

Bilancio UNICOOP TIRRENO

Bilancio

DI SOSTENIBILITÀ 2020

INTEGRALE

in appendice

**L'EMERGENZA SANITARIA
DA CORONAVIRUS
IN UNICOOP TIRRENO**



<i>Lettera ai soci</i>	3
<i>Introduzione e nota metodologica</i>	4
<hr/>	
Parte I - PROFILO D'IMPRESA	7
Identità, valori, missione	8
La Cooperativa in numeri	8
L'assetto societario	9
Le relazioni con il sistema cooperativo	10
I portatori di interesse	11
Rappresentatività dei soci e partecipazione istituzionale	12
<hr/>	
Parte II - I CAPITALI COOPERATIVI	15
IL CAPITALE SOCIALE	16
I Soci	17
I diritti dei soci	17
La mutualità	18
Il prestito sociale	19
Le iniziative in favore della comunità	20
Le azioni di solidarietà	21
I rapporti con il mondo della scuola	22
IL CAPITALE UMANO	24
Salute e sicurezza dei lavoratori	27
IL CAPITALE NATURALE	31
a. L'interazione diretta con l'ambiente	32
b. L'interazione indiretta con l'ambiente	40
IL CAPITALE ECONOMICO-FINANZIARIO	42
Dinamica economica e Risultato d'esercizio 2020	42
Redistribuzione del valore prodotto	43
I fornitori locali	46
Qualità e sicurezza alimentare	47
L'innovazione a servizio dei soci-consumatori	48
I Prodotti a Marchio Coop (PaM Coop)	48
<hr/>	
<i>Intervista al Direttore Generale</i>	50
<hr/>	
<i>La gestione dell'emergenza da Covid-19 in Unicoop Tirreno</i>	51



Unicoop Tirreno

a cura della
Direzione Soci e Comunicazione
 di Unicoop Tirreno,
 in collaborazione con
l'Istituto di Management
 della Scuola Superiore
 di Studi Universitari
 e di Perfezionamento
 Sant'Anna di Pisa



Lettera AI SOCI

Care socie e cari soci,

quest'anno la redazione del Bilancio di Sostenibilità arriva dopo un lungo anno di difficoltà per ciascuno di noi, per la nostra Cooperativa, e per l'intero Paese. L'emergenza sanitaria ha generato una crisi che ha toccato ogni ambito e settore, e che prosegue ancora nel 2021.

Il 2020 ci ha visto concludere con successo il risanamento del bilancio, sia dal punto di vista della gestione caratteristica, che sul piano della riorganizzazione interna delle attività. Abbiamo proceduto alla ristrutturazione di alcuni punti vendita, e alla cessazione di altri meno efficienti, mantenendo sempre una particolare attenzione alle esigenze dei soci e alla ricollocazione dei lavoratori. Inoltre, i prezzi di molti dei nostri prodotti, tra cui i prodotti a marchio, sono rimasti bloccati per tutto l'anno. C'è stato anche un incremento dei vantaggi esclusivi per i soci e un continuativo supporto alle associazioni locali, a dimostrare che, nonostante le difficoltà, lo spirito mutualistico rappresenta il cuore della Cooperativa.

Il nostro impegno nella sfera sociale si è incentrato sui temi della pandemia, sulle difficoltà economiche di famiglie meno abbienti e sulla semplificazione delle procedure di spese e pagamenti, oltre alla prosecuzione delle attività caratterizzanti di Coop. I nostri soci hanno avuto un ruolo determinante in questi tempi difficili per lo sviluppo di queste iniziative, e hanno percepito i nostri negozi come luoghi sicuri e controllati.

Un ringraziamento speciale va alle lavoratrici e ai lavoratori che hanno dimostrato un grande impegno, cercando di essere sempre presenti sui luoghi di lavoro.

Il 2020 è stato, inoltre, un anno di cambiamenti, in quanto è stato

rinnovato il contratto aziendale, che è stato costruito con nuovi elementi di equità tra categorie di lavoratori aventi diverse anzianità, attraverso l'istituzione di un trattamento omogeneo per tutti.

Infine, non è mancato, malgrado la situazione della pandemia, neanche nel 2020 l'impegno su iniziative a valenza sociale non direttamente collegate alle nostre attività, ma che ci permettono di rinnovare il nostro impegno verso le comunità dove operiamo.

Di tutte queste azioni, diamo conto nel presente documento, a cui per questo anno abbiamo deciso di aggiungere un altro documento specificatamente focalizzato su come abbiamo risposto all'emergenza sanitaria, e che dimostra come, anche in condizioni di crisi, la nostra Cooperativa sia vicina ai soci, ai territori, ai dipendenti, e ai partner commerciali.

Desiderosi di vivere un 2021 all'insegna della ripresa e di un ritorno alla piena normalità, vi auguriamo, come ogni anno, una buona lettura.

Marco Lami



BS20 introduzione nota^e metodologica

Il presente documento ha lo scopo di rendicontare i risultati ottenuti dalla Cooperativa Unicoop Tirreno nel corso dell'anno 2020 in termini di sostenibilità.

In linea con i principi di responsabilità economica, sociale ed ambientale perseguiti dalla Cooperativa nell'atto delle sue funzioni, il documento si profila come un Bilancio di Sostenibilità.

Il documento propone una struttura atta a rendicontare le attività e le iniziative implementate nell'anno di riferimento attraverso le quattro principali aree su cui Unicoop Tirreno intende creare un valore aggiunto:

- capitale sociale
- capitale umano
- capitale naturale
- capitale economico-finanziario e commerciale

In linea con i più recenti trend di rendicontazione, orientati a mostrare in modo chiaro il commitment nei confronti dei principi di sostenibilità, il Bilancio Sociale del 2020, sottolinea e struttura un riferimento diretto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) promossi dalle Nazioni Unite e sottoscritti da 193 paesi del mondo nel 2015 a Parigi. Nel Bilancio Sociale, facendo riferimento agli SDGs, si farà riferimento nello specifico a:

1. Sconfiggere la povertà: porre fine alla povertà in tutte le sue forme, ovunque.
2. Sconfiggere la fame: porre fine alla fame, garantire la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.
3. Buona salute: garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età.
4. Istruzione di qualità: garantire a tutti un'istruzione inclusiva e promuovere opportunità di apprendimento permanente eque e di qualità.
5. Parità di genere: raggiungere la parità di genere attraverso l'emancipazione delle donne e delle ragazze.
6. Acqua pulita e servizi igienico-sanitari: garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile di acqua e servizi igienico-sanitari.
7. Energia rinnovabile e accessibile: assicurare la disponibilità di servizi energetici accessibili, affidabili, sostenibili e moderni per tutti.
8. Buona occupazione e crescita economica: promuovere una crescita economica inclusiva, sostenuta e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.
9. Innovazione e infrastrutture: costruire infrastrutture solide, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e favorire l'innovazione.
10. Ridurre le disuguaglianze: ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i paesi.
11. Città e comunità sostenibili: creare città sostenibili e insediamenti umani che siano inclusivi, sicuri e solidi.
12. Utilizzo responsabile delle risorse: garantire modelli di consumo e produzione sostenibili.
13. Lotta contro il cambiamento climatico: adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.
14. Utilizzo sostenibile del mare: conservare e utilizzare in modo sostenibile gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.
15. Utilizzo sostenibile della terra: proteggere, ristabilire e promuovere l'utilizzo sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire le foreste in modo sostenibile, combattere la desertificazione, bloccare e invertire il degrado del suolo e arrestare la perdita di biodiversità.
16. Pace e giustizia: promuovere lo sviluppo sostenibile; rafforzare gli strumenti di attuazione e rivitalizzare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile.
17. Rafforzare le modalità di attuazione e rilanciare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile.

Il riferimento agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, e ai loro specifici target, ha il doppio scopo di inquadrare le iniziative già in atto, all'interno di un quadro normativo ed istituzionale più ampio, e di comunicare tanto all'esterno quanto all'interno l'orientamento degli obiettivi della Cooperativa. Attra-

verso le proprie iniziative la Cooperativa contribuisce al raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile sia nella dimensione ambientale (obiettivi 7, 12, 13, 14 e 15), sia nella dimensione sociale (obiettivi 1, 2, 3, 10, 11 e 16) che nella dimensione economica e produttiva (obiettivi 4, 6, 8 e 9).

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



PARAMETRI DI BILANCIO

Edizione del Bilancio di Sostenibilità	Quindicesima
Periodo di rendicontazione	1° gennaio - 31 dicembre 2020
Periodicità della rendicontazione	Annuale
Framework di rendicontazione utilizzato	Per capitali: sociale, umano, naturale, economico-finanziario e commerciale
Indicatori core di performance	Misurazione di indicatori di sostenibilità economica, sociale e ambientale, ove possibile con lettura almeno triennale
Perimetro di rendicontazione	Analisi dei dati relativi al Gruppo Unicoop Tirreno, con alcuni approfondimenti sulla capogruppo
Settore responsabile	Direzione Soci e Comunicazione

Vista la peculiarità del 2020, caratterizzato dalla pandemia da Covid-19, il presente documento presenta una sezione specifica dedicata all'approfondimento sulle modalità adottate dalla Cooperativa per la gestione della pandemia. Tale documento, disponibile in calce al report, rendiconta le principali azioni adottate dalla Cooperativa nella risposta alla crisi sanitaria, lette secondo un approccio che tenga in considerazione gli effetti che tale gestione ha prodotto sui suoi principali portatori di interesse. Si tratta di una lettura delle modalità di gestione delle crisi che risulta unica nel panorama del reporting di sostenibilità, sia a livello nazionale che internazionale.

Il bilancio di sostenibilità è redatto a cura della Direzione soci e comunicazione di Unicoop Tirreno, in collaborazione con l'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. La sezione specifica relativa alla gestione della pandemia da Covid-19 ha visto invece la collaborazione del Dipartimento di Management della Sapienza di Roma.

BS20

PARTE I
profilo
d'impresa

IDENTITÀ, VALORI, MISSIONE

Unicoop Tirreno è una Società Cooperativa di Consumo con sede nel comune di Piombino, che persegue, senza fini di speculazione privata, la **funzione sociale** e i **principi mutualistici** previsti dall'articolo 45 della Costituzione. La logica della mutualità prevede l'obiettivo di **procurare ai Soci e ai clienti beni e merci di qualità, a prezzi e condizioni vantaggiose**, nel pieno rispetto e tutela dei fornitori e degli altri partner di mercato.

Secondo l'articolo 3 dello Statuto gli obiettivi della Cooperativa sono:

- Assolvere la funzione sociale di difesa degli **interessi dei consumatori soci** e, compatibilmente con il raggiungimento del fine mutualistico, non soci.
- Sostenere la promozione e lo **sviluppo della cooperazione**.
- Stimolare lo **spirito di previden-**

za e di risparmio dei soci.

- Promuovere e partecipare a tutte quelle attività e a quei **servizi culturali, ricreativi, turistici, mutualistici e socialmente utili** che favoriscono l'organizzazione del tempo libero, lo spirito di solidarietà e lo sviluppo della vita associativa dei soci, delle loro famiglie e dei consumatori in genere.
- Stimolare una **attiva partecipazione dei soci** alla vita della Cooperativa.
- Intervenire in **iniziative a sostegno dei Paesi in via di sviluppo** e delle categorie sociali bisognose.
- Contribuire a **tutelare l'ambiente**.
- Promuovere azioni unitarie con altre Cooperative, enti e società, per concorrere al **continuo miglioramento del sistema distributivo e per realizzare rapporti diretti tra produzione e distribuzione**.



LA COOPERATIVA IN NUMERI

La Cooperativa, nel 2020 ha compiuto il suo **75° compleanno**; oggi con-

ta circa **576.000 soci** e poco più di **3.800 dipendenti**.

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

	2018	2019	2020
N. Sezioni soci territoriali	23	23	22
N. soci	646.584	606.843	576.321
N. soci donne	388.792	369.238	353.718
N. soci prestatori	110.875	107.972	106.496
N. dipendenti	3.666	3.797	3.802
N. dipendenti donne	2.323	2.465	2.503

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

	2018	2019	2020
Consumi energia elettrica [kWh]	78.567.768	72.242.940	67.440.180
Consumi di metano [m ³]	296.456	293.755	233.960
Consumi idrici [m ³]	207.286	192.645	185.496

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

	2018	2019	2020
N. Punti vendita	100	95	94
Vendite lorde al dettaglio (migliaia di euro)	915.416	889.363	875.350
Ammontare Prestito Sociale (euro)	628.515.471	601.568.135	602.153.755
% Ricavi verso soci sul totale (mutualità prevalente)	70,77	66,45	68,26
% Venduto Prodotto a Marchio	24,2	25	26,5
N. Fornitori locali	796	688	697

L'ASSETTO SOCIETARIO

La struttura societaria di Unicoop Tirreno negli anni ha seguito un'evoluzione complessa che tenesse conto degli scopi mutualistici previsti dallo statuto e delle esigenze di soci e clienti. Tale struttura ha visto la necessità di integrare società strumentali di cui la Cooperativa detiene l'intera quota proprietaria. A seguito dei 5 atti di fusione per incorporazione sottoscritti nel 2018, volti alla semplificazione strutturale e alla riduzione complessiva dei costi, il 2019 ha visto il consolidamento di tale assetto. Nel 2020 non ci sono stati cambiamenti relativi all'assetto societario, ma un impegno a portare avanti tale struttura con efficacia e

dedizione.

Le società assorbite all'interno di Unicoop Tirreno sono: *Distribuzione Lazio Umbria* (DLU srl), *Ipercoop Tirreno SpA*, *Finsoe del Tirreno*, *Il Paduletto srl* ed *Immobiliare Sviluppo e Cooperazione*. Tutti i risultati economici e finanziari delle singole società sono confluiti nei documenti di Unicoop Tirreno e sono passati sotto la sua nuova responsabilità.

La parità di bilancio raggiunta nel 2020 rappresenta una conferma della bontà delle scelte effettuate e risponde ai bisogni di fornire all'intera Cooperativa e ai punti vendita distribuiti sul territorio un assetto strutturale.

<i>nome società</i> <i>scopo</i>	<i>% di possesso</i>
CONTROLLATE	
Enercoop Tirreno srl <i>Gestione impianti di distribuzione carburante adiacenti ad alcuni punti vendita</i>	100%
SO.GE.FIN srl <i>Servizi finanziari per i soci</i>	100%
Axis srl <i>Proprietaria di terreni in Napoli quartiere Ponticelli</i>	100%
COLLEGATE	
Levante srl <i>Investimenti immobiliari area di Livorno</i>	50%
Compagnia Finanziaria Immobiliare srl <i>Società per investimenti immobiliari</i>	34%
Distribuzione Centro Sud srl <i>Società veicolo per la gestione dei punti vendita in Campania</i>	30%
Immobiliare Grande Distribuzione SpA <i>Società gestione immobili</i>	9,86%

LE RELAZIONI CON IL SISTEMA COOPERATIVO

Unicoop Tirreno è tra i grandi soggetti aderenti all'**Associazione Nazionale delle Cooperative di Consumatori-Coop** (ANCC-Coop), l'associazione nazionale delle cooperative di consumatori aderenti alla *Legacoop*, che ha il compito di:

- rappresentare le cooperative aderenti presso enti, istituzioni ed associazioni di varia natura a livello nazionale ed internazionale;
- favorire lo sviluppo della cooperazione di consumatori;
- rappresentare gli interessi dei consumatori ai fini della promozione e tutela dei loro diritti;
- vigilare sui comportamenti delle imprese associate accertandone l'aderenza ai valori della cooperazione;
- verificare l'andamento dei dati strutturali delle imprese associate e favorire il confronto interno;
- intervenire affinché in ognuna delle imprese associate sia garantita la buona gestione a salvaguardia del patrimonio intergenerazionale;
- rappresentare le imprese aderenti nei rapporti con le organizzazioni sindacali dei lavoratori, intervenendo nella stipula dei contratti collettivi;
- disciplinare materie di comune interesse (ad esempio, il Prestito sociale);

- provvedere all'informazione, all'assistenza e alla consulenza delle cooperative aderenti su problematiche di interesse giuridico, economico e fiscale.

Legacoop, ossia la **Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue** ha come missione quella di sostenere nel modo più dinamico ed efficace il protagonismo economico, sociale e civile delle imprese cooperative ed è organizzata a livello locale tramite le leghe territoriali.

A livello internazionale, attraverso l'adesione a *Legacoop*, Unicoop Tirreno fa parte dell'*ICA - International Co-operative Alliance*, un'associazione non profit costituita nel 1895, che rappresenta membri da più di 100 paesi nel mondo e che ha l'obiettivo di promuovere globalmente il modello di impresa sociale cooperativa.

Attraverso l'adesione ad *ANCC*, invece, Unicoop Tirreno fa parte di *Eurocoop*, l'organismo di rappresentanza della cooperazione di consumatori presso le istituzioni e le organizzazioni comunitarie (il Parlamento e la Commissione Europea ma anche le organizzazioni sindacali, quelle imprenditoriali, le associazioni dei consumatori, il mondo dell'ambientalismo).

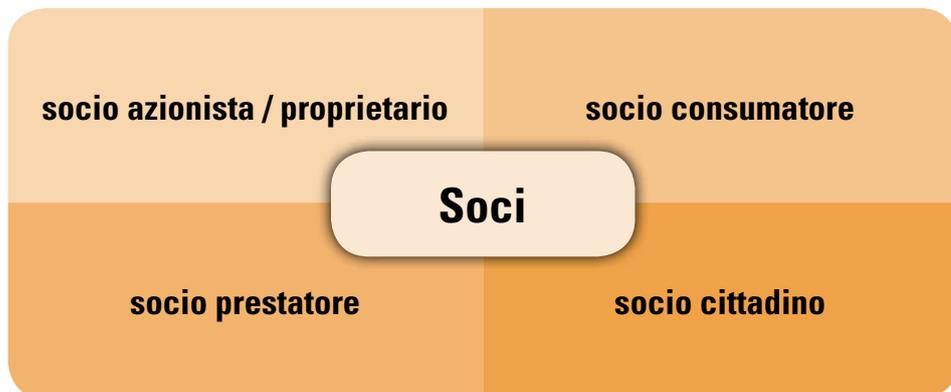
I consorzi nazionali del sistema Coop

Coop Italia	Consorzio nazionale per gli acquisti e le politiche di marketing, nonché per la definizione delle strategie di produzione e presidio del prodotto a marchio Coop.
INRES	Istituto Nazionale Consulenza, Progettazione, Ingegneria che progetta le strutture di vendita, con particolare attenzione alle nuove tecnologie e all'impatto ambientale, ne segue la realizzazione e offre consulenza e assistenza.
Scuola Coop	Istituto di formazione del personale Coop che svolge attività didattiche, di ricerca e innovazione con l'obiettivo di diffondere la cultura del movimento cooperativo.

I PORTATORI DI INTERESSE

Attore principale della Cooperativa è rappresentato dai **SOCI**. Essi sono anzitutto titolari della proprietà dell'impresa, ma sono anche - nel rispetto della mutualità prevalente - i principa-

li destinatari dell'attività commerciale (socio consumatore) e delle offerte finanziarie (socio prestatore), nonché protagonisti delle iniziative promosse a livello territoriale (socio cittadino).



Nella realizzazione della propria missione, la Cooperativa intrattiene una **serie di rapporti con altri porta-**

tori di interesse, soggetti locali e nazionali, verso cui ribadisce un costante impegno di ascolto e dialogo.



RAPPRESENTATIVITÀ DEI SOCI E PARTECIPAZIONE ISTITUZIONALE

Gli organismi di governance di Unicoop Tirreno sono individuati dallo Statuto.

Organismi territoriali di rappresentanza della base sociale (le Sezioni Soci)

I soci della Cooperativa sono organizzati in 22 Sezioni Soci territoriali costituenti unità organiche del corpo sociale. La Sezione opera per consentire un maggiore coinvolgimento dei soci e dei consumatori nella politica cooperativa e agisce, con funzioni consultive e propositive, come strumento fondamentale per la partecipazione della base sociale alla vita ed all'attività della Cooperativa, contribuendo alla elaborazione e realizzazione degli obiettivi economici e sociali.

Consulta delle Presidenze delle Sezione Soci

È costituita dai Presidenti e dai Vicepresidenti di tutte le Sezioni Soci ed è convocata dal Presidente o da almeno cinque Presidenti di Sezione o dalla Direzione Soci. Esprime un parere obbligatorio prima dell'adozione delle deliberazioni aventi ad oggetto il bilancio preventivo della Cooperativa, o significative variazioni dello stesso, limitatamente alle previsioni del medesimo che riguardano promozioni e iniziative commerciali destinate ai soci o, più in generale, benefici destinati a questi ultimi, ovvero le linee guida delle politiche sociali. Il suo parere non è vincolante, ma il CdA deve motivarne l'eventuale rifiuto.

Consulta delle Sezioni Soci

È costituita dalla riunione dei Comitati Direttivi delle Sezioni Soci e convocata dal Presidente del Consiglio di Amministrazione. Esprime il proprio parere su argomenti di elevato contenuto e importanza, come le tesi congressuali degli organismi cooperativi, i piani pluriennali della Cooperativa o le più significative innovazioni legislative in materia di cooperazione.

Consulta d'Area

È un organo consultivo di rappresentanza territoriale. Essa è convocata dal Presidente del Consiglio di Amministrazione, ogni qual volta lo ritenga utile, ed è composta dai Presidenti, dai Vicepresidenti (nel numero massimo di uno per Comitato Direttivo) e dai Consiglieri di Amministrazione di un territorio più o meno ampio, che è stabilito di volta in volta, a seconda dell'argomento da trattare.

Consiglio di Amministrazione

Il CdA è titolare esclusivo della gestione dell'impresa e del compimento delle operazioni necessarie all'attuazione dell'oggetto sociale. Il Consiglio di Amministrazione viene eletto dall'Assemblea generale dei soci per un periodo di tre esercizi e i suoi componenti - scelti tra i soci cooperatori e finanziatori - sono sempre rieleggibili. Presidente e vicepresidenti coordinano la direzione della Cooperativa. Il CdA nomina i Direttori Generali. Il CdA può eleggere al proprio interno un Comitato Esecutivo composto al massimo da 15 membri, ai quali può delegare parte dei propri poteri.

Assemblea Generale

L'Assemblea Generale dei Soci, sia ordinaria che straordinaria, è costituita dai delegati delle Assemblee Separate, i quali rappresentano, con vincolo di mandato, i Soci in esse presenti o rappresentati. L'Assemblea generale dei Soci approva il bilancio ed elegge il Consiglio di Amministrazione e i Sindaci nel rispetto della eventuale riserva di nomina a favore dei possessori di strumenti finanziari.

Assemblee Separate delle Sezioni Soci

Coincidono di norma con il territorio delle Sezioni Soci e sono convocate ai sensi dello Statuto Sociale dal CdA. Vi hanno diritto di voto i Soci iscritti nel Libro Soci da almeno 3 mesi. Precedono l'assemblea generale quando ricorre l'obbligo di legge. Sono convocate per discutere e deliberare sul medesimo ordine del giorno dell'Assemblea Generale e per l'elezione dei delegati (uno effettivo, uno supplente) a detta Assemblea. Si riuniscono obbligatoriamente in vista dell'Assemblea che approva il bilancio consuntivo.

Assemblee Autonome delle Sezioni Soci

Coincidono di norma con il territorio delle Sezioni Soci e possono essere convocate dal Presidente del CdA anche su richiesta del Comitato Direttivo Sezione Soci o di un centesimo dei soci iscritti nella Sezione. Vi partecipano i Soci che risultano iscritti al Libro Soci da almeno tre mesi. Possono discutere del bilancio preventivo annuale, nonché dei programmi di sviluppo della Cooperativa e nominano la Commissione Valori e Regole e la Commissione Elettorale per il rinnovo del CdA.

Commissione Valori e regole

La Commissione Valori e Regole è un organo di controllo interno, che dura in carica tre anni e ha il compito di indirizzare e controllare l'attuazione della democrazia elettiva nei rinnovi dei Comitati Direttivi delle Sezioni soci e di verificare la coerenza dei comportamenti delle Sezioni soci con quanto previsto dalla Carta dei Valori.

Il controllo democratico derivante dal modello di proprietà diffusa della Cooperativa è assicurato attraverso la presenza di **396 Soci volontari** eletti nelle sezioni dei soci e di 30 Soci all'interno del Consiglio di Amministrazione.

In termini di attiva partecipazione dei soci, il 2020 ha visto un quadro complesso, in ragione dell'emergenza causata dal Covid-19 e dei provvedimenti restrittivi alla circolazione delle persone emanati a tutela della salute pubblica.

Tale crisi è sopraggiunta in un momento particolare delle attività sociali: stavano infatti iniziando le azioni previste per la celebrazione del **75° anniversario** della costituzione della Cooperativa, e le iniziative legate alla presentazione e all'approvazione del preventivo della Cooperativa per il 2020. L'emergenza ha da subito impattato sulla programmazione. Non sono state fatte assemblee, le celebrazioni del 75° e molte delle iniziative sui territori annullate. Tuttavia, la Cooperativa ha cercato di riavviare da subito le proprie attività, a partire dall'attivazione di canali di comunicazione tra membri del Consiglio di Amministrazione, i Presidenti delle Sezioni Soci, e i Comitati Soci. La rete e l'utilizzo di piattaforme informative per videoconferenze sono stati identificati come gli strumenti idonei a

superare l'obbligo di distanziamento nelle relazioni tra i diversi soggetti partecipanti ai vari organi.

Nel corso del 2020, da parte degli attori della governance della Cooperativa, sono stati organizzati **9 Consigli di Amministrazione (di cui uno in presenza e 8 da remoto)**, **5 Consulte delle Presidenze (in remoto)** e **1 Consulta delle Sezioni Soci**. Si è trattata dunque di una modalità nuova di relazione tra i soggetti delegati alla governance della Cooperativa che ha permesso anche di facilitare nel periodo di lock-down le relazioni tra i vari settori della Cooperativa e le sezioni soci, per lo svolgimento delle attività di carattere più operativo.

Per questo motivo le Assemblee separate si sono tenute con una modalità straordinaria e contingente, secondo quanto previsto dal **Decreto "Cura Italia"**. E per questo il numero di tali assemblee è stato ridotto a una assemblea per provincia.

I soci, inoltre, hanno potuto partecipare alle votazioni recandosi presso i punti vendita Unicoop Tirreno, ma non alle assemblee, per le quali hanno delegato il **Rappresentante Designato**. Il Rappresentante designato è un soggetto incaricato dal Consiglio di Amministrazione al quale i soci votanti hanno potuto conferire una delega contenente >>>





istruzioni di voto sui punti all'Ordine del Giorno dell'Assemblea; di conseguenza la partecipazione dei soci alle Assemblee Separate è avvenuta non direttamente, ma esclusivamente tramite delega e istruzioni di voto conferiti ad un soggetto terzo. Solo il Rappresentante Designato ha partecipato a ciascuna delle Assemblee Separate, quale portatore dei voti espressi dai soci tramite la delega e le istruzioni di voto. No-

nostante ciò, le votazioni nei Punti vendita, concluse sabato 27 giugno, hanno registrato ottimi risultati: in una settimana hanno votato **15.080 Soci** con un incremento rispetto al 2019, in cui le assemblee si tennero in presenza, del 149%. Tale incremento è però riferito alle sole Assemblee separate per approvazione del bilancio. Dall'altra parte, nel 2020 non si sono tenute le assemblee autonome, causa Covid-19.

La rappresentanza sociale

	2018	2019	2020
Soci volontari eletti nelle Sezioni soci	396	396	396
Budget attività nelle Sezioni soci	295.500	295.500	295.500
di cui per funzionamento Sezioni soci	15.000	6.111	7.870
Convocazioni Consulta Presidenze delle Sezioni soci	6	6	5*
Soci partecipanti alle Consulte Presidenze Sezioni soci	600	480	210
Costi Consulte Presidenze Sezioni soci (euro)	2.800	2.000	-
Convocazioni Consulta d'Area	-	4	1
Soci partecipanti alle Consulte d'Area Sezioni soci	-	100	30
Costi Consulta d'Area Sezioni soci (euro)	-	800	-

**in remoto*

La partecipazione alla governance sociale

	2018	2019	2020
N. assemblee soci	77	73	9
N. soci partecipanti alle assemblee	15.438	16.225	1*
Costi sostenuti per le attività	114.928	138.885	62.128

**rappresentante designato di 15.080 votanti*

PARTE II
i capitali
cooperativi

il capitale SOCIALE



Unicoop Tirreno, attraverso le azioni riguardanti la sfera della socialità, contribuisce a diversi obiettivi dell'Agenda 2030.

- Attraverso il principio della rappresentatività dei soci, essa contribuisce al SDG 16 che mira a promuovere società pacifiche e più inclusive. Il sistema organizzativo basato sul principio della democrazia delegata consente a tutti i soci della Cooperativa di prendere parte ai processi decisionali, di esprimere la propria opinione e di fornire stimoli per il miglioramento. All'interno del SDG 16, il modello di comunicazione trasparente della Cooperativa nei confronti dei propri soci ricalca l'interesse nello sviluppo di una istituzione che sia efficace, responsabile e trasparente a tutti i livelli

- Attraverso il principio della mutualità nei confronti dei soci, essa contribuisce agli SDG 1 e 2. Le azioni di mutualità previste dallo Statuto della Cooperativa consistono principalmente nel procurare ai soci beni e merci di qualità, a prezzi e condizioni vantaggiose. In questo senso la Cooperativa risponde agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile sia attraverso

iniziative volte a favorire l'accesso a un'alimentazione sicura, nutriente e sufficiente per tutto l'anno, sia attraverso politiche di mutualità e di riduzione dei costi volte a ridurre l'esposizione delle comunità locali alle varie forme di povertà e alla riduzione delle disuguaglianze.

- Attraverso il supporto alle comunità locali di riferimento, essa contribuisce al SDG 11. Le iniziative a supporto delle comunità locali, quali donazioni e manifestazioni, e quelle volte alla sensibilizzazione sulle tematiche dell'ambiente e del consumo responsabile, contribuiscono a rendere le comunità più resilienti e consapevoli rispetto alla salvaguardia del patrimonio naturale.

- Attraverso le campagne di sensibilizzazione nei confronti delle tematiche ambientali, la Cooperativa contribuisce ad influenzare i modelli di produzione e consumo sostenibile (SDG12), stimolare la riduzione dell'impatto climatico (SDG13) e ambientale (SDGs 14 e 15)

Rientrano in questo ambito tutte le iniziative a valenza sociale svolte dalla Cooperativa, sia quelle che coinvolgono la base sociale della Cooperativa costituita da soggetti titolari di diritti speciali che permettono

loro di esercitare un controllo sugli organi di governance, sia quelle indirizzate alle comunità locali e globali e finalizzate ad accrescere il loro benessere, oltre la mission tradizionale cooperativa.



I SOCI

Con il proprio supporto alla partecipazione dei soci ai processi decisionali, Unicoop Tirreno contribuisce, rispetto all'Agenda 2030, al perseguimento del SDG 16, in quanto contribuisce a disseminare nei territori modelli di comunità pacifiche ed in grado di esprimere le proprie preferenze ed orientare le priorità della Cooperativa stessa attraverso processi partecipativi reattivi ed inclusivi a tutti i livelli.

Con un andamento in lieve riduzione nell'ultimo triennio (2018-2020), la Cooperativa al 2020 contava **576.321 soci**. Dal punto di vista della diversità di genere, nel triennio i valori si sono mantenuti stabili con un numero di donne pari circa al 60%. Allo stesso modo, la quota di

soci con meno di 30 anni rispetto a quelli di età superiore a 80 anni ha mantenuto una percentuale di poco inferiore rispetto al 2018 e al 2019. Infine, si nota che la quota di soci appartenenti alla classe di età compresa tra i 51 e i 60 anni risulta la più rappresentata.

Composizione dei soci Unicoop Tirreno

	2018	2019	2020
N. totale soci	646.584	606.843	576.321
% donne	60,1	60,8	61,3
% soci fino a 30 anni/soci oltre gli 80 anni	17,9	16,4	16,1
N. soci appartenenti alla classe d'età più rappresentata (51-60)	156.573	147.413	139.529

È definita base sociale "l'unione di tutti quei soggetti che, acquistando una quota della Cooperativa, ne sono diventati soci". Perdono lo status di socio "coloro che nel corso dell'anno solare precedente non abbiano acquistato beni o servizi, che non abbiano partecipato all'Assemblea

Generale e/o agli organismi territoriali, e che non abbiano contribuito al prestito sociale". Le condizioni di attivismo dei soci prescritte dalla normativa, e valide per Cooperative di consumo superiori a 100.000 soci, vedono la loro verifica con cadenza annuale.

I DIRITTI DEI SOCI

Con l'impegno alla totale trasparenza dei propri processi decisionali a tutti i livelli cui essi prendono vita, Unicoop Tirreno contribuisce, rispetto all'Agenda 2030, al perseguimento del SDG 16 relativo alla formazione di una società pacifica e partecipativa.

Le informazioni cui ha diritto di accesso il socio - anche attraverso la piat-

taforma ufficiale web della Cooperativa - sono relative a:

- rapporti relativi agli sconti applicati esclusivamente ai soci, dai quali si deduca la quota media dello sconto, l'ammontare totale ed il numero dei soci che ne hanno beneficiato;
- iniziative assunte dalla Cooperativa in favore dei soci e i relativi costi;
- iniziative assunte dalla Cooperativa in favore della comunità e relativi costi.



Inoltre, lo Statuto stabilisce, all'art.9, i diritti dei soci. Tra i diritti, la trasparenza e l'informazione sono assicurate dalla possibilità, per ognuno dei soci, di consultare il libro dei soci, il libro delle adunanze e delle deli-

berazioni assembleari e di richiedere, a proprie spese, degli estratti. Tale rendicontazione garantisce la riduzione di eventuali forme di corruzione e trasparenza della Cooperativa.

Normativa di riferimento

Il Decreto Ministeriale 18/09/2014 emanato dal Ministero dello Sviluppo Economico enuncia, tra le misure volte a rafforzare il livello di coinvolgimento dei soci nei processi decisionali delle cooperative di consumo a scopo mutualistico, la necessità di rendere fruibili le informazioni relative a vantaggio dei soci. In linea con il DM 18/09/2014, lo Statuto inoltre indica per i soci la possibilità di far pervenire domande anteriormente allo svolgimento dell'Assemblea Generale sui temi indicati nell'ordine del giorno. In ottemperanza al diritto dei soci di chiedere delucidazioni, è tra i doveri del Consiglio di Amministrazione quello di rispondere prima o durante lo svolgimento dell'Assemblea.



LA MUTUALITÀ

Con il proprio impegno al principio di mutualità, Unicoop Tirreno contribuisce, rispetto all'Agenda 2030, al perseguimento degli SDGs 1, 2 e 10. In particolare, fornisce un contributo in termini di accesso a un'alimentazione sicura, nutriente e sufficiente per tutto l'anno, e alla riduzione dei costi per i soci volti a contrastare le varie forme di povertà e le varie forme di disuguaglianza.

La Cooperativa pianifica e implementa iniziative a beneficio dei propri soci e, in particolare, declina tra i benefici previsti per i propri soci l'acquisto di beni di qualità con prezzi e condizioni vantaggiose. Il **totale degli sconti** derivanti dalle promozioni esclusive per i soci ha visto nell'ultimo triennio una costante crescita. Nello specifico i soci hanno visto un **aumento delle promozioni loro riservate** rispettivamente del **10,1%** rispetto al 2019 e del **12,5%** rispetto al 2018. In aumento è anche stato il numero

di soci che ha usufruito di tali promozioni. I soci che hanno beneficiato delle promozioni hanno ottenuto un risparmio medio complessivo su tutti i settori di circa **58 euro**. Nel 2020 la Cooperativa ha, inoltre, registrato un aumento del valore del risparmio medio erogato ai soci pari a circa 12 euro. Tale valore costituisce solo una porzione del risparmio, che deve essere sommato a quello non esclusivo applicato a tutti i clienti a prescindere dal proprio status e al valore derivante dall'utilizzo dei punti fidelity collezionati.

Vantaggi derivanti dalle promozioni dai soci [euro]

Promozioni freschissimi e gastronomia	3.453.703
Promozioni grocery	25.734.409
Promozioni non food	2.775.507
Totale sconti da promozioni soci	31.963.619

Numero soci beneficiari e risparmio medio

	N. soci che ne hanno beneficiato			Risparmio medio (euro)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Freschissimi e gastronomia	194.944	293.683	264.072	14,61	13,29	13,08
Grocery	413.401	416.748	396.116	42,18	47,57	64,97
No food	144.177	142.448	136.463	26,49	23,94	20,34
Totale	422.515	446.707	438.180	57,04	60,75	72,95

Riepilogo vantaggi soci [euro]

	2018	2019	2020
Totale sconti da promozioni soci	24.101.817	27.138.188	31.963.619
Collezionamento	6.193.301	6.075.059	5.485.447
Totale vantaggi soci	30.295.118	33.213.247	37.449.066
Sconti da promozioni non esclusive	61.928.916	55.760.364	48.688.291
Totale risparmio soci	92.224.034	88.973.611	86.137.357



IL PRESTITO SOCIALE

Quale opportunità per i soci - piccoli risparmiatori, attraverso il Prestito Sociale Unicoop Tirreno contribuisce al perseguimento del SDG 1 e del SDG 10, ovvero alla riduzione di varie forme di povertà e alla riduzione delle disuguaglianze per la propria comunità di soci.

Unicoop Tirreno ha stabilito all'interno del proprio Statuto il prestito sociale come **modalità di promozione della mutualità** e come strumento concreto per la **partecipazione alla vita della Cooperativa**.

Le modalità di partecipazione al prestito sociale prevedono la stipula da parte dei soci, regolarmente iscritti al libro dei soci, di un contratto di prestito attraverso cui hanno la possibilità di effettuare operazioni di trasferimento e/o prelievi che ven-

gono registrate all'interno del proprio Libretto Nominativo di Prestito Sociale.

I numeri del 2020 mostrano un **aumento dell'ammontare complessivo del prestito** rispetto all'anno precedente, a fronte di una diminuzione del numero di soci prestatori. Complessivamente, quindi, i soci prestatori hanno aumentato il valore medio del loro prestito passando dai circa 5.500 euro del 2019 a oltre 5.600 euro ciascuno.



Dati sul Prestito Sociale (anno 2020)

Ammontare prestito sociale (euro)	602.153.755
N. soci prestatori	106.496
Valore interessi lordi distribuiti ai soci (euro)	3.907.952
Remunerazione media del prestito	0,66%
N. sportelli attivi	93
Punti vendita coperti dai servizi finanziari	21



LE INIZIATIVE IN FAVORE DELLA COMUNITÀ

Con il proprio impegno nel supporto alle comunità di proprio insediamento, Unicoop Tirreno contribuisce, rispetto all'Agenda 2030, al perseguimento del SDG 4, per un'educazione di qualità, del SDG 11, per lo sviluppo di città sostenibili, del SDG 12 per la diffusione di una cultura del consumo consapevole e 17 per la partnership e la collaborazione.

La Cooperativa persegue gli scopi di "assolvere la funzione sociale di difesa degli interessi dei soci consumatori, sostenere la promozione e lo sviluppo della cooperazione, promuovere la loro partecipazione a attività e servizi culturali, che favoriscano

l'organizzazione del tempo libero, lo spirito di solidarietà e lo sviluppo della vita associativa dei soci, delle loro famiglie e dei consumatori in genere" (Carta dei Valori, art.3). Nel 2020 sono state implementate e sviluppate **294 iniziative** in favore della comunità.



Iniziative nei confronti della comunità

tipologia iniziative	n. iniziative	contenuto delle iniziative
Compartecipazione	57	Attività ludico-culturali
Partecipazione	99	Assemblee (9), test approvato dai soci (24 sui prodotti a marchio e 9 shopping bag), convenzioni (66)
Informazione	10	Visite a fornitori, iniziative legate alle campagne nazionali attivate o ai libri
Raccolta fondi	78	Promozione di progetti inseriti nel catalogo Fidelity o legate al Buon Fine
Formazione	50	Iniziative di formazione per adulti, incontri formativi
Totale iniziative	294	

Incluse nella somma delle iniziative sono anche le convenzioni in favore dei soci, ai quali sono concessi prezzi vantaggiosi per corsi, servizi, percorsi di benessere, sport e salute, itinerari turistici e naturalistici, spettacoli teatrali. **Le convenzioni attive al**

31.12.2020 erano 66.

A causa della pandemia, l'Approvato dai soci, svolto comunemente nei punti vendita, si è svolto tramite l'iniziativa **Shopping Bag** che ha dato la possibilità ai soci di testare i prodotti a casa propria in totale sicurezza.

L'Approvato dai soci al tempo del Covid-19

A causa della pandemia, l'Approvato dai soci, svolto comunemente nei punti vendita, si è svolto tramite l'iniziativa **Shopping Bag** che ha dato la possibilità ai soci di testare i prodotti a casa

propria in totale sicurezza. In modo sperimentale, Unicoop Tirreno ha deciso di procedere, successivamente a questa nuova tipologia di test, all'organizzazione di un "approfondimento

online", tramite collegamento *Microsoft Teams*, del prodotto risultato più gradito. Agli eventi online hanno partecipato, oltre ai soci Coop, un esperto in materia alimentare, il responsabile **Approvato dai soci**, e il responsabile d'area soci di riferimento.



Nel 2020 Unicoop Tirreno ha erogato inoltre un **contributo** pari a **514.920 euro**, sotto forma di sponsorizzazioni, liberalità o buoni acquisto a soste-

gno di scuole, centri sociali, comitati e associazioni del territorio che hanno uno scopo sociale coerente con i fini perseguiti dalla Cooperativa.

LE AZIONI DI SOLIDARIETÀ

Con le proprie iniziative di solidarietà nazionali ed internazionali, Unicoop Tirreno contribuisce, rispetto all'Agenda 2030, al perseguimento del **SDG 11**, per lo sviluppo di città sostenibili, e del **SDG 17** per la partnership e la collaborazione in funzione della crescita del benessere.

La Cooperativa persegue i principi dell'aiuto reciproco e della solidarietà, attraverso la promozione di importanti iniziative in favore

delle comunità e delle associazioni locali nei territori di riferimento, oltre a progetti di solidarietà internazionale.

Principali iniziative di solidarietà Unicoop Tirreno

progetto	descrizione	principali risultati
Buon Fine	Donazione di merci invendibili per motivi commerciali (ma perfettamente commestibili) ad associazioni del territorio	Donate merci da 78 negozi, per un valore di 1,3 milioni di euro, l'equivalente di 267 mila pasti
Dona la spesa	Raccolta alimentare in favore dei bisognosi, voluta dalla Commissione Nazionale Politiche Sociali di Coop e organizzata dalle Sezioni Soci territoriali delle singole cooperative di consumatori. Evoluzione dell'iniziativa di solidarietà locale <i>Pane quotidiano</i> , che dal 2017 ha assunto carattere nazionale e ha cambiato nome.	Causa Covid-19 è stato organizzato un solo appuntamento ad ottobre 2020. Interessati 88 punti vendita, per 56 tonnellate di prodotti raccolti. Circa 120 le associazioni di volontariato coinvolte.
Ausilio	Consegna gratuita della spesa a domicilio alle persone in difficoltà.	11 supermercati coinvolti, 184 volontari e 259 utenti per un totale di 6.434 spese consegnate gratuitamente a domicilio.

L'impegno nei confronti delle iniziative, nonostante le gravi difficoltà dovute all'emergenza Covid-19, si è mostrato rinnovato e in linea con gli anni precedenti. Nel 2020 l'iniziativa **Buon Fine** ha visto un mantenimento dei punti vendita coinvolti (78). L'iniziativa **Dona la spesa**, ha confermato il successo del 2019 e ha rappresentato una delle risposte alla pandemia attraverso un attivo coinvolgimento delle reti locali di solidarietà¹.

Per quanto riguarda le iniziative di solidarietà internazionale, oltre al Progetto Matteo a sostegno di un orfanotrofio in Burkina Faso, vi sono i progetti dell'iniziativa **Basta un gesto**, inseriti nel catalogo punti fe-

deltà "SoloxTe" del 2019. Il risultato delle donazioni stanziate a favore dei progetti di solidarietà e del contributo aggiuntivo della Cooperativa è stato di 93.352 euro.

L'importo è il risultato delle donazioni dei soci che hanno devoluto in solidarietà parte dei loro punti accumulati facendo la spesa (per un valore di **18.484 euro – importo raddoppiato dalla Cooperativa**), di quei dipendenti della Cooperativa che ogni mese hanno destinato un euro di stipendio ai progetti di solidarietà (**3.300 euro, circa 200 euro in più rispetto all'anno precedente**) e delle donazioni dei fornitori (**500 euro**).



¹ Dettagli sul contributo al benessere delle comunità locali fornito da Unicoop Tirreno nel periodo del Covid-19 sono riportati nell'allegato sulla pandemia del presente report.

Basta un gesto, dettaglio dei progetti

Basta un gesto è il marchio che racchiude i progetti di solidarietà presenti nel catalogo fidelity. I progetti riportati all'interno dei cataloghi punti fedeltà possono essere sostenuti dai soci donando parte dei punti accumulati con la spesa. Unicoop Tirreno gestisce le donazioni fatte dai soci in base alle necessità reali di ciascuno dei progetti. Nonostante le difficoltà dovute all'emergenza sanitaria, la Cooperativa ha mantenuto anche nel 2020 una continuità nell'investimento di risorse, energie ed importi devoluti per l'iniziativa *Basta un gesto*, dimostrando credibilità e impegno nella strutturazione

BASTA UN GESTO

di reti sociali internazionali di cooperazione. Unicoop Tirreno ha contribuito nel 2020 con quattro progetti di cooperazione internazionale:

La casa di Giacomo e Vanda, per un centro di formazione scuola e lavoro alla periferia della capitale del Togo Lomé.

Donazione 2020: 10.000 euro.

Cuore di Coop, per il sostegno a distanza di 171 bambini per consentire loro una scolarizzazione adeguata e

in certi casi addirittura il sostentamento primario.

Donazione 2020: 53.352 euro.

Progetto Migranti per la gestione di un poliambulatorio a Palermo di assistenza sanitaria a migranti e cittadini disagiati.

Donazione 2020: 20.000 euro.

Progetto Matteo, per la realizzazione a Gorom Gorom (Burkina Faso) di una serie di infrastrutture quali: un orfanotrofio denominato *Casa Matteo*, un'infermeria/poliambulatorio e dispensario, una sala parto e un centro maternità, l'*Hotel delle dune*, un centro di accoglienza per volontari e lavoratori, ed infine quattro pozzi d'acqua: **10.000 euro.**



I RAPPORTI CON IL MONDO DELLA SCUOLA

Con il proprio impegno nelle attività scolastiche educative e di formazione, Unicoop Tirreno contribuisce, rispetto all'Agenda 2030, al perseguimento del SDG 4, per il sostegno a un'educazione di qualità, e SDG 12, per il contributo alla diffusione di una cultura di consumo consapevole.

L'anno scolastico 2019-20, avviato come un anno "normale", con una offerta educativa aggiornata e presentata alle scuole a settembre attraverso la guida Saperecoop, si è rivelato, di fatto, un anno anomalo che ha dovuto fare i conti con la sospensione causa pandemia, a partire dal mese di marzo, delle attività in presenza. Prima della pandemia, tra settembre e novembre 2019 erano stati organizzati 23 incontri territoriali di presentazione ai docenti dell'offerta formativa descritta nella guida SapereCoop.

Il disorientamento che ha caratterizzato il mondo della scuola nelle prime fasi della gestione della didattica a distanza, si è tuttavia rivelato un'opportunità per ripensare e riformulare alcune proposte che potessero andare incontro ai bisogni contingenti dei docenti e delle classi. Gli stimoli per nuove modalità di relazione con la scuola sono stati colti sin da subito e messi in opera

per le proposte educative per l'anno scolastico 2020-21.

Nell'anno scolastico 2019-20 l'impatto della pandemia sulle attività di Educazione al Consumo Consapevole con le scuole è evidente dai dati: delle 912 classi che avevano prenotato una attività di educazione al consumo, hanno concluso il percorso 409 classi (di queste 32 dopo marzo con modalità di didattica in rete); 108 classi non hanno completato il progetto, mentre 395 classi non lo hanno neppure iniziato.

La netta diminuzione degli impegni previsti dai contratti d'appalto con le cooperative di educatori Cipss e Meta è stata tuttavia gestita nel rispetto del riconoscimento dell'impegno organizzativo profuso per il mantenimento dei rapporti con la scuola e degli operatori, nella difficile situazione emergenziale.

Il totale dei ragazzi coinvolti è stato di 9.795 studenti, per un totale di 723 docenti partecipanti.



Nel corso del 2020 sono, inoltre, state organizzate altre iniziative educative aventi valenza per le comunità di insediamento della Cooperativa:

progetto **Cittadinanza attiva e Costituzione**, iniziativa di rete con molte associazioni che si occupano di legalità e di diritti, dedicata alle scuole secondarie di secondo grado che ha coinvolto 184 beneficiari e 16 incontri;

progetto **Consumo e identità** con la consulenza scientifica del Prof. Stefano Oliviero dell'Università di Firenze, per promuovere occasioni formative intorno alla stretta relazione fra l'universo dei consumi e la definizione delle identità delle persone;

progetti di **Alternanza Scuola Lavoro** con Istituti secondari di secondo grado, quali approfondimenti di esperienze di ECC e di conoscenza della Cooperativa, che ha previsto la partecipazione di 753 ragazzi e il coinvolgimento di 11 scuole;

progetto **#ambientefuturo - Lo spazio intorno a noi**, percorso nazionale per tutti gli ordini scolastici, in parte correlato alla campagna Coop per la scuola, con l'obiettivo di esplorare il rapporto reciproco e dialettico tra le persone e l'ambiente come "luogo" con funzione educativa e relazionale. Nel progetto acquista un ruolo centrale il supermercato come luogo di relazione e di scambio; il progetto, tuttavia è stato oggetto di riformulazione per renderlo adatto alla didattica a distanza. Hanno partecipato 840 studenti con il coinvolgimento di 17 scuole;

progetto **Coop per la scuola** a sostegno delle scuole del territorio mediante la fornitura gratuita di materiali didattici e informatici e la partecipazione a visite museali e spettacoli teatrali;

festival **Educazione scuola e consumo** cui hanno partecipato 280 persone.

Per quanto riguarda le esperienze territoriali, è stata inoltre organizzata la **Mostra Coop_70. Valori in scatola**, una mostra interattiva dedicata ai 70 anni del prodotto a Marchio Coop, allestita a Livorno presso

l'ex teatro Lazzeri dal 26 ottobre al 14 dicembre 2019. Quest'occasione è stata lo sfondo che ospitò molte iniziative e laboratori di educazione al consumo dedicate alle scuole e ai soci e consumatori nel corso del 2020.

All'interno della mostra, sono stati organizzati altresì alcuni appuntamenti tangenziali alla programmazione scolastica di Unicoop Tirreno, tra cui:

- presentazione ai docenti delle scuole cittadine dell'offerta educativa Saperecoop e visita alla mostra formazioni Educatori Unicoop Tirreno #Ambientefuturo. Lo spazio intorno a noi;

- incontro con le classi che hanno lavorato su esperienze di alternanza scuola lavoro nell'anno scolastico 2018-19;

- √visite guidate alla mostra per i soci degustazioni guidate;

- animazioni e laboratori creativi per bambini;

- 17 Laboratori per le scuole.

Si annoverano, inoltre, alcuni progetti, quali l'incontro formativo **Risorse, sostenibilità e resilienza. Educazione e buone pratiche per una cittadinanza responsabile** a Pietrasanta, e il progetto **Olio esausto** presso la scuola "Guardi" di Piombino.

A seguito della pandemia è stato poi programmato un **ciclo di webinar gratuiti** (giugno-settembre) per acquisire e perfezionare strumenti e metodologie per la Didattica in Rete e per acquisire metodologie a supporto della didattica digitale.

Rispetto al progetto di **Alternanza scuola lavoro**, infine, l'esperienza si è configurata come qualcosa di diverso rispetto a ciò che si fa normalmente nelle altre aziende. La Cooperativa ha organizzato incontri per classi intere focalizzate sulla grande distribuzione cooperativa. Il livello progettuale è stato definito a priori con i docenti; è stato preparato un quadro generale, con un successivo approfondimento della parte più tecnica dell'argomento (logistica, fornitura ecc.). A termine dell'esperienza i ragazzi hanno restituito una testimonianza.

#Ambientefuturo Lo spazio intorno a noi

Il progetto **#Ambientefuturo_Lo spazio intorno a noi** ha rappresentato una importante iniziativa che ha visto la Cooperativa protagonista, finalizzata a ridefinire il ruolo del punto vendita nella prospettiva spaziale, con l'obiettivo di rimettere il negozio al centro delle relazioni. Si è trattato di un progetto in collaborazione con Stefano Olivieri, attraverso cui il punto vendita è stato analizzato come luogo altamente relazionale e di riflessione sul cambiamento della percezione dello spazio. Il supermercato è stato studiato come luogo di relazione e di scambio, in cui assume rilevanza quale tratto essenziale dell'agire di Coop l'attenzione all'ambiente e il suo contributo attivo allo sviluppo sostenibile. In questo quadro, il punto vendita ha acquisito più rilevanza, un elemento che si è venuto ad accentuare anche in periodo di pandemia, in quanto rappresentava uno dei pochi luoghi dove si potesse andare liberamente e in sicurezza.

il capitale UMANO



Con il proprio impegno nella creazione di un ambiente di lavoro equo, sano e dignitoso e nella valorizzazione del proprio personale, Unicoop Tirreno contribuisce, rispetto all'Agenda 2030, al perseguimento del SDG 3, garantendo la sicurezza dei lavoratori, del SDG 5, assicurando parità di sesso nel trattamento lavorativo, del SDG 8, per un lavoro dignitoso, e del SDG 10 per la riduzione delle disuguaglianze in generale.

Il tema della **gestione del personale e della valorizzazione delle risorse umane rappresenta uno degli asset strategici di Unicoop Tirreno**, sia per l'affermazione del proprio sistema valoriale, che per il proprio posizionamento competitivo sul mercato. Nel 2020 l'evento pandemico ha messo proprio il personale della Cooperativa al centro degli interessi della Direzione, attraverso una serie di iniziative straordinarie che hanno avuto l'obiettivo di ridurre i rischi di contagio tra colleghi, e la conseguente costituzione di

cluster pandemici intorno ai punti vendita. In questa chiave sono state definite **una serie di procedure e azioni atte ad accrescere la prevenzione presso i punti vendita**, che hanno coinvolto sia la sfera tecnica (con nuovi sistemi di protezione dei lavoratori), che quella gestionale e organizzativa (attraverso procedure che identificassero nuovi organismi di governance e nuove modalità operative per lo svolgimento delle diverse attività)². La costituzione di un Comitato di Crisi dedicato alla gestione della pandemia (con responsabilità ben più ampie rispetto a quelle stabilite per tale organo dal legislatore), la redazione di procedure operative atte a limitare i rischi di contagio e definire come gestire le situazioni di potenziale contagio presso i punti vendita, così come l'adozione di nuovi e più adeguati DPI - Dispositivi di Protezione Individuale, hanno rappresentato il quadro di riferimento delle risposte adottate dalla Cooperativa rispetto all'evento pandemico.

In questo quadro di gestione della crisi, nel 2020 Unicoop Tirreno è riuscita a mantenere un corpo di risorse umane stabile a proprio servizio, con **3.802 dipendenti**, di cui **3.454 assunti a tempo indeterminato**. Dei 3.802 dipendenti, 3.724 sono impiegati, 67 i quadri e 11 i dirigenti.



² Oltre a quanto riportato in questa sezione, maggiori dettagli sulle modalità di gestione della pandemia con riferimento specifico al personale sono richiamati nella sezione appositamente dedicata alla pandemia, in calce al presente documento.

Il nuovo integrativo aziendale

Il 2020 è stato l'anno del **rinnovo del contratto aziendale del lavoro** che ha ristrutturato completamente l'organizzazione del lavoro, creando un sistema equo in termini di orari, pause, permessi e benefici per i lavoratori. Dopo 14 anni, il contratto ha cercato di annullare le differenze di trattamento che vigevano tra vecchie e nuove generazioni. Prima di queste ristrutturazioni contrattuali, si faceva riferimento al contratto aziendale del 2006, costituito ancora da collazioni di precedenti contratti e figlio di una lunga trattativa con i sindacati, ma i cui benefici non venivano ad interessare la totalità dei lavoratori. Il nuovo contratto si è ispirato a **tre principi**:

- principio di equità verso tutti i lavoratori;
- principio di compatibilità dei costi, fissi e variabili;
- principio di trasparenza.

Il contratto prevede un nuovo orario a **38 ore per tutti** e una pausa retribuita per qualunque lavoratore ogni 6 ore. Anche per quanto riguarda le maggiorazioni festive ci si è ispirati

al principio di equità: si è passati da quote fisse e differenti a seconda della data e del luogo di assunzione, a una serie di maggiorazioni uguali per tutti e progressive a seconda del numero di domeniche lavorate. Le festività hanno una maggiorazione a parte del 70%. Il nuovo contratto all'art.1 definisce il **concetto di partecipazione dei soci** e nell'ultimo articolo riprende lo stesso concetto, suggerendo come tale partecipazione sia apprezzata e premiata dalla Cooperativa. Questo contratto è stato condiviso con i sindacati e ha passato la loro validazione, senza conflitti. È entrato in vigore negli ultimi mesi del 2020. In attuazione del nuovo contratto, infine, la Cooperativa intende sviluppare nei prossimi anni un processo di categorizzazione dei profili occupazionali (job profiles), attraverso mansionari adeguati che saranno presentati al personale. Questa iniziativa sarà importante anche al fine di operare una valutazione del potenziale interno e della creazione dell'iter formativo legato alla persona, nonché mappare le competenze di alcune professionalità più particolari.



Nel periodo della pandemia da Covid-19 la Cooperativa ha fatto ricorso a lavoratori in somministrazione, a supporto del personale e al fine di gestire le contingenze straordinarie (quali lavoratori in quarantena precauzionale o malattia). La quota di **lavoratori in somministrazione** per il 2020 è stata di **348** unità.

Nel 2020, quale risposta all'evento pandemico, in Unicoop Tirreno è stato fatto ricorso allo smart working da parte di più di **200 lavoratori** operanti presso gli uffici di Vignale,

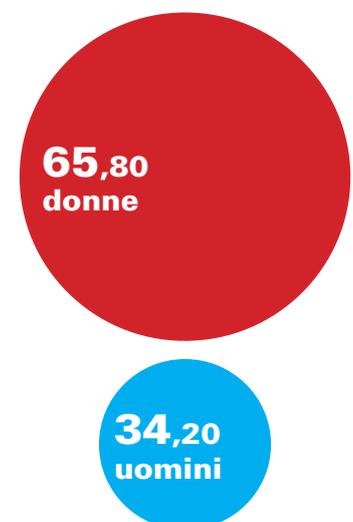
grazie anche ad un rapido miglioramento e aggiornamento dei sistemi informativi interni e un ammodernamento delle piattaforme digitali in essere nella Cooperativa.

Dal punto di vista del genere, il numero di donne ha rappresentato la maggioranza anche nel 2020, coprendo circa il 65% del personale totale. In termini di età, il 36,77% delle risorse umane appartiene alla fascia d'età tra i 46 e i 55 anni. Tra il personale figurano 171 disabili e 75 appartenenti alle categorie protette.

Personale per età (%)



Personale per genere (%)





Turn over occupati

Nel corso del 2020 sono state effettuate complessivamente **17 assunzioni** e **31 cessazioni**. Il saldo degli occupati è, al 31 dicembre 2020, di meno 68 unità. 0 sono stati poi i fine di contratto, 13 i licenziamenti per giusta causa, 0 licenziamenti incentivati di non opposizione. Nonostante la crisi pandemica, la Cooperativa

non si è avvalsa dei vantaggi della cassa integrazione ma ha preferito mantenere regolari rapporti di lavoro con i propri dipendenti.

Nel 2020 il costo totale del lavoro in Unicoop Tirreno è stato di **116.742.882 euro**, comprensivi di stipendi, oneri sociali, TFR, trattamento di quiescenza e altri costi.

Principali trend occupazionali

	2018	2019	2020
Assunzioni	47	154	17
Pensionamenti	0	0	25
Dimissioni	40	67	29
Cessazioni	119	176	31
Saldo occupati di periodo	-112	-89	-68



La formazione, lo sviluppo e il benessere dei dipendenti

Unicoop Tirreno promuove attività di formazione per i propri soci e dipendenti, quale elemento cruciale per lo sviluppo del capitale umano. Per questa ragione, l'investimento che la Cooperativa ha garantito ha superato quanto previsto dagli obblighi di legge, nell'implementazione di percorsi di formazione e di sviluppo. Nel 2020 sono state erogate complessivamente **32.894 ore di formazione**, nelle due tipologie (obbligatoria e non obbligatoria). La formazione obbligatoria ha riguardato i temi della salute e sicurezza, della qualità alimentare, e delle nor-

me in materia di 231 e GDPR (protezione dati e privacy). La formazione sui temi della **salute e sicurezza e qualità alimentare ha coinvolto 3.265 lavoratori**.

Sono stati poi avviati **15 iter di crescita** formalizzati che hanno coinvolto 8 uomini e 7 donne. Infine, è stata implementata una misura di welfare che ha previsto la possibilità di **usufruire della spesa a rate con trattenute in busta paga**. Nel 2020, **1.034 dipendenti** hanno usufruito della spesa a rate, rispetto ai 1.110 del 2019, per un importo complessivo pari a **262.460 euro**.

Formazione per tipologia (%)

60,25
obbligatoria

39,75
non obbligatoria

Formazione obbligatoria per tematiche (%)

71,57
sicurezza

25,98
qualità alim.

2,45
231 e GDPR

Ore formazione obbligatoria per genere e livello

livello lavorativi	ore donne formate	ore uomini formati
4	5.391	1.521
3	1.302	2.334
2	219	677
1	143	195
quadri	19	50
totale	8.065	5.010

Gestire il cambiamento

Come preannunciato nel precedente paragrafo, la Cooperativa ha strutturato nel 2020 un nuovo contratto del lavoro aziendale che garantisca equità per tutti i lavoratori e che andasse a rinnovare il precedente del 2006. Nel 2020 è avvenuta la **cessazione del punto vendita** di Toscana nel mese di marzo. Sia nel caso di questa cessazione definitiva, sia per quanto riguarda le **chiusure temporanee** di altri punti vendita sul territorio italiano (come i punti vendita di Salivoli, ingrandito a beneficio dei fresh e

freschissimi; Castiglion della Pescaia, dove è stata rinnovata l'attrezzatura dei banchi; Seravezza, dove c'è stato un incendio per il malfunzionamento di alcuni banchi plug in), i dipendenti non sono stati licenziati, ma sono stati ricollocati in altri punti vendita. Dal 13 giugno 2020 al 13 ottobre 2020 è stato aperto un **temporary shop** a Riva degli Etruschi. Infine, **non sono state utilizzate** ore di Cassa Integrazione Guadagni Straordinaria (CIGS) per la sede, neanche nel periodo di picco della pandemia.

SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

Con il proprio impegno a tutela della salute e della sicurezza del proprio personale, Unicoop Tirreno contribuisce, rispetto all'Agenda 2030, al perseguimento del SDG 3 che mira a "Garantire una vita sana e promuovere il benessere per tutti a tutte le età" e del SDG 8 che mira a "proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente sicuro e protetto di lavoro per tutti i lavoratori".

La **pandemia da Covid-19** che ha caratterizzato il 2020 ha rivoluzionato non solo le vite delle persone e le modalità di svolgimento del business da parte delle imprese, ma **ha impattato significativamente sulle modalità di gestione del personale all'interno delle organizzazioni e ha messo in evidenza, più che mai, l'importanza di investire nella salute e sicurezza dei lavoratori e nel loro benessere**. In questo quadro, il tema della salute e sicurezza, che da molti anni aveva avuto in Unicoop Tirreno una rilevanza centrale in chiave di corretta gestione e attenzione al capitale umano, nel 2020 ha assunto una vera e propria valenza strategica, strettamente

connessa, in un momento di crisi locale e globale senza precedenti, con lo svolgimento delle attività ordinarie e con la possibilità di continuare a generare valore per i territori e per le comunità di insediamento. L'investimento effettuato da ormai diversi anni per l'adozione di un sistema di gestione della salute e sicurezza dei lavoratori e l'attenzione posta sulla formazione del personale, hanno **permesso nel periodo della pandemia una rapida acquisizione delle informazioni integrative sulle corrette modalità operative di risposta alla crisi, riducendo significativamente il potenziale effetto negativo che l'evento pandemico avrebbe potuto creare**.





Principali iniziative adottate dalla Cooperativa nel corso del 2020 atte a gestire la pandemia³.

- Costituzione, nel mese di marzo, di un Comitato per il contrasto alla crisi (Comitato Covid-19) che avesse come finalità principale quella dell'applicazione e della verifica delle regole del protocollo di regolamentazione e risposta alla situazione emergenziale; il Comitato, costituito da rappresentanti del management, rappresentanti dei lavoratori, e consulenti esterni, si è riunito 9 volte nelle fasi di maggiore picco della pandemia.
- Redazione di tre procedure interne orientate a regolare le modalità gestionali e operative di risposta al Covid-19; ciascuna di queste procedure ha avuto molteplici aggiornamenti e revisioni in funzione delle novità che via via emergessero nei territori e nei vari punti vendita. La procedura PGS23 - Gestione emergenza coronavirus, orientata a stabilire e coordinare le attività finalizzate a limitare il contagio da Covid-19 e prevenirne i rischi correlati, nel corso del 2020 ha avuto 12 revisioni.
- Ricorso al "lavoro agile" (smart working) per la sede di Vignale, quale strumento in grado di coniugare le esigenze di continuità

delle attività e riduzione dei contatti interpersonali. Delle circa 350 persone impiegate nella sede di Vignale, una volta adeguate le infrastrutture informative, circa 220 sono state destinate al lavoro agile.

- Adozione di un principio di precauzione nella gestione delle situazioni di potenziale rischio, finalizzato a chiedere ai lavoratori di astenersi dall'andare nel punto vendita quando si fosse accertato un caso tra i colleghi, con lo scopo di ridurre la probabilità di creare nei negozi dei focolai di contagio. Nell'anno 2020, i casi conclamati di contagio che hanno investito lavoratori di Unicoop Tirreno sono stati in totale 101.

- Adozione di DPI - Dispositivi di Protezione Individuale integrativi rispetto a quelli ordinari. I nuovi dispositivi hanno riguardato mascherine, gel disinfettante, guanti, e barriere in plexiglass in corrispondenza delle casse. Per i lavoratori per i quali fosse difficoltoso mantenere il distanziamento, è stato disposto l'uso delle mascherine FFP2, al fine di assicurare loro maggiore protezione.

Malgrado il contesto complicato con cui sono state svolte le attività nel corso del 2020, le prestazioni infortunistiche hanno continuato anche in questo anno a migliorare, quale risultato delle attività di sensibilizzazione e strutturazione di pratiche di

gestione sviluppate negli anni precedenti, tra cui: procedure implementate, formazione erogata, affiancamento sul posto di lavoro, preparazione e risposta alle emergenze, utilizzo sistematico dei DPI da parte dei lavoratori.

Seppure in condizioni di emergenza, anche nel 2020 sono state erogate in ambito salute e sicurezza dei lavoratori 8.914 ore di formazione, ovvero un valore meno di 1/5 inferiore a quella che era stata effettuata nel 2019.

Complessivamente nei punti vendita di Unicoop Tirreno nel 2020 sono occorsi **110 infortuni (contro i 165 del 2019)**⁴. Di questi 75 hanno riguardato punti vendita toscani, mentre 31 quelli di Lazio e Umbria. A questi si aggiungono due infortuni presso la sede di Vignale e due presso il magazzino. Dei 110 infortuni, 20 sono stati quelli che hanno avuto una prognosi superiore ai 40 giorni.

Per quanto riguarda gli **indici infortunistici**, che permettono confronti nel tempo in quanto non influenzati dalla numerosità dei punti vendita, questi **mostrano una riduzione sia della frequenza che della gravità nel 2020 rispetto all'anno precedente**, a conferma di una tendenza in corso ormai da diversi anni al miglioramento delle prestazioni. Dal punto di vista della localizza-

³ Nella sezione integrativa posta in calce al presente report e relativa specificamente alla gestione della pandemia è possibile approfondire, nella parte relativa ai rapporti con il personale, le informazioni qui richiamate sulle iniziative di natura gestionale e prestazionale adottate dalla Cooperativa nel corso del 2020.

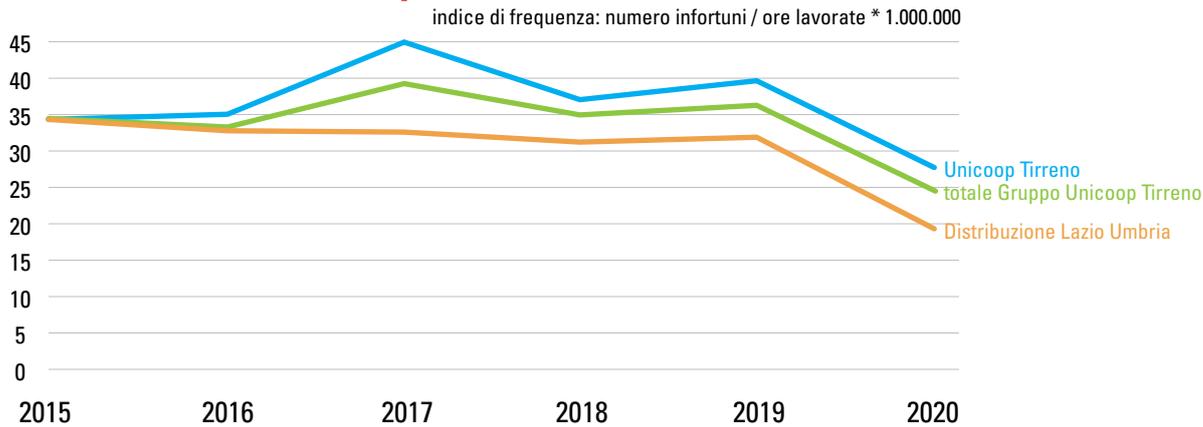
⁴ Sono esclusi dal computo gli infortuni con prognosi inferiore ai 3 giorni, non registrati.

zione dei punti vendita, quelli che presentano ancora indici di gravità e frequenza maggiori sono quelli della Toscana. Prendendo invece in considerazione le reti di vendita, l'indice di frequenza maggiore lo ha fatto registrare il canale dei Super (con un valore di 28,66, contro il 23,93 dei Superstore e il 16,49 dei Mini); lo stesso per l'indice di gravità (0,73 contro, rispettivamente 0,54 dei Superstore e 0,39 dei Mini).

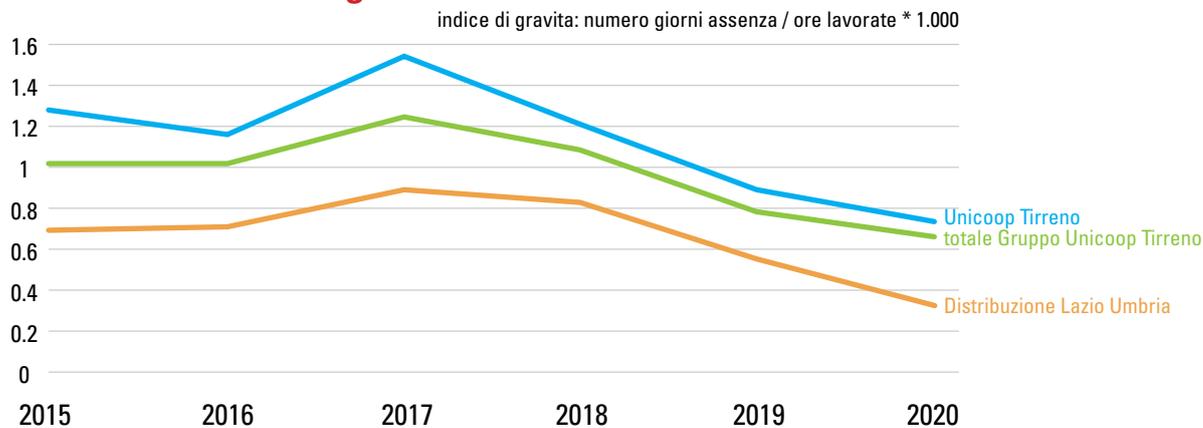
Con riferimento alle **cause degli infortuni**, anche nel 2020 (come ne-

gli anni precedenti) le più frequenti sono risultate il **movimento manuale dei carichi (MMC)**, **seguiti da tagli e urti con le strutture e le attrezzature**, e **infine gli scivolamenti**. Le altre cause hanno visto tutte valori inferiori a 10 infortuni associati. Rispetto alle quattro principali tipologie registrate, il 2020 evidenzia per tutte una riduzione rispetto al 2019. Come reparti, quelli che presentano l'incidenza maggiore sono la gastronomia, seguito da generi vari e reparto carni.

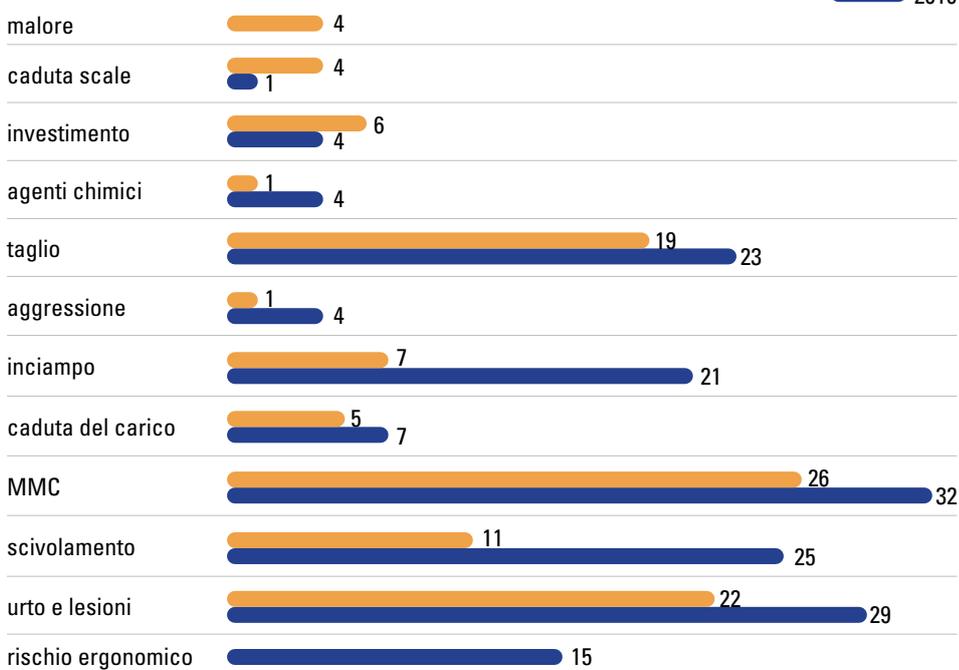
Andamento indice di frequenza infortuni



Andamento indice di gravità infortuni



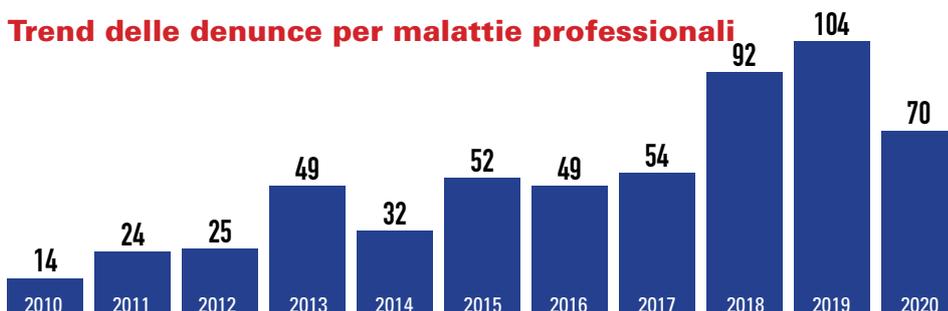
Cause di infortuni



Il tema della salute e sicurezza non riguarda solo la sfera degli infortuni, ma anche il tema delle **malattie professionali**, che possono generare costi rilevanti per l'organizzazione a seguito di denunce mosse da parte dei lavoratori. Il trend storico delle

denunce formulate per malattie professionali mostra un **andamento in tendenziale crescita**, con la sola eccezione proprio del 2020, anno in cui l'evento pandemico può aver inciso sulle iniziative di denuncia dei singoli lavoratori.

Trend delle denunce per malattie professionali



Nel 2020, proprio a causa del Covid-19, sono stati effettuati in totale **90 sopralluoghi degli organi di vigilanza e controllo**, quali ispettorato del lavoro, NAS e ASL (erano stati solo 13 nel corso dell'anno precedente). Le visite degli organi di controllo hanno prodotto comunque in un solo caso delle prescrizioni di carattere esclusivamente amministrativo e relative al miglioramento della cartellonistica. Sono state invece diverse le **dimostrazioni di apprezzamento per le modalità con cui la Cooperativa stesse gestendo la situazione di criticità legata alla pandemia**.

In chiave di protezione, infine, un ultimo tema riconducibile alla salute e sicurezza dei lavoratori è quello della

sorveglianza sanitaria obbligatoria, orientata ad indagare quei rischi specifici cui i dipendenti sono esposti nello svolgimento delle loro mansioni quotidiane. Si tratta di uno strumento di protezione che fornisce una base informativa utile anche per identificare gli ambiti su cui intervenire in chiave preventiva. Nel 2020 sono state condotte in totale 706 visite (45 meno del 2019) di sorveglianza sanitaria, di cui 481 in Toscana e 225 in Lazio/Umbria. 87 sono state le visite su richiesta (contro le 170 del 2019), di cui 55 in Toscana e 32 in Lazio/Umbria. In totale le limitazioni stabilite a valle delle visite sono state 374 (contro le 386 dell'anno precedente), con una incidenza del 52.97% sul totale di quelle effettuate.

il capitale NATURALE

La Cooperativa si propone come impresa innovativa e attiva sulle tematiche ambientali (SDG 9) ed energetiche (SDG 7), capace di fornire un contributo di notevole importanza ai modelli di produzione e consumo sostenibile (SDG 12), contribuire alla crescita sostenibile delle città e delle comunità che le abitano (SDG 11), e favorire complessivamente una riduzione dell'impatto negativo sul clima (SDG 13).

Il capitale naturale coinvolge direttamente la sfera della **tutela dell'ambiente e del patrimonio naturale, con lo scopo di definire l'approccio adottato dalla Cooperativa rispetto alla gestione e allo sfruttamento delle risorse naturali nello svolgimento delle proprie attività**. Nella prospettiva specifica di Unicoop Tirreno, gestire razionalmente le risorse naturali presenta diverse implicazioni, alcune che abbracciano direttamente la gestione caratteristica, altre che si riconnettono alla propria natura societaria. Come evidenziato nella carta dei valori delle cooperative di consumo, infatti, l'ambiente è considerato *un bene di tutti, da salvaguardare da speculazione, malgoverno ed incuria*, e un fattore essenziale per *sviluppo e competitività*.

Investire in sostenibilità non è dunque solo una opportunità per stimolare processi innovativi all'interno dell'organizzazione funzionale ad una migliore allocazione delle risorse naturali (e dei relativi costi di utilizzo), ma è **per Unicoop Tirreno un dovere morale, collegato al sistema di valori che caratterizza il proprio modello di business**. In

questa duplice prospettiva, la Cooperativa anche nel 2020, malgrado l'evento pandemico abbia catalizzato l'attenzione su scala locale e globale, non ha ridotto il proprio impegno sulla tutela delle risorse naturali e sulla riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività, continuando a dare valore al capitale naturale.

Ai fini della rendicontazione, le azioni adottate e i risultati attuali della gestione orientata all'utilizzo razionale del capitale naturale possono distinguersi tra:

- **interazione diretta con l'ambiente:** effetti che la presenza delle strutture della Cooperativa e le attività da queste sviluppate producono direttamente sulle diverse matrici ambientali (in termini di consumi energetici, occupazione di suolo, produzione di rifiuti, emissioni in aria e consumi idrici);
- **interazione indiretta con l'ambiente:** iniziative commerciali e di sensibilizzazione indirizzate a consumatori e soci, finalizzate ad una diffusione ampia della cultura del rispetto dell'ambiente e della tutela delle risorse naturali.





a. Interazione diretta con l'ambiente

Attraverso le proprie politiche la Cooperativa mira a migliorare l'efficienza nell'utilizzo delle risorse naturali, sia energetiche (SDG 7), sia di materie (SDG 12), con effetti positivi sul clima (SDG 13). L'adozione di infrastrutture e modalità di gestione innovative (SDG 9) permette di aumentare la produzione di energia da fonti rinnovabili (SDG 7) e ridurre lo spreco alimentare (SDG 12).

L'interazione diretta con l'ambiente riguarda una molteplicità di attività della Cooperativa che interessano sia la sfera della programmazione e progettazione, che quella dell'o-

peratività delle attività svolte, che infine quella del monitoraggio e controllo. Gli effetti di tali azioni agiscono quali fattori di impatto sull'ambiente.

Interventi di ammodernamento e ristrutturazione dei punti vendita

Salivoli: il punto vendita di Piombino ha visto un ampliamento del layout complessivo, con un'estensione dello spazio in ingresso, soprattutto nei reparti dei generi vari, surgelati e freschi.

Castiglione della Pescaia: il punto vendita grossetano ha visto un rinnovo dell'attrezzatura complessiva della struttura, con una riorganizzazione e un refresh complessivo dell'area vendite.

Seravezza: il punto vendita ha subito un incendio a causa di un corto circuito occorso per surriscaldamento degli impianti elettrici, e questo ha portato ad intervenire pesantemente con il rifacimento dell'intero sito.

Progetto fast-lane: il progetto ha previsto lo sviluppo del self check-out e l'incentivazione del sistema di pagamento elettronico della spesa con il superamento delle casse tradizionali; gli interventi più rilevanti hanno riguardato nel 2020 i punti vendita di Seravezza, Cecina, Portoferraio, Salivoli, Castiglione della Pescaia, Livorno Levante e Livorno Porta a Terra.

Interventi di rifacimento delle coperture: sui tetti di alcuni punti vendita sono stati effettuati degli interventi di impermeabilizzazione e contenimento, che hanno permesso una riduzione della dispersione energetica; gli interventi sono stati effettuati ad Avenza, Livorno Settembrini, Donoratico, Portoferraio, sul parcheggio di Roma Laurentina, Orbetello, Salivoli, Castiglione della Pescaia, Seravezza.

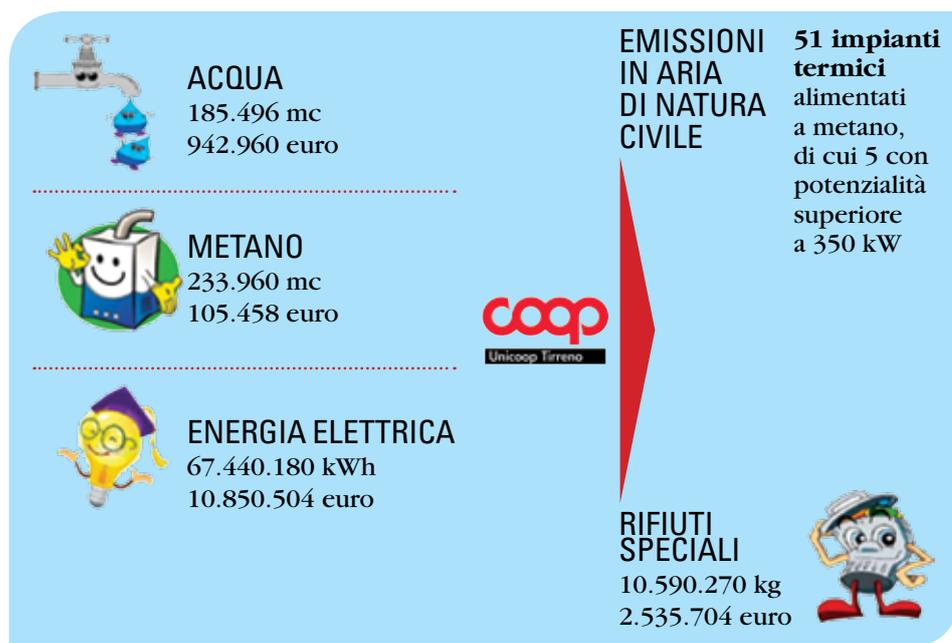
A causa del Covid-19, inoltre, **tutti i punti vendita sono stati adeguati alle nuove disposizioni** orientate a *ridurre i rischi di contagio*: sono stati separati gli accessi e le uscite, in modo da ridurre i rischi di assembramento in corrispondenza degli ingressi; sono stati installati se-

paratori in plexiglass presso le casse di vendita e presso i punti di ascolto e informazione; infine sono state predisposte indicazioni a terra per i consumatori al fine di indirizzare gli spostamenti delle persone nel punto vendita e ridurre i rischi di contatto⁵.

⁵ Si rinvia alla sezione specifica dedicata al Covid-19 per ulteriori dettagli.

Le risorse naturali utilizzate dalla Cooperativa per lo svolgimento delle proprie attività sono **energia elettrica, metano e acqua**, mentre gli

impatti legati ai rilasci in ambiente riguardano **emissioni in atmosfera di natura civile e produzione di rifiuti**.



Principali interventi innovativi promossi nel corso del 2020

- ◆ **Progetto RELAMPING** - installazione di un sistema di illuminazione on-demand a led, che permetta di regolare l'illuminazione indirizzandola esclusivamente verso le sole aree di interesse. Il progetto nel 2020 ha coinvolto 16 punti vendita, oltre a sede e magazzino di Vignale.
- ◆ **Progetto OVERWATCH** - sistema di monitoraggio tecnico da remoto degli impianti del freddo e condizionamento, al fine di verificarne l'efficienza di funzionamento, intervenire in caso di anomalie e favorire l'ottimizzazione dei consumi. Sono in totale 24 i negozi coperti dall'Overwatch, di cui 17 nel 2020.
- ◆ **Sistema BMS - Building Management System** - sistema in continuo di controllo (a mezzo telegestione) su macchinari e impianti, per la misurazione dei livelli di consumo energetico e conseguente rilevazione di possibili miglioramenti.
- ◆ **Retrofit** - riconversione di impianti frigoriferi mediante la sostituzione

del fluido refrigerante con gas di nuova generazione, meno inquinanti e più efficienti. Nel 2020 gli impianti coinvolti nella sostituzione sono stati 5.

- ◆ **Progetto COLONNINE RICARICA ELETTRICA**-costruzione di colonnine per la ricarica delle auto elettriche presso i punti vendita di Unicoop Tirreno. Nel 2020 ne sono state realizzate in 5 punti vendita, e altre 5 installazioni saranno realizzate entro fine 2021.
- ◆ **Innovazione organizzativa** - progressiva integrazione dei sistemi di gestione riguardanti le tematiche ambientali della Cooperativa con le tematiche della salute e sicurezza dei lavoratori e, in prospettiva, con quelle della qualità e sicurezza alimentare. Identificazione di una nuova figura (RSAA – Responsabile Servizio Adempimenti Ambientali) avente la responsabilità di gestire in modo integrato tutte le problematiche ambientali della Cooperativa (acqua, rifiuti,

emissioni in atmosfera).

- ◆ **Accordo con BAOLI** - accordo con Baoli (gruppo KION) per la sostituzione del parco carrelli attuale con nuovi mezzi aventi batterie al litio ricaricabili rispetto alle precedenti tradizionali al piombo (con minore rischio di rilasci di sostanze acide e minore produzione di rifiuti pericolosi).
- ◆ **Gestione degli scarichi in fognatura** - nuova procedura che ha coinvolto i diversi punti vendita, in grado di cogliere i diversi adempimenti in materia di scarichi idrici, in base alle diverse normative vigenti a livello locale e alle caratteristiche del singolo punto vendita.
- ◆ **Nuovo progetto Logistica** - sostituzione dei mezzi tradizionali di trasporto per carni fresche dotati di ganci ad hoc con nuovi mezzi ordinari per il trasporto di carni sottovuoto che permettano di ridurre la numerosità dei viaggi e, di conseguenza, le emissioni in atmosfera.

Risparmiare sui consumi di energia e di combustibili rappresenta per le organizzazioni una **opportunità per ridurre la pressione sulle risorse naturali, ma allo stesso tempo permette anche di risparmiare per l'acquisizione di tali risorse, con un vantaggio significativo di carattere economico.** Investire in fonti energetiche rinnovabili, aumentare l'efficienza energetica degli impianti di illuminazione e di produzione di calore, ed intensificare i controlli sui macchinari più energivori, hanno rappresentato le linee di gestione della Cooperativa negli ultimi anni, proprio nel tentativo di **coniugare tutela dell'ambiente ed efficienza economica.**

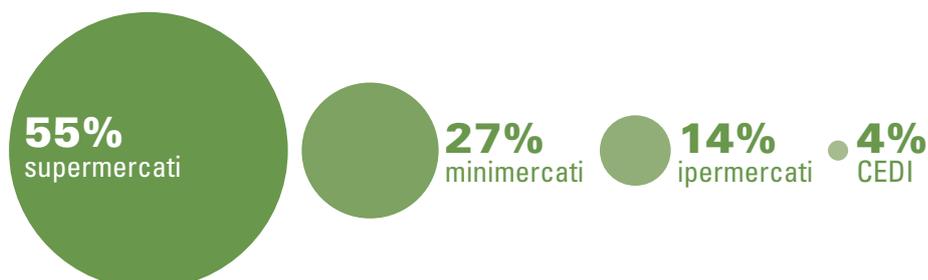
Consumi energetici assoluti

	<i>energia elettrica</i> <i>kWh</i>	<i>euro</i>	<i>metano</i> <i>mc</i>	<i>euro</i>
Ipermercati	9.083.662	1.439.948	56.777	26.285
Supermercati	37.323.875	5.981.321	110.714	48.590
Minimercati	18.161.031	2.979.869	33.800	17.404
Totale canali	64.568.568	10.401.138	201.291	92.279
CEDI Vignale	2.871.612	449.366	32.669	13.179
Totale consumi	67.440.180	10.850.504	233.960	105.458

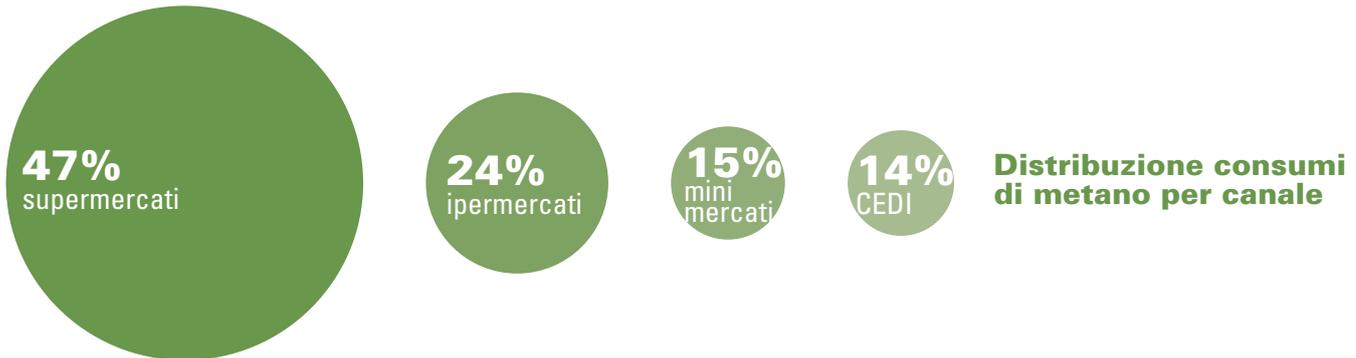
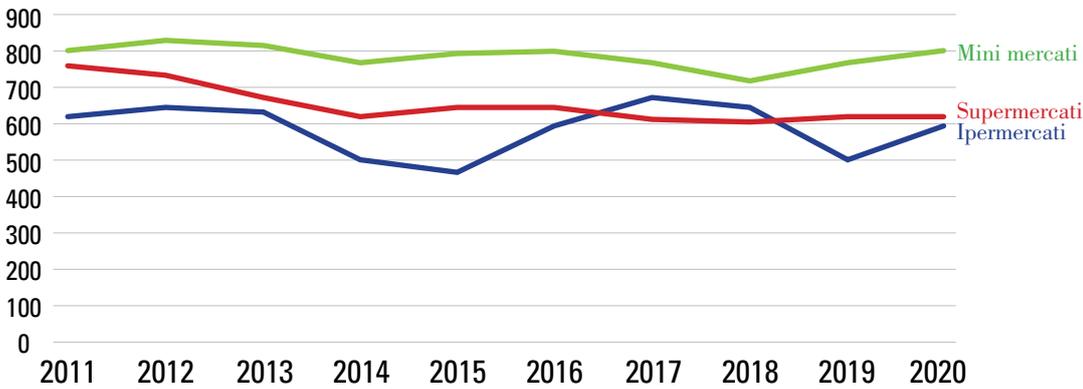
Le principali fonti di consumo energetico nella Cooperativa riguardano i sistemi di illuminazione, i sistemi di movimentazione meccanica, gli impianti ad alimentazione elettrica per le attività di determinati reparti (es. forni dei reparti panetteria e pasticceria), gli impianti termici per il riscaldamento dei locali, e soprattutto gli impianti di refrigerazione, condizionamento e alimentazione elettrica dei frigo (catena del freddo). 51 sono gli impianti termici presenti in Cooperativa, tutti alimentati a metano; di questi 5 hanno una potenzialità >350 kW.

Complessivamente il 2020 ha visto una **riduzione dei consumi energetici della Cooperativa del 6,65%**, passati da 72.242.940 kWh a 67.440.180 kWh, con un **risparmio economico rispetto al 2019 superiore a 1,5 milioni di euro.** Il canale che ha prodotto la maggiore incidenza di consumi di energia elettrica è stato il canale dei supermercati, che copre il 55% del totale dei consumi dell'anno. Per favorire il confronto interannuale, l'indicatore relativo al consumo di energia elettrica per mq di superficie dei punti vendita mostra nel 2020 una lieve crescita rispetto al 2019 per ipermercati e minimercati, mentre mostra un andamento sostanzialmente stabile per i supermercati. Se rapportato all'ammontare dei ricavi, l'indicatore relativo al **costo sostenuto per l'energia elettrica per unità di ricavo si è ridotto nel 2020 rispetto al 2019 di circa il 9%.**

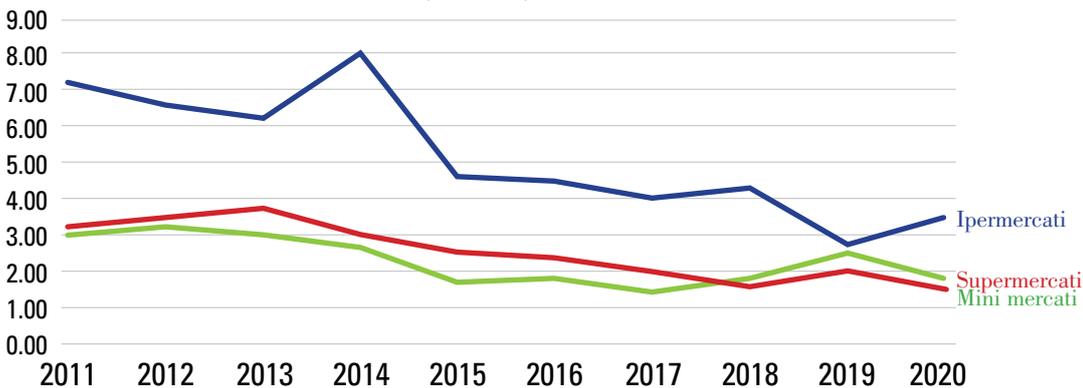
Nel 2020 sono stati **consumati per riscaldamento 233.960 mc di metano (47.326 mc in meno rispetto all'anno precedente, con un risparmio superiore ai 42.000 euro).** In termini di contributi % al totale dei consumi di metano, il canale che risulta ancora prioritario continua ad essere il canale Super che copre all'incirca il 47% del totale. Dal punto di vista delle performance per unità di superficie, i trend mettono in evidenza una significativa riduzione nel 2020 rispetto agli anni precedenti, con un miglioramento delle prestazioni per i canali Super e Mini, e una leggera crescita per gli Iper. Anche per il **metano, dal 2019 al 2020 si è registrata una riduzione del 4,5% del costo sostenuto per il suo consumo per unità di ricavo.**



CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA UNITARI (KWH/MQ)



CONSUMI DI METANO UNITARI (M³/MQ)



Il fotovoltaico in Unicoop Tirreno

Unicoop Tirreno inaugurò nel luglio 2007 l'impianto fotovoltaico più grande della Toscana, costruito sopra il tetto dei magazzini di Vignale. Il primo modulo aveva 420 kWp (potenza di picco), 2457 pannelli distribuiti su 13.000 mq, per un totale di 2,3 milioni di euro d'investimento. A maggio 2011 fu inaugurato il secondo modulo "Vignale 2" con potenza di picco 860 kWp e composto da n. 3738 Moduli FV REC SOLAR da 230 Wp in silicio policristallino. Negli anni i due impianti hanno funzionato con una certa regolarità, permettendo alla Cooperativa di fornire un contributo attivo alla riduzione delle emissioni di gas cli-

malteranti (nel solo 2020 il risparmio di CO₂-equivalente è stato stimato in quasi 1.000 tonnellate). Dal 2017 ad oggi, gli impianti di Vignale sono stati affiancati da altri quattro impianti fotovoltaici installati su altrettanti punti vendita (Seravezza, Grosseto Commendone, Livorno Levante e Venturina), per una produzione di energia elettrica da fonte rinnovabile complessiva che nel 2020 ha superato i 2 milioni di kWh. L'impegno sulla costruzione di nuovi impianti fotovoltaici su altri punti vendita della Cooperativa rappresenta uno dei temi che caratterizzeranno le attività della Cooperativa anche nei prossimi anni.

Prestazioni dell'impianto fotovoltaico di Vignale

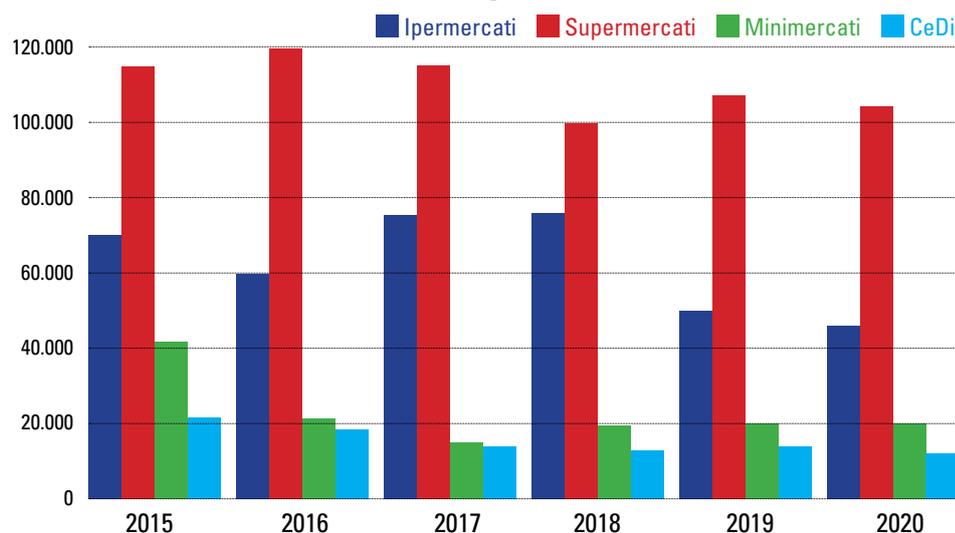
<i>impianto Vignale 1 (avviato nel 2007)</i>					
2016	2017	2018	2019	2020	
<i>produzione annua effettiva (KWh)</i>					
519.740	548.990	484.250	622.440	618.406	
<i>consumo medio equivalente familiare (n.)</i>					
189	200	176	231	229	
<i>emissioni di CO₂ evitate (T)</i>					
291	307	271	315	313	
<i>impianto Vignale 2 (avviato maggio 2011)</i>					
2016	2017	2018	2019	2020	
<i>produzione annua effettiva (KWh)</i>					
1.272.093	1.317.297	1.179.108	1.219.692	1.211.790	
<i>consumo medio equivalente familiare (n.)</i>					
463	480	430	452	449	
<i>emissioni di CO₂ evitate (T)</i>					
712	737	660	617	613	

Acqua

Altra risorsa naturale consumata dalla Cooperativa è l'acqua, utilizzata principalmente per servizi igienico – sanitari, per le operazioni di pulizia dei locali, ed infine nelle aree di vendita di alcuni prodotti che necessitano di pulizia per il cliente (es. pescherie). Dal punto di vista dei dati sui consu-

mi, il trend relativo al periodo 2015-2020 mette in evidenza una riduzione complessiva, con un dato nel 2020 intorno a 185.496 mc (contro i 192.645 mc. del 2019). Nell'ultimo triennio, a fronte di tale prestazione, si è assistito anche ad una riduzione del costo totale sostenuto per l'approvvigionamento idrico.

Consumi idrici totali suddivisi per canale (mc)



Costi per il consumo idrico (euro)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ipermercati	274.356	229.606	294.467	368.556,29	321.294	309.372
Supermercati	348.877	371.734	338.252	482.584,53	509.375	490.474
Minimercati	164.798	116.881	118.425	74.433,65	88.850	85.553
CEDI Vignale	78.874	68.628	78.513	82.490,51	59.779	57.561
CEDI Anagni	8.270	1.374	-	-	-	-
totali	911.177	788.222	829.657	1.008.064	979.298	942.960



Tipologie di rifiuti prodotti in Unicoop Tirreno

- Rifiuti urbani (RU) e assimilati (RAU): rifiuti indifferenziati derivanti da attività analoghe a quelle domestiche (carta, plastica, vetro ecc.).
- Rifiuti speciali non pericolosi (RSNP): riguardanti prevalentemente rifiuti da imballaggio, scarti di lavorazione di ortofrutta, toner esausti, rottami ferrosi derivanti dalla sostituzione delle attrezzature, oli esausti e scarti di origine animale.
- Rifiuti speciali pericolosi (RSP): costituiti prevalentemente da tubi fluorescenti, batterie, frigoriferi, computer, stampanti e pile.

La gestione degli scarti di lavorazione ha assunto, a partire dal 2011, una valenza particolarmente strategica, attraverso la messa a punto di un **sistema strutturato** che prevede la definizione e l'adozione di **procedure di corretta gestione** delle problematiche connesse con la produzione, stoccaggio, selezione, trasporto, e destinazione finale dei rifiuti prodotti. Oltre alla definizione di procedure operative di gestione degli scarti di lavorazione, il sistema prevede l'**identificazione di obiettivi e traguardi di miglioramento** da attuare annualmente nell'ambito della gestione dei rifiuti, la rilevazione di **esigenze formative interne all'organizzazione e l'erogazione della formazione** necessaria a coprire tali esigenze, l'effettuazione

di **audit interni orientati a rilevare non conformità** tra quanto stabilito e quanto effettivamente realizzato, ed infine l'adozione di un **sistema di verifica e aggiornamento dei piani di miglioramento**.

Tale sistema di gestione dei rifiuti sarà nei prossimi anni sempre più sviluppato, e progressivamente verrà **integrato con la gestione della salute e sicurezza dei lavoratori e con le procedure relative alla gestione della qualità e sicurezza alimentare**. L'obiettivo sarà quello di ottenere un **approccio sistemico e integrato a tutte queste tematiche**, che permetta di garantire alla Cooperativa di **migliorare continuamente nel tempo le proprie performance**.

Indicatori e novità gestionali

- Aggiornamento della procedura PGR 04 sulla gestione dei rifiuti, con un nuovo manuale gestionale finalizzato a rendere lo strumento più funzionale alle esigenze operative dei diversi punti vendita.
- Redazione di una nuova procedura interattiva per la gestione degli scarichi in fognatura dei diversi punti vendita, in grado di cogliere i diversi adempimenti in capo agli stessi in base alle normative vigenti a livello locale e alle caratteristiche del singolo punto vendita.
- Attivazione di un nuovo contratto per la gestione dei Sottoprodotti di Origine Animale e di altri tre contratti per la gestione dei rifiuti da imballaggio.
- Effettuazione tra settembre e ottobre di 10 sessioni da 3 ore ciascuna di formazione ai capi reparto di 19 negozi (in questo caso il Covid-19 ha rappresentato un fattore di freno significativo alla formazione che era stata inizialmente pianificata e che avrebbe dovuto coinvolgere tutti i negozi).
- Effettuazione tra giugno e dicembre (causa pandemia) di 89 audit interni integrati ambiente/sicurezza presso i punti vendita; due di queste verifiche hanno mostrato performance scarse, mentre le altre sono state valutate sufficienti o buone.
- Nel corso del 2020 sono state rilevate

internamente non conformità di tipo prevalentemente amministrativo, legate alla gestione documentale; tali rilievi sono stati gestiti a valle della loro individuazione e risultano ad oggi tutti chiusi. Dagli organi di controllo sono state emesse 3 sanzioni amministrative, delle quali una pagata, una ritirata a valle del confronto con l'azienda, e una ancora in fase di discussione nel merito.

- Intensificazione, causa Covid-19, degli interventi di sanificazione a punto vendita, che ha visto nel 2020 una crescita di spesa rispetto al 2019 di 800.000 euro (circa 5,8 milioni di euro nel 2020 contro i 5 milioni dell'anno precedente).

Nel 2020 la Cooperativa ha prodotto poco meno di 10.600 tonnellate di rifiuti speciali con una riduzione di circa 400 t rispetto al 2019, e confermando un trend che prosegue ormai da diversi anni. La quota maggiore di rifiuti continua a essere rappresentata dagli imballaggi, che coprono all'incirca il 75% del totale degli

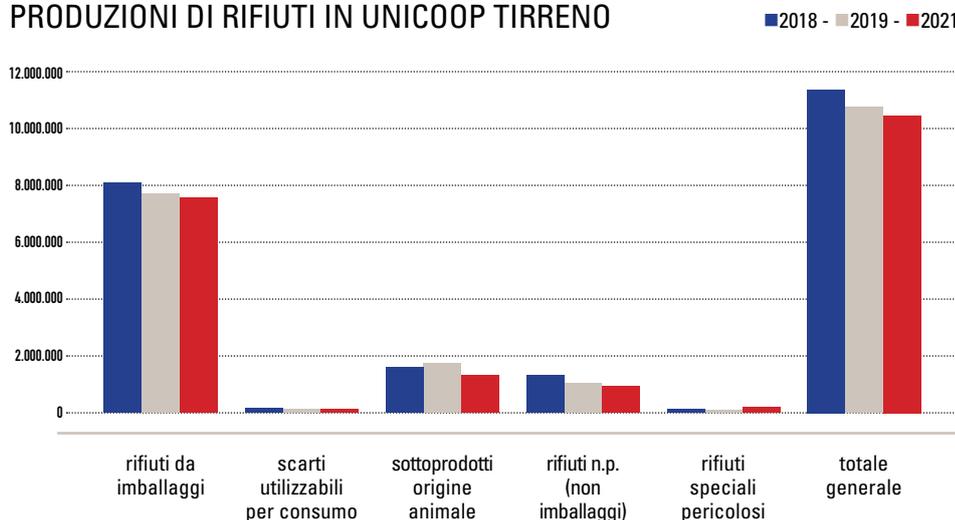
speciali, seguiti dai Sottoprodotti di Origine Animale (13%). Il 63% del totale dei rifiuti sono stati prodotti in punti vendita toscani, mentre il rimanente in quelli di Lazio e Umbria. Come canali di vendita, i Super sono quelli che hanno prodotto il quantitativo maggiore di rifiuti, pari al 55% del totale.

Gestione dei RAEE

Un rifiuto particolarmente importante per la Cooperativa, visto anche l'obbligo di ritiro dei pezzi da parte del punto vendita in caso di acquisto di un nuovo prodotto di pari caratteristiche, risulta quella dei **RAEE - Rifiuti provenienti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche**, nell'ambito dei consorzi di gestione e recupero esistenti a livello nazionale. Si riporta la distribuzione per categoria dei 1.636 ritiri RAEE relativi all'anno 2020 da parte di punti vendita della Cooperativa:

- R1** Grandi elettrodomestici per la refrigerazione: frigoriferi, congelatori, condizionatori: 159 pezzi.
- R2** Grande elettrodomestici non freddo - lavatrici, lavastoviglie: 1.336 pezzi.
- R3** TV monitor a tubo catodico: 22 pezzi.
- R4** Elettronica di consumo, telecomunicazioni, informatica, piccoli elettrodomestici, elettrodomestici, giocattoli, apparecchi di illuminazione, dispositivi medici: 113 pezzi.
- R5** Sorgenti luminose a scarica: lampade fluorescenti e sorgenti luminose compatte: 6 pezzi.

PRODUZIONI DI RIFIUTI IN UNICOOP TIRRENO



L'ottimizzazione e la messa a sistema della gestione dei rifiuti, in un'ottica di circolarità basata sulla riduzione degli stessi e sull'aumento delle opportunità di loro invio a riciclaggio, non ha però sortito solo effetti positivi sul piano della riduzione dell'impatto sull'ambiente, ma anche in termini di risparmio economico. I costi assoluti di gestione dei rifiuti sono infatti risultati in riduzione nel 2020 nel confronto con il biennio precedente. Il costo complessivo sostenuto dalla Cooperativa nel 2020 è stato di **2.535.704 euro** contro i 2.590.191 euro del 2019 e i 2.822.621 euro del 2018. Di questi, poco più del 60% si riferiscono alle tasse pagate per lo smaltimento dei rifiuti assimilati agli urbani, mentre la

restante quota riguarda quanto pagato da Unicoop Tirreno per la gestione dei rifiuti come speciali. Tali dati possono essere influenzati da aperture e chiusure occorse in ogni anno. Al fine di garantire la confrontabilità nel tempo dei costi di gestione, è possibile calcolare per ogni anno il **costo di gestione dei rifiuti per unità di ricavo totale di vendita** [(euro costo rifiuti / euro ricavi) * 1000], che permette di collegare la prestazione gestionale dei rifiuti con la performance economico-finanziaria della Cooperativa. Tale valore ha visto una **progressiva riduzione** dal 2018 (2,97), al 2019 (2,87) fino al 2020 (2,74), **confermando un progressivo miglioramento nell'efficienza di gestione degli scarti**.

La gestione del servizio di logistica e trasporto merci per le società del gruppo è svolto dalla Cooperativa direttamente nel suo centro di distribuzione di Vignale. Oltre al magazzino di Vignale, la Cooperativa, utilizza alcune piattaforme esterne che gestiscono servizi in outsourcing (per avicunicolo e carni rosse) localizzate a Fiano Romano e Santa Palomba. **La diretta gestione delle attività logistiche ha avuto lo scopo di ottimizzare i ricavi e di perseguire una riduzione dei costi, il tutto attraverso una razionalizzazione dei trasporti e una riduzione dell'impatto ambientale prodotto in termini di emissioni.** Al fine di garantire costantemente la fornitura ottimale dei prodotti in vendita nei negozi e la loro freschezza è necessario, infatti, godere di un servizio di buona qualità da parte dei magazzini in cui si effettuano lo stoccaggio e la distribuzione della merce. La buona qualità del servizio è cruciale anche per contenere i costi di movimentazione delle merci nei negozi. Il funzionamento dei magazzini del Gruppo Unicoop Tirreno è basato su un utilizzo esteso e integrato di tecnologie informatiche, che ha aiutato nel tempo a razionalizzare il servizio e ottimizzare le prestazioni.

Nel corso del 2020 il servizio di gestione della logistica, in collaborazione con l'area commerciale, ha avviato un nuovo progetto orientato

a dare una ulteriore spinta alla razionalizzazione dei trasporti di merci. Il progetto, che terminerà nel 2022, prevede la sostituzione, presso i punti vendita, delle carni rosse con osso con carni rosse sottovuoto. Tale cambiamento ha come riflesso una modificazione dei mezzi per il trasporto di carni fresche, che non dovranno essere più dotati di ganci interni, e che potranno essere sostituiti con quelli utilizzati per la consegna dei freschissimi. Tale soluzione permetterà di **ridurre significativamente il numero dei viaggi, con un conseguente risparmio sia di tipo economico (stimato in circa 200 mila euro/anno a regime, rispetto ai costi sostenuti sino ad oggi), che ambientale (per la riduzione delle emissioni in atmosfera legate alla mobilità).** Nel 2020 i punti vendita serviti dal magazzino di Vignale sono stati 67 (uno in più del 2019 e del 2018), con 9 trasferimenti settimanali ai negozi associati (cui si aggiunge una volta al mese un trasferimento per la Cooperativa delle Allevatrici Sarde).

	2018	2019	2020
km percorsi nell'anno da mezzi di trasporto merci per conto di Unicoop Tirreno	2.963.000	3.223.643	3.179.693
percentuale di carico di riempimento dei mezzi*	82	81,3	79,4
numero totale di mezzi utilizzati dalle ditte di trasporto	59	42	42

* % riempimento mezzi a colli

b. Interazione indiretta con l'ambiente

L'integrazione delle tematiche ambientali nell'ambito delle politiche della Cooperativa favorisce un contributo attivo al cambiamento degli stili di produzione e consumo indirizzandoli verso modelli più sostenibili, tenendo anche conto dell'intero ciclo di vita (SDG 12); inoltre le attività informative e di coinvolgimento permettono una crescita della sensibilità sui temi ambientali e legati al cambiamento climatico (SDG 13) e un miglioramento delle condizioni di vivibilità delle comunità locali (SDG 11)

L'interazione indiretta con l'ambiente si manifesta attraverso la promozione di attività da parte di Unicoop Tirreno che abbiano la finalità di tra-

sferire alla collettività, ai soci-consumatori e agli altri attori di mercato, i principi della tutela delle risorse naturali e dell'ambiente.

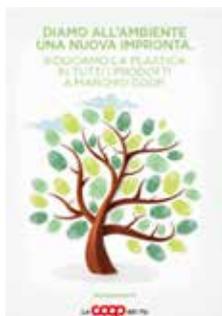
Il contributo alla politica ambientale del sistema cooperativo

La politica ambientale di Coop Italia e del sistema cooperativo della distribuzione ha posto l'attenzione da diversi anni alla compatibilità ambientale dei prodotti a marchio, con lo scopo di fare in modo che questi rispondano, ogniqualevolta sia possibile, a criteri ecologici e di circolarità. Il rispetto dell'ambiente è parte integrante del patrimonio valoriale del sistema, ispirando criteri di compatibilità ambientale di gestione lungo l'intera filiera Coop: dai vari livelli di produzione, all'immagazzinamento e alla distribuzione, sino ai punti vendita e alle case dei consumatori. Coop, quindi, dedica attenzione alla diffusione di sistemi di produzione più rispettosi dell'ambiente, alla tutela della biodiversità (scelta di non utilizzare OGM), al benessere animale, ad interventi per il risparmio energetico, alla promozione della tutela degli ecosistemi marini, all'adozione di schemi di certificazione (ECOLABEL, FSC, PEFC ecc.), alla promozione di strategie di riduzione, riutilizzo, recupero e riciclo nell'ambito dei modelli produttivi.

Dal 2018 Coop ha articolato la campagna Coop per l'Ambiente- Diamo all'ambiente una nuova impronta, sviluppando un piano di azioni sul packaging e su prodotti di categorie definite, quali la riduzione della plastica da tutti i prodotti a marchio (in assoluto e attraverso l'uso di rici-

clato), il non uso di microplastiche aggiunte in cosmetici e detersivi a marchio, la riprogettazione degli imballaggi affinché siano riciclabili, compostabili o riutilizzabili. Alcuni esempi concreti delle azioni sviluppate sono di seguito richiamate:

- tutte le vaschette dell'Ortofrutta confezionata a marchio Coop I gamma (110 referenze) e della linea Insalate pronte a marchio Coop IV gamma (5 referenze) sono in plastica riciclata per almeno l'80%.
- il 96% dei flaconi e delle vaschette della Detergenza Casa e Tessuti a marchio Coop al 2020 è realizzato con plastica riciclata in percentuale variabile dal 25% al 100%.
- le Borse riutilizzabili per l'asporto delle merci sono in plastica riciclata per almeno il 60% dal 2019.
- le bottiglie di bevande con gas, spremute, The pronti e nettari a marchio Coop hanno un contenuto del 30% di plastica riciclata dal 2020.
- le Cassette CPR impiegate nei punti vendita Coop hanno nel 2020 un 47% di materiale non vergine.
- tutte le bottiglie della linea Acqua Minerale a marchio Coop sono in plastica riciclata per il 30%.
- le vaschette delle referenze di carne Pollo ViviVerde Coop sono in plastica riciclata per almeno il 50% dal 2019.



Unicoop Tirreno ha contribuito a queste campagne, sostenendone nell'ambito del sistema cooperativo

la realizzazione, e nei punti vendita la promozione attiva tra i propri soci.

Raccolta oli vegetali esausti al di fuori dei punti vendita

Malgrado la pandemia abbia impattato significativamente sulla Cooperativa e sui comportamenti dei soci consumatori, anche nel 2020 è proseguita l'attività di **raccolta a punto vendita degli oli vegetali esausti**. L'olio utilizzato in cucina, se smaltito nell'ambiente, diventa un rifiuto dannoso. Può invece essere **raccolto e riciclato, e diventare combustibi-**

le, o può essere utilizzato nei settori della stampa (inchiostri) e dell'agricoltura (argilla espansa nelle coltivazioni idroponiche). Nel 2020 sono stati **22** (come nel 2019) i **punti vendita che hanno effettuato la raccolta**, e sono stati conferiti in totale **27.743 kg di oli vegetali** (in crescita rispetto ai 25.640 del 2019).

Adesione all'iniziativa di Radio 2 - Caterpillar "M'ILLUMINO DI MENO"

In ambito risparmio energetico, anche nel 2020 Unicoop Tirreno ha aderito all'iniziativa promossa dalla trasmissione **Radio 2 - Caterpillar M'ILLUMINO DI MENO**. La trasmissione ha l'obiettivo di ricordare all'intera comunità l'importanza dell'ambiente e del risparmio energetico, e ogni

anno promuove azioni orientate alla sostenibilità e all'uso razionale delle risorse su tutto il territorio nazionale. L'iniziativa anche nel 2020 ha coinvolto **94 punti vendita** di Unicoop Tirreno, con un **risparmio stimato intorno ai 1.128 kWh, equivalenti a 547 kg di CO₂ risparmiata**.

Adesione al progetto "LIFEGATE" per la tutela dell'ambiente marino

Nel corso del 2020 Unicoop Tirreno ha aderito, con altre cooperative nazionali, al **progetto LIFEGATE finalizzato alla tutela degli ambienti marini attraverso la rimozione di plastiche ed altri residui galleggianti inquinanti**. Nel territorio di azione della Cooperativa sono stati installati due **dispositivi Seabin**, uno a Livorno, presso il Circolo Pesca N. Sauro Livorno, e uno a Castiglione della Pescaia (GR), nella Darsena comunale. Il Seabin è una soluzione efficace ed efficiente; si tratta di un vero e proprio



cestino che galleggia a pelo d'acqua, e che viene installato nei "punti di accumulo" dove i venti e correnti marine tendono a far depositare i detriti galleggianti, riuscendo così a 'catturare' i rifiuti, dai più grandi fino alle microplastiche. Il Seabin è in grado di lavorare 24 ore su 24, sette giorni su sette, e pompare fino a 25.000 litri d'acqua all'ora. Nei due luoghi di posizionamento summenzionati sono stati raccolti **più di 1.000 kg di rifiuti galleggianti**, comprese le plastiche, microplastiche e microfibre.



il capitale ECONOMICO- FINANZIARIO



La produzione di un valore economico finanziario da parte della Cooperativa deve essere interpretata come una opportunità per tutti coloro che hanno contribuito alla sua realizzazione. In questa logica, la Cooperativa contribuisce al SDG 2, al SDG 3 e al SDG 12 in termini di soddisfacimento dei bisogni di soci e consumatori attraverso la fornitura di prodotti sicuri, sani e sostenibili, al SDG 8 favorendo una redistribuzione lungo la propria catena di fornitura e al proprio personale del valore creato, e al SDG 11, sul valore distribuito alle comunità locali.

La dimensione del Capitale Economico-Finanziario coinvolge in chiave di sostenibilità di lungo periodo **il business dell'organizzazione rispetto a tutti gli attori partecipanti alla catena di fornitura**. In questa dimensione rientrano la dinamica prestazionale legata al risultato d'esercizio (da leggerci anche rispetto al contesto socio-economico nazionale e globale) e la distribuzione del valore tra tutti coloro che hanno contribuito, nella Cooperativa, alla sua realizzazione; le strategie commerciali orientate a soddisfare i clienti

consumatori (in conseguenza anche dei cambiamenti che nei gusti si stanno sempre più manifestando); le pratiche orientate a assicurare la qualità e la sicurezza alimentare dei prodotti venduti, attraverso la messa in qualifica dei fornitori e il monitoraggio sull'igiene e sulla salubrità dei prodotti a punto vendita. Questi elementi, che si legano in modo stretto alle pratiche commerciali, devono essere letti nel quadro del sistema valoriale cooperativo e del principio guida della mission di Unicoop Tirreno, ovvero lo scambio mutualistico.

DINAMICA ECONOMICA E RISULTATO D'ESERCIZIO 2020

La dinamica economico - finanziaria fornisce informazioni sui risultati delle strategie (di carattere commerciale, sociale e finanziario) adottate da Unicoop Tirreno e dettate dalle opportunità e dai vincoli stabiliti dal mercato e dalla congiuntura economica. Il 2020 è stato segnato, come già più volte detto, dalla pandemia da Covid-19, un evento che ha coinvolto la popolazione mondiale, costretta ad affrontare una delle più gravi emergenze sanitarie degli ultimi secoli. Le restrizioni e i "lockdown" imposti a livello globale hanno inne-

scato una crisi economica senza precedenti, che ha coinvolto tutti i settori. Secondo quanto riportato da Banca d'Italia nel suo Bollettino Economico di gennaio 2021, l'attività economica dell'intero pianeta, dopo un crollo vertiginoso nel primo trimestre, si è caratterizzata per una lieve ripresa nei mesi centrali dell'anno, per subire di nuovo un forte rallentamento nel quarto trimestre. L'avvio della campagna di vaccinazione a fine anno dovrebbe produrre una progressiva inversione di tendenza. A livello mondiale la pandemia ha prodotto una con-

trazione della crescita di circa il 3,3%; in questo quadro l'Eurozona ha visto il proprio PIL contrarsi di ben 6,6 punti percentuali. All'interno di questo contesto la situazione italiana è risultata assai ben più pesante, con una riduzione del valore di crescita di 8,9 punti percentuali rispetto al 2019. I Governi hanno cercato di porre una barriera al fenomeno della crisi ampliando i propri deficit per finanziare le imprese in difficoltà e alimentare i consumi delle famiglie più fragili, così come hanno operato attraverso misure espansive senza precedenti anche le banche centrali.

All'interno di questo scenario assai complicato, anche per quest'anno **le scelte in ambito di investimenti finanziari della Cooperativa si sono confermate molto prudentziali**, con un portafoglio titoli composto principalmente da obbligazioni (per circa il 70%) nel quale la componente tasso variabile (circa il 35%) continua ad assicurare rendimenti allineati ai mercati, mentre la parte a tasso fisso permette di ricevere un flusso cedolare costante. Complessivamente la **posizione finanziaria netta del Gruppo Unicoop Tirreno ha mostrato nel 2020 un miglioramento di circa 30,2 mln**, passando da un saldo negativo di 461,7 milioni di euro del 2019 ad un saldo negativo di 431,5 mln di euro. La buona performance della parte a breve termine è da attribuire per lo più alla riduzione dei finanziamenti bancari.

Dal punto di vista del **risultato di esercizio**, questo è risultato nel 2020, per la prima volta dopo molti anni, **positivo per un milione e 66 mila euro** (nel 2019 si era avuta una perdita di 4 milioni 845 mila euro). Si tratta di un risultato frutto del completamento di un percorso di risanamento e rilancio in cui ogni anno si sono dimezzate le perdite e aumentato il margine operativo. Nel 2020 **il margine operativo lordo**, derivante dalla gestione caratteristica, è quasi **raddoppiato** passando da +18 milioni e 755 mila

euro del 2019 a **+36 milioni e 349 mila euro del 2020**. Il risultato finanziario è risultato negativo per 2 milioni e 98 mila euro, a causa del mancato incasso di dividendi delle due partecipazioni strategiche della Cooperativa (IGD Siig e UGF). Dal punto di vista dei costi, i proventi ed oneri non ordinari sono risultati quest'anno, nell'insieme, negativi per 5 milioni e 879 mila euro; a questi hanno contribuito in modo rilevante i costi per emergenza Covid-19, le svalutazioni dei terreni, le svalutazioni delle partecipazioni, e le svalutazioni di immobilizzazioni finanziarie. Ha invece avuto un impatto positivo la sospensione parziale degli ammortamenti.

Con riferimento alle vendite, **il canale franchising ha visto crescere di circa il 16% il fatturato complessivo a rete assoluta**, che ha raggiunto i 54 milioni di euro, mentre il valore delle merci cedute agli affiliati è stato di circa 26,5 milioni di euro. Ancora lento lo sviluppo della rete degli affiliati, con una sola nuova apertura. **Le vendite al lordo IVA di Unicoop Tirreno a rete omogenea sono valse 873,5 milioni di euro (+0,52% vs 2019)** mentre sull'intera rete sono state 875 milioni di euro (-0,33% vs 2019). L'andamento in omogeneo è stato diverso tra Toscana, 568 milioni (-0,32% vs 2019), che ha sofferto molto una stagione estiva partita in ritardo e con meno turisti a causa della pandemia, rispetto alle regioni Lazio ed Umbria, 305,4 milioni di euro (+2,11% vs 2019). La situazione di emergenza sanitaria ha modificato le abitudini di consumo ed il modo di fare la spesa. Soci e clienti hanno visitato meno volte i negozi, facendo spese più corpose. L'andamento degli scontrini è stato molto negativo rispetto all'andamento delle vendite, e tutte le regioni hanno finito il 2020 con un numero di scontrini molto inferiore al 2019 (-23,5%). Di contropartita però si è assistito ad un aumento notevole dello scontrino medio di circa il 31,5%.



Di seguito il dettaglio per rete di vendita:

- **Supermercati e Superstore** Nel 2020 hanno mostrato di essere in grado, malgrado la pandemia da Covid-19, di riuscire a coniugare l'ampiezza dell'assortimento con la rilevante quantità di servizi forniti su tutti i territori di attività. Il formato supermercati ha rappresentato oltre il 65% del fatturato totale della Cooperativa. Con 575 milioni di euro questo format ha registrato una riduzione del fatturato di -0,24% vs 2019 (Toscana -1.5%, Lazio e Umbria +4.1%). Il numero degli scontrini (circa 19,9 milioni) è sceso del 24%, ma il valore dello scontrino è aumentato di quasi 10 euro in Toscana (arrivando a 39.66 euro) e di circa 8 euro nel Lazio/Umbria (33.66 euro).
- **Minimercati** Rappresentano un format che risponde a una esigenza di spesa quotidiana di soci e clienti, spesso collocati in centri urbani di piccole e medie dimensioni; essi svolgono una importante funzione di servizio verso le popolazioni più isolate. Questa tipologia di negozi ha risposto molto bene in tempo di Covid-19 alle esigenze dei territori. I minimercati sono il formato che ha performato meglio a livello di fatturato nel 2020 (198 milioni) con una crescita del +5,10% vs 2019. Da segnalare che le regioni Lazio ed Umbria insieme sono cresciute complessivamente del +7%. Il numero totale di scontrini (8,4 milioni) rappresenta una diminuzione importante di oltre il -20%

per il formato a livello totale. Ancora le regioni Lazio ed Umbria hanno mostrato una performance leggermente migliore arrivando al -18%. Lo scontrino medio è cresciuto notevolmente del +31.5% e arrivato a quasi 22 euro in Toscana (+5 euro) ed oltre 26 euro nel Lazio (+6 euro).

- **Ipermercati** Solo il format di dimensione più ampia dei precedenti. Nel territorio laziale non ci sono state modifiche commerciali rilevanti nella gestione delle grandi strutture e le politiche commerciali della Cooperativa hanno ricalcato, per la parte generica rivolta a tutti i consumatori, le politiche messe in campo da Coop Alleanza 3.0 titolare della piattaforma logistica dei prodotti industriali di Anagni. Sebbene rappresenti l'incidenza di fatturato più bassa rispetto al totale della Cooperativa con i suoi 101 milioni di euro, l'Ipermercato è il formato che ha sofferto di più lo scenario sviluppatosi durante la pandemia. Ubicati nei grandi centri commerciali, le restrizioni negli orari di apertura sommate all'impossibilità di spostamento tra comuni hanno minato significativamente la loro capacità di attrazione. La perdita di fatturato è arrivata a -3,5% vs 2019. Il trend del numero di scontrini (2,4 milioni) è stato il peggiore rispetto agli altri formati (-29,5%) e ha rappresentato una perdita di 1 milione di scontrini. Aumento lo ha invece avuto il valore dello scontrino medio, cresciuto di quasi 11 euro ed arrivato ad oltre 41 euro.

Dal punto di vista della rappresentazione geografica delle vendite, la Toscana mostra una sostanziale stabilità del valore del venduto tra il 2018

e il 2020, mentre una lieve riduzione ha continuato a caratterizzare il Lazio. In leggera crescita la vendita in Umbria.

Vendite per area geografica (vendite lorde dettaglio)*

territorio	2018	2019	2020
TOSCANA	589.207	570.017	569.135
LAZIO	311.672	295.720,5	292.699,8
CAMPANIA	2.180	-	-
UMBRIA	12.115	12.276,6	13.211,5
totale vendite lorde	912.135	878.014,1	875.046,3

* migliaia di euro

REDISTRIBUZIONE DEL VALORE PRODOTTO

Nello svolgimento della propria attività, la Cooperativa genera un **valore che viene redistribuito tra tutti i soggetti che hanno contribuito alla sua realizzazione**. Tale valore rappresenta il riconoscimento verso i soggetti che hanno per-

messo alla Cooperativa di svolgere la propria attività, siano essi partner commerciali, capitale umano della Cooperativa o attori sociali ed istituzionali. Per il 2020, la quota maggiore è stata distribuita a personale e pubblica amministrazione.

Distribuzione del Valore prodotto

soggetto destinatario	descrizione	totale*	%
Personale	Remunerazioni dirette e indirette, compresi i contributi sociali a carico dell'azienda, nonché i costi diretti di formazione	123.573	56,40
Pubblica Amministrazione	Complesso di imposte e tasse, dirette e indirette	89.511	40,86
Capitale di credito	Complesso degli oneri finanziari sostenuti nei confronti di tutti i soggetti creditori del Gruppo, ad esclusione dei soci prestatori	1.167	0,53
Remunerazione dei soci	Interessi passivi corrisposti ai soci prestatori, promozioni a favore dei soci e costi per la produzione della rivista <i>Nuovo Consumo</i>	3.947	1,80
Sistema impresa	Quota di utili portati a riserva, cioè destinati ad un aumento del patrimonio del Gruppo	142	0,06
Sistema cooperativo	Contributo economico che il Gruppo apporta allo sviluppo del movimento cooperativo	649	0,30
Comunità locale	Donazioni volontarie e risorse distribuite alle comunità locali non riconducibili ad azioni aventi finalità commerciale	94	0,04
Totale		219.083	100,00

*migliaia di euro



I FORNITORI LOCALI

Nell'ambito del sistema relazionale di Unicoop Tirreno assume particolare rilevanza il tema del **rapporto tra la Cooperativa e il proprio sistema di fornitori**. Questi soggetti rappresentano interlocutori cruciali per Unicoop Tirreno, e la **loro fidelizzazione risulta essenziale al fine della qualità dei servizi forniti e della capacità della Cooperativa di risultare competitiva sul mercato**. In chiave sociale, risulta poi particolarmente strategico il rapporto con una categoria specifica di fornitori, ovvero i fornitori locali. Si tratta di soggetti la cui unità locale si trova localizzata nelle regioni in cui opera la Cooperativa e che con questa hanno dal punto di vista commerciale un rapporto diretto (esulando quindi dalla contrattazione nazionale stipulata con Coop Italia). **I fornitori locali sono espressione dei territori di insediamento della Cooperativa, e il rapporto con questi soggetti è essenziale per delineare la misura della redistribuzione di una parte del valore creato dalla Cooperativa tra attori operanti nei propri territori**. Questi fornitori sono valutati da Unicoop Tirreno sulla base di criteri che vanno oltre la mera dimensione della convenienza economica: temi quali *sicurezza alimentare, tutela ambientale, etica del lavoro e delle produzioni*, sono tutti elementi che

guidano i **protocolli di valutazione dei fornitori e di loro accreditamento e messa in qualifica**, e sono di anno in anno revisionati al fine di stimolare sempre di più una attenzione di tutti i soggetti della filiera verso la qualità totale.

Nel corso del 2020 il **numero di verifiche sui fornitori ha avuto un freno nel periodo del picco della pandemia (tra marzo e giugno), riprendendo a ritmo serrato dopo l'estate**, e permettendo a fine anno di avere un quadro soddisfacente dei controlli effettuati, con numeri superiori anche rispetto agli anni precedenti. Importante sottolineare che, nel periodo in cui le attività di controllo sono ripartite, c'è stata da parte dei fornitori piena disponibilità ad essere "controllati", a dimostrazione del rapporto di partnership che si è venuto consolidando negli anni e di una chiara percezione da parte dei fornitori dell'importanza dell'audit come fattore di consolidamento di un rapporto commerciale piuttosto che come mera verifica da cliente a fornitore. In termini numerici, il totale di **fornitori locali** (intesi come fornitori localizzati nelle regioni di insediamento della Cooperativa) nel 2020 è stato **pari a 697 unità**, con un fatturato complessivo da questi realizzato pari a poco più di 230 milioni di euro.

Fornitori locali

	2018	2019	2020
Totale fornitori locali (n)	796	688	697
Fatturato dei fornitori locali (euro)	250.998.597	240.270.567	234.787.229
Verifiche effettuate sui fornitori (n)	45	22	55
Nuovi fornitori qualificati (n)	20	13	24
Verifiche manutenzione su fornitori preesistenti (n)	25	9	31
Verifiche NON approvate (n)	1	1	1



QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE

A garantire il prodotto Coop sul mercato e ad assicurare la coerenza tra quanto venduto ai soci-consumatori e il sistema valoriale cooperativo, è l'attenzione alla qualità e sicurezza alimentare, attraverso i controlli effettuati da Unicoop Tirreno nell'ambito del proprio sistema qualità. La sicurezza alimentare dei prodotti in vendita e l'igiene dei propri punti vendita è assicurata attraverso un articolato sistema di autocontrolli e verifiche commissionate a specialisti opportunamente incaricati. In particolare, sono tre i livelli che si possono considerare come più rilevanti:

- livello di selezione dei fornitori, con controlli sulle loro modalità di realizzazione dei prodotti (tale sistema di selezione è gestito a livello centrale da Coop Italia per i prodotti a marchio Coop, mentre è ad appannaggio di Unicoop Tirreno per l'accreditamento dei fornitori locali, come descritto nel precedente paragrafo)
- livello di strutture di vendita della Cooperativa, per valutare il livello

di igienicità dei punti vendita

- livello di caratteristiche dei prodotti immessi sul mercato, per valutarne la conformità agli standard di qualità e sicurezza stabiliti dalla Cooperativa (spesso più stringenti di quelli stabiliti dalla normativa).

Al fine di assicurare questo risultato, Unicoop Tirreno adotta dei piani di autocontrollo annuali, per l'attuazione dei quali sono state compilate delle apposite linee guida. Il fenomeno del Covid-19 che ha caratterizzato il 2020, non ha inciso sull'impegno della Cooperativa in questa direzione, ed anzi ha rappresentato l'occasione per intensificare su alcune tipologie di prodotti i controlli. Nel 2020 è partito anche un nuovo progetto per la migrazione su un nuovo gestionale delle informazioni relative ai controlli effettuati su prodotti e presso i punti vendita; uno strumento che permetterà di gestire in modo ancora più organico l'intero sistema delle verifiche effettuate tracciando l'efficacia delle azioni di miglioramento adottate.



Controlli effettuati da Unicoop Tirreno nell'ambito del sistema Qualità

	2018	2019	2020
Test effettuati per il "Progetto Qualità" (produzioni interne ed esterne)	28.592	33.209	63.738
Test effettuati per produzioni interne "Progetto Qualità"	9.252	9.276	8.364
Percentuale conformità dei test effettuati	93%	91%	92%
Teferenze di produzioni interne inserite nel "Progetto Qualità"	1.542	1546	1394
Alimenti controllati con il "Progetto Qualità"	1.995	2.090	1.917
Verifiche ispettive presso i fornitori per merci deperibili	20	15	36
Verifiche che hanno rilevato non conformità	1	1	2
Test su prodotti deperibili a magazzino, sulle strutture e sui mezzi di trasporto	61	61	24

L'INNOVAZIONE AL SERVIZIO DEI SOCI-CONSUMATORI

Unicoop Tirreno ha sviluppato e promosso nel corso del 2020 alcuni servizi innovativi in favore dei soci-consumatori, che sono risultati anche particolarmente utili durante il periodo di emergenza sanitaria legata al Covid-19.



Salt@LaFila 



- **Click and Collect (Ordina e ritira):** permette di ordinare da casa i prodotti da acquistare, e ritirare gli stessi a punto vendita. Nel corso del 2020 il servizio si è evoluto nel servizio “Ordina e ricevi a casa”, molto apprezzato da soci e clienti. Il servizio è attivo in 12 punti vendita della Cooperativa. Nel 2020 il servizio ha ottenuto uno scontrino medio di 75,76 euro, per un valore complessivo di vendite di 54.330 euro.
- **Salta la fila:** servizio che ha l'obiettivo, attraverso prenotazione on line, di snellire le code all'en-

trata dei punti vendita; questo ha permesso ai soci di fare la spesa rimanendo nel negozio il minor tempo possibile e riducendo al minimo i rischi di contagio nel periodo della pandemia.

- **My Foody:** applicazione che permette ai soci, in totale sicurezza, di acquistare prodotti vicini alla scadenza segnalata in etichetta, godendo di uno sconto sul prezzo di vendita del 50%.
- **Percorso di innovazione digitale:** progetto nato nel 2020 e che entrerà a regime nel 2021, che permetterà di sviluppare nuove attività di marketing operativo e comunicazione attraverso l'utilizzo di sistemi digitali per la comunicazione ai soci (effettuato in modo esclusivo, ad oggi, a mezzo volantini).



I PRODOTTI A MARCHIO COOP (PaM COOP)

I Prodotti a Marchio (PaM) Coop trovano ampio spazio sugli scaffali dei punti di vendita del Gruppo Unicoop Tirreno. 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.

In ragione della complessa situazione dettata dalla pandemia, la Cooperativa nel 2020 ha lanciato la **politica di convenienza sui prezzi a scaffale** del Prodotto a Marchio Coop. Insieme con Coop Italia sono stati adottati interventi calmieratori

dei prezzi e interessanti investimenti in convenienza giornaliera:

- blocco dei prezzi di vendita a scaffale di tutti i PaM Coop da fine marzo fino al 30 settembre.
- paniere convenienza fatto di PaM Coop denominato “forza 10”: 10 prodotti a marchio Coop che garantissero una spesa complessiva di 10 euro da giugno a settembre
- adesione alla “staffetta dei valori”, con oltre 200 prodotti PaM Coop scontati del 20%, fino a novembre

Parallelamente, sempre nel 2020, la Cooperativa ha operato negli alimentari industriali confezionati (grocery, chimica, surgelati e libero servizio) un percorso di profonda

revisione degli assortimenti allo scopo di renderli più efficienti (meno referenze) e più efficaci (maggiore redditività prodotta), affermando in ogni categoria merceologica, in modo più marcato, il ruolo centrale del prodotto Coop. Questa iniziativa è stata portata avanti in Toscana dove Unicoop Tirreno gestisce la parte commerciale in autonomia. Nel 2020 la percentuale del valore dei Prodotti a Marchio sul valore del

venduto totale è stata pari al 26,5%, in crescita rispetto al 25% del 2019. Dal punto di vista delle linee di PaM Coop, il 2020 ha visto un ampliamento dell'assortimento a marchio Coop nelle linee consolidate (**Tutela, Fior fiore, ViviVerde, Bene.sì, Solidal e Crescendo**) nonché un significativo ampliamento nelle linee più innovative lanciate dal 2018 relative a **Origine, d'Osa, Amici Speciali, Casa e IO**.

Le linee PaM Coop innovative

Linea ORIGINE

Include una serie di prodotti provenienti da filiere certificate (compresi i prodotti della "Qualità sicura Coop"), su cui Coop lavora da anni. Raccoglie un'offerta centrata su quelle categorie di prodotto che spesso sono oggetto di frodi, contraffazioni, sofisticazioni e abusi alimentari ed è quella su cui si sviluppa la campagna "Alleviamo la salute". Oltre all'impegno sull'antibiotic free, le altre caratteristiche della linea sono la tracciabilità totale a partire dalle materie prime e la dimensione etica, sia nel trattamento degli animali che nella tutela del lavoratore.

Linea D'OSA

È una proposta completa di preparati per panificati, preparati per dolci, lieviti, amidi, decorazioni e

altri ingredienti, privi di coloranti, di dolcificanti (quali aspartame e saccarina), di addensanti (come la carragenina) e caratterizzati dal limitato uso di additivi e sale. Soia, mais e derivati sono OGM free. Inoltre, i prodotti sono caratterizzati da alcuni plus specifici: nei preparati per dolci il cioccolato è Fairtrade Solidal, mentre nelle miscele di farine sono utilizzati ingredienti biologici e farine meno raffinate (tipo 1, 2) o integrali.

Linea AMICI SPECIALI

È la linea completa e specializzata di prodotti per animali domestici in grado di soddisfare anche esigenze specifiche correlate a stile di vita, età e stato di salute. Tutti i PaM Coop sono senza conservanti, coloranti e sono "cruelty free" (non vengono fatti test invasivi sugli animali per verificarne la bontà e l'efficacia).

Linea CASA

Nell'assortimento di questa linea l'attenzione di Coop parte dalla convenienza e dal garantire prezzi bassi abbinati a prodotti di qualità, realizzati nel rispetto di valori e impegni in linea con i principi cooperativi. Tutti i prodotti a base di cellulosa sono certificati FSC, a garanzia di materie prime provenienti da foreste gestite in maniera corretta e responsabile.

Linea IO

È la nuova linea di prodotti del personal care. Con il partner scientifico UNI R&D, spin-off dell'Università di Padova, sono stati definiti criteri di scelta delle materie prime presenti nei prodotti, con l'obiettivo di garantire elevati standard di sicurezza. Nei prodotti si limita al massimo l'uso di allergeni e nichel, escludendo inoltre l'impiego di microplastiche.



Caratteristiche del Prodotto a Marchio Coop

SICURO	TRASPARENTE	CONVENIENTE	BUONO	ECOLOGICO	ETICO
<ul style="list-style-type: none"> Controllo sui fornitori Analisi sui prodotti Certificazioni e marchi 	<ul style="list-style-type: none"> Origine delle materie prime Informazioni aggiuntive in etichetta Tracciabilità della filiera 	<ul style="list-style-type: none"> -30% verso i corrispondenti prodotti di marca 	<ul style="list-style-type: none"> Rispetto di standard prestazionali e caratteristiche merceologiche Dal 2000 i soci approvano la bontà dei prodotti 	<ul style="list-style-type: none"> Criteri di ecocompatibilità Politica delle 3R (Riduzione, Riutilizzo, Riciclo) sugli imballaggi 	<ul style="list-style-type: none"> Tutela del lavoro e dei diritti umani (SA8000) alla base del codice di comportamento sottoscritto dai fornitori Negli anni, quasi 1.900 ispezioni a fornitori e autofornitori

L'ingegner **Piero Canova** è Direttore Generale di Unicoop Tirreno dal settembre 2016. Con lui facciamo il punto sui risultati raggiunti, le sfide da cogliere e le prospettive di Unicoop Tirreno.

Quali sono i fatti principali della gestione della Cooperativa in questo 2020 caratterizzato dalla pandemia da Covid-19?

«Se guardiamo all'anno passato, dal punto di vista economico finanziario, possiamo dire che la situazione è stata in linea con le aspettative, e questo malgrado le complessità che la pandemia ha naturalmente creato. Avevamo l'obiettivo del pareggio, e del ritorno all'utile di esercizio. Dopo un avvio buono, la pandemia ha creato un impatto significativo, a partire da marzo e fino a dopo l'allentamento delle restrizioni di giugno. Dal 15 luglio e fino a settembre l'anno si è svolto regolarmente e, nonostante le difficoltà dell'autunno che hanno rivelato delle complessità legate al ritorno del virus, l'anno si è chiuso con un risultato comunque positivo. È evidente che il Covid-19 ha impattato su tutto. Ci sono state poche presenze turistiche, poche migrazioni delle persone nelle seconde case. Oggi, l'andamento dei vaccini ci fa sperare in un futuro migliore. Volendo individuare internamente i fattori che hanno attenuato gli effetti negativi della pandemia, ne possiamo identificare due: l'aumento della domanda per la

Grande Distribuzione, caratterizzata da una bassa promozionalità, e la nostra capacità di adeguare l'offerta nelle diverse fasi dell'anno alle variazioni di domanda. Siamo stati cauti, e questo ha permesso di gestire le risorse in modo parsimonioso».

L'utile di bilancio è stato un risultato importante, che non era facile pensare di raggiungere solo alcuni anni fa...

«...siamo orgogliosi del fatto che la Cooperativa in 4 anni abbia raggiunto una gestione caratteristica e una gestione di cassa positive. Abbiamo inoltre ridotto il valore del prestito sociale. Dal 1° gennaio del 2017, quando avevamo 920 milioni di prestito sociale, siamo arrivati nel 2020 ad un valore di circa 600 milioni, e ciò significa che abbiamo restituito

un terzo di tale patrimonio ai nostri soci, tornando a fare bene ciò che dobbiamo fare, ovvero l'attività commerciale. Quest'anno, abbiamo anche lanciato l'emissione delle obbligazioni e siamo i primi a adottare strumenti di questo genere, regolamentati dalla *Consob*, nell'ambito del sistema cooperativo. La Cooperativa aveva dei problemi strutturali e gestionali ma non patrimoniali; era un'azienda che stava erodendo il capitale ma era ancora positivo per 130 milioni. Parte dei finanziamenti ottenuti, li abbiamo investiti in ammodernamenti e miglioramenti aziendali, che porteranno nei prossimi anni benefici anche sul bilancio: il relamping, la programmazione sui pannelli fotovoltaici, la rete di colonnine elettriche, sono esempi di interventi che porteranno ad un duplice vantaggio: economico e ambientale».

Dal punto di vista organizzativo che cosa ha cambiato il Covid-19?

«Indubbiamente la modalità di lavoro: siamo passati da un lavoro basato su interazioni continue di persona tra i dipendenti, a lavorare tramite rete. Abbiamo modificato le attività degli uffici puntando sul lavoro agile, e abbiamo visto che il nostro personale ha risposto efficientemente e seriamente. Nei punti vendita siamo riusciti a lavorare con continuità, in sicurezza, trasmettendo serenità anche ai nostri soci consumatori. Questo è possibile se una impresa ha basi solide, e la pandemia ha dimostrato che Unicoop Tirreno le ha».



la gestione in Unicoop Tirreno

BS20

DELL'EMERGENZA DA COVID-19

Sezione redatta in collaborazione
con il Dipartimento di Management
della Sapienza - Università di Roma



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Care socie e cari soci,

questa sezione che vi presentiamo in aggiunta al tradizionale Bilancio di Sostenibilità, ha l'obiettivo di dimostrare quale sia stato, e quale continui ad essere, il nostro impegno nel rispondere alla crisi sanitaria che è stata creata nel 2020 dal coronavirus. Si tratta di una sintesi delle iniziative poste in essere nel periodo del *lockdown* totale che si è avuto tra marzo e maggio e nel picco di contagi che si avuto dopo il periodo estivo, quando il virus ha iniziato di nuovo a circolare.

La nostra Cooperativa, e il sistema cooperativo nel suo complesso, ha dimostrato in questa emergenza di guardare alle persone, alla loro salute, alla loro sicurezza, come una priorità assoluta.

Abbiamo dimostrato un impegno, in primo luogo, verso i nostri dipendenti, i nostri lavoratori, ma anche verso i nostri territori, le nostre

comunità, e naturalmente i nostri soci. Abbiamo sin da subito adottato tutte le accortezze per rendere i punti vendita dei posti sicuri, in cui i lavoratori svolgessero le loro attività serenamente, e i soci e i consumatori potessero acquistare i prodotti senza preoccupazioni di contagio. Abbiamo creato iniziative sui territori per aiutare chi più ne aveva bisogno. Abbiamo sfruttato le nostre reti storiche con le associazioni, per arrivare a chi era solo, più fragile, e

in alcuni casi abbiamo ampliato la nostra rete di contatti, per soddisfare il numero sempre più in crescita di bisogni essenziali.

Abbiamo collaborato con istituzioni locali e, tramite Legacoop, con le istituzioni regionali e nazionali. Abbiamo operato nel rispetto delle regole stabilite dalla normativa nazionale, cercando sempre di non far mancare l'offerta nei punti vendita, e garantendo sempre la disponibilità di tutto ciò che veniva domandato. Questo *report* vuole essere una sintesi, letta in chiave di rapporti con i nostri interlocutori privilegiati, di quanto abbiamo fatto per rispondere efficacemente alla crisi sanitaria, utile per rendicontare a noi stessi le azioni concrete sviluppate verso di loro, ma anche per condividere con gli stessi interlocutori i risultati ottenuti.

Marco Lami e Piero Canova



L'EMERGENZA SANITARIA DA CORONAVIRUS

introduzione

Il presente *report*, allegato al Bilancio di Sostenibilità annuale di Unicoop Tirreno, tratta in chiave di rendicontazione, e secondo un approccio multistakeholder, quanto accaduto presso Unicoop Tirreno nel corso dell'emergenza sanitaria Covid-19 occorsa a partire da fine febbraio 2020 fino alla fine dell'anno, e che ad oggi non risulta ancora terminata. L'approccio usato risulta essere in linea con quello che guida la redazione del report di sostenibilità annuale, con la peculiarità del carattere di emergenza che ha caratterizzato la crisi da Covid-19, e con una maggiore focalizzazione sugli effetti prodotti dalla gestione dell'emergenza su alcuni dei principali portatori di interesse della Cooperativa. Il *report* è stato redatto in collaborazione con il Dipartimento di Management della Sapienza di Roma.

I primi casi di Covid-19 si sono avuti a fine 2019 e hanno coinvolto lavoratori del mercato di Wuhan, in Cina. A **gennaio 2020** si sono manifestate le prime polmoniti causate dal virus e le autorità cinesi hanno iniziato a adottare i primi provvedimenti di isolamento. A partire dal **23 gennaio 2020**, Wuhan è stata messa in quarantena.

I primi due casi di Covid-19 in Italia sono stati confermati il **30 gennaio 2020**, su due turisti provenienti dalla Cina, a Roma. Un focolaio di infezioni di Covid-19 è stato successivamente rilevato il **21 febbraio 2020**

a partire da 16 casi confermati in Lombardia, aumentati a 60 il giorno successivo, e con i primi decessi. Il **23 febbraio** viene sancita la chiusura totale dei comuni con focolai attivi e la sospensione di manifestazioni ed eventi sugli stessi comuni. Il **4 marzo 2020** il governo italiano annuncia la sospensione delle attività didattiche a livello nazionale in tutte le scuole di ogni grado e università.

Nella notte tra **7 e 8 marzo 2020** par-

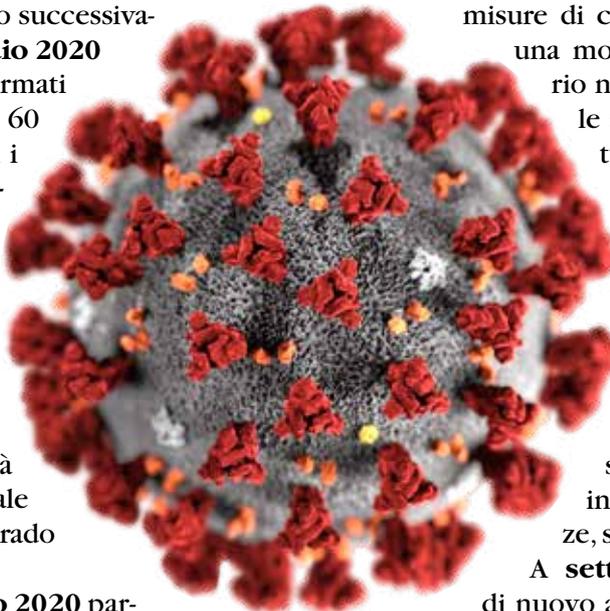
te ufficialmente la cosiddetta FASE 1 in cui vengono adottate una serie di misure restrittive che si applicano alla Lombardia. L'**11 marzo** viene poi pubblicato il **Decreto #IoRestoA Casa**, provvedimento che estende a tutto il territorio nazionale quanto già previsto col decreto dell'8 marzo: vengono sospese le attività didattiche, i servizi di ristorazione, e sono vietati gli assembramenti di persone in luoghi pubblici o aperti al pubblico. Il **21 marzo 2020**, viene annunciata l'attuazione di misure più stringenti che prevedono la chiusura di tutte quelle attività non ritenute necessarie per la filiera produttiva italiana in relazione alla situazione contingente. Viene inoltre vietato a tutte le persone fisiche di trasferirsi o spostarsi in comuni diversi da quello in cui si trovano, salvo che per comprovate motivazioni di stretta necessità (*lockdown*).

Dal **4 maggio** ha avvio la cosiddetta FASE 2, ovvero un allentamento graduale delle precedenti misure di contenimento. Dal 16 maggio riprendono molte attività commerciali al dettaglio, inclusi bar, ristoranti e parrucchieri e, a partire dal **3 giugno**, è ammesso anche lo spostamento tra regioni.

Dal **15 giugno** prende avvio la cosiddetta FASE 3 di convivenza con il virus, che allenta ancora le misure di contenimento, permettendo una mobilità completa sul territorio nazionale e la ripartenza delle attività sportive e ludiche a tutti i livelli.

A causa dell'aumento dei contagi registrata tra fine luglio e le prime due settimane di agosto, il **16 agosto** viene ordinata la chiusura delle discoteche e delle sale da ballo, e l'obbligo dalle 18 alle 6 dell'uso delle mascherine anche in spazi pubblici (come piazze, slarghi o vie).

A **settembre** il virus comincia di nuovo a correre, ma i casi in Italia



crescono meno di altri paesi. A metà settembre riaprono regolarmente le scuole e a fine settembre il colosso farmaceutico *Pfizer* annuncia con Biontech la possibilità di lanciare il vaccino entro fine ottobre.

A metà ottobre scoppia la “seconda ondata” per l’Italia, e il **16 ottobre** viene emanato un nuovo DPCM con misure restrittive per bar, ristoranti, sport di contatto, scuola, didattica a distanza, e smart working; misure restrittive che il 24 ottobre vengono intensificate, con ulteriori chiusure. Iniziano le prime sommosse in alcune città per la situazione di disagio crescente che le chiusure producono. In altri paesi europei (Francia, Germania) si ricorre a restrizioni ancora più significative, quali *lockdown*.

A **metà novembre** si ha il picco di contagi in Italia con punte di più di 40.000 positivi. Gli ospedali sono di nuovo sotto stress. A novembre arri-

vano anche i primi annunci sulle sperimentazioni positive sui vaccini: *Pfizer* prima, *Moderna* poi. Ai primi di dicembre i vaccini sono approvati dalle agenzie per il farmaco in Unione Europea, Stati Uniti e UK. Iniziano però ad arrivare informazioni sulle prime mutazioni del virus.

Il **27 dicembre** viene effettuata la prima dose di vaccino in Italia, a Roma, e prende ufficialmente avvio nel nostro Paese la campagna di vaccinazione. Al 31 dicembre 2020, in Italia il Covid-19 ha creato più di 75.000 decessi. Più di 1,7 milioni la stima dei morti nel mondo.

Il presente rapporto descrive le modalità di risposta all’emergenza da coronavirus in Unicoop Tirreno nel corso del 2020, a partire dalle fasi immediatamente precedenti alla fase 1, fino alla fine dell’anno. In alcuni casi ci si è concentrati in modo specifico su quanto fatto dalla Cooperativa nella fase di *lockdown* (marzo-maggio).

Cronologia dei principali eventi che hanno caratterizzato l’emergenza nel 2020

<i>periodo</i>	<i>evento</i>
inizio gennaio	Riconoscimento dell’esistenza del virus in Cina e primi decessi a Whuan
30 gennaio	Primi due casi in Italia (turisti provenienti dalla Cina)
21 febbraio	Primi casi confermati in Lombardia
23 febbraio	Chiusura totale dei comuni con focolai attivi
4 marzo	Sospensione attività didattiche nelle scuole e nelle università
7 marzo	Chiusura dei confini della regione Lombardia
11 marzo	Provvedimento di <i>lockdown</i> nazionale: avvio FASE 1
21 marzo	Divieto per tutti di spostamento oltre i confini comunali
4 maggio	Avvio FASE 2: riavvio attività commerciali e di ristorazione, e ripartenza della mobilità intraregionale
3 giugno	Ripartenza della mobilità tra regioni
15 giugno	Avvio FASE 3 di convivenza con il virus, con allentamento di tutte le misure adottate fino ad ora.
16 agosto	Ridefinizione di regole più stringenti per attività ludiche a causa della ricrescita del numero di contagi
settembre	Ripresa della curva dei contagi, e adozione dei primi provvedimenti di contenimento
16 ottobre	Avvio della “seconda ondata”, cui il Governo risponde con nuovi provvedimenti restrittivi
novembre	Picco dei contagi in Italia. Più di 40.000 casi accertati
dicembre	Risultati positivi delle sperimentazioni sui vaccini <i>Pfizer</i> e <i>Moderna</i>
27 dicembre	Avvio della campagna vaccinale in Italia, con il primo vaccino fatto a Roma

Il sistema di portatori di interessi e il ruolo dei soci

Le tipologie di portatori di interessi (*stakeholder*) presi in considerazione nell'ambito del presente *report* sono state principalmente tre: Lavoratori, Attori della filiera di produzione (fornitori locali e consumatori), e Comunità locale.

LAVORATORI i lavoratori rappresentano il capitale umano della Cooperativa, il sistema di competenze professionali, organizzative e relazionali chiamate a dare continuità al servizio di vendita dei prodotti, e questo malgrado il rischio di contagio cui si sono trovati continuamente a fare fronte. Nel presente lavoro, le iniziative mirate a ridurre i rischi e a garantire la continuità del business in massima sicurezza rappresentano il quadro delle iniziative gestionali meritevoli di essere rendicontate, con una misurazione degli effetti prodotti in chiave di riduzione del rischio di contagio sugli stessi lavoratori.

COMUNITÀ LOCALE per comunità locale si intende l'intero sistema di interlocutori territoriali. Sono tali sia i cittadini che vivono nei territori dove opera la Cooperativa, che le associazioni

rappresentative degli interessi di tali cittadini, che, infine, le amministrazioni locali chiamate a governare i territori di insediamento di Unicoop Tirreno. Nel presente rapporto sono riportate tutte le iniziative che la Cooperativa ha sviluppato nel periodo dell'emergenza nell'interesse delle comunità locali, al fine di ridurre il disagio e le difficoltà dei cittadini nei diversi territori di proprio insediamento.

ATTORI DELLA FILIERA DI PRODUZIONE (fornitori locali e consumatori) gli attori della filiera rappresentano i partner commerciali della Cooperativa. A monte nella filiera vi sono i fornitori locali di prodotti (soprattutto per freschi e freschissimi) a diretta negoziazione di Unicoop Tirreno; dall'altra parte, a valle, i consumatori della Cooperativa, i propri clienti, che acquistano i prodotti presso i punti vendita distribuiti sui territori di insediamento. Il presente rapporto si focalizza sulla rendicontazione delle iniziative sviluppate dalla Cooperativa nel periodo dell'emergenza sanitaria per assicurare la sicurezza sia di prodotti locali acquistati che dei locali magazzino e dei punti vendita.



Sistema di stakeholder preso in esame nel presente report

A queste tre categorie di *stakeholder* si devono aggiungere i **Soci**. I soci non sono dei portatori di interessi, ma rappresentano in Unicoop Tirreno la proprietà, in virtù del sistema di governance che caratterizza il modello d'impresa cooperativo. Il loro ruolo attivo nella gestione dell'emergenza sanitaria è risultato essenziale, sia nella supervisione delle iniziative promosse a tutela della salute e sicurezza dei lavoratori, sia nello svolgere il ruolo

di *trait-union* con i territori e con le esigenze delle comunità locali, sia infine (ma non certo per ordine di importanza) come categoria privilegiata di consumatori nell'interesse dei quali si indirizza lo spirito mutualistico. Sono quindi soggetti intermedi, attivatori e animatori delle relazioni tra la Cooperativa e i vari *stakeholder*, un ruolo che è stato centrale (come di seguito dettagliato) per tutto il periodo di gestione dell'emergenza.

Approccio metodologico

Dal punto di vista metodologico l'approccio proposto in questo report è "per *stakeholder*", cioè basato sulla rendicontazione della tipologia, degli strumenti e degli effetti derivanti dal sistema di relazioni che lega Unicoop Tirreno con i tre gruppi di portatori di interessi sopra descritti. Come nei tradizionali approcci alla rendicontazione sociale, il presente rapporto mira a fornire una misurazione delle azioni implementate e delle performance ottenute rispetto alle politiche e al sistema valoriale dell'organizzazione. Ciò che cambia nella presente rappresentazione è, invece, il quadro di riferimento di "eccezionalità" cui la rendicontazione si viene a riferire, prendendo in considerazione un evento specifico, inatteso ed impattante quale quello dell'emergenza sanitaria da Covid-19. Rispetto a tale emergenza sono state descritte e misurate le azioni implementate dalla Cooperativa che hanno prodotto effetti sui diversi interlocutori, alcune delle quali risultano in corso ancora adesso. L'orizzonte temporale è il periodo marzo-dicembre 2020. Un elemento importante riguarda ancora una volta la figura dei "soci", soggetti riconducibili a tutte e tre le categorie di *stakeholder* sopra identificate (clienti, lavoratori, cittadini delle comunità locali), a cui non si è ricondotta una categoria specifica di potenziale impatto ma che sono stati trattati in modo trasversale in tutte e tre gli ambiti di rendicontazione affrontati.

Per ciascuno dei gruppi di *stakeholder*, si è proceduto a fornire una descrizione delle attività sviluppate connesse con l'emergenza, indicando come tali azioni abbiano contribuito a produrre effetti su quella specifica categoria. Ogniqualvolta sia ri-

sultato possibile, si è fornita una quantificazione degli effetti prodotti dalle azioni adottate, attraverso indicatori in grado di misurare, sia sul piano socio-ambientale che economico, l'impatto prodotto dalla Cooperativa.

Come fonte, oltre ai documenti e alle evidenze utili per la misurazione oggettiva degli effetti, si è usato lo strumento della narrazione da parte dei soggetti che sono stati direttamente coinvolti nell'ambito della gestione della crisi e della fase emergenziale, una narrazione ricostruita attraverso focus group e interviste organizzate via web. Sono inoltre state riportate alcune "voci" di attori identificati come rappresentativi della gestione della crisi, cui sono state indirizzate interviste dirette, e dai quali si è riportata la prospettiva diretta emersa su quanto accaduto.

Secondo quanto sopra delineato, il presente report si articola nelle seguenti sezioni:

- una prima sezione, di inquadramento, che riguarda il ruolo dei soci quali soggetti chiave nell'ambito della governance dell'impresa cooperativa; come anticipato, i soci sono chiave nelle tre sezioni di rendicontazione in modo trasversale;
- tre sottosezioni (A, B, e C) relative a ciascun ambito di rendicontazione definito sulla base del gruppo specifico di stakeholder preso in esame;
- ciascuna sottosezione viene analizzata prendendo in esame quanto avvenuto nella fase emergenziale, attraverso una descrizione di quanto fatto dalla Cooperativa e una misurazione dell'impegno adottato dalla Cooperativa e dell'impatto prodotto dalle azioni adottate;
- la sezione si chiude con l'identificazione delle principali lezioni emerse dall'esperienza.

I SOCI DI UNICOOP TIRRENO

Come specificato nel Report di Sostenibilità, quale organizzazione cooperativa, Unicoop Tirreno ha una base sociale che definisce, attraverso un articolato sistema elettorale, i membri del Consiglio di Amministrazione. I soci, infatti, attraverso la partecipazione nelle sezioni soci territoriali, votano all'interno delle Assemblee Separate coloro che andranno a rappresentarli nell'Assemblea Generale. L'Assemblea Generale dei soci approva il bilancio ed elegge il Consiglio di Amministrazione. Gli amministratori della Cooperativa devono essere scelti tra i soci cooperatori e restano in carica per tre esercizi. I soci sono sempre rieleggibili. Il principio democratico di "una testa, un voto" fa sì che l'Assemblea Generale sia espressione della volontà dei soci indipendentemente dal capitale conferito alla partecipazione dell'organizzazione, e rende il si-

stema di governance aperto e partecipativo. La situazione di emergenza prodotta dal Covid-19 ha avuto sin da subito un notevole impatto sia sulle attività delle sezioni soci, che sulle dinamiche di indirizzo e controllo che i soci sono chiamati a dare al Consiglio di Amministrazione.

La crisi è arrivata in un momento particolare delle attività sociali: stavano infatti iniziando le azioni previste per la celebrazione del 75° anniversario della costituzione della Cooperativa, e le iniziative legate alla presentazione e all'approvazione del preventivo della Cooperativa per il 2020. L'emergenza ha da subito impattato sulla programmazione, sconvolgendo quanto inizialmente stabilito, e imponendo un cambiamento radicale nelle priorità. Non sono state fatte assemblee, le celebrazioni del 75° sono saltate, e molte delle iniziative sui territori annullate. Tuttavia, la Cooperativa ha cercato di riavviare da subito le proprie attività, a partire dall'attivazione di canali di comunicazione tra membri del Consiglio



di Amministrazione, i Presidenti delle Sezioni Soci, e i Comitati Soci. La rete e l'utilizzo di piattaforme informative per videoconferenze sono stati identificati come gli strumenti idonei a superare l'obbligo di distanziamento nelle relazioni tra i diversi soggetti partecipanti ai vari organi. Le iniziali difficoltà nell'utilizzo delle strumentazioni informatiche sono state superate in breve tempo con il supporto proprio della Cooperativa attraverso una formazione telefonica e via web indirizzata ai soci che risultavano meno confidenti con le dotazioni multimediali. Sono stati formati attraverso iniziative one to one

circa 40 soci. Questo ha permesso ai *soci attivi di continuare a svolgere il loro ruolo di connessione* con i territori, con i cittadini e le comunità, di capire quali fossero le esigenze che provenivano dai diversi segmenti della società e di portarle all'attenzione di chi, in Cooperativa, era chiamato a trasformare le istanze dei territori in azioni. I soci attivi hanno anche rappresentato un essenziale contatto con i consumatori, facendosi portatori delle loro preoccupazioni, e stimolando la Cooperativa nella ricerca di soluzioni che assicurassero ai consumatori la maggiore sicurezza possibile.

Intervista a Nadia Rico tesoriera della Sezione Soci di Grosseto

Le sezioni soci sono stati attori attivi nella risposta alla crisi sanitaria; Nadia, come avete vissuto questo periodo a Grosseto?

«Personalmente, ma credo sia il pensiero comune di tutti coloro che come me si sentono soci attivi, l'ho vissuto come una persona che crede nella Cooperativa come a qualcosa che va oltre il semplice "luogo dove fare la spesa". Gli ideali che accomunano noi, soci, vanno oltre la disponibilità di una tessera *fidelity*; e questi ideali, la nostra diversità, sono usciti anche nel periodo della pandemia e del *lockdown*. La collaborazione storica che la Cooperativa ha con le associazioni del territorio, con il volontariato, è stata essenziale nel periodo dell'emergenza. Sono stati siglati in tempi brevissimi (forse una settimana) molteplici accordi per l'effettuazione delle spese a domicilio; sono stati posti i carrelli della solidarietà; ad aprile si è iniziata anche la Spesa Sospesa. Tutte iniziative che sono state possibili per il radicamento storico (basti pensare al servizio *Ausilio per la spesa*) nella società, e per la fiducia che tutti ripongono nella Cooperativa, in noi».

Quale è stato il ruolo specifico della Sezione Soci?

«Noi siamo stati il collegamento con il nostro territorio. Abbiamo individuato i bisogni della gente e abbiamo aiutato la Cooperativa a andare in quella direzione. Su Grosseto, abbiamo devoluto le entrate delle raccolte a due parrocchie locali. Abbiamo interagito anche attivamente con le associazioni locali. Noi siamo sempre in contatto con i soci, ma anche con altre persone che sul territorio ci chiedono supporto, aiuto, e siamo chiamati a dare loro risposta. Importante è stato che la Cooperativa sia stata attenta a questi bisogni, ma questo lo ha fatto perché fa parte dei propri ideali».

Cosa è accaduto nei rapporti con i punti vendita e con i clienti?

«Nei supermercati l'attenzione della Cooperativa nei confronti dei propri dipendenti è stata sin da subito evidente e immediatamente percepibile; e questo sia per coloro che stanno al pubblico (alla cassa, ai banchi, ai punti di ascolto), che per coloro che stanno dentro, nei magazzini. Questa attenzione è risultata evidente anche dai nostri soci, così come evidente è stata l'attenzione della Cooperativa verso di loro. Come consumatori, i soci hanno percepito da subito l'attenzione posta dalla Coopera-

tiva verso la loro sicurezza, verso la loro salute. I disinfettanti erano presenti nei punti vendita, la febbre misurata, le distanze rispettate. I punti vendita hanno dato serenità, sia a chi ci lavorava, sia a chi vi entrava per fare la spesa, e questo ha permesso di ridurre davvero lamentele e critiche».

Quali sono stati i cambiamenti nella Sezione Soci oggi, dopo l'esperienza dell'emergenza sanitaria?

«Coop ha dimostrato responsabilità verso i consumatori, i territori, i dipendenti, i soci. Come sempre, ha fatto la sua parte. E ha dato a noi la possibilità di fare la nostra. Lo ha fatto coinvolgendoci, ma anche dandoci gli strumenti per continuare a interagire, a organizzare le nostre attività. Abbiamo fatto video-conferenze, seppure pochi di noi conoscessero certe tecnologie. Abbiamo attivato una chat, e stavamo tutti i giorni in collegamento. I Comitati li abbiamo organizzati tutti on line. Si è trattato di una fase difficile perché nuova, ma l'abbiamo superata adeguandoci alle esigenze. Abbiamo continuato ad organizzarci, e abbiamo fatto ciò che era possibile fare, andando, per quanto possibile, incontro alle esigenze e ai bisogni del territorio. Non credo tutto questo sia stato poco, e soprattutto non credo sia stato qualcosa di comune a molte altre aziende».

Nel 2020 si sono tenuti 9 Consigli di Amministrazione, di cui 8 da remoto, e di questi 4 nel periodo del *lockdown*; sono state organizzate 5 Consulte delle Presidenze (con 102 partecipanti), 2 delle quali nel periodo del *lockdown*, tutte da remoto, e 1 Consulta delle Sezioni Soci, cui hanno partecipato 165 membri.

Si è trattata dunque di una modalità nuova di relazione tra i soggetti delegati alla governance della Cooperativa che ha permesso anche di facilitare le relazioni tra i vari settori della Cooperativa e le sezioni soci, per lo svolgimento delle attività di carattere più operativo.



La Cooperativa ha scelto Microsoft Teams come piattaforma informatica



A - UNICOOP TIRRENO E I PROPRI LAVORATORI

Il personale della Cooperativa rappresenta uno dei principali patrimoni dell'organizzazione, espressione del sistema di competenze e conoscenze che la caratterizzano. In una organizzazione operante nel sistema della distribuzione, in particolare, il personale è la prima interfaccia verso i clienti, cui viene attribuita la responsabilità di rappresentare l'organizzazione e le proprie azioni. Nel periodo di crisi il contributo fornito dal personale nello svolgimento delle proprie attività è stato essenziale per trasferire serenità ai soci e ai consumatori, una serenità che è stato possibile assicurare solo grazie ad una serie di iniziative orientate a tutelare la loro salute e sicurezza.

È stato importante mantenere viva una interlocuzione serrata con tutti. Ogni volta che si manifestava una motivazione di ansia nel personale, i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza lo segnalavano al Comitato di Crisi e se ne discuteva. Proprio questo clima di fiducia ci ha consentito di contenere quelli che potevano essere effetti negativi quali assenteismo o contestazioni. Si è creato un ottimo clima che ha attraversato il lockdown e che dura tutt'oggi.

Andrea Botticella

Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione di Unicoop Tirreno

Il personale che sarà preso in considerazione nella presente sezione riguarda sia quello impiegato presso i punti vendita (e destinato all'effettuazione di servizi di vendita al pubblico), che quello in servizio presso gli uffici, con ruolo amministrativo, prevalentemente impiegato presso la sede centrale di Vignale della Cooperativa.

a. Il Comitato di crisi di Unicoop Tirreno

Pochi giorni dopo l'avvio della FASE 1 che ha previsto il *lockdown* nazionale, Unicoop Tirreno ha dato ufficialità alla costituzione di un apposito comitato per il contrasto alla crisi (Comitato

Covid-19) che avesse come finalità principale quella dell'applicazione e della verifica delle regole del protocollo di regolamentazione e risposta alla crisi. Il Comitato è stato costituito il 24 marzo. Complessivamente sono stati organizzati nell'intero anno **9 incontri** del Comitato (la maggior parte dei quali nei primi tre mesi della pandemia). Membri del Comitato Covid-19 sono stati nominati il Direttore Generale (e datore di lavoro), il Direttore del Personale, il Direttore Operations, il Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP), un Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), e il Coordinatore dei Medici Competenti Prof. Saverio Violante quale esperto esterno all'organizzazione. Il Comitato ha svolto la funzione di coordinamento delle azioni con riferimento all'emergenza, oltre a favorire il raccordo tra i livelli manageriali, le organizzazioni sindacali e i lavoratori interessati dai provvedimenti di risposta alla crisi. Tutti gli incontri del Comitato sono stati realizzati con strumentazioni informatiche da remoto, al fine di ridurre i contatti e rispettare quanto stabilito dalle normative sul distanziamento. La priorità è stata da subito quella di prendere decisioni che avessero l'obiettivo di creare idonee condizioni per cui il personale potesse lavorare nei punti vendita in totale sicurezza, e fare in modo di trasmettere tale sicurezza a soci e consumatori che accedessero ai punti vendita.

Nello stesso periodo sono stati anche organizzati **4 incontri** del Coordinamento dei RLS con l'RSPP. Sono stati anche effettuati, nel periodo di picco della pandemia, al fine di individuare linee di comportamento comuni tra le cooperative di consumo, **14 incontri** della Commissione di coordinamento Salute e Sicurezza di ANCC (Associazione Nazionale delle Cooperative di Consumo). Tutti questi incontri hanno avuto l'obiettivo di scambiarsi le pratiche adottate, promuovere nuove iniziative e azioni, e diffondere un approccio il più possibile condiviso di risposta alla situazione di emergenza.

b. Protezione e prevenzione verso il personale: le azioni adottate

L'impegno in ambito di prevenzione e protezione da parte della Cooperativa, per rispondere all'emergenza, è stato avviato subito dopo che si è compresa la criticità della situazione, anche prima della costituzione ufficiale del Comitato di Crisi. Le azioni sono state promosse sia in ambito prevenzione, con la definizione di una serie di procedure atte a ridurre i rischi presso i punti vendita e presso gli uffici amministrativi, sia in ambito protezione, con l'adozione di una serie di iniziative orientate a ridurre il rischio di contagio dei lavoratori a punto vendita aumentando e adeguando la dotazione dei DPI - Dispositivi di Protezione Individuale in forza al personale.

b.1 Iniziative di prevenzione

Sono state emanate a partire dalla fase emergenziale **3 procedure** finalizzate a regolare le modalità gestionali e operative di risposta al Covid-19, ciascuna delle quali ha avuto molteplici aggiornamenti e revisioni in funzione delle novità che via

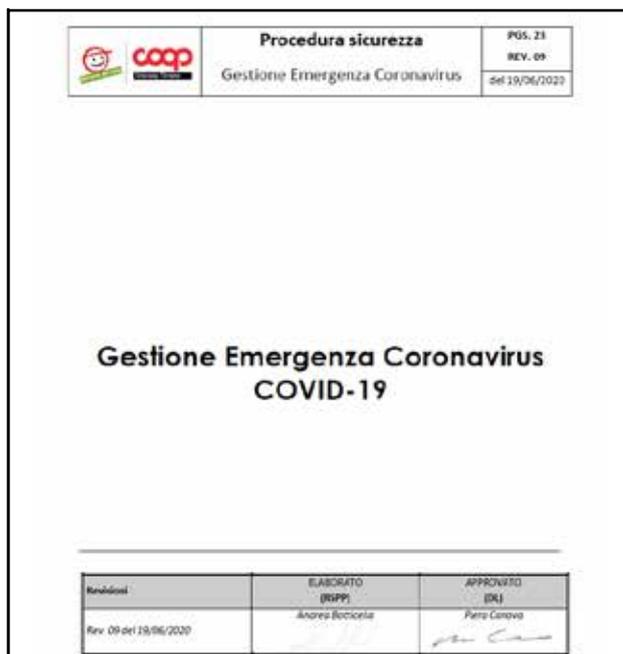
via emergessero nei territori e nei vari punti vendita, nonché in base alle novità che venivano emanate con i vari provvedimenti nazionali e regionali cui le procedure dovevano adeguarsi.

- Ogni decreto, ogni norma, ogni parere che fosse
- subentrato nel periodo, è stato immediatamente,
- in tempi veramente rapidi, discusso all'interno della Cooperativa e importato nelle nostre procedure.
- Tali procedure sono poi state diffuse a tutto il nostro personale e ai nostri collaboratori, in modo tale che fosse evidente l'attenzione che l'organizzazione mostrava nei loro confronti.
- **Armando Picuno**
- Direttore Operations di Unicoop Tirreno

Le procedure di risposta all'emergenza sono state modificate ogniquale volta una novità normativa dovesse essere recepita. Le indicazioni sui contenuti nascevano in seno al Comitato Covid-19, ma prima della emissione era sempre prevista una fase di rapida condivisione con tutte le altre figure che si occupano di salute e sicurezza, ed in particolare RLS e medici competenti.

Procedure di prevenzione stabilite per rispondere all'emergenza sanitaria

rif. procedura	n. revisioni	finalità della procedura
PGS 23 Gestione emergenza coronavirus	12	Stabilire e coordinare le attività finalizzate a limitare il contagio da Covid-19 e prevenirne i rischi correlati
PGS 24 Gestione lavoratore con contagio sospetto/certo	3	Gestire, in ambito operativo, la presenza di un lavoratore della rete vendita contagiato, o sospettato tale
PGS 25 Assistenza a soggetti con sintomatologia da possibile contagio da Covid-19	0	Stabilire le modalità operative da osservare, al fine di dare assistenza ad un lavoratore, o ad un cliente, che manifesti sintomi ascrivibili ad un possibile contagio da Covid-19



The image shows a document header for 'Procedura sicurezza Gestione Emergenza Coronavirus'. It includes logos for 'coop' and 'BS20'. The document is identified as 'PGS. 23 REV. 09' and dated 'del 19/06/2020'. The main title is 'Gestione Emergenza Coronavirus COVID-19'. At the bottom, there is a table with three columns: 'Redatto', 'ELABORATO (RPP)', and 'APPROVATO (RL)'. The 'Redatto' column contains 'Rev. 09 del 19/06/2020'. The 'ELABORATO (RPP)' column contains the name 'Andrea Roccaforte'. The 'APPROVATO (RL)' column contains the name 'Piero Corvo' and a signature.

La rapidità dei cambiamenti che intervenivano di giorno in giorno, sia nella fase di *lockdown* che nella fase della "seconda ondata", ha reso difficoltoso adottare iniziative di informazione e comunicazione strutturate verso i lavoratori per illustrare loro le novità occorse nei documenti di gestione. Sono state allora adottate soluzioni orientate a velocizzare il trasferimento delle informazioni, permettendo di far arrivare al personale quanto richiamato all'interno delle procedure emesse, in modo da renderle attuabili a punto vendita nel più breve tempo possibile. Il principale strumento di condivisione delle prescrizioni contenute nelle procedure è stata la **intranet aziendale**, mezzo che aveva il vantaggio di essere accessibile da chiunque e in qualsiasi momento (anche da smartphone), sia sul posto di lavoro che in orario extralavorativo. Inoltre, è stato utilizzato il **portale Paghe**, un sito a cui

una volta al mese tutto il personale ha l'abitudine di accedere, e quindi uno strumento di facile fruizione. Accanto a questi strumenti, che permettevano una lettura completa dei documenti di gestione, sono state poi usate altre forme di comunicazione, quali **cartellonistica e sistemi VMS** (videomessaggi a rotazione), che ricordavano direttamente sui reparti comportamenti base essenziali da seguire ai fini preventivi. Infine, è stata prodotta una **video-procedura**, caricata su *YouTube* e accessibile facilmente da chiunque, in cui venivano sintetizzati di nuovo i comportamenti da seguire al fine di ridurre i rischi di contagio.

Particolare attenzione è stata poi dedicata ai cosiddetti *lavoratori fragili*, ovvero coloro le cui condizioni di salute a causa di patologie preesistenti potrebbero determinare, in caso di infezione, un esito più grave ed infausto. Dal censimento effettuato in Cooperativa, complessivamente sono stati identificati 31 lavoratori in Toscana, 26 nel Lazio e uno in Umbria. Con questi soggetti è stata attivata una procedura apposita, definita in collaborazione con il Medico Compatente, finalizzata a ridurre i loro contatti con altre persone sul punto vendita, a concentrare la loro presenza in orari a minore flusso di clienti, e limitare la loro presenza in spazi comuni a maggiore circolazione di consumatori e personale.

b.1.1 L'uso dello smart working e delle videoconferenze come strumento di comunicazione

Al fine di ridurre i contatti e favorire la continuità delle attività amministrative a supporto delle vendite, per il personale di sede è stato scelto di promuovere l'utilizzo dello **smart working**, quale strumento in grado di coniugare le due esigenze di continuità del business e distanziamento. Delle circa 350 persone impiegate nella sede di Vignale, una volta adeguate le infrastrutture informative, circa 220 sono state destinate al *lavoro agile*. Seppure la Cooperativa non avesse mai sperimentato tale modalità lavorativa, l'esperienza è stata valutata positivamente, sia da parte dei lavoratori coinvolti, sia da parte del management.

Parallelamente all'utilizzo dello *smart working*, è stato promosso in Cooperativa l'utilizzo di **strumentazioni virtuali per le comunicazioni interne**, tutte da effettuare attraverso piattaforme informatiche selezionate dai servizi informativi di Unicoop Tirreno. L'adozione del *lavoro agile* e l'*utilizzo delle videoconferenze* come strumento di comunicazione interna hanno prodotto una interessante esperienza, non solo nella chiave di aumento del benessere organizzativo e di conciliazione dei tempi di vita e lavoro per i lavoratori, ma anche dal punto di vista ambientale, grazie alla riduzione della mobilità casa-lavoro e alla riduzione dei consumi.

Intervista a Giancarlo Pallini responsabile del coordinamento degli RLS

Giancarlo, tu hai partecipato al Comitato di Crisi Covid-19 di Unicoop Tirreno, con quale ruolo?

«Ho partecipato al Comitato di Crisi in qualità di Coordinatore degli RLS di Cooperativa. Ho partecipato sin dal primo incontro, quello del 24 marzo, e abbiamo iniziato a lavorare da subito per risolvere le questioni che l'emergenza poneva. L'emergenza ha naturalmente trovato tutti impreparati. La crisi non è passata, e la ricrescita dei contagi dopo il periodo estivo ne è stata la dimostrazione. Sicuramente nel tempo abbiamo acquisito una maggiore esperienza su come affrontare il fenomeno. Nella prima fase do-

vevamo supportare i lavoratori nelle nuove modalità operative. Lavoratori a cui va assolutamente fatto un plauso, perché hanno continuato a fare quello che facevano prima della crisi, adeguandosi alle nuove condizioni, anche con preoccupazione, ma senza mai tirarsi indietro. Da parte nostra, noi RLS abbiamo cercato di fare il possibile per veicolare le informazioni sulle nuove modalità di lavoro; il coordinamento degli RLS ha rappresentato lo strumento con cui abbiamo fatto circolare le nuove indicazioni. In questo le tecnologie informatiche ci sono state di grande aiuto. Per fortuna il Coordinamento era già operativo: questo ha aiutato».

Come venivano adottate le decisioni in seno al Comitato di Crisi?

«Gli interventi seguivano quanto stabilito a livello nazionale e nel-

la regolamentazione regionale, e noi procedevamo a stabilire le regole da adottare per renderle operative in Cooperativa. L'RSPP recepiva le disposizioni e li trasformava in protocolli, noi li discutevamo in Comitato, per poi essere diffusi all'interno della Cooperativa. DPCM e regolamentazione regionale venivano trasformati dall'RSPP in disposizioni per la Cooperativa, e insieme li condividevamo. Il rapporto tra me e l'RSPP nei periodi di *lockdown* e in autunno era quotidiano: ci sentivamo giornalmente. Per la diffusione delle procedure, invece, la intranet è stata fondamentale».

Quali decisioni ritieni siano state più importanti per la Cooperativa tra tutte quelle adottate e verso chi?

«Sul "chi", senza dubbio, il personale che stava nei punti vendi-

ta, a contatto con il pubblico. Tra questi, in modo particolare coloro che avevano situazioni di fragilità e che avevano necessità di essere maggiormente tutelati. E in questo, non mi riferisco solo alle categorie più a rischio, insomma i lavoratori che avrebbero potuto contrarre più facilmente il virus (es. immunodepressi), ma anche coloro che avrebbero potuto essere suscettibili di avere maggiori problemi in caso di contagio (es. cardiopatici). All'inizio con questi soggetti si è scelto di usare ferie, permessi ecc. Sono state decisioni molto importanti per ridurre i rischi dei lavoratori. I lavoratori all'inizio erano naturalmente preoccupati, ma

devo dire che hanno dimostrato professionalità e serietà. Hanno compreso che stavamo facendo tutto quello che era possibile fare, e ritorni positivi ne abbiamo avuti, e non solo verbali. Non c'è stato assenteismo, nessuna impennata di malattie. Tutto è filato molto liscio. Tutti hanno contribuito, forse anche oltre la normalità. E questo è qualcosa che è stato recepito anche dall'azienda. Adesso con la diffusione dei vaccini, speriamo di andare sempre più in direzione di soluzione del problema».

Che cosa ti lascia questa esperienza?

«A me ha chiarito l'importanza della materia complessiva della

salute e sicurezza. Adesso abbiamo tutti più chiaro il valore del benessere e della tutela dei lavoratori, sia noi rappresentanti dei lavoratori, che l'azienda. L'esperienza ci ha confermato e consolidato l'idea che la sicurezza dei lavoratori è un valore essenziale. In Cooperativa questa percezione esisteva già: adesso abbiamo la certezza della consapevolezza da parte di tutti. L'azienda ha mostrato valori forti, che permettono di stabilire anche su altri temi percorsi nuovi per il futuro; credo che potremo lavorare ancora insieme mettendo al centro delle priorità la sicurezza».

b.2 Iniziative di protezione

Parallelamente alle attività orientate a definire le procedure per la riduzione dei rischi di contagio, la Cooperativa ha iniziato a dotare il personale di **DPI - Dispositivi di Protezione Individuale** integrativi rispetto a quelli usati ordinariamente. I nuovi dispositivi riguardavano mascherine, gel disinfettante, guanti, e barriere in plexiglass in corrispondenza delle casse, tutti prodotti per i quali è stato previsto dalla Cooperativa un ingente sforzo sia economico che di risorse umane destinate. All'inizio, mascherine e guanti erano di numero abbastanza esiguo, e la loro consegna è stata contingentata, concentrando l'attenzione su quelle attività che prevedessero dei rischi maggiori di interazione con l'esterno. Tuttavia, la dotazione di almeno una mascherina al giorno per ciascun dipendente è stata sempre assicurata per l'intero periodo, anche nella fase di *lockdown* iniziale in cui la disponibilità di mascherine risultava particolarmente limitata. Inoltre, ai soggetti fragili e a coloro che lavorassero in aree in cui non fosse presente una barriera in plexiglass, le mascherine fornite sono state le FFP2. Proprio con riferimento alle **barriere alle casse**, queste sono state realizzate in tempi estremamente ridotti, al fine di adeguare le aree a maggior rischio di contatto con sistemi che separassero il più possibile il personale da utenti e consumatori. Parallelamente sono state stabilite **regole di distanziamento** dei clienti rispetto ai banchi di vendita e dei salumi. Sono stati inoltre acquistati quantitativi elevati di **prodotti sanificanti**, sono state intensificate le **attività di pulizia dei punti vendita** da parte delle società esterne, ed infine sono state stabilite **regole rigorose di contingentamento per l'accesso** ai punti vendita degli utenti attraverso l'utilizzo di agenzie di security.



Esempi di provvedimenti adottati per la tutela del personale a punto vendita

c. I risultati della gestione dell'emergenza con il personale

Le azioni di prevenzione e protezione sopra implementate hanno avuto riflessi sia dal punto di vista dei risultati in termini di riduzione del rischio di contagio e di trasmissione del contagio all'interno della Cooperativa, sia dal punto di vista dei costi sostenuti per rispondere all'emergenza e per l'adozione delle diverse iniziative. In particolare, nel periodo in esame (2020), sono stati riscontrati tra i dipendenti della Cooperativa (più di 3800 unità in totale) **101 contagi**, di cui 57 in Toscana e 43 in Lazio - Umbria. Si tratta di numeri molto bassi rispetto alla popolazione di lavoratori della Cooperativa (incidenza del 2,6%), e questo ha rappresentato il risultato più importante degli sforzi messi da Unicoop Tirreno nella gestione della crisi. Ulteriore elemento positivo è stato il riscontro avuto dai controlli della ASL e degli altri organi di controllo nel periodo 21

marzo-31 dicembre, finalizzati a verificare la conformità della gestione dell'emergenza all'interno dei diversi punti vendita. Con lo scopo di verificare la risposta all'emergenza sanitaria, sono stati effettuati 53 sopralluoghi con 19 richieste di integrazioni documentali, e in nessun caso sono state emesse prescrizioni, né rilievi alla documentazione prodotta.

Dal punto di vista dei costi, è stato attivato in Cooperativa un centro di costo specifico per il controllo dei costi straordinari relativi al Covid-19, al fine di poter misurare continuamente l'incidenza dell'emergenza sui costi complessivi di gestione. Tale sistema è stato implementato al momento in cui si è manifestata l'emergenza e è emersa la necessità di procedere con una misurazione continuativa dei costi aggiuntivi sostenuti per rispondervi. In totale sono stati spesi nel corso del 2020 più di **5 milioni di euro**, di cui la maggiore incidenza è da ricondurre ai costi di vigilanza.



Tabella dei costi Covid-19 anno 2020

<i>voce di costo</i>	<i>euro</i>	<i>descrizione</i>
Mascherine e altri DPI	653.197	Dotazione ai lavoratori di DPI specifici quali mascherine, guanti, visiere, abbigliamento specifico ecc.
Pulizia e sanificazione	1.225.291	Interventi straordinari di sanificazione e pulizia degli ambienti
Vigilanza	2.579.461	Integrazione servizi di vigilanza per attività di regolazione flussi clienti, contingentamento e altri interventi per riduzione contagio
Adeguamento sistemi, attrezzature elettroniche e manutenzioni	112.321	Servizi informativi aggiuntivi, manutenzione hardware e software, manutenzione beni strumentali e noleggio attrezzature elettroniche
Comunicazione e informazione	27.840	Inserzioni stampa, manifesti, pieghevoli, locandine, volantini informativi su Covid-19
Acquisto materiale per punti vendita	47.975	Materiali di consumo e piccoli cespiti (barriere, termoscanner, gel disinfettante, prodotti per sanificazione...)
Altri costi residuali	109.842	Traposto merci, compensi e rimborsi per prestazioni varie, e altri costi da contabilizzare
Riduzione fitti attivi	409.180	Riduzione dei costi di locali in affitto a terzi perduti nel periodo di emergenza
Spese personale	466.374	Una tantum riconosciuta ai dipendenti che hanno lavorato nel periodo del <i>lockdown</i>
totale	5.631.481	totale costi emergenza Covid-19 anno 2020



B - UNICOOP TIRRENO E LA PROPRIA COMUNITÀ

Se l'emergenza da Coronavirus da un lato ha rappresentato un evento critico e drammatico per l'intera collettività, dall'altra parte lo stesso evento ha messo in luce l'importanza di Unicoop Tirreno nei rapporti con le comunità di proprio insediamento, nonché il ruolo che essa può assumere, in circostanze anche drammatiche, per i cittadini, per gli attori di governo locali e per le associazioni dei diversi territori.

- *In questa situazione di emergenza, nella relazione con le comunità, sempre in accordo e con il supporto dei soci attivi, abbiamo cercato di renderci partecipi e di avere un ruolo di supporto [...]. Abbiamo interagito con le istituzioni in quasi tutti i comuni, sempre a servizio dei cittadini.*

- **Massimo Favilli**

- Direttore Politiche Sociali di Unicoop Tirreno

Le attività svolte dalla Cooperativa sono state molteplici nel periodo indagato. In tutte le attività è stato essenziale il contributo dei soci attivi. Sono stati loro i primi soggetti a segnalare le necessità, i primi ad attivare le relazioni con gli attori locali, i primi a indirizzare l'attività della Cooperativa verso la soddisfazione dei bisogni dei territori.

Iniziativa promossa nell'ambito di attività istituzionali a livello locale

Tra le azioni di natura "istituzionale", Unicoop Tirreno (nel quadro della cooperazione a livello nazionale) ha dato la sua adesione alla accettazione dei buoni sconto del 10% sull'acquisto dei prodotti messi a disposizione dal **governo all'ANCI - Associazione Nazionale dei Comuni Italiani e alla Protezione Civile**, raddoppiando lo sconto presso i propri punti vendita. Oltre a questa, che ha riguardato anche altri attori della grande distribuzione, Unicoop Tirreno ha partecipato ad un'altra serie di iniziative che hanno coinvolto nei diversi territori altre amministrazioni comunali.

Una esperienza particolarmente significativa, in questo senso, è senz'altro quella maturata con il **Comune di Roma**. L'iniziativa ha preso il via nel mese di aprile, quando Unicoop Tirreno ha partecipato ad un avviso pubblico d'interesse indetto dall'amministrazione comunale per il confezionamento di pacchi alimentari da distribuire a persone e famiglie in condizione di disagio economico e sociale, causato dall'emergenza Coronavirus. Dopo tre giorni, la Cooperativa è stata informata di aver vinto il bando, superando la concorrenza sia grazie alla convenienza dei prezzi, che alla capacità gestionale del servizio presentato (preparazione e consegna giornaliera presso una piattaforma logistica del Comune). Il lavoro è iniziato il 10 aprile, all'interno del grande magazzino dell'Ipercoop Euroma2, dove i primi pacchi

(500) sono andati subito in distribuzione. Passati alcuni giorni è iniziato un lavoro quotidiano che ha permesso di preparare e consegnare circa 1.700 pacchi al giorno. L'ultima partita è stata chiusa il 14 maggio, per un totale di 44.760 pacchi in un mese. Si è trattato di un enorme lavoro di squadra che ha visto la collaborazione di tutti i settori aziendali e che ha ottenuto il plauso dell'amministrazione comunale, rimarcando il ruolo economico e sociale della Cooperativa nella Capitale. Il valore totale dell'operazione è stato di 1.100.000 euro, seppure la Cooperativa abbia utilizzato quelle risorse in toto per l'organizzazione e la buona riuscita del servizio. Altra amministrazione con la quale è stata promossa una iniziativa simile a quella del Comune di Roma è stato il **Comune di Orbetello**, dove sono stati consegnati pacchi alimentari ai cittadini per un valore totale di 50.000 euro.

In altri comuni poi, a seguito ancora di un **accordo nazionale tra Coop, ANCI e Protezione Civile**, Unicoop Tirreno ha siglato 51 protocolli d'intesa che hanno coinvolto 63 Onlus e associazioni locali e 16 amministrazioni comunali, con l'obiettivo di garantire, nel periodo del *lockdown*, l'ingresso prioritario nei supermercati ai volontari delle associazioni partner che vi si recassero a fare la spesa per poterla portare a soggetti impossibilitati a recarsi presso i supermercati e negli altri punti vendita del territorio. Nella selezione delle associazioni, in molti casi hanno avuto un ruolo centrale i comuni, chiamati a gestire il coordinamento delle associazioni di volontariato e della Protezione Civile. Inoltre, l'esperienza pluriennale del servizio *Ausilio per la spesa* promosso dalla Cooperativa aveva permesso già di stabilire delle relazioni tra Unicoop Tirreno e associazioni dei vari territori, rapporti che nel periodo del *lockdown* si sono ulteriormente consolidati. Le associazioni sono state rimborsate dalla Cooperativa con 5 euro per ogni spesa effettuata, in modo da contribuire alla copertura dei costi di servizio e trasporto.

- *Sul piano organizzativo, essenziale è stato il lavoro dei servizi informativi. Noi delle politiche sociali sottoscrivevamo il protocollo con l'associazione e/o l'amministrazione. Dopo la firma del Direttore, veniva consegnato un codice a barre alla associazione da presentare in cassa ogniqualvolta i propri volontari fossero andati a fare la spesa. Ogni spesa che passasse in cassa veniva quindi registrata dai nostri sistemi informativi, e questo ci ha permesso di monitorare continuamente, in tempo reale, quanto avvenisse sui diversi territori, calibrando le attività sulla base delle esigenze che via via si manifestavano. Un lavoro di squadra fatto in tempi brevissimi, sulla base della sola volontà di aiutare le nostre comunità.*

- **Fabio Guidi**

- Settore Politiche Sociali

Si è trattato di una operazione che ha visto impegnati totalmente 59 punti vendita con il supporto delle sezioni soci territoriali. 11 dipendenti sono stati dedicati al progetto nella sua interezza, oltre agli addetti dei punti vendita coinvolti nelle attività di preparazione delle spese; circa 300 i volontari coinvolti nel periodo di picco. Per la realizzazione dell'intero progetto è stata poi essenziale la collaborazione delle sezioni soci territoriali, che hanno fatto da tramite tra le associazioni e la Cooperativa, oltre a identificare le situazioni di criticità cui

il servizio poteva contribuire. Si è trattato di una operazione molto importante per le fasce deboli della popolazione, in particolare anziani soli e soggetti affetti da patologie per le quali il coronavirus potesse creare effetti molto critici. Complessivamente sono state consegnate nel periodo di chiusura totale (*lockdown*) 3.764 spese, per un valore totale di circa 176.000 euro. Il contributo totale fornito dalla Cooperativa alle associazioni firmatarie dell'accordo è stato nello stesso periodo di 22.100 euro.



Intervista a Anna Tempestini Presidente associazione di Pubblica Assistenza di Piombino

Presidente, quale è il rapporto che c'è tra Unicoop Tirreno e l'Associazione di Pubblica Assistenza di Piombino?

«La relazione tra la Cooperativa e la nostra Associazione è storica. Operiamo da decenni nel medesimo territorio e apparteniamo ad una medesima cultura. Anche i principi che hanno ispirato la nostra nascita sono gli stessi. Le nostre comuni radici vanno ricercate nel movimento operaio, nel solidarismo verso i lavoratori delle fabbriche locali. Noi nasciamo nel 1899, la Cooperativa nel 1945; abbiamo 75 anni di storia comune sul territorio di Piombino. Il sostegno e l'assistenza alle popolazioni locali sono sempre stati la nostra missione, a partire dalla nascita dell'industria. Sul piano operativo negli ultimi anni abbiamo sviluppato progetti in stretta collaborazione. L'iniziativa più importante, che è stata anche la base della collaborazione nel periodo del *lockdown* di marzo, è stata l'Ausilio per la spesa, che prevede la consegna a domicilio della spesa a soggetti impossibilitati a entrare nei punti vendita per gli acquisti, perché affetti da disabilità, perché anziani, malati o colpiti da infortunio. Una iniziativa che ha sempre

visto la Cooperativa al centro di una rete territoriale molto importante, nella quale la nostra associazione è uno degli attori centrali».

Poi c'è stata la pandemia... e qui la relazione si è consolidata

«Sì, qui la relazione si è consolidata. Nell'emergenza abbiamo risposto alla proposta di Unicoop Tirreno di partecipare al progetto di sostegno alla spesa per coloro che non avevano supporti esterni. Persone sole, fragili, molto spesso anziane o con patologie rilevanti, che non avevano possibilità di effettuare autonomamente gli acquisti. Complessivamente abbiamo consegnato 260 spese. Si è avuta davvero una mobilitazione generale. L'intesa con la Cooperativa è stata immediata. La Cooperativa ha avuto l'intuizione di proporsi alle associazioni come attore a servizio delle comunità locali, con il tramite della sezione soci locale. Le attività, seppure in una fase emergenziale, sono state condotte in piena sintonia. La Cooperativa ci ha dato piena disponibilità con il personale dei propri punti vendita. Inoltre, ci ha riconosciuto un contributo per il servizio reso rispetto alla spesa fatta, un elemento che conferma l'importanza che Unicoop Tirreno assegna ai propri territori».

Quali sono stati i ritorni che avete avuto dagli utenti, e quali le lezioni imparate da questa esperienza?

A mio avviso il ritorno è stato molto positivo. L'iniziativa con Coop si è affiancata ad altre azioni che abbiamo sviluppato come Pubblica Assistenza sul territorio, e abbiamo avuto modo di stare vicini ai nostri associati e ai nostri concittadini con vari servizi. Abbiamo attivato uno sportello rivolto agli ultrasessantenni per sapere se avessero bisogno di qualcosa, al fine di non limitarci a sapere cosa accadeva, ma anche sapere come si potesse far sentire l'associazione vicina a chi aveva necessità. Abbiamo attivato lo sportello psicologico a distanza, con il supporto di Fondazione Livorno, indirizzato ai ragazzi per sostenerli in questa fase di crisi. Abbiamo infine promosso azioni in collaborazione con la Regione per la consegna delle mascherine alle farmacie. Tutte azioni che sono state possibili perché è cresciuto in quel periodo il numero dei volontari (cosa legata anche al *lockdown* e alla disponibilità di tempo per più persone). A loro abbiamo garantito tutte le misure di sicurezza possibili, seppure nella prima fase questo non sia stato facilissimo a causa della indisponibilità di molte tipologie di dispositivi di protezione (a partire da mascherine e gel). Quello che ci portiamo a casa è una maggiore consapevolezza dei bisogni e delle nostre potenzialità di aiuto al territorio anche

in condizioni di emergenza nuove. Tuttavia, oltre ai numeri in crescita, quello che ci preoccupa è la crescente rabbia e tensione sociale che si è

manifestata dopo l'estate 2020 legata agli effetti sull'economia che la crisi sanitaria si porta dietro, un fenomeno collaterale alle problematiche sanitarie i

cui effetti possono risultare in prospettiva ugualmente devastanti. La speranza sta oggi tutta nell'efficacia della campagna di vaccinazione».

Altre iniziative promosse dalla Cooperativa in favore delle comunità

Oltre alle iniziative sviluppate nel quadro delle relazioni con le istituzioni locali, la Cooperativa ha promosso anche altre attività a servizio delle comunità. Ancora una volta il tramite e il contributo delle sezioni soci e dei soci attivi è risultato essenziale. Tra queste, una di particolare rilevanza è stata senz'altro la **Spesa SOSpesa**. A partire dal mese di marzo, e fino al 14 giugno, in tutti e 98 i punti vendita ogni cliente ha potuto, una volta arrivato alla cassa, donare 1 o 5 euro, che le associazioni e le onlus locali avrebbero trasformato in buoni per l'acquisto di prodotti alimentari di prima necessità da consegnare a segmenti fragili della popolazione. L'ammontare totale delle donazioni è stato poi raddoppiato per eccesso da parte della Cooperativa. In totale i soci-consumatori hanno donato nel periodo tra marzo e metà giugno (*lockdown*) 17.595 euro, che sono diventati in totale 39.520 euro donati alle associazioni.

Altra iniziativa rilevante promossa dalla Cooperativa nel periodo del Coronavirus è stata la predisposizione nei diversi punti vendita di **un carrello o un cesto adibito alla donazione di prodotti alimentari** da parte di soci-consumatori, prodotti che poi venivano recuperati dalle associazioni di



Promozione della Spesa SOSpesa

volontariato del territorio per essere consegnati a persone bisognose. La Cooperativa ha incentivato l'iniziativa, e ha collaborato attivamente al buon esito delle consegne. In quasi tutti i punti vendita è stata promossa questa iniziativa, e più di 60 associazioni sono state coinvolte sui diversi territori. Pur non essendo stato possibile misurare in modo preciso i quantitativi donati attraverso questo sistema, a seguito di riscontri effettuati con le associazioni coinvolte e con i punti vendita è possibile affermare che i quantitativi di generi alimentari raccolti abbiano superato i quantitativi delle consuete raccolte alimentari *Dona la Spesa* organizzate negli anni precedenti, andando oltre le 100 tonnellate di prodotti raccolti.

Intervista a Simone Picchi Responsabile logistica di Caritas Livorno

Simone Picchi, Caritas è stata una delle associazioni coinvolte nei servizi territoriali nel periodo dell'emergenza sanitaria al fianco di Unicoop Tirreno: da dove nasce questa collaborazione?

Il rapporto tra *Caritas* e Unicoop Tirreno va avanti ormai da 8 anni, con il progetto *Buon Fine*. Il *Buon Fine* è un progetto con cui la Cooperativa dona prodotti vicini alla scadenza,

o con confezioni sciupate, alle associazioni di volontariato come la nostra, affinché possiamo aiutare coloro che non possono contare su un pasto quotidiano. Come *Caritas* a Livorno passiamo da tre dei cinque punti vendita del Capoluogo per ritirare gli invenduti e portarli a destinazione. Questo rapporto storico è stata la base anche per il nostro coinvolgimento nella fase acuta dell'emergenza sanitaria, dove ancora siamo stati chiamati a supportare chi, nella nostra comunità, rischiava di soffrire di più.

Quale è stato il vostro coinvolgimento nelle fasi di maggiore crisi da Coronavirus?

Nel periodo di picco dell'emergenza (*lockdown*) abbiamo lavorato a stretto contatto con Unicoop Tirreno. In primo luogo, sono stati posti fuori dei punti vendita dei carrelli dove i consumatori potessero lasciare la loro spesa, che poi noi abbiamo redistribuito a chi ne aveva necessità. Siamo stati prima contattati da "Fonti del Corallo", poi da Porta a Mare. Siamo stati qui destinatari di un servizio che metteva a disposizione la Cooperativa e

noi pensavamo a distribuire le merci. Successivamente abbiamo ampliato la nostra attività. Insieme con altre 8 associazioni locali e in accordo con l'amministrazione comunale di Livorno, abbiamo organizzato un servizio di consegna a domicilio di merci partendo da tutti e 5 i punti vendita di Livorno. Il progetto è durato otto settimane, permettendo a ciascuna delle associazioni di presidiare ciascun punto vendita almeno due volte a settimana. Abbiamo in questo modo ampliato significativamente il bacino di utenza e siamo riusciti a raggiungere molte più persone. All'inizio abbiamo avuto qualche difficoltà: basti pensare cosa vuol dire organizzare banchetti dovendo rispettare il distanziamento. In alcuni casi sono stati lasciati solo carrelli e cartellonistica. Alcune associazioni hanno messo a disposizio-

ne i loro volontari anche per le altre associazioni: la collaborazione tra le associazioni è stata una dei più importanti obiettivi raggiunti. Superate le difficoltà iniziali, siamo andati avanti fino a fine maggio. Alcune associazioni sono riuscite a raccogliere fino a 11 tonnellate di merci.

Che cosa vi rimane dell'esperienza e quali sono stati i ritorni percepiti dalla comunità?

Intanto la consapevolezza della criticità della situazione. Ci siamo trovati davanti ad una situazione assolutamente nuova, a nuove problematiche. A marzo abbiamo visto crescere gli accessi alla *Caritas* del 380%: si sono rivolte a noi persone che non avevamo mai visto, che non ne avevano mai avuto bisogno. Sicuramente la possibilità di mettere in un pacco alimentare prodotti "ordinari" da supermercato ha dato una certa serenità agli interlocutori, e li ha resi li-

beri di poter accedere a questo tipo di aiuto. Per intenderci: stavano nei pacchi anche prodotti "freschi", non solo quelli a lunga conservazione tradizionali. E anche prodotti "di marca", che in generale nei pacchi alimentari non si trovano. Sono inoltre venute fuori nuove mancanze, nuove esigenze che in passato non avevamo mai preso in considerazione: es. prodotti per l'igiene, per la casa, per la cura della persona. Anche per queste abbiamo cercato di dare delle risposte. In prospettiva valuto l'esperienza molto positivamente: la Cooperativa ha fatto da catalizzatore di diverse realtà associative, pronte ad aiutare il nostro territorio. Noi abbiamo risposto bene, contribuendo con i contatti che avevamo, con i mezzi e le persone necessarie, e siamo stati in grado di raggiungere in poco più di due mesi circa 3.000 famiglie.



Unicoop Tirreno ha inoltre aderito all'iniziativa promossa dalla *Fondazione Noi LegaCoop Toscana* che ha riguardato la donazione di **7 nuovi ecografi** alle strutture ospedaliere toscane da utilizzare nei "reparti bolla" per fronteggiare le emergenze da Coronavirus. I "reparti bolla" sono quei reparti che sono destinati ai pazienti che, pur non avendo necessità della terapia intensiva, non possono neanche essere assistiti a domicilio. Gli ecografi vengono utilizzati per i pazienti contagiati dal Covid-19 per individuare la polmonite interstiziale senza bisogno di raggi. Il valore complessivo dei 7 macchinari è stato di 140.000 euro di cui 20.000 euro derivate da Unicoop Tirreno.

Ulteriore iniziativa ha riguardato la donazione di oltre 202.000 euro in buoni spesa alla *Caritas*. Unicoop Tirreno ha infatti deciso di trasformare in buoni spesa da usare nel periodo dell'emergenza sanitaria i premi non ritirati di un concorso realizzato nel 2018. Il concorso si chiamava *2 milioni di premi* e aveva coinvolto tutti i punti vendita di Unicoop Tirreno e di Coop Alleanza 3.0. Le due Cooperative avevano individuato nella *Caritas* il soggetto a



Esempio di ecografo acquisito tramite la donazione alla Fondazione NOI LegaCoop Toscana

cui devolvere i rispettivi premi non ritirati. Il valore economico totale di 202.000 euro è stato diviso in buoni da 50 e 100 euro che, a sua volta, la Caritas ha destinato alle singole diocesi presenti in Toscana (9), Lazio (8) e Umbria (2). I 19 centri della Caritas hanno poi provveduto a devolvere a persone e famiglie in difficoltà economica tali buoni o a usarli nel periodo dell'emergenza per acquisti diretti di beni essenziali nei servizi di distribuzione a domicilio.

C - UNICOOP TIRRENO E ATTORI DELLA FILIERA

Il terzo gruppo di interlocutori della Cooperativa è formato dagli attori della filiera produttiva, ed in particolare i fornitori di merci e servizi per le attività presso i punti vendita da una parte, e i clienti-consumatori dall'altra.

C.1 - I rapporti con fornitori di merci e servizi

Il rapporto con i fornitori è un tema rilevante che ha avuto un carattere strategico nella capacità di garantire la disponibilità di prodotti sicuri sui banchi di vendita anche nei periodi più critici dell'emergenza sanitaria. Sin dall'inizio i prodotti alimentari sono stati esclusi dalla comunità scientifica tra quelli a rischio di trasmissione del contagio, e questo ha permesso di concentrare l'attenzione sulle procedure di regolamentazione dei rapporti con i fornitori e nelle modalità di approvvigionamento.

Sono state trasmesse ai fornitori di merci le **procedure corrette di comportamento** nell'interazione con la Cooperativa al fine di minimizzare i rischi di interazione e contatto, assicurando il rispetto dei distanziamenti e l'utilizzo dei dispositivi di protezione atti a limitare il contagio. Parallelamente, sul piano dei controlli esercitati dalla Cooperativa nei periodi di picco della pandemia, il settore qualità, in accordo con le linee stabilite dal Comitato di Crisi, ha identificato le attività di controllo strettamente necessarie, limitando le verifiche considerate a minore valenza strategica e a più elevato rischio. Da questo punto di vista, ad esempio, i controlli sui *difettosi* o sulle *criticità alimentari* hanno continuato ad essere effettuati, così come sono stati mantenuti attivi i rapporti con le autorità di controllo (ed in particolare la ASL). Il Covid-19 ha anche posto nuove problematiche sulla gestione di alcune attività in precedenza mai affrontate, quali quelle relative alla gestione dei servizi di sanificazione dei locali e di gestione di nuove tipologie di rifiuti. Con riferimento ai **rifiuti**, all'interno dei punti vendita si è posto il problema dello smaltimento di guanti in gomma e delle mascherine chirurgiche usati dal personale. Unicoop Tirreno ha seguito nella loro gestione le indicazioni dell'Istituto Superiore di Sanità a livello nazionale che prevedevano di considerare tali rifiuti come assimilabili agli urbani e gestibili come indifferenziati. In Cooperativa, per precauzione, è stato deciso di inserirli in doppi sacchi, in modo tale che si riducesse la probabilità di fuoriuscita di materiale, per poi essere consegnati al gestore del servizio di igiene urbana locale. Per quanto riguarda invece i **servizi di pulizia**, sono stati forniti alle ditte una serie di protocolli relativi alle modalità corrette di comportamento da adottare all'interno dei punti vendita, verificando la loro effettiva capacità di rispettarli.

- *L'attenzione verso l'ambiente ha continuato, nel rispetto delle regole, ad essere un tema di attenzione per noi, anche nel periodo dell'emergenza più acuta. E questo sia all'interno dei punti vendita, che al di fuori di essi. Ad Orbetello, ad esempio, fuori dal punto vendita, abbiamo stabilito una maggiore frequenza di svuotamento dei cestini da mascherine e guanti usati al fine di evitare che questi si disperdessero in giro vista la prossimità dell'OASI - WWF.*

• **Massimo Sacchetti**

• Responsabile Ambientale di Unicoop Tirreno

C.2 - I rapporti con i consumatori

Per una organizzazione operante nella distribuzione commerciale quale Unicoop Tirreno il rapporto con la clientela risulta essenziale, e nell'ambito della gestione dell'emergenza sanitaria l'attenzione nei confronti dei consumatori ha rappresentato un elemento di particolare attenzione. Il punto vendita ha rappresentato da questo punto di vista il luogo in cui la richiesta di sicurezza espressa da parte dei consumatori (maggior parte dei quali soci della Cooperativa) doveva essere soddisfatta dalle iniziative messe in piedi dalla Cooperativa stessa, in cui i clienti potessero sentirsi tutelati rispetto alla diffusione del virus, e percepissero la spesa come una fase a bassissimo rischio per loro e per i loro familiari.

- *Questa emergenza ha messo in evidenza, nel rapporto con i consumatori, la differenza tra la natura della nostra impresa cooperativa e altre aziende che fanno la stessa nostra attività, ma che hanno principi fondanti diversi. I soci consumatori sono stati messi al centro delle nostre attività e la loro tutela vista come priorità.*

• **Armando Picuno**

• Direttore Operations di Unicoop Tirreno

Sono state definite delle **regole per limitare il numero degli accessi dei clienti** all'interno del punto vendita al fine di ridurre il rischio di assembramenti, e sono state definite **regole di distanziamento dell'utenza** all'esterno dei punti vendita dove si venissero a creare code di attesa. Il richiamo continuo al rispetto di queste regole da parte dei dipendenti ai soci-consumatori ha rappresentato una fonte di trasmissione di serenità rispetto alla sicurezza che poteva essere percepita nei punti vendita, che si sono rivelati in alcuni periodi della pandemia gli unici luoghi dove si potesse fare una reale, seppur minima, socialità. Al fine di garantire il rispetto di queste regole sono stati acquisiti nuovi servizi di vigilanza professionale da parte di società esterne che effettuassero controlli sugli accessi, e permettessero una riduzione dei rischi di assembramento.

mento. Complessivamente sono stati spesi nel 2020 più di 2 milioni e mezzo di euro per costi di vigilanza. Sono stati poi messi a disposizione degli utenti guanti monouso da indossare all'interno dei punti vendita, e gel sanificante disponibile in vari punti dei supermercati.



Esempi di provvedimenti adottati per la tutela dei consumatori a punto vendita

La crisi sanitaria, nel rapporto con i consumatori finali, ha messo in evidenza la necessità di integrare un servizio di vendita a domicilio dei prodotti. Per rispondere, almeno parzialmente, a questa esigenza, in tempi brevi sono stati implementati sistemi che, pur non essendo riconducibili direttamente all'e-commerce, hanno permesso in alcuni punti vendita di semplificare e velocizzare gli acquisti. Il

primo servizio adottato è stato il **Salt@LaFila**, servizio che consente a soci e clienti della Cooperativa di prenotare data e fascia oraria in cui accedere al supermercato senza fare la fila. Sulla base di una mail di conferma che il sistema manda all'utente, l'accesso al punto vendita risulta immediato, evitando di dover attendere il proprio turno fuori dal supermercato. Nel 2020 il servizio è stato attivato in 27 punti vendita.



L'altro servizio sviluppato nel periodo di emergenza è stato il **Click and Collect**. Si tratta di un servizio che permette all'utente di ordinare la spesa on-line e passare a ritirarla già pronta presso il punto vendita in determinate fasce orarie. Le spese vengono preparate dagli addetti di negozio e riposte in cella frigorifera fino al momento del ritiro. Il ritiro ed il pagamento da parte del cliente avvengono al punto di ascolto. 12 sono i punti vendita in cui il servizio è ad oggi attivo.

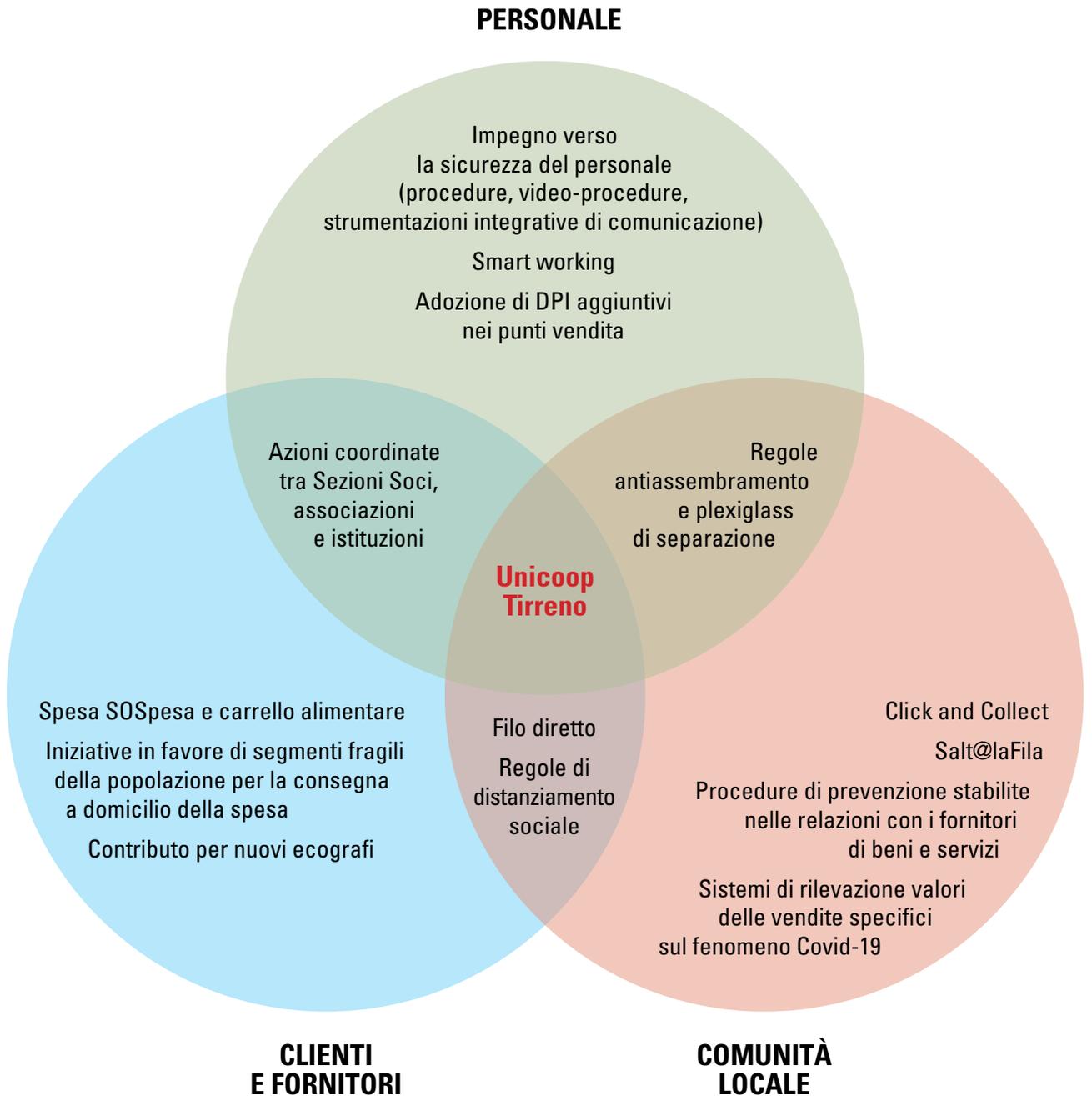
L'impegno su questi temi messo in campo dalla Cooperativa ha avuto riscontri positivi che sono stati "certificati" attraverso quanto registrato dal **Filo diretto** e quanto rilevato sul campo dal personale della rete. Il Filo diretto è il servizio di ascolto dei consumatori presente in Unicoop Tirreno che raccoglie tutte le segnalazioni provenienti da soci e consumatori. La maggior parte delle segnalazioni avute nel periodo dei picchi di emergenza sanitaria hanno fornito ritorni positivi sulle iniziative promosse a punto vendita per ridurre i rischi dei consumatori, così come positive sono state le sensazioni del personale della rete che girava i vari punti vendita e rilevava il livello di soddisfazione degli utenti.

A ulteriore conferma di quanto accennato, sono stati i **dati relativi alle vendite**. Il periodo tra febbraio e marzo ha visto un significativo aumento delle vendite da parte della Cooperativa. La preoccupazione per quanto sarebbe accaduto da lì alle settimane successive ha spinto i consumatori a fare ingenti scorte di merci e prodotti (in particolare non deperibili) aumentando in modo rilevante il valore della spesa. Nelle settimane successive, con la chiusura stabilita per legge a livello nazionale, il valore degli scontrini ha teso a crescere ancora, seppure il numero di spese giornaliere si fosse ridotto significativamente. Queste nuove dinamiche hanno portato ad una nuova modalità di approvvigionamento dei prodotti, con una diversa focalizzazione anche sulle tipologie di merci acquistate.



Sintesi conclusiva del quadro delle iniziative sviluppate

L'esperienza del rapporto tra Unicoop Tirreno ed alcuni dei propri portatori di interessi nell'ambito della gestione dell'emergenza sanitaria da Covid-19 ha messo in evidenza la centralità della Cooperativa nei contesti di proprio insediamento, misurata attraverso l'attenzione mostrata verso il proprio capitale umano e nell'importanza assegnata alle comunità locali come clienti dei punti vendita.



Le lezioni nelle parole di alcuni interlocutori chiave della Cooperativa

Nel corso della raccolta delle informazioni utili alla redazione del presente report sono state raccolte da alcuni dei soggetti intervistati indicazioni su quelle che siano state le lezioni che l'esperienza della gestione dell'emergenza sanitaria abbia lasciato. Di seguito alcune delle loro considerazioni.

• Sicuramente una lezione importante è stato il consolidamento delle relazioni con le persone. Nei periodi di picco dell'emergenza eravamo sempre in lockdown, sia che fossimo a casa che fossimo a lavoro. Abbiamo dimostrato in quel periodo una compattezza organizzativa a tutti i livelli che ha permesso a tutti di superare le nostre paure. Credo abbia consolidato il rapporto tra la Cooperativa e i propri lavoratori.

Armando Picuno

• Direttore Operations di Unicoop Tirreno

• Abbiamo toccato con mano le opportunità della tecnologia per le comunicazioni. È una spinta

• irreversibile. Tutti abbiamo avuto modo di prendere confidenza con le nuove tecnologie, e abbiamo capito la loro importanza per una impresa moderna, e lo hanno capito anche coloro che erano più riluttanti. Questo è un insegnamento che ci porteremo oltre la fine dell'emergenza.

Paolo Bertini

• Politiche sociali di Unicoop Tirreno

• L'uso della tecnologia per le riunioni si è mostrata come una opportunità di risparmio di risorse, risparmio di tempo, riduzione di impatto sull'ambiente... insomma un fattore di beneficio da tutti i punti di vista.

Elena Marenzi

• Controllo di gestione di Unicoop Tirreno

• L'emergenza sanitaria ci ha dimostrato che alcune soluzioni, quale lo smart working, sono una opportunità per l'azienda e per il personale. Qui è servito per rispondere ad una emergenza, ma ha anche dimostrato che le persone sono responsabili, e il loro impegno non cambia se lavorano da casa. Ma per alcuni colleghi che lavorano in grandi città, o che vivono distanti

• dalla Cooperativa, questa è una grande opportunità per migliorare la loro qualità di vita.

Andrea Botticella

• Servizio prevenzione e protezione di Unicoop Tirreno

• L'esperienza ci deve stimolare ad innovarci e consolidarci su certi canali nuovi di vendita; parlo ad esempio dell'intensificazione degli strumenti di e-commerce, ma in generale sull'utilizzo della rete quale mezzo per andare incontro ad alcuni dei nostri soci. E questo, oltre l'emergenza sanitaria.

Fabio Pellegrini

• Servizio Qualità di Unicoop Tirreno

• Questa esperienza ci ha confermato che la nostra Cooperativa può continuare a rappresentare un punto di riferimento per i territori e per le comunità. La paura del Covid-19 si è legata piano piano alla paura della povertà, della crisi economica: noi dobbiamo essere sempre lì, a svolgere la nostra attività come impresa cooperativa, consapevoli di quello che possiamo fare per i nostri territori e i nostri soci.

Massimo Favilli

• Direttore Politiche sociali di Unicoop Tirreno



Bilancio

UNICOOP TIRRENO

DI SOSTENIBILITÀ 2020

INTEGRALE

la sostenibilità

SOCIALE

AMBIENTALE

ECONOMICA

in appendice
**L'EMERGENZA SANITARIA
DA CORONAVIRUS
IN UNICOOP TIRRENO**

coop

Unicoop Tirreno

a cura della

**Direzione Soci
e Comunicazione**

di Unicoop Tirreno,

in collaborazione con

l'Istituto di Management

della Scuola Superiore

di Studi Universitari

e di Perfezionamento

Sant'Anna di Pisa

