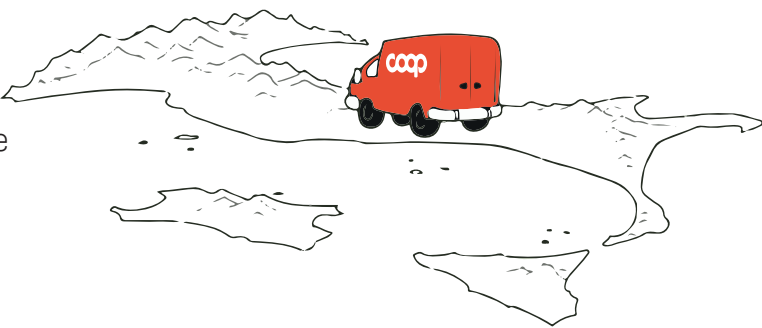
3 leve strategiche:

1
l'attenzione al "locale",
anche grazie al forte
legame territoriale
garantito dalla relazione
virtuosa fra politiche
sociali e commerciali;

2
lo sviluppo delle piccole e
medie imprese italiane;

3
la particolare cura verso
la realtà cooperativa.

9 mld
Gli acquisti effettuati dalle cooperative
presso i fornitori di merce
7,6 mld
il valore del contratto Coop Italia



Coop, le performance economiche

→ L'efficienza delle cooperative si misura sia dal risultato di bilancio che dalla capacità di dare risposta ai soci e alle comunità. La tutela del lavoro e dei territori deboli ha pesato sul risultato economico delle gestioni commerciali di alcune cooperative. La ristrutturazione della rete e gli ampi investimenti nel settore della grande distribuzione e negli altri mercati presidiati hanno condizionato i risultati economici di breve termine.

Grandi Coop (media)	2016 (%)	2017 (%)
Fatturato	100%	100%
Valore Aggiunto	18,0%	18,9%
MOL (EBITDA)	3,5%	4,0%
MON (EBIT)	-1,0%	-0,9%
Risultato Pre Tax	-0,3%	0,4%
Risultato d'Esercizio	-0,2%	0,0%

→ Unicoop Firenze, Coop Liguria, Novacoop chiudono l'esercizio 2017 con un utile significativo a partire in primo luogo da un risultato positivo della gestione caratteristica (Margine Operativo Netto) e con un apporto positivo della gestione finanziaria e immobiliare.

→ Coop Lombardia migliora l'utile grazie agli apporti della gestione finanziaria ed è impegnata in un percorso di ristrutturazione per riportare in positivo la gestione caratteristica.

→ Coop Alleanza 3.0, impegnata nel complesso percorso postfusione, chiude il 2017 in negativo e, come previsto dal piano industriale, ha avviato politiche tese a riportare in utile la gestione.

→ Unicoop Tirreno, impegnata nel percorso di risanamento, ha ridotto in modo significativo la perdita 2016 migliorando in primo luogo il risultato della gestione caratteristica del 2017.

→ Coop Centro Italia, che pure presenta la gestione caratteristica con un significativo utile, chiude il 2017 in perdita per la necessaria svalutazione di un'importante partecipazione.

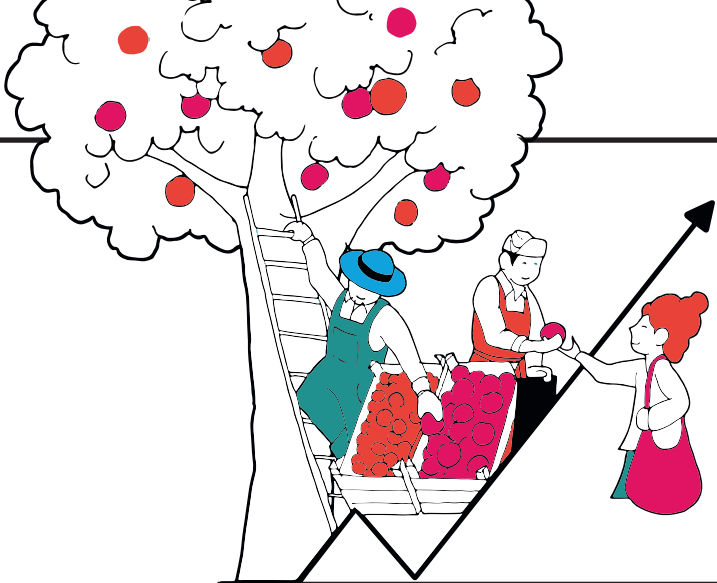
→ Il comparto delle medie cooperative presenti in Lombardia (Coop Vicinato), Emilia Romagna (Coop Reno), Toscana e Lazio (Coop Unione Amiata) raggiunge complessivamente risultati positivi.

Grandi Coop 2017

6,8 mld
Patrimonio Netto

9,0 mld
Prestito sociale

427 mln
Investimenti in immobilizzazioni tecniche



L'impatto di Coop sull'economia nazionale
(2017)

	Impatto Diretto	Impatto Indiretto	Impatto Indotto	Impatto Totale
Valore Aggiunto (miliardi euro)	2,1	7,4	2,3	11,8
Imposte e contributi versati allo Stato (miliardi euro)	0,5	1,2	0,4	2,1
Dipendenti (.000 unità)	59,9	146,2	52,8	259,9

Fonte: ns stime su dati di bilancio e parametri tratti da "Il contributo della DMO al Paese. Analisi del Valore Esteso" di EY per Adm



Coop sostiene circa

→ 1% dei posti di lavoro italiani

→ 1,2% del Valore Aggiunto dell'economia nazionale

Coop e l'Agenda 2030 (1)

A partire dalla sottoscrizione dell'Agenda 2030 e degli Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable development goals – SDGs, nell'acronimo inglese) da parte dell'Assemblea generale dell'Onu nel settembre 2015, in tutto il mondo organizzazioni internazionali, governi centrali, enti territoriali, associazioni imprenditoriali e della società civile si sono mobilitati per disegnare e realizzare politiche e strategie per raggiungere i 17 Obiettivi e i 169 Target su cui tutti i Paesi del mondo si sono impegnati. Coop non fa eccezione.



OBBIETTIVO 1 SCONFIGGERE LA POVERTÀ

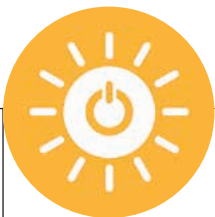
La linea **Solidal Coop** (che comprende prodotti del commercio equo e solidale) offre opportunità di sviluppo autonomo a oltre 50 cooperative e gruppi produttori operanti in diversi paesi in via di sviluppo in condizioni di svantaggio. Attraverso la certificazione Fairtrade, vengono garantiti ai produttori prezzi stabili, prefinanziamenti agevolati

e contratti di acquisto di lunga durata: strumenti utili per la lotta alla povertà e per il rafforzamento dei produttori sui mercati locali nel nome di un futuro migliore. Fairtrade inoltre promuove la biodiversità, la varietà delle produzioni nazionali e il valore delle tradizioni locali favorendo la diffusione di prodotti a minor impatto sociale e ambientale.



OBBIETTIVO 3 SALUTE E BENESSERE

Con la campagna **Alleviamo la salute** lanciata nel 2017, Coop intende contrastare il problema dell'antibiotico resistenza e contribuire a tutelare la salute pubblica. In continuità con l'impegno di sempre a tutela della salute delle persone e del benessere animale nelle proprie filiere zootecniche Coop ha avviato un cambiamento sostanziale delle politiche gestionali e sanitarie degli allevamenti degli animali



OBBIETTIVO 7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE

Nella **progettazione e gestione dei propri punti di vendita** Coop segue le linee guida dello sviluppo sostenibile, volto alla tutela del territorio e al contenimento degli impatti ambientali, adottando: il prelievo delle sole risorse naturali strettamente necessarie e l'utilizzo di energie da fonti rinnovabili; l'utilizzo di tecnologie innovative nel campo dell'impiantistica, particolarmente della refrigerazione e dell'illuminazione; la scelta di materiali riciclati, riciclabili o smaltibili facilmente e con il minor impatto ambientale.

Analoga **attenzione nella realizzazione del prodotto a marchio**.

Qui vige la politica delle 3R: Riduzione, Riuso, Riciclo. Su **201** prodotti coinvolti nel ciclo virtuoso si genera un risparmio pari a **3.350** tonnellate di materiale da confezionamento a cui si va a sommare l'uso di **1.900** tonnellate di materiale riciclato a base cellulosa e plastica post consumo. Azioni che contribuiscono a ridurre l'emissione di 8.100 tonnellate di CO2 in atmosfera.

Coop e l'Agenda 2030 (2)



OBIETTIVO 12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

I prodotti a marchio Coop della linea Viv verde

sono progettati e realizzati tenendo conto dell'impatto ambientale del loro ciclo di vita produttivo, a partire dalla nascita e fino allo smaltimento del prodotto e del packaging. È la linea a marchio Coop più rilevante in termini di numero referenze, considerando che oltre il 50% è costituito da prodotti freschissimi, carni avicole e ortofrutta. La linea si compone di 3 aree: Alimentazione (prodotti biologici e senza utilizzo di grassi tropicali e aromi), Casa (prodotti con il marchio di qualità ecologica europea Ecolabel), Cura della persona (prodotti

cosmetici con ingredienti a base di principi attivi di origine vegetale provenienti da agricoltura biologica).

Buoni e Giusti è la campagna Coop avviata nel 2015 per promuovere l'eticità delle filiere ortofrutticole a rischio. La campagna ha coinvolto tutti gli oltre 800 fornitori di ortofrutta di Coop, che operano con oltre 70.000 aziende agricole. Tutti i fornitori di ortofrutta (nazionali e locali) hanno aderito al codice etico Coop firmando la lettera di adesione. In base all'analisi del rischio sono state identificate le filiere ortofrutta maggiormente critiche in tema etico per

fornitori nazionali/locali sia a marchio Coop che non a marchio Coop: clementine, arance bionde (Navel), arance rosse, uva, anguria, melone, finocchi, cavolfiori/cavoli, pomodoro, fragole, patata novella, zucchine, lattuga. Nei primi due anni della campagna sono stati controllati **220** fornitori e **528** aziende agricole sono state sottoposte ad *audit*, di cui **3** sospese per i gravi problemi rilevati. Con il progetto **Buon Fine**, avviato nel 2003, i prodotti perfettamente integri nelle loro funzioni d'uso, nutrizionali e igieniche, ritirati dalla vendita perché non conformi agli standard di qualità e servizio, sono

contabilizzati, raccolti e conservati in spazi appositi e contenitori dedicati, affinché possano essere ceduti a titolo totalmente gratuito - e con i rilevanti oneri di gestione, tutti ad esclusivo carico delle cooperative - a organizzazioni no profit attive nel sociale, che li utilizzano direttamente, realizzando pasti quotidiani per i loro assistiti o distribuendo pacchi spesa a persone che versano in stato di bisogno.



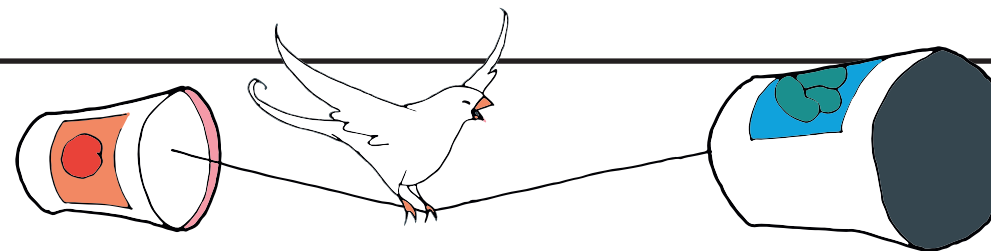
OBIETTIVO 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Coop: insieme verso un futuro sostenibile

è un progetto volto a sensibilizzare i fornitori di prodotto a marchio Coop sui temi della sostenibilità ambientale. All'avvio nel 2006 le iniziative volontarie dei fornitori erano incentrate sulla riduzione delle emissioni di gas serra in atmosfera (Coop for Kyoto) nonché la riduzione di consumi energetici. Nel tempo, le tematiche si sono ampliate includendo nell'analisi ed elaborazione di indicatori di sostenibilità anche i consumi idrici, i rifiuti, l'utilizzo di materiali riciclati negli imballaggi, l'adozione di certificazioni di filiera, la riduzione degli

scarti, la lotta allo spreco alimentare attraverso donazione. Nel 2017 hanno partecipato **328** fornitori aderenti al progetto con **497** stabilimenti, portando ad un risparmio di **204.680 ton** di emissioni di CO₂ non emesse per la riduzione di consumi di energia elettrica, di gas metano e di gasolio, ad un risparmio idrico di **quasi 5 milioni di m³**, ad un risparmio di materiali da imballaggio per **11.347 ton** cellulosa e **3.371 ton** plastica e alla donazione di **230.000 ton** di prodotto per il 75% distribuito a fini di beneficenza per l'alimentazione umana.

Storie cooperative



1

Emergenza Terremoto 1

La raccolta fondi avviata nell'autunno 2016 si è concretizzata nel corso del 2017. Un meccanismo semplice fatto di donazioni libere, contributi versati trasformando i punti accumulati facendo la spesa, la devoluzione del 10% del valore delle vendite complessive del prodotto a marchio di una settimana e le donazioni effettuate attraverso l'operatore CoopVoce. Il tutto accanto ai primi interventi di sussistenza, circa 3,5 milioni di euro in totale. A fronte di questa ampia solidarietà ricevuta, Coop ha potuto così pianificare una serie di interventi: in particolare, Coop Centro Italia e Unicoop Firenze hanno finanziato la ricostruzione della Scuola di Norcia (Perugia). Mentre l'intervento per la nuova Scuola di Cittareale (Rieti), integrata dall'edificazione di alcuni ambulatori sanitari, è stato invece realizzato da Unicoop Firenze.

Altri due progetti capitanati da Coop Alleanza 3.0 e ancora Coop Centro Italia si sono attuati nel 2018, ancora rivolti alla ricostruzione di poli scolastici.

Emergenza Terremoto 2

La solidarietà passa anche attraverso la donazione di 100 pecore. È quanto ha fatto Coop intervenendo concretamente a sostegno dell'Azienda Agricola Martinelli di Farindola, fornitore storico del pecorino entrato nella linea dei prodotti a marchio Coop "Fior Fiore" che raccolgono il meglio della cultura gastronomica italiana. Era gennaio 2017, il terremoto e la concomitante eccezionale nevicata avevano danneggiato l'azienda, sono crollate due stalle, perduti 350 capi dell'allevamento e interrotta tutta la produzione. Piccolo ma decisivo intervento, ora la nascita dei primi agnelli e la ricostruzione dei fabbricati ha fatto ripartire e persino ampliare la produzione.

2

Un laboratorio di qualità e di legalità: Romano Battaglia e la lotta alla camorra

Coop nel 2017 ha ristrutturato l'ipercoop di Euroma2 e ha deciso di ospitare il caseificio per la produzione a vista del cliente della mozzarella di latte di bufala con il latte raccolto nelle campagne laziali. La produzione è gestita da Roberto Battaglia, l'imprenditore casertano che vive sotto scorta perché ha denunciato e fatto arrestare esponenti del clan dei Casalesi. L'attività di Roberto è un simbolo di attenzione alla produzione di qualità, di sostegno all'idea di filiera corta, di valorizzazione dei prodotti del territorio e di difesa, ad ogni costo, della libertà di fare sana imprenditoria, anche in contesti complessi.

3

"Non più polistirolo" per il pesce

Non più polistirolo ma una cassetta in materiale plastico lavabile, riutilizzabile, con costo e peso contenuti e ottima capacità coibentante assimilabile al polistirolo. Partito come progetto sperimentale nel 2016, dallo scorso maggio 2017 è utilizzata da tutti i fornitori toscani che consegnano prodotti ittici ai reparti pescheria di Unicoop Firenze. Una novità che, nel 2017, si è tradotta nell'eliminazione di 150.000 cassette, pari a 30 tonnellate di polistirolo in meno e circa 450 tonnellate di CO₂ non immessa in atmosfera. Le cassette azzurre coprono circa il 30% della merce totale consegnata alla piattaforma ittica di Unicoop Firenze.

4

Arcipelago pulito

L'iniziativa partita a aprile 2018 permette per la prima volta in Italia ai pescherecci del Parco

Nazionale dell'Arcipelago Toscano di riciclare i rifiuti finiti nelle reti a strascico. Un progetto a cui partecipa Unicoop Firenze devolvendo ai pescatori stessi, fornitori della cooperativa, il centesimo pagato dai consumatori per i sacchetti in Mater Bi nei reparti ortofrutta. A giugno l'iniziativa è stata presentata a Bruxelles e ha già permesso la raccolta di 830 kg di rifiuti.

5

Opera tua, sostenere l'arte e i territori

Contribuire al restauro di opere d'arte dei propri territori. I 7 interventi realizzati nel 2017 nell'ambito del progetto varato da Coop Alleanza 3.0 (un impegno complessivo pari a 100.000 euro) hanno riguardato diverse opere artistiche: dal quadro alla statua lignea, dal mosaico ai reperti archeologici fino a antichi tessuti in un percorso alla scoperta di opere minori. I 7 interventi sono stati scelti con il coinvolgimento

6

La cooperativa va dai ragazzi

È il senso del progetto Coop Academy ideato da Novacoop, sperimentato per la prima volta nel 2015 e ora avviato a sistema. Un contest di idee e di laboratori per avviare progetti in collaborazione fra la cooperativa e le community di ragazzi che partecipano al progetto. 12 i laboratori finanziati, 292 ragazzi coinvolti dai 18 ai 25 anni e idee in movimento in ambito di cibo, ambienti, design.