



## bilancio di sostenibilità 2014



*versione completa*

a cura della **Direzione Politiche Sociali 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.



Scuola Superiore  
Sant'Anna

## Indice

Lettera del Presidente .....	3
Introduzione e nota metodologica .....	4
Parametri di Bilancio .....	4
Parte I: profilo d'impresa .....	5
Identità .....	5
La Cooperativa in numeri .....	5
Proprietà e struttura del Gruppo .....	6
Le Società Controllate e collegate .....	6
Il Sistema Cooperativo .....	7
I portatori di interesse .....	10
Struttura Organizzativa .....	12
Le Sezioni Soci e il rinnovo dei Comitati Direttivi .....	12
Le attività istituzionali .....	13
Il Consiglio di Amministrazione .....	14
La struttura gestionale .....	15
Il Modello Organizzativo 231 .....	17
Parte II: i Capitali Cooperativi .....	20
Il capitale sociale .....	20
Il corpo sociale .....	20
La mutualità prevalente .....	21
Il prestito sociale e la tutela del risparmio .....	23
Le iniziative promosse .....	25
La solidarietà .....	28
La promozione di una cultura delle Pari Opportunità .....	31
I rapporti con il mondo della Scuola .....	31
Il capitale umano .....	33
Composizione del personale .....	33
Sviluppo e formazione .....	41
Salute e sicurezza .....	42
Il capitale naturale .....	49
L'interazione diretta con l'ambiente .....	49
Energia .....	50
La gestione dei rifiuti .....	58
I consumi idrici .....	65
La logistica .....	66
L'interazione indiretta con l'ambiente .....	67
Il capitale economico-finanziario e commerciale .....	71
Dinamica economica e risultato d'esercizio 2014 .....	71
I fornitori locali .....	77
Qualità e sicurezza alimentare .....	80
I Prodotti a Marchio Coop .....	83
L'Approvato dai Soci e il test "Prodotto Coop in Coop" .....	86
Verso una nuova relazione con i consumatori .....	87

## Lettera del Presidente

Cari Soci,

il presente Bilancio di Sostenibilità viene pubblicato nel corso del 2015, un anno che per noi rappresenta un importante traguardo e segna una sfida per il futuro: il settantesimo anno di attività della Cooperativa. La nostra è una storia importante, per i principi mutualistici che abbiamo finora rappresentato, per il valore economico e sociale che abbiamo generato e condiviso, per l'offerta commerciale che siamo da sempre riusciti a proporre. La crisi del lavoro e dei consumi che ha investito il nostro Paese negli ultimi anni si è sommata ad un momento di difficoltà che la nostra Cooperativa si è trovata ad affrontare e che stiamo cercando con forza di superare. Il nostro impegno, rinnovato oggi nell'importante ricorrenza del nostro settantesimo, è quello di rimettere al centro dell'offerta commerciale i contenuti essenziali dello scambio mutualistico: convenienza, qualità e sicurezza. Per far ciò crediamo fermamente nell'importanza di fare rete con tutti i nostri interlocutori, nella promozione congiunta di valore nei territori, nonché nell'esigenza di un confronto aperto coi nostri soci su come essere impresa, su come mantenere coerenza valoriale e strategia aziendale, rinnovando il nostro posizionamento etico cooperativo. Come leggerete nelle prossime pagine, il 2014 è stato per la Cooperativa un anno importante, in cui ai rinnovi dei Comitati Direttivi si è unita una riorganizzazione interna gestionale, con lo scopo di migliorare la fluidità dei processi decisionali. Nel 2014 abbiamo anche avuto una prova della solidità del rapporto con le altre cooperative, con le quali abbiamo ricercato soluzioni congiunte per imprimere una svolta positiva alla presenza cooperativa nel territorio campano. Siamo fiduciosi nel fatto che la collaborazione avviata e la moltiplicata attenzione nel proporre un'offerta che tenga conto delle peculiarità e potenzialità del territorio con l'affiancamento dei prodotti locali all'assortimento tradizionale e ai prodotti a marchio darà i suoi frutti.

Tra le aziende della grande distribuzione organizzata ci siamo sempre distinti per l'impegno verso una rendicontazione annuale dei nostri risultati di sostenibilità sociale, ambientale ed economica. Abbiamo con forza creduto nell'importanza di comunicare in maniera trasparente e coerente i nostri impegni ed impatti nelle comunità locali, decidendo di presentare annualmente un documento indirizzato a tutti i nostri portatori di interesse: il Bilancio di Sostenibilità. Il presente documento è quindi un'operazione di condivisione e trasparenza in cui crediamo e su cui abbiamo investito volontà e risorse, ormai da un decennio.

Come vedrete nelle pagine successive, abbiamo anche quest'anno deciso di strutturare il Bilancio per "capitali" generati, sottolineando quindi il valore aggiunto creato sui nostri territori, da un punto di vista sociale, umano, naturale e commerciale.

Buona lettura

Il Presidente  
Marco Lami

## Introduzione e nota metodologica

Il presente Bilancio di Sostenibilità rendiconta gli impatti e le performance ottenute da Unicoop Tirreno nel corso del 2014, in termini di sostenibilità sociale, ambientale ed economica. La struttura del documento segue una logica di rendicontazione per **capitali**, descrivendo le attività svolte e i risultati ottenuti in termini di valore (capitale) generato nei seguenti ambiti:

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

L'analisi di materialità circa i temi rilevanti, per l'impresa e i portatori di interesse, da dover essere inclusi nel documento è stata condotta dalla Direzione Soci e Comunicazione.

Da un punto di vista operativo, il Bilancio è stato redatto in collaborazione con la Scuola Sant'Anna di Pisa, i cui ricercatori si occupano da anni di gestione della sostenibilità.

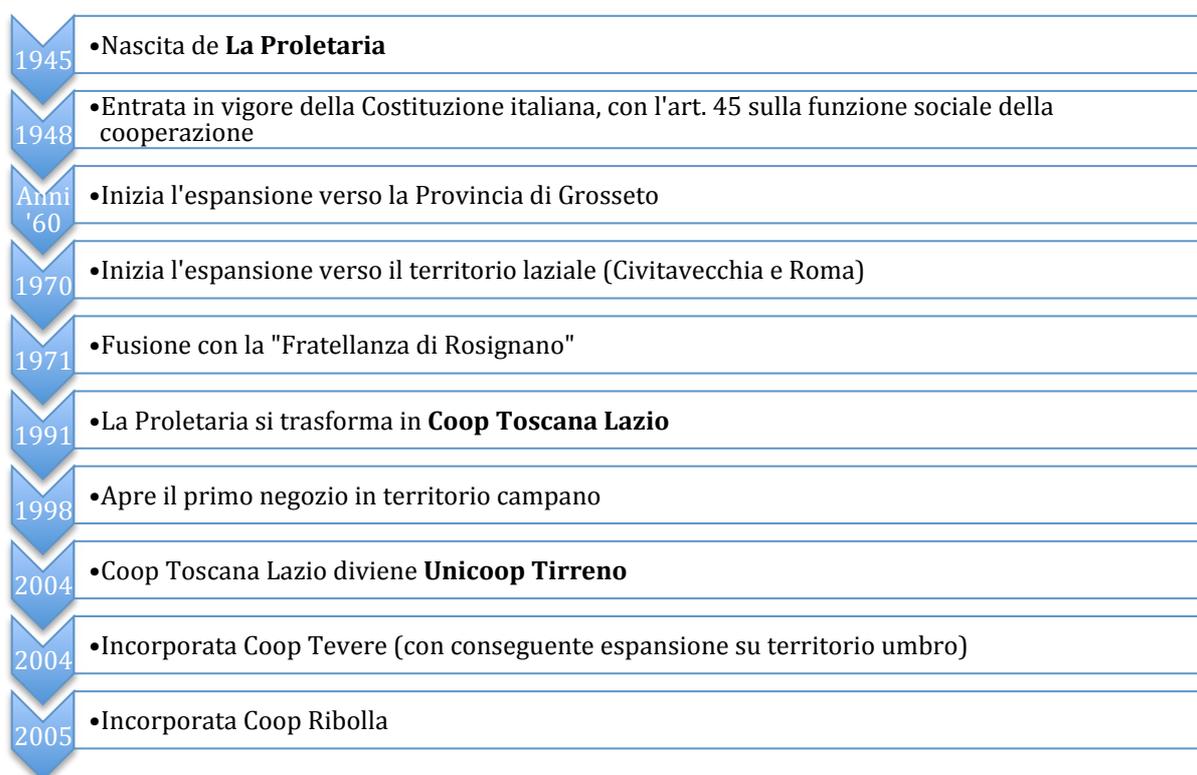
Parametri di Bilancio	
<b>Edizione del Bilancio di Sostenibilità</b>	Decima
<b>Periodo di rendicontazione</b>	1° gennaio - 31 dicembre 2014
<b>Periodicità della rendicontazione</b>	Annuale
<b>Framework di rendicontazione utilizzato</b>	Per capitali: sociale, umano, naturale, economico-finanziario e commerciale
<b>Indicatori core di performance</b>	Misurazione di indicatori di sostenibilità economica, sociale, ambientale, ove possibile con lettura almeno triennale
<b>Perimetro di rendicontazione</b>	Analisi dei dati relativi al Gruppo Unicoop Tirreno, con alcune analisi di dettaglio sulla Capogruppo e sulla controllata Ipercoop Tirreno S.p.A. (come specificato nel testo)
<b>Settore responsabile</b>	Direzione Soci e Comunicazione

## Parte I: profilo d'impresa

### Identità

Unicoop Tirreno nasce ufficialmente il 26 febbraio del 1945 sotto il nome de "**La Proletaria**", a Piombino, come espressione di un importante agire comune dei lavoratori delle acciaierie locali verso un percorso di mutualità e reciproco sostegno nell'acquisto di beni alimentari.

Lo sviluppo della Cooperativa, dal '45 ad oggi, è stato caratterizzato per una forte espansione territoriale, le cui principali tappe sono di seguito evidenziate:



La missione di Unicoop Tirreno è esplicitata nella *Carta dei Valori*, così come nel *Codice di Condotta*, e si riassume nel **migliorare la situazione economica e sociale dei soci**, attraverso il principio di mutualità, così come riconosciuto anche dall'articolo 45 della Costituzione Italiana.

Attraverso i suoi punti vendita, Unicoop Tirreno esprime il suo essere impresa cooperativa, in base a cui la tutela dei soci-consumatori e delle generazioni future ispira l'agire economico-commerciale.

### La Cooperativa in numeri

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA				
	2011	2012	2013	2014
<b>N° Punti vendita</b>	111	110	112	114
<b>Vendite lorde al dettaglio (mln €)</b>	1.221.770	1.196.784	1.188.231	1.099.767

<b>Ammontare Prestito Sociale (€)</b>	1.296.557.517	1.165.427.220	1.164.441.902	1.184.074.010
<b>% Fatturato realizzato con i soci</b>	70,6%	70,8%	72,1%	72,4%
<b>% Vendite promozionali ai soci</b>	-	67,8%	69,4%	71,9%
<b>% Venduto Prodotto a Marchio</b>	23,7%	24,2%	24,2%*	24,2%
<b>N° Fornitori Locali</b>	458	572	489	540
<b>SOSTENIBILITÀ SOCIALE</b>				
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>N° Sezioni Soci</b>	29	29	29	29**
<b>N° soci</b>	895.873	919.875	942.466	965.623
<b>N° soci donne</b>	510.855	524.041	536.267	548.939
<b>N° soci prestatori</b>	132.393	125.035	121.275	123.011
<b>N° dipendenti</b>	5.879	5.393	5.195	5.136
<b>N° dipendenti donne</b>	3.715	3.362	3.224	3.199
<b>SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE</b>				
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Consumi energia elettrica [kWh]</b>	110.456.984	109.618.875	108.765.930	102.552.042
<b>Consumi di metano [m<sup>3</sup>]</b>	751.300	724.457	707.459	359.299***
<b>Consumi idrici [m<sup>3</sup>]</b>	302.198,4	294.943,25	325.553	260.864

\*Il dato relativo al 2013 cambia rispetto a quello fornito nel BSC 2013, per un adeguamento all'anagrafe dei Prodotti a Marchio, nel frattempo aggiornata.

\*\*A cui si aggiunge la sezione numero 17 - Persone Giuridiche.

\*\*\*Il dato si riferisce al primo semestre 2014.

## Proprietà e struttura del Gruppo

### *Le Società Controllate e collegate*

La Cooperativa, per conseguire al meglio i propri scopi sociali, coordina l'attività di alcune società strumentali in qualità di proprietaria dell'intera quota di partecipazione, come di seguito dettagliato.

A queste richiamate si aggiungono alcune società collegate a Unicoop Tirreno:

- IGD Immobiliare Grande Distribuzione (partecipata all'11,6%);
- Campania Distribuzione Moderna S.r.l. (partecipata al 45% da Ipercoop Tirreno);
- Comp. Fin. Imm.re SpA (partecipata al 34%);
- Levante srl (partecipata al 50%);
- Distribuzione Roma (partecipata al 12%)

### *Il Sistema Cooperativo*

Unicoop Tirreno è associata alla **Legga Nazionale delle Cooperative e Mutue - Legacoop**, la cui missione è quella di *sostenere nel modo più dinamico ed efficace il protagonismo economico, sociale e civile delle imprese cooperative.*



Attraverso l'adesione a Legacoop, Unicoop Tirreno fa parte a livello internazionale dell'ICA - **International Co-operative Alliance**, un'associazione non profit costituita nel 1895 che rappresenta attualmente 284 federazioni cooperative in 95 paesi del mondo, e che ha l'obiettivo di promuovere globalmente il modello di impresa sociale cooperativa.

A livello settoriale, da Legacoop si costituisce l'**Associazione Nazionale delle Cooperative di Consumatori ANCC**, organismo di rappresentanza politico-istituzionale e di coordinamento sulle iniziative per la tutela dei consumatori e dell'ambiente, nonché di sostegno alle azioni di solidarietà e inclusione sociale. Unicoop Tirreno è una delle 109, e una tra le 9 grandi, cooperative di consumatori facenti parte di ANCC e del Sistema Coop.

Tra le strutture e organizzazioni di supporto del Sistema Coop elenchiamo di seguito le principali:

<b>Coop Italia</b>	È il consorzio nazionale per gli acquisti e le politiche di <i>marketing</i> , nonché per la definizione delle strategie di produzione e presidio del prodotto a marchio Coop.
<b>Consorzio Nazionale Non Alimentare (CNNA)</b>	Svolge la funzione di centrale logistica nel settore non alimentare
<b>INRES</b>	È l'Istituto Nazionale Consulenza, Progettazione, Ingegneria che progetta le strutture di vendita, ne segue la realizzazione e offre consulenza e assistenza
<b>Scuola Coop</b>	È il consorzio che svolge attività didattiche, di ricerca e innovazione nei rapporti con il personale con l'obiettivo

### **Il 39° Congresso Nazionale di Legacoop**

Il Congresso Nazionale di Legacoop, svoltosi a Roma dal 16 al 18 dicembre, è stato preceduto da un percorso territoriale, attraverso i congressi provinciali e regionali: un'importante occasione di partecipazione delle cooperative associate e dei soci eletti.

In previsione dei congressi territoriali, le Direzioni Regionali di Legacoop hanno proceduto all'approvazione dei "regolamenti congressuali", con l'indicazione, tra le altre cose, del numero dei soci delegati aventi diritto alla partecipazione. Unicoop Tirreno è rappresentata nelle Direzioni Regionali di Legacoop con un numero di membri determinato a seconda di diversi fattori, tra cui: il peso del settore di appartenenza nella data regione, il fatturato ed il numero di soci. In particolare, Unicoop Tirreno è così rappresentata:

- 7 membri nella Direzione Regionale Toscana;
- 11 membri nella Direzione Regionale Lazio;
- 16 membri nella Direzione Regionale Campania;
- 1 membro nella Direzione Regionale Umbria.

Anche il numero dei soci delegati alla partecipazione ai congressi è stato stabilito tenendo conto dei volumi di fatturato in ambito regionale, del numero dei soci, dei contributi associativi versati e di altri parametri indicati dai singoli regolamenti regionali. In totale, 166 delegati di Unicoop Tirreno hanno potuto poi prendere parte ai congressi regionali di Legacoop, secondo questa ripartizione regionale:

- **21 delegati per il congresso Legacoop Toscana**, svoltosi a Firenze il 5 e 6 dicembre 2014;
- **92 delegati per il congresso Legacoop Lazio**, svoltosi a Roma il 4 e 5 dicembre 2014;
- **44 delegati per il congresso Legacoop Campania**, svoltosi a Napoli il 25 novembre 2014;
- **9 delegati per il congresso Legacoop Umbria**, svoltosi a Perugia il 27 e 28 novembre 2014.

I singoli congressi regionali hanno provveduto ad eleggere i delegati per il congresso nazionale, in numero di 12 con riferimento alla rappresentanza di Unicoop Tirreno.

Durante il Congresso Nazionale, oltre all'esigenza di un rapido percorso di razionalizzazione delle strutture territoriali di Legacoop, uno tra i temi principali di cui si è discusso è stato quello della legalità, soprattutto alla luce della vicenda di "mafia capitale". Si è ribadita la assoluta necessità a fare di più, senza omologarsi, come imprese cooperative, ai comportamenti di un mercato non sempre trasparente, ma di distinguersi rispettando i valori ed i principi cooperativi, tra cui proprio la legalità.

Il Congresso Nazionale ha approvato il documento "Cooperazione 2020", così come altri documenti, in cui sono stati indicati gli obiettivi prioritari per il prossimo mandato:

1. la costituzione, entro gennaio 2017, della **Alleanza delle Cooperative italiane (ACI)**, unica associazione di rappresentanza delle cooperative, che nascerà dall'unione di Legacoop, Confcooperative e AGCI;
2. il riposizionamento strategico della cooperazione (imprenditoriale e valoriale) verso

nuovi mercati e nuove categorie sociali;

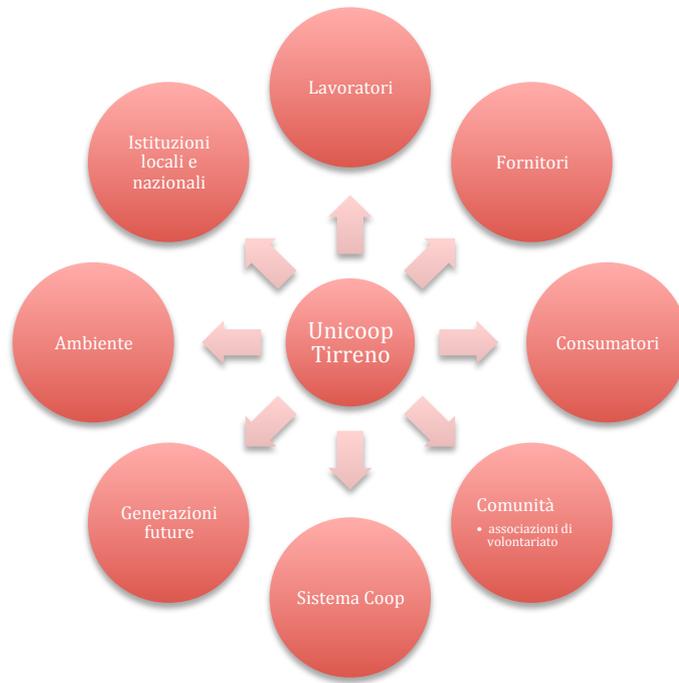
3. il rinnovamento della governance associativa con le cooperative sempre più protagoniste in un quadro di sostenibilità economica, alimentando il principio di rappresentanza di genere e generazione tra gli organi rappresentativi.

### I portatori di interesse

I soggetti che in primis influenzano e sono influenzati dall'attività della Cooperativa sono i soci, principali portatori di interesse di Unicoop Tirreno. Essi sono anzitutto titolari della proprietà dell'impresa, principali destinatari dell'attività commerciale nel rispetto della mutualità prevalente (socio consumatore) e delle offerte finanziarie (socio prestatore), ed infine protagonisti delle iniziative promosse a livello territoriale a beneficio delle comunità locali di riferimento (socio cittadino).



Nella realizzazione della propria missione, la Cooperativa intrattiene inoltre una serie di rapporti con altri portatori di interesse, soggetti locali e nazionali, verso cui ribadisce un costante impegno di ascolto e dialogo.



## Struttura Organizzativa

Il modello organizzativo di Unicoop Tirreno si basa su una *governance* di impresa atta a proteggere e facilitare l'esercizio dei diritti dei proprietari, i soci, in modo equo, garantendone un'effettiva rappresentatività.

### Le Sezioni Soci e il rinnovo dei Comitati Direttivi

Attraverso le Sezioni, i soci partecipano alle attività della Cooperativa controllandone l'operato, promuovono iniziative territoriali a favore delle comunità locali e intrattengono rapporti con i portatori di interesse di riferimento.

I soci di Unicoop Tirreno, estesa su quattro regioni, sono in particolare suddivisi in 30 sezioni soci e 82 comitati soci, così come di seguito riportato:

<b>Numero Sezione Soci</b>	<b>Territorio</b>	<b>Regione di riferimento</b>
1	Avenza - Massa	Toscana
2	Versilia	Toscana
3	Livorno	Toscana
4	Rosignano - Vada	Toscana
5	Cecina - Donoratico	Toscana
6	Venturina - San Vincenzo	Toscana
7	Piombino - Riotorto	Toscana
8	Isola d' Elba	Toscana
9	Follonica - Castiglione della Pescaia	Toscana
10	Colline Metallifere	Toscana
11	Grosseto - Scansano	Toscana
12	Civitavecchia	Lazio e Umbria
13	Viterbo	Lazio e Umbria
14	Roma Largo Agosta	Lazio e Umbria
15	Roma Colli Aniene	Lazio e Umbria
16	Roma Laurentino	Lazio e Umbria
17	Persone giuridiche	-
18	Roma Nord	Lazio e Umbria
19	Casilina	Lazio e Umbria
20	Pontina	Lazio e Umbria
21	Etruria	Lazio e Umbria
22	Irpinia	Campania
23	Napoli area Vesuviana	Campania
24	Castelli Romani	Lazio e Umbria
25	Valnerina	Lazio e Umbria
26	Paglia - Vulsinia	Lazio e Umbria
27	Agro Falisco	Lazio e Umbria
28	Cimini	Lazio e Umbria
29	Est Maremma	Toscana
30	Costa d'Argento	Toscana

Dal 20 al 22 novembre 2014 si sono svolte, presso tutti i negozi della Cooperativa, le elezioni per il rinnovo dei Comitati Direttivi, organismi di raccordo tra i soci e la Cooperativa, che resteranno in carica per tre anni. In particolare, un Comitato Direttivo, che può essere composto da un minimo di 9 a un massimo di 21 soci, volontariamente e senza percepire compensi, elabora i programmi delle attività sociali e ne cura la realizzazione, promuove assemblee a tema, sostiene le iniziative consumeriste della Cooperativa.

I soci votanti nel 2014 sono stati 35.198, di cui 15.955 in Toscana, 15.834 nell'area Lazio e Umbria, 3.409 in Campania.

<b>Risultati elezioni 2014</b>	
<b>Soci autocandidati</b>	831
<b>di cui donne</b>	361
<b>di cui uomini</b>	470
<b>Candidati da Comitati uscenti</b>	249
<b>Soci eletti</b>	<b>434</b>
<b>di cui donne</b>	226
<b>di cui uomini</b>	208
<b>Numero soci eletti per la prima volta</b>	249
<b>Età media dei soci eletti</b>	58 anni

I nuovi Comitati Direttivi delle Sezioni soci si sono insediati tra dicembre e gennaio 2015, procedendo alla nomina, al loro interno, del Presidente, del Vice Presidente e del Tesoriere.

### Le attività istituzionali

La Cooperativa si basa su principi di democrazia e partecipazione dei soci nella gestione e monitoraggio dell'impresa stessa. Ciò avviene attraverso una serie di organi statutari, tra cui:

<b>Organo</b>	<b>Temî discusso nel corso del 2014</b>
<b>Assemblea Autonome</b>	Il bilancio preventivo, le azioni della Cooperativa in difesa di soci e consumatori e la programmazione delle attività sociali.
<b>Assemblea Separate</b>	Si sono tenute in forma ordinaria, hanno discusso e approvato il bilancio chiuso al 31 dicembre 2013, approvato deliberazioni relative alle elezioni dei nuovi Comitati Direttivi delle Sezioni soci.
<b>Consulta delle Presidenze</b>	Piano di attività sociali 2014, bilancio preventivo e consuntivo, scelte politico-strategiche della Cooperativa, politiche commerciali, decisioni prese dal C.d.A. in merito alle modifiche statutarie e dei Regolamenti,

	rinnovi dei Comitati Direttivi delle Sezioni soci e progetti di Solidarietà.
<b>Consulte d'Area</b>	Proposte di modifiche allo Statuto e Regolamenti Sezioni soci e Cariche Sociali.
<b>Commissione Valori e Regole</b>	Durante il rinnovo dei Comitato Direttivi, a seguito della presa d'atto di un'irregolarità nella procedura elettiva del nuovo Comitato Direttivo della Sezione soci Agro Falisco, dovuta ad una riscontrata incompatibilità di uno dei membri della Commissione Elettorale, la Commissione ha ritenuto opportuno invalidare tutta la procedura, con l'annullamento delle elezioni per quella Sezione soci e alla ripetizione delle stesse nel mese di febbraio 2015.

I soci partecipanti alle Assemblee sono riportati, con riferimento all'ultimo triennio, nella tabella sottostante:

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Assemblee Autonome</b>	6.408	6.677	10.065
<b>Assemblee Separate</b>	9.948	9.508	6.886

## Il Consiglio di Amministrazione

Come da Statuto, il Consiglio di Amministrazione (CdA) viene eletto dall'Assemblea Generale dei Soci ed è titolare esclusivo della gestione dell'impresa e del compimento delle operazioni necessarie all'attuazione dell'oggetto sociale.

Il CdA è composto da 45 membri, tra cui, da Regolamento Cariche Sociali, l'80% proveniente dalle Sezioni Soci e il restante 20% da autocandidature.

Nel 2014 la composizione dell'organo ha visto una presenza di 20 donne e 25 uomini.

Il CdA ha confermato alla propria **Presidenza Marco Lami** per il periodo 2012-2015.

Nel corso del 2014 il CdA si è riunito 13 volte.

CONSIGLIERI DI AMMINISTRAZIONE AL 31-12-2014	
Consigliere	Sezione soci di riferimento
<b>Aufiero Gaetana</b>	autocandidata
<b>Barreca Francesco</b>	Roma Largo Agosta
<b>Barsotti Rinaldo</b>	Piombino - Riotorto
<b>Bernardini Claudio</b>	autocandidato
<b>Branchetti Franco</b>	Livorno
<b>Burgalassi Lia</b>	Cecina - Donoratico
<b>Burroni Bruno</b>	Versilia
<b>Campani Maurilio</b>	Piombino - Riotorto
<b>Capaldo Giuseppe</b>	Area Vesuviana

<b>Capponi Maurizio</b>	Cimini
<b>Ceraolo Alessia</b>	Costa d'Argento
<b>Collarile Marina</b>	Roma Laurentino
<b>D'aguanno Giuseppe</b>	autocandidato
<b>Duè Luciano</b>	Venturina - San Vincenzo
<b>Frattoillo Luigi</b>	Casilina
<b>Frosolini Marco</b>	Grosseto - Scansano
<b>Galante Silvia</b>	Castelli Romani
<b>Gallo Elena</b>	Viterbo
<b>Giannetti Stefania</b>	Civitavecchia
<b>Gravina Francesco</b>	Pontina
<b>Levantino Daniela</b>	autocandidata
<b>Loiaco Severino</b>	Irpinia
<b>Lupoli Alba</b>	Area Vesuviana
<b>Mauri Paola</b>	Est Maremma
<b>Micheloni Paola</b>	Avenza - Massa
<b>Molino Romualdo</b>	Area Vesuviana
<b>Monni Germana</b>	Paglia Vulsinia
<b>Muti Jessika</b>	Elba
<b>Niccolaini Alberto</b>	Colline Metallifere
<b>Paganelli Elvira</b>	Roma Largo Agosta
<b>Palombo Giancarlo</b>	Roma Nord
<b>Paone Antonio</b>	Etruria
<b>Pedani Cristina</b>	Livorno
<b>Perini Simone</b>	Livorno
<b>Pini Luigi</b>	autocandidato
<b>Radi Simonetta</b>	Follonica - Castiglione della Pescaia
<b>Rallini Giorgio</b>	Valnerina
<b>Sciarrini Gianna</b>	Agro Falisco
<b>Setti Franco</b>	Rosignano - Vada
<b>Tabani Giuseppe</b>	autocandidato
<b>Ticciati Sara*</b>	autocandidata
<b>Tocca Anna Maria</b>	Roma Colli Aniene
<b>Trasatti Luciana</b>	Pontina
<b>Veglianti Stefano</b>	Roma Largo Agosta

\* Consigliere nominata il 24 febbraio 2014, dopo l'uscita dal CdA di Sergio Costalli.

### La struttura gestionale

Con il preciso obiettivo di dare attuazione alle nuove politiche strategico-operative centrate sui territori, nel corso del 2014 sono state apportate alcune modifiche alla struttura di governo della Cooperativa. La gestione aziendale si conferma basata su tre unità principali - Presidenza; Direzione Centrale Attività Caratteristica; Direzione Centrale Finanza, Patrimonio e Bilancio - sotto cui vengono suddivise responsabilità gestionali ed operative, come di seguito rappresentato.

I Direttori, come da Statuto, vengono nominati dal Consiglio di Amministrazione, diretta espressione della proprietà della Cooperativa.





### Il Modello Organizzativo 231

Il Decreto Legislativo 231/2001 sulla "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica" riguarda il regime di responsabilità amministrativa a carico delle aziende per alcuni tipi di reato commessi nell'interesse o a vantaggio dell'ente da parte di loro amministratori e dipendenti.

Con l'adozione del Modello di organizzazione gestione e controllo ex D.Lgs. 231/01, Unicoop Tirreno, con le società controllate, ha introdotto regole e procedure di controllo idonee alla prevenzione di comportamenti potenzialmente a rischio, tradotte in uno specifico Codice di Condotta e in appositi Protocolli Generali e Procedure Direzionali.

È stato altresì istituito un Organismo di Vigilanza (OdV), deputato al controllo circa il funzionamento, l'efficacia e l'osservanza del modello organizzativo, che nel corso del 2014 si è riunito 8 volte.

ATTIVITÀ ORGANISMO DI VIGILANZA - 2014	
<b>Attività di Verifica per l'aggiornamento del Modello*</b>	1. Vigilanza sull'aggiornamento e sull'osservanza del modello e materiali per il funzionamento dell' OdV: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Attività di Risk Assessment 231;</li> <li>✓ Aggiornamento e produzione di nuova documentazione istituzionale dell'OdV;</li> <li>✓ Monitoraggio aggiornamento procedure Settore Sviluppo e Settore Selezione del Personale;</li> <li>✓ Verifica attuazione Procedura Carte di Credito, Procedura</li> </ul>

	<p>Erogazione Contributi, Procedura Reintegro Fondi Cassa in gestione ai Tesorieri delle Sezioni soci;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Attività di censimento (prosecuzione) delle procedure emesse a livello aziendale su processi sensibili 231;</li> <li>✓ Costruzione e avvio con parziale implementazione di un programma gestionale di controllo relativo a impegni assunti da funzioni intervistate/auditate da OdV.</li> </ul> <p>2. Attività di vigilanza (audit):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Completamento Audit Promoter;</li> <li>✓ Approfondimento Mappatura appalti e focus di approfondimento su un campione di appalti preventivamente selezionati; focus mirato su un fornitore "critico";</li> <li>✓ Focus Settore Commerciale (in fase di completamento)</li> <li>✓ Rivisitazione metodologia di verifica per rimborsi spese;</li> <li>✓ Area manutenzioni;</li> <li>✓ Procedura Carte di Credito (in fase di completamento);</li> <li>✓ Procedura Erogazione Contributi (in fase di completamento);</li> <li>✓ Bando di gara Europeo Grosseto (in fase di completamento);</li> <li>✓ Selezione personale;</li> <li>✓ Mappatura Consulenze (fase di raccolta dati).</li> </ul> <p>3. Produzione di reportistica relativa alla tenuta organizzativa aziendale (verifica documentale):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Report Sopralluoghi;</li> <li>✓ Report DIA Sanitarie;</li> <li>✓ Report Responsabilità da Piano di Autocontrollo</li> <li>✓ Report DPI.</li> </ul>
<b>Attività Formativa e Informativa</b>	Attività di razionalizzazione dell'informazione mediante "pillole formative" già erogate nel corso degli anni da parte dell' OdV alle varie funzioni aziendali potenzialmente a rischio 231, con aggiornamenti su ogni uscita normativa.
<b>Relazioni, Strumenti, Linee di Reporting</b>	<p>Per meglio rispondere all'esigenza di dotarsi di un'informazione funzionale all'adeguato monitoraggio dei processi ritenuti maggiormente sensibili, l'OdV ha strutturato e realizzato un "Regolamento flussi informativi OdV 231/01" che contiene una serie di indicatori ed altre informazioni che devono essere implementate in modo formalizzato (tempi, modalità e contenuti) da parte delle funzioni interessate. Tale Regolamento, una volta approvato, andrà così a costituire l'elemento base per una standardizzazione delle attività di monitoraggio dell' OdV.</p> <p>È inoltre proseguita una serie di incontri con le funzioni aziendali più direttamente interessate alle aree a rischio di reato presupposto ex D. Lgs. 231/01.</p>

--	--

\* Dalle attività di verifica condotte nel corso del 2014 non sono comunque stati rinvenuti fatti e/o atti da cui poter evincere l'eventualità di possibili reati presupposto 231.

## Parte II: i Capitali Cooperativi

### Il capitale sociale

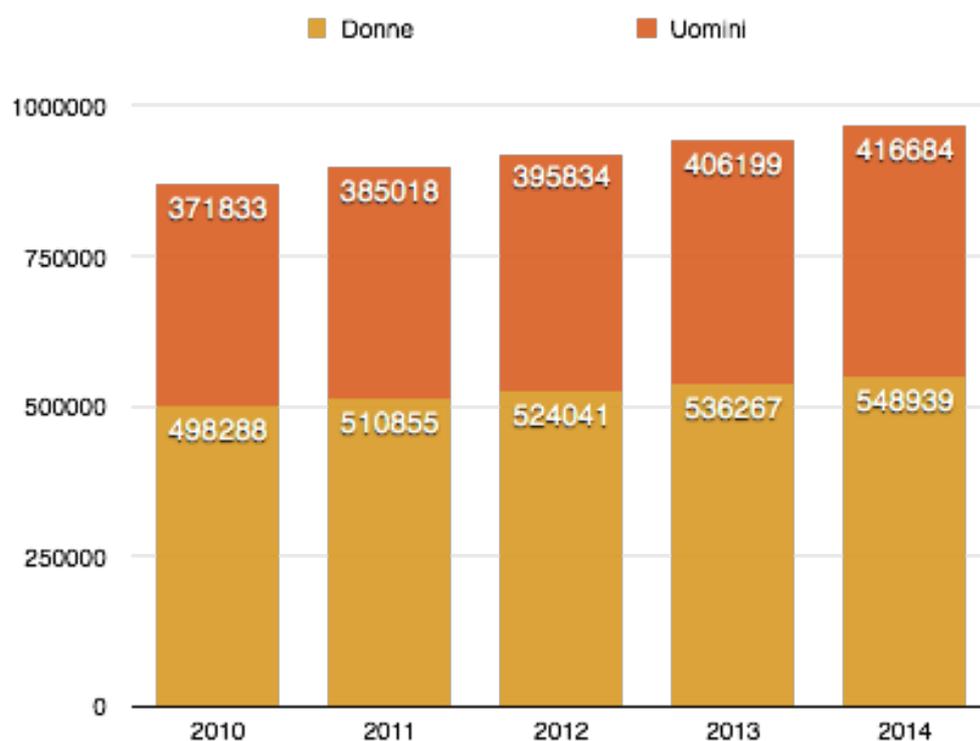
Il capitale sociale riveste un ruolo primario per Unicoop Tirreno, data la natura stessa dell'impresa cooperativa, e consiste nel valore derivante dalla comunità dei soci, dalle attività promosse sui territori, dalle reti sociali sviluppate con gli attori chiave delle comunità locali.

Dopo una panoramica sulla composizione del corpo sociale, il capitolo si svilupperà andando ad approfondire:

- ✓ la mutualità prevalente generata dalle vendite ai soci, primi destinatari dell'attività cooperativa;
- ✓ il prestito sociale e la tutela del risparmio;
- ✓ le iniziative sociali.

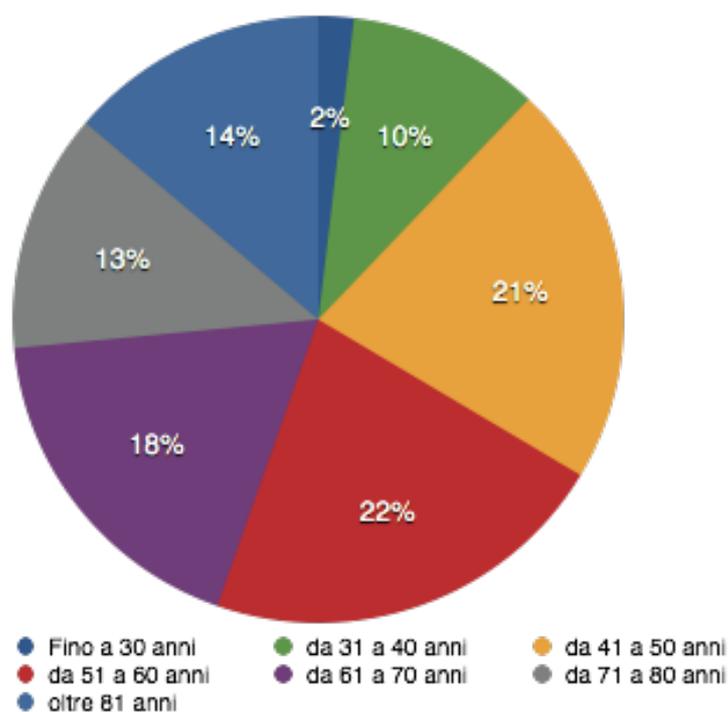
### Il corpo sociale

Il corpo sociale di Unicoop Tirreno è composto, nel 2014, da 965.623 soci, di cui il 57% donne.



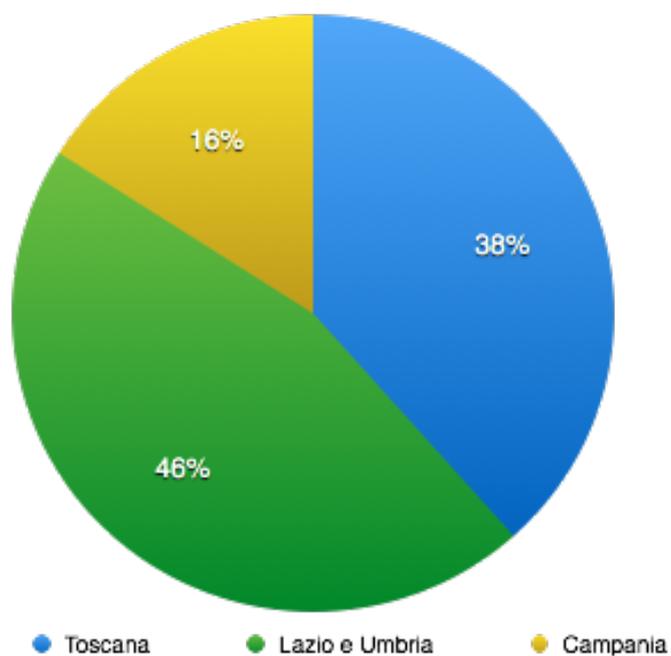
A seguire una rappresentazione grafica della distribuzione per fasce di età della base sociale.

Età Soci 2014



Con riferimento ai territori, la Toscana conta 370.809 soci, di cui 221.682 donne; Lazio e Umbria 440.543 soci, di cui 257.022 donne; e la Campania 154.261 soci, di cui 70.225 donne.

Composizione Base Sociale per territori 2014

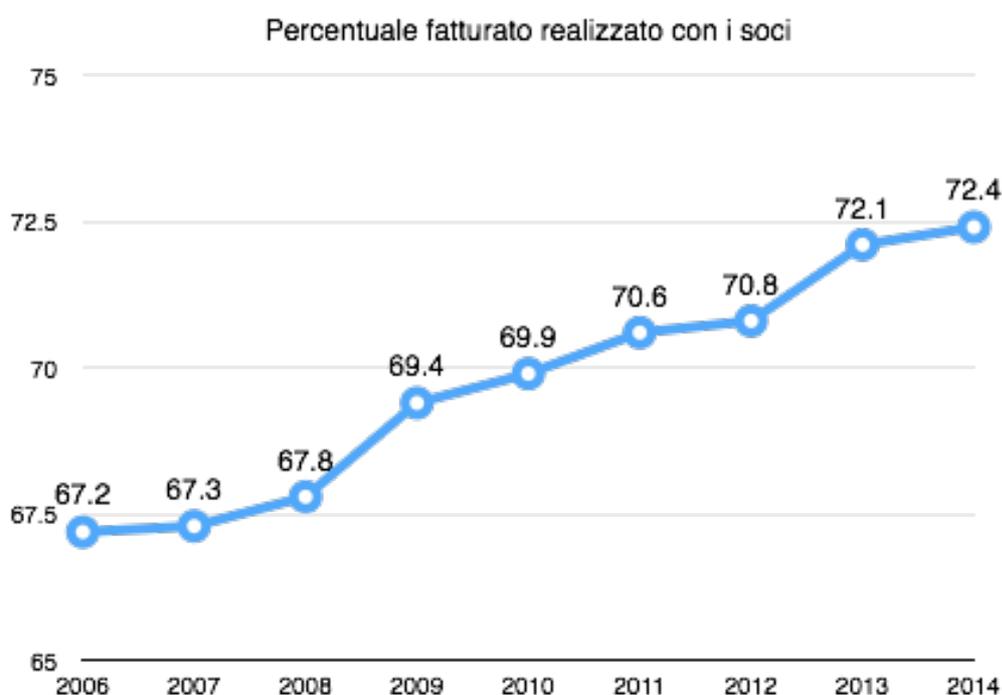


### La mutualità prevalente

Unicoop Tirreno è una cooperativa a mutualità prevalente, per cui le sue attività commerciali devono essere prevalentemente in favore dei soci consumatori.

Per il 2014, il cui dettaglio territoriale è riportato in tabella, si conferma un trend di crescita della percentuale di fatturato realizzato con i soci. Su un totale venduto di € 1.128.489.144 (dato gestionale, incluse le vendite di Campania Distribuzione Moderna), € 817.579.253 derivano infatti da vendite ai soci (72,4%).

	Toscana	Lazio e Umbria	Campania	
			Campania Distribuzione Moderna	Ipercoop Tirreno
<b>Venduto ai soci</b>	397.442.768	342.913.874	16.019.279	61.203.333
<b>% sul totale venduto</b>	74,1%	72,5%	66,7%	64,3%



Considerando poi le vendite promozionali riservate ai soci, si registra un aumento in valore percentuale nel 2014 rispetto al biennio precedente, come da tabella:

	Vendite promozionali	di cui a soci	% vendite promozionali ai soci
2012	€ 294.253.018	€ 199.461.050	67,8%
2013	€ 310.906.609	€ 215.889.186	69,4%
2014	€ 294.955.539	€ 212.171.608	71,9%

## Il prestito sociale e la tutela del risparmio

Con 110 sportelli attivi presso i punti vendita del territorio, più uno alla Sede di Vignale, Unicoop Tirreno assicura ai propri soci l'erogazione del servizio di prestito sociale, in linea con l'articolo 3 lettera C dello Statuto: tra gli scopi della Cooperativa è infatti previsto lo *stimolo allo spirito di previdenza e di risparmio dei soci*. Il socio, aderendo al Prestito Sociale, a fronte di un vantaggio economico, sostiene così lo sviluppo della Cooperativa, che investe le somme prestate nel pieno rispetto del Regolamento e utilizzando criteri di massima prudenza.

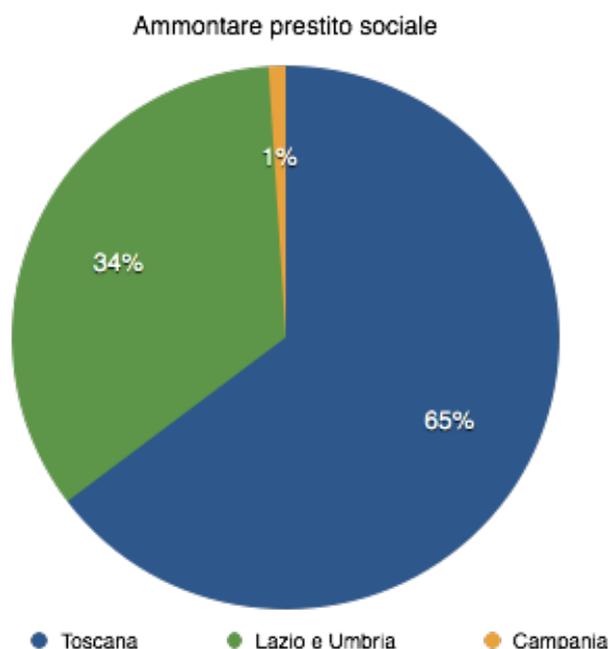
Nel corso del 2014 sono state apportate due rilevanti modifiche al regolamento del prestito sociale, allo scopo di migliorare il servizio reso:

- ✓ dal 1° luglio è stato eliminato il periodo minimo di tre mesi che era previsto dalla data di ammissione a socio per l'apertura di un libretto;
- ✓ è stata poi eliminata la procedura dei libretti chiusi per statuto; al 31/12/2014 non sono quindi stati chiusi i libretti di prestito sociale senza movimento per un intero anno e con saldi non superiori a 50,00 euro.

Nel 2014 il numero dei soci prestatori si attesta a 123.011, con un saldo di crescita nell'anno di 1.750 unità, così ripartiti tra i territori:

	<b>Toscana</b>	<b>Lazio e Umbria</b>	<b>Campania</b>
<b>2012</b>	82.198	41.067	1.770
<b>2013</b>	79.237	40.421	1.617
<b>2014</b>	79.879	41.400	1.732

L'ammontare del prestito sociale per il 2014 risulta essere di 1.184.074.010€, in lieve crescita rispetto al biennio precedente.



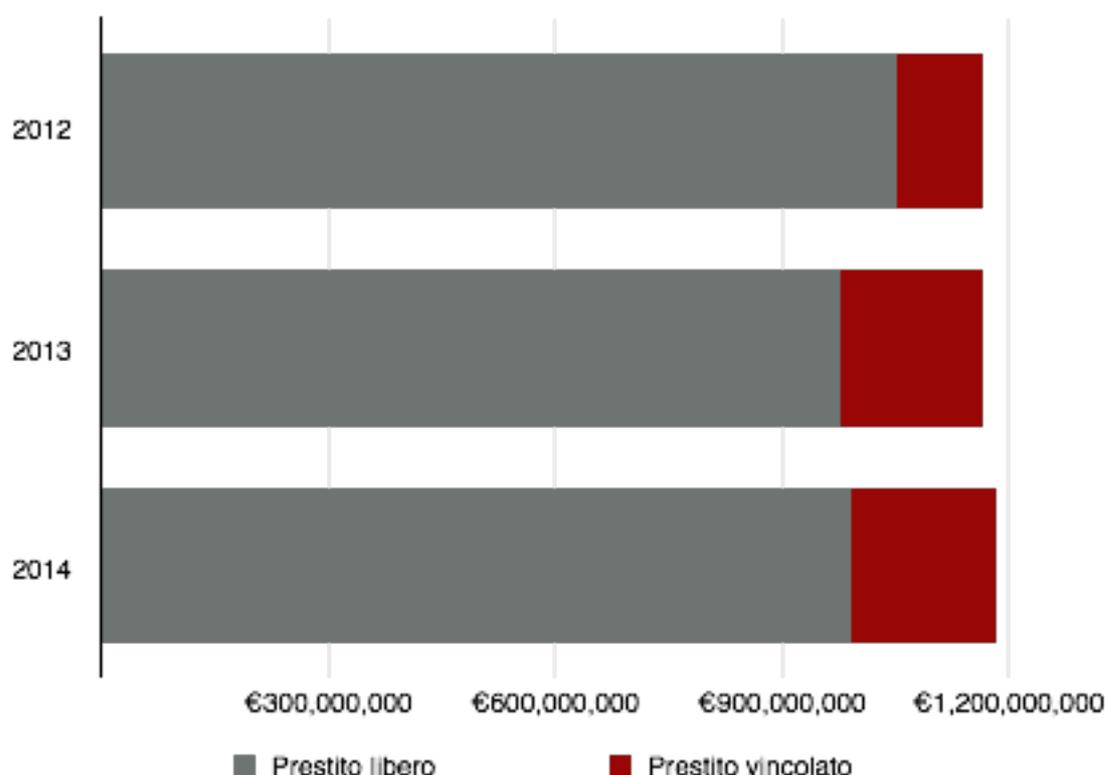
Il valore totale degli interessi lordi distribuiti ai soci attraverso il prestito sociale è stato per il 2014 di euro 15.110.917, in aumento del 7% rispetto al 2013.

In crescita anche la remunerazione media del prestito, che per il 2014 risulta essere di 1,52% (a fronte dell'1,44% dell'anno precedente).

A maggio 2014 è iniziato il collocamento del Prestito Vincolato con durata 24 mesi e tassi del 2,60% per il primo anno e del 2,60% per il secondo anno, che si è concluso nel mese di ottobre, con un incremento pari a 5 milioni e 831 mila euro rispetto al 2013.

	<b>Prestito libero</b>	<b>Prestito vincolato</b>
<b>2012</b>	1.052.468.220	112.959.000
<b>2013</b>	977.411.902	187.030.000
<b>2014</b>	991.213.011	192.861.000

Rapporto tra prestito libero e vincolato 2012-2014



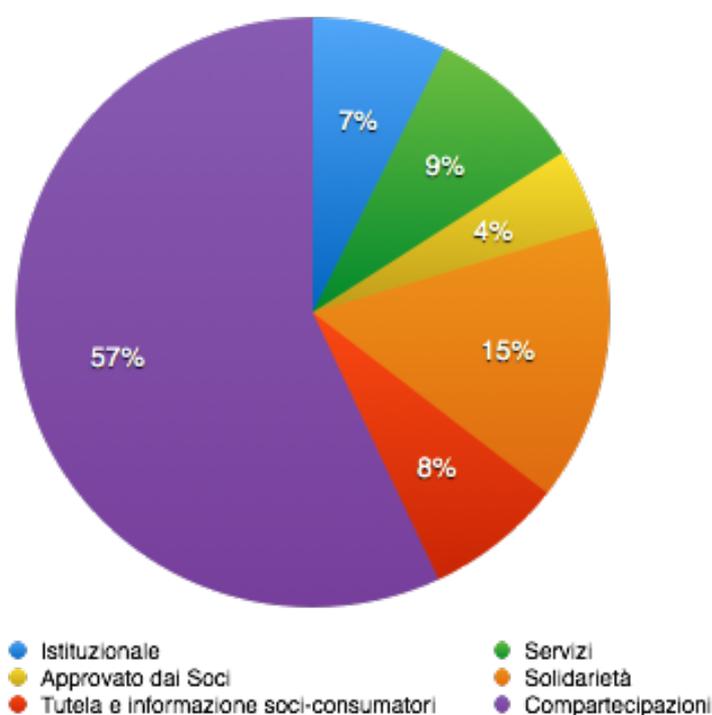
Dal 1° gennaio 2014 è stata attivata inoltre la promozione Tasso Più che ha premiato, con un tasso aggiuntivo al tasso d'interesse ordinario, l'incremento di giacenza media dei rapporti di Prestito Sociale nel periodo 1° gennaio – 30 settembre 2014 rispetto al periodo 1° luglio – 31 dicembre 2013.

Per quanto riguarda infine i servizi finanziari aggiuntivi, offerti ormai in 20 punti vendita dalla Società So.Ge.Fin. S.r.l., nel 2014 si registra una positiva crescita dell'attività: sono state sottoscritte 500 polizze d'investimento per un totale di circa € 12.700.000,00; sono stati erogati 15 mutui per un totale di € 1.200.000,00 e 130 prestiti per un totale di € 1.000.000,00. Sono inoltre stati aperti 70 conti corrente ed è iniziata l'attività di collocamento delle polizze auto.

### Le iniziative promosse

La Cooperativa esplica la propria missione aziendale anche attraverso una serie di iniziative promosse nei territori di riferimento, sia direttamente gestite dalla sede centrale, che attraverso le Sezioni Soci. Nel corso del 2014 sono state promosse 969 iniziative, ripartite in diverse tipologie di attività, come da grafico sottostante:

Iniziative 2014 per tipologia



Da un punto di vista territoriale, viene di seguito proposta una ripartizione delle iniziative e attività promosse:

	Toscana	Lazio e Umbria	Campania	Totale
<b>Partecipazione</b>	223	224	31	478
<b>Raccolta Fondi</b>	21	6	10	37
<b>Informazione</b>	51	55	12	118
<b>Formazione</b>	2	3	1	6
<b>Altro</b>	-	-	-	330
<b>Totale</b>	297	288	54	969

Oltre alle iniziative direttamente gestite, siano esse promosse dalle singole Sezioni Soci o a livello centrale, Unicoop Tirreno svolge da sempre anche un ruolo di partner in progetti territoriali per mezzo di sponsorizzazioni e liberalità emesse, sia attraverso la Direzione Soci e Comunicazione che la Presidenza della Cooperativa.

Liberalità e sponsorizzazioni emesse	
<b>2013</b>	€ 277.801
<b>2014</b>	€ 279.314

Di seguito vengono brevemente descritte alcune iniziative promosse nel corso del 2014.

### Lo Sportello del Consumatore

A dicembre 2014 sono stati inaugurati nei negozi Super di via Settembrini e Iper di Porta a Terra, a Livorno, due **Sportelli del Consumatore**, in collaborazione con Movimento Consumatori Toscana. L'iniziativa, che ha lo scopo di promuovere la cultura del consumo responsabile e la tutela dei diritti del consumatore, mette a disposizione dei soci una consulenza legale per questioni relative, ad esempio, a servizi, assicurazioni, banche, energia, telefonia, trasporti e turismo. Il servizio verrà presto esteso ad altri territori.

### **La Giornata della Memoria e dell'Impegno in ricordo delle vittime delle mafie**

Un'importante collaborazione di Unicoop Tirreno è quella con l'associazione **Libera**, che parte dalla vendita di prodotti di alta qualità a marchio Libera Terra, provenienti dalle cooperative che lavorano terre liberate dalle mafie. Nel corso del 2014, il venduto sui prodotti Libera Terra ammonta a € 597.928, in deciso aumento rispetto al 2013.



La collaborazione tra Unicoop Tirreno e Libera si è concretizzata nel 2014 anche attraverso la partecipazione alla **XIX Giornata della Memoria e dell'Impegno in ricordo delle vittime delle mafie**, organizzata per il 22 marzo a Latina. Di seguito un elenco delle principali iniziative promosse per tale occasione:

- a partire dal 13 marzo in tutti gli ipermercati (e dal 20 marzo in tutti i negozi) del Lazio, i prodotti a marchio Libera Terra sono stati promossi con uno sconto del 10% e parte del ricavato delle vendite è stata destinata al sostegno della Giornata della Memoria e dell'Impegno;
- tra il 27 febbraio ed il 20 marzo sono state promosse, tramite le Sezioni Soci, iniziative a sostegno dell'iniziativa e che prendono il nome di 100 passi verso la Giornata della Memoria e dell'Impegno. In particolare, presso i punti vendita di Terracina, Aprilia, Cisterna di Latina e Velletri sono stati organizzati incontri-aperitivi di degustazione alla presenza dei fornitori della Cooperativa, 26 locali e 4 nazionali, che operano nel territorio di Latina;
- l'apertura del nuovo negozio di Formia, avvenuta il 20 marzo, è stata dedicata al tema della lotta contro le mafie, con un rinfresco con i prodotti delle cooperative legate a Libera.

### **L'Educazione al Consumo Consapevole rivolto a soci e consumatori**

Anche per il 2014 è stato inserito nella programmazione dei Comitati Soci il progetto di **Educazione al Consumo Consapevole rivolto a soci e consumatori**, con incontri

informativi sugli stili di vita, la sostenibilità ambientale, il cibo e il territorio, con una partecipazione di circa duemila persone.

Sono inoltre stati organizzati, in Toscana e nel Lazio, incontri "animati" per la valorizzazione dei prodotti locali, alla presenza di fornitori, blogger, enogastronomi ; in Campania si è invece avviato un percorso di co-progettazione di attività tra settore soci e settore commerciale che ha portato alla realizzazione di micro-eventi in occasione della campagna "Campania in tavola".

### **I Focus Group sui nuovi territori**

La Direzione Soci e Comunicazione, in collaborazione con la Direzione Tecnica, organizza dei **Focus Group** mirati alla conoscenza di territori di nuovo insediamento, attraverso un'attività di diretto coinvolgimento di cittadini e soci. Nel mese di ottobre 2014 si è svolto un incontro a Barga, con lo scopo di raccogliere informazioni necessarie per approfondire la conoscenza del territorio, nonché per supportare eventuali interventi commerciali mirati ed in linea con le tradizioni e abitudini locali. Hanno preso parte al focus group 11 residenti a Barga. Ad un'analisi del contesto socio-economico è seguito un approfondimento sulle abitudini culinarie della zona, così come sulle feste e manifestazioni gastronomiche promosse. Si è infine cercato di capire che cosa la comunità locale si aspettasse dall'apertura del nuovo punto vendita.

### ***La solidarietà***

La Cooperativa è basata sui principi dell'aiuto reciproco e della solidarietà, e con questo spirito promuove importanti iniziative a favore delle comunità e delle associazioni locali nei territori di riferimento.

### **Buon Fine**

È il caso del progetto **Buon Fine**, basato normativamente sulla Legge 155/2003, detta del Buon Samaritano, che ha come scopo principale il non spreco di merci invendibili per motivi commerciali (ma perfettamente commestibili) e la soddisfazione delle richieste di sostegno da parte di chi opera nel territorio, a favore delle fasce più deboli della popolazione. Il costante impegno delle associazioni locali, con cui Unicoop Tirreno è fortemente impegnata a fare rete, stimola la buona riuscita di un progetto importante anche dal punto di vista ambientale, per una decisa riduzione degli sprechi (quindi rifiuti).

Il Buon Fine è un progetto che prevede un importante lavoro di rete tra attori territoriali, così come di seguito specificato:



Nel corso del 2014 sono state donate merci da 89 punti vendita, per un valore totale di € 2.759.861.

La Cooperativa ha stimato un costo risparmiato di produzione rifiuti che ammonta a € 281.059.

### Pane quotidiano

Anche nel corso del 2014 è stata poi organizzata la raccolta alimentare **Pane Quotidiano**, un'iniziativa promossa il 16 maggio dalle Sezioni Soci in collaborazione con le varie associazioni territoriali (ne sono state coinvolte circa 100). I negozi interessati sono stati 75 per oltre 55 tonnellate di prodotti raccolti tra generi alimentari confezionati e articoli per l'infanzia.



Sempre di solidarietà si tratta con il servizio **Ausilio**, attivo nel 2014 in 11 punti vendita, che permette, grazie a 218 volontari, di consegnare gratuitamente la spesa a domicilio

alle persone in difficoltà. Nel corso del 2014 sono stati 257 gli utenti che hanno usufruito del servizio, per un totale di 7.201 spese consegnate.

### **Basta un gesto**

Oltre ai progetti per la solidarietà locale, Unicoop Tirreno è da tempo impegnata in numerose iniziative di sostegno a progetti nazionali e internazionali. Sotto il marchio **Basta un gesto** vengono comprese le attività principalmente di tre progetti che i soci possono sostenere attraverso la donazione dei punti accumulati con la spesa:

1. **CoopxTogoxVanda** è il progetto portato avanti in Togo insieme al Movimento Shalom, che punta a promuovere lo sviluppo economico locale mediante il modello cooperativo. Il progetto, completato nel 2014, ha previsto la realizzazione di un centro di formazione scuola e lavoro.
2. **Cuore di Coop**, in collaborazione con la Fondazione AVSI, sostiene a distanza bambini in difficoltà che vivono in diverse aree geografiche, offrendo loro istruzione e cure mediche
3. Con **Progetto Migranti** Unicoop Tirreno sostiene l'attività di Emergency nel poliambulatorio di Palermo, che presta gratuitamente assistenza sanitaria di base e specialistica alla popolazione immigrata, con o senza permesso di soggiorno, e alle persone residenti in stato di bisogno.

In occasione della settima Consulta delle Presidenze, lo scorso 30 settembre, sono stati invitati a partecipare i rappresentanti delle tre Associazioni sopramenzionate (Movimento Shalom, Fondazione AVSI e Emergency), per la "consegna" delle cifre raccolte in un anno da destinare ai relativi progetti di solidarietà, ed in particolare:

- Movimento Shalom => € 40.000;
- AVSI => € 65.520;
- Emergency => € 20.000.



## *La promozione di una cultura delle Pari Opportunità*

Con l'idea di porre al centro la persona, contribuendo allo sviluppo anche culturale delle comunità locali di riferimento, Unicoop Tirreno è da anni impegnata in una attività di promozione dei principi di Pari Opportunità, attraverso iniziative sviluppate ad hoc.

In particolare, in occasione del mese di novembre 2014, mese in cui si celebra la **Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le Donne**, Unicoop Tirreno ha promosso importanti attività di sensibilizzazione e contrasto alla violenza di genere, con un diretto coinvolgimento dello sguardo maschile sul fenomeno della violenza sulle donne e con il preciso scopo di fare rete e divulgare per rompere il muro del silenzio attorno al tema della violenza. Le due iniziative principali sono state:

- ✓ la pubblicazione del nuovo opuscolo **Questo ci riguarda - Guida rapida per gli uomini che vogliono riflettere sulla violenza**, alla cui presentazione era presente la Vice Presidente del Senato Valeria Fedeli. La divulgazione ragionata della Guida è stata quindi affidata ai Comitati Soci Coop e l'opuscolo è stato poi distribuito nei punti vendita della Cooperativa.
- ✓ **"Ti amo troppo... No al silenzio! Basta violenza sulle donne"** mostra di vignette con 99 tavole autografe di Furio Sandrini (alias Corvo Rosso), svoltasi presso la Galleria Commerciale di EurRoma2 dal 30 ottobre al 30 novembre 2014, con il patrocinio della Regione Lazio.



In sinergia con la presenza della mostra sono stati organizzati altri appuntamenti specifici di approfondimento, tra cui: flashmob di Befree (**La violenza domestica è ora di stenderla**), incursioni teatrali (**Storie di donne morte ammazzate**), presidi informativi a cura degli operatori CAM (**Centro di Ascolto Uomini Maltrattanti**), momenti di riflessione presso il caffè letterario (con presentazioni di libri e video).

## *I rapporti con il mondo della Scuola*

Nello Statuto della Cooperativa viene esplicitamente richiamata l'importante relazione che Unicoop Tirreno può stabilire col mondo della Scuola, alla quale assicurare il suo contributo per migliorarne le condizioni materiali, morali e culturali.

La principale attività con cui questa missione viene esplicitata è l'Educazione al Consumo Consapevole, che nell'anno scolastico 2013 - 2014 si è caratterizzata per una

innovazione dell'offerta educativa, attraverso nuovi modelli di attività che hanno garantito un alto livello di qualità e sostenibilità economica, tra cui:

- *Il Cartastorie, storie illustrate per giovani consumatori consapevoli*, con un totale di 208 classi coinvolte;
- *Kitchen: cibi e prodotti in viaggio*, con 225 classi coinvolte.

È stato altresì mantenuto il presidio territoriale, con un incremento del numero di classi coinvolte (anche secondarie di secondo grado) e un aumento degli incontri dedicati a docenti e genitori (17 gruppi con circa 250 partecipanti). Complessivamente, il numero di studenti coinvolti ammonta a 29.186, affiancati da 1.801 docenti su un totale di 90 comuni interessati.

L'iniziativa "**alternanza scuola-lavoro**" ha visto una partecipazione di 7 classi di scuola superiore che hanno fatto visita alla sede della Cooperativa. A tal proposito, Unicoop Tirreno ha inoltre partecipato al tavolo provinciale delle imprese sul tema, organizzato dalla Provincia di Livorno.

È stato inoltre proposto il concorso "**Vu jà dé - Sicuro di conoscerli già?**", in cui 50 classi tra Roma e Livorno hanno partecipato alla realizzazione di un restyling delle copertine dei grandi classici della letteratura.

Sono state poi avviate delle **collaborazioni con poli scientifici e museali d'eccellenza** per l'allestimento di laboratori a contenuto e progettazione Coop, ed in particolare a Roma con Explora - Il museo dei bambini - e a Napoli con la Città della Scienza.

A settembre 2014, Unicoop Tirreno ha infine deciso di lanciare una **raccolta di materiale scolastico** a sostegno delle 60 scuole primarie che hanno aderito al progetto. Di comune accordo con la Direzione Commerciale, sono stati individuati 25 punti vendita in cui dei prodotti selezionati sono stati evidenziati a scaffale. I soci e consumatori hanno potuto acquistare, a prezzi agevolati, tali prodotti, per poi lasciarli in apposite scatole posizionate fuori dall'area vendita, scegliendo tra l'altro direttamente le scuole del territorio a cui donare i prodotti di sostegno.

Complessivamente sono stati donati 345 scatoloni, ognuno contenente fornitura di carta e cancelleria varia.



## Il capitale umano

A settembre 2014 la Direzione del Personale è stata al centro di alcuni cambiamenti organizzativi, passando funzionalmente dalla Direzione Attività Caratteristica alla Presidenza, e venendo affidata ad un nuovo Direttore: **Claudia Rossi**.

Alcune delle priorità individuate in questo cambiamento sono state concretizzate in specifiche sfide strategiche di mandato per il triennio 2015-2017, tra cui:

- un'ottimizzazione del **funzionamento** della Direzione stessa, che comprenda una riclassificazione delle informazioni disponibili sui singoli dipendenti e che sappia mettere al centro le persone, con le proprie esperienze e competenze;
- un rinnovato focus su **equità e regole**, richiamando l'attenzione all'importanza di rispettare procedure e regolamenti, riformulando questi ultimi in maniera più efficace ove necessario;
- un impegno confermato ed aggiornato su **sviluppo e formazione**, soprattutto pensando a: stili di gestione; recupero dell'importante prassi del tutoraggio, per la trasmissione del sapere e dei valori tra generazioni diverse; focus sui mestieri;
- una aggiornata **collaborazione inter-direzionale** che dovrebbe facilitare il raggiungimento di obiettivi complessivi di Cooperativa;
- una rinnovata attenzione al **territorio**, in linea con quanto avvenuto anche nelle altre direzioni cooperative.

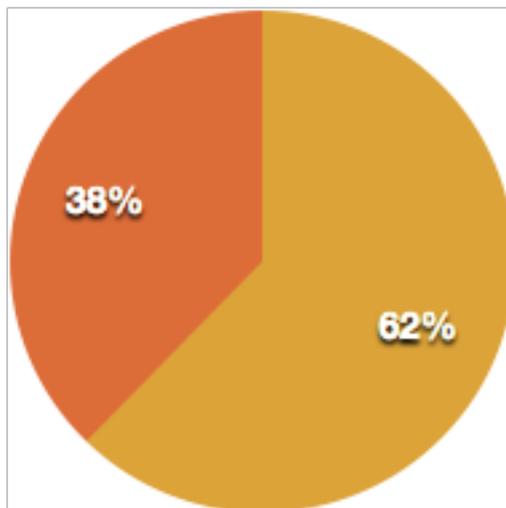
Per quanto riguarda quest'ultimo punto sulla centralità dei territori, se in anni passati una gestione centralizzata delle mappatura dei bisogni e delle iniziative era servita a ottimizzare scelte che andassero a privilegiare una politica aziendale unica (soprattutto dopo la grande espansione e le varie fusioni avvenute tra gli anni '90 e 2000), oggi l'esigenza è cambiata, tornando ad essere cruciale l'intervento mirato e specifico sui singoli territori di insediamento.

Come si evince chiaramente dalle analisi che seguono sulla composizione del personale, la Direzione del Personale rinnova infine la necessità e l'impegno verso i temi della **conciliazione** e del welfare.

## Composizione del personale

Nel 2014, i dipendenti di Unicoop Tirreno sono **5.136**, di cui **3.199 donne** e **1.937 uomini**, rispettivamente il 62% e il 38% del totale.

### Analisi di genere 2014

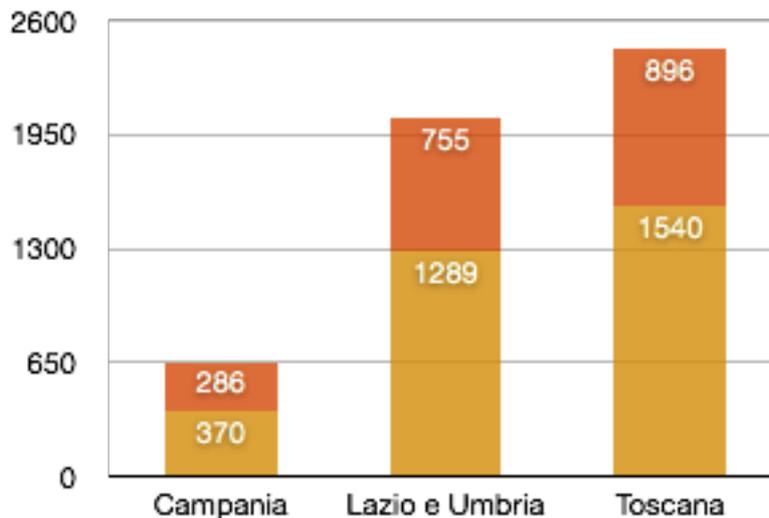


● Donne

● Uomini

Da un punto di vista territoriale, il 47,4% del personale è impiegato in Toscana, il 39,8% in Lazio e Umbria ed il restante 12,8% in territorio campano. Sia in Toscana che in Lazio e Umbria le dipendenti donne ammontano al 63% del totale, mentre la Campania registra anche quest'anno una situazione più equilibrata, con il 56% di donne e il 44% di uomini impiegati.

### Composizione Personale 2014

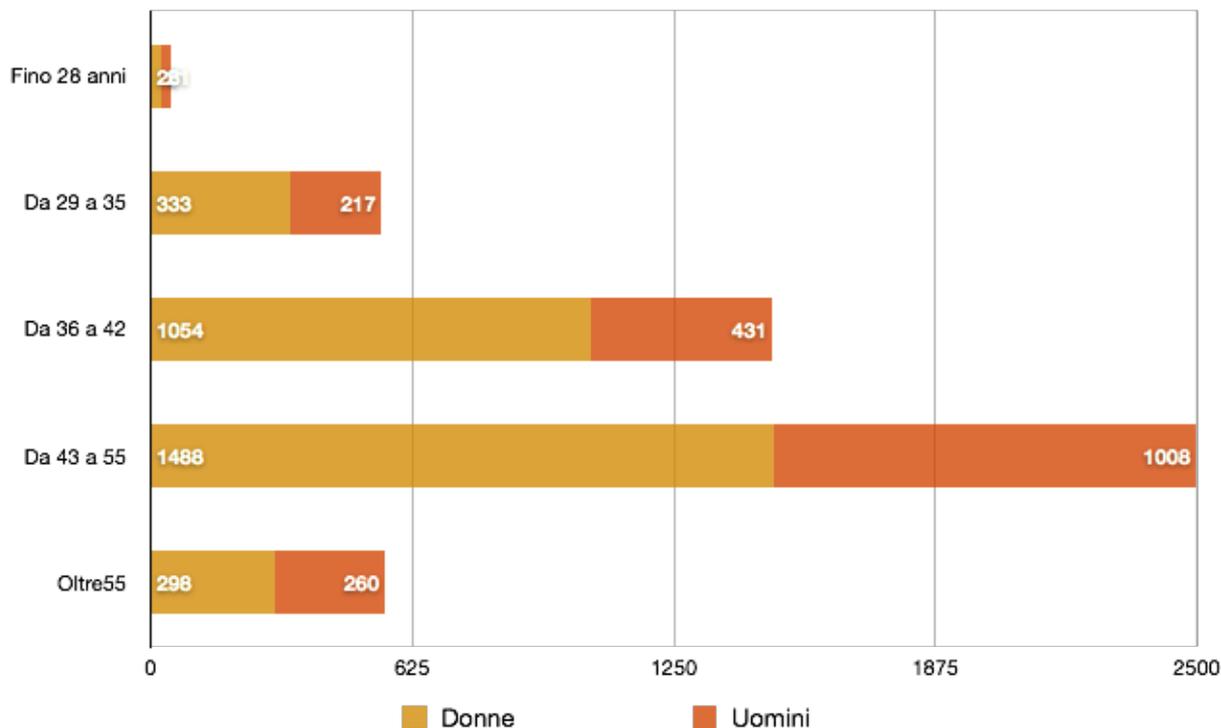


■ Donne

■ Uomini

La **fascia di età** prevalente rimane anche per il 2014 quella che va da 43 a 55 anni, rappresentando il 48,9% del totale, in netto aumento dal 2013 (47,6%) e il 2012 (44,3%), ciò a conferma di una scelta di mantenimento di forme di lavoro stabili e durature nel tempo per i dipendenti assunti negli anni precedenti.

Fasce di età per genere



Il personale impiegato più giovane (fino ai 35 anni di età) registra un'ulteriore flessione rispetto agli anni precedenti, attestandosi all'11,6%, in linea con il mantenimento del numero di dipendenti nonché la stabilità contrattuale degli assunti in passato.

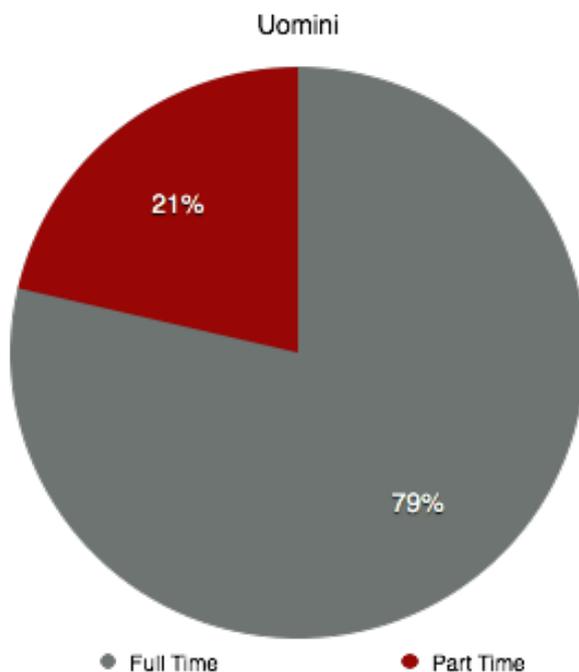
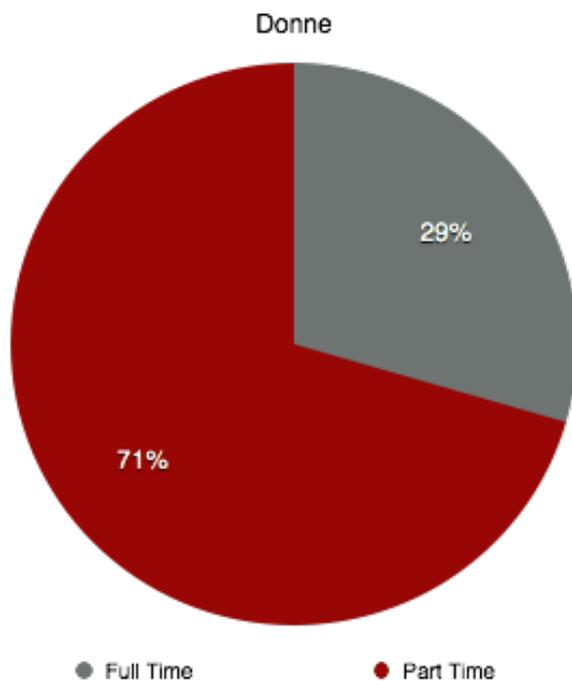
Dipendenti fino a 35 anni di età per territori				
	Toscana	Lazio e Umbria	Campania	Totale
<b>Donne</b>	144	141	74	359
<b>Uomini</b>	95	84	59	238
<b>Totale</b>	239	225	133	597
<b>% dipendenti sotto 35 anni sul totale regionale</b>	9,8%	11%	20,2%	11,6%
<b>% dipendenti sotto 35 anni - valore al 2013</b>	11%	12%	23,2%	13%
<b>% dipendenti sotto 35 anni - valore al 2012</b>	14,6%	18,1%	37,2%	19,1%

Confrontando le analisi sulle fasce di età con quelle relative alla **tipologia di orario di lavoro**, è possibile notare un progressivo passaggio da contratti part time a quelli full time con l'avanzare dell'età: i part time passano infatti da rappresentare l'80,8% del totale dipendenti fino ai 28 anni, al 73,4% tra i 29 e i 35 anni, al 65,3% tra i 36 ed i 42 anni, al 44,4% tra i 43 e 55 anni, arrivando infine a rappresentare il 26,9% dei dipendenti con oltre 55 anni.

	Fino 28 anni	Da 29 a 35	Da 36 a 42	Da 43 a 55	Oltre 55	Totale
<b>Full Time</b>	9	146	515	1388	408	<b>2466</b>

<b>Part Time</b>	38	404	970	1108	150	<b>2670</b>
<b>Totale</b>	<b>47</b>	<b>550</b>	<b>1485</b>	<b>2496</b>	<b>558</b>	<b>5136</b>

Come molte altre realtà aziendali italiane, anche in Unicoop Tirreno un'altissima percentuale di contratti part time è indirizzata a donne. Ciò è in parte dovuto a un'esigenza di conciliazione dei tempi di vita e di lavoro del genere femminile, ed in parte ad un'organizzazione del lavoro che ha da sempre visto alcuni mestieri svolti nella Grande Distribuzione Organizzata -e caratterizzati da forme contrattuali a part time- come tipici femminili.

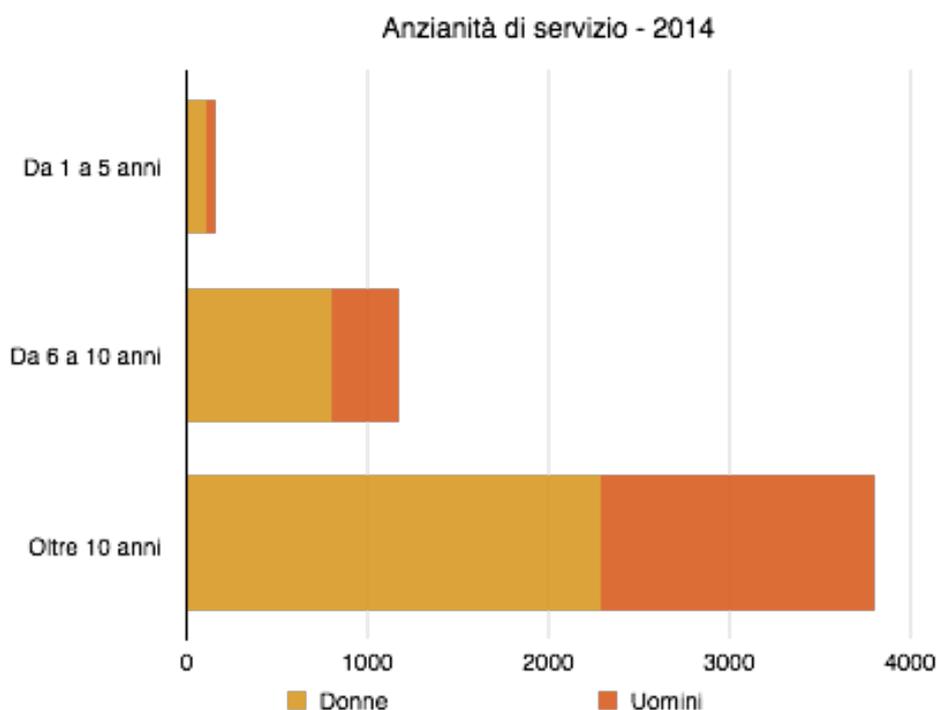


		Donne	Uomini	Totale
Toscana	Full Time	546	786	1332
	Part Time	994	110	1104
	% Part Time sul totale di genere	64.5%	12.3%	-
Lazio e Umbria	Full Time	325	587	912
	Part Time	964	168	1132
	% Part Time sul totale di genere	74.8%	22.3%	-
Campania	Full Time	72	150	222
	Part Time	298	136	434
	% Part Time sul totale di genere	80.5%	47.6%	-

Per quanto riguarda la **tipologia di contratto**, oltre il 99,8% dei dipendenti Unicoop Tirreno beneficia di un rapporto contrattuale di tipo indeterminato.

Con riferimento all'**anzianità di servizio**, oltre il 74% del personale impiegato lo è da oltre 10 anni, come dimostrano la tabella e il grafico seguente.

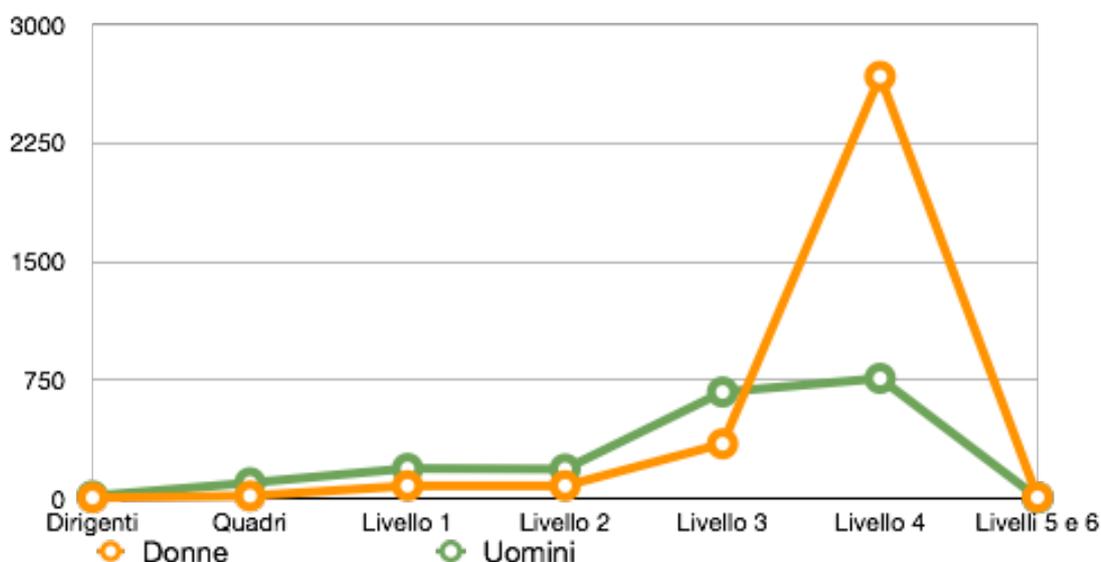
	Fino a 1 anno	Da 1 a 5 anni	Da 6 a 10 anni	Oltre 10 anni	Totale
<b>Donne</b>	1	106	805	2,287	<b>3,199</b>
<b>Uomini</b>	0	48	368	1,521	<b>1,937</b>
<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>154</b>	<b>1,173</b>	<b>3,808</b>	<b>5,136</b>



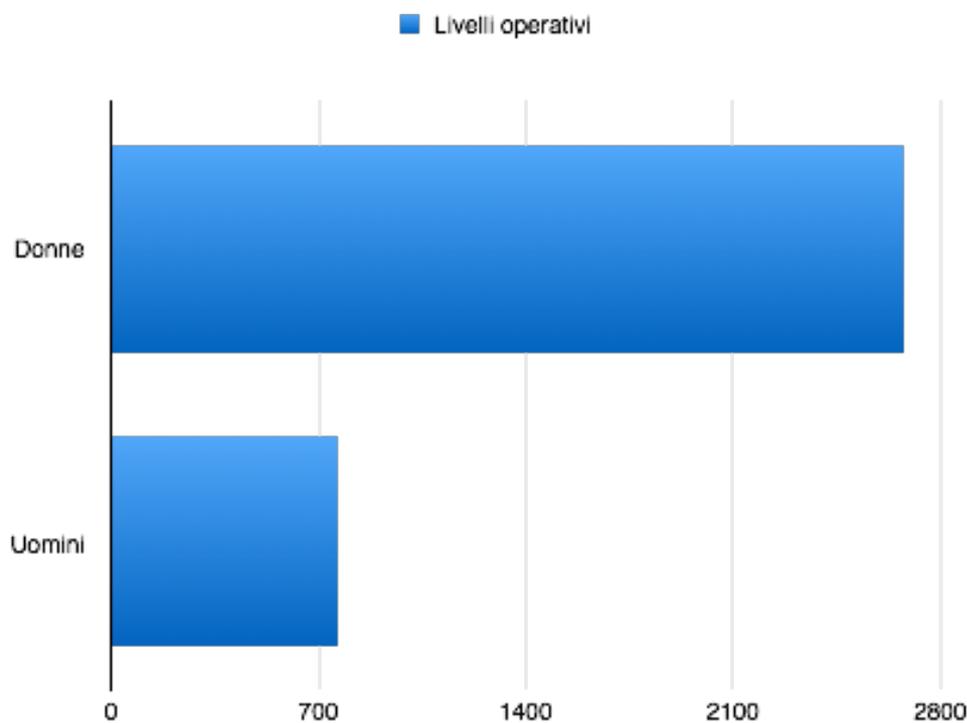
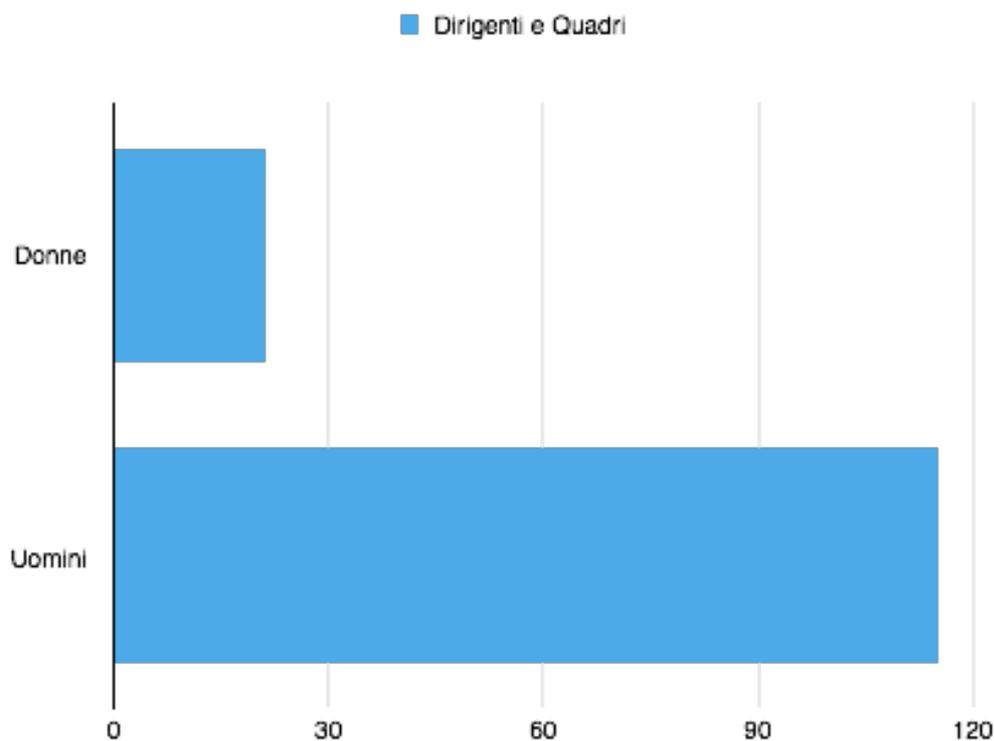
Una fotografia complicata dei dipendenti di Unicoop Tirreno, così come di molte altre aziende della GDO, è quella dei **livelli di inquadramento**. Il genere femminile, per ragioni storiche piuttosto che organizzative, rimane largamente sotto-rappresentato ai livelli decisionali, creando un disequilibrio complessivo che necessita di interventi mirati da parte della Direzione del Personale.

	Donne	Uomini	Totale
<b>Dirigenti</b>	5	16	21
<b>Quadri</b>	16	99	115
<b>Livello 1</b>	80	190	270
<b>Livello 2</b>	80	186	266
<b>Livello 3</b>	346	674	1.020
<b>Livello 4</b>	2.672	760	3.432
<b>Livelli 5 e 6</b>	7	5	12
<b>Totale</b>	3206	1930	5136

**Livelli di inquadramento per genere - 2014**



La prevalenza degli uomini tra dirigenti e quadri è rovesciata con riferimento ai livelli più operativi, come mostrato dai due grafici successivi.



Sempre riguardo al rapporto tra generi, viene adesso proposto un focus sulle **astensioni e congedi** di cui hanno usufruito i dipendenti nel corso del 2014. Come è possibile evincere dai dati, escludendo i congedi parentali, si registra comunque una netta prevalenza da parte delle donne nell'uso di altri tipi di astensioni e congedi straordinari, per un totale di 478 dipendenti donne a fronte di 52 uomini, confermando un peso maggiore del ruolo femminile all'interno della gestione familiare. Si tratta di

considerazioni di carattere sociologico che però necessitano la giusta attenzione nella gestione ordinaria del personale di una grande azienda quale Unicoop Tirreno.

<b>Astensioni e congedi - 2014</b>		
	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>
<b>Congedo parentale obbligatorio</b>	134	-
<b>Congedo parentale - maternità anticipata</b>	124	-
<b>Astensione facoltativa assistenza figli minori di 3 anni</b>	185	0
<b>Aspettativa non retribuita</b>	74	21
<b>Astensione facoltativa assistenza figli minori di 3 anni con handicap</b>	3	0
<b>Astensione facoltativa assistenza figli maggiori di 3 anni ma minori di 8</b>	145	6
<b>Congedo straordinario assistenza familiari in situazione di grave disabilità</b>	71	25
<b>Congedo Paternità Obbligatorio - Per figli nati dal 2013 (Riforma Fornero)</b>	-	5

La panoramica sulla composizione del personale in Unicoop Tirreno viene conclusa con un focus sulla forza lavoro impiegata con personale disabile e appartenente alle categorie protette.

<b>Personale in forza - quadro provinciale</b>				
	<b>2013</b>		<b>2014</b>	
	<b>Disabili</b>	<b>Categorie Protette</b>	<b>Disabili</b>	<b>Categorie Protette</b>
<b>Frosinone</b>	2	4	2	4
<b>Grosseto</b>	22	14	21	13
<b>Latina</b>	18	4	18	4
<b>Livorno</b>	87	49	87	49
<b>Lucca</b>	3	5	3	5
<b>Massa Carrara</b>	3	7	4	7

<b>Roma</b>	41	10	42	10
<b>Siena</b>	0	0	0	0
<b>Terni</b>	7	0	5	0
<b>Viterbo</b>	25	5	25	5
<b>Totale</b>	208	98	207	97

## Sviluppo e formazione

Nel corso del 2014, la Cooperativa ha erogato attività formativa, obbligatoria e non, per oltre diciannovemila ore.

### Formazione obbligatoria 2014

Attività erogate	Destinatari	Ore Totali
Sicurezza generale sul lavoro - addetti a tutti i reparti	545	2.180
Sicurezza specifica sul lavoro - addetti a tutti i reparti	543	2.172
Corso preposti alla sicurezza - capi negozio e capi reparto	121	968
Corso antincendio e prova pratica - lavoratori scelti e inseriti nelle squadre di emergenza	136	1.632
Corso primo soccorso - lavoratori scelti e inseriti nelle squadre di emergenza	69	828
Aggiornamento corso primo soccorso(+ uso defibrillatore) - lavoratori scelti e inseriti nelle squadre di emergenza	21	84
Rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS)	4	128
Aggiornamento Rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS)	15	120
Carrelli elevatori uomo a bordo	89	1.068
Qualità alimentare	1.280	5.120
<b>Totale</b>	<b>2.823</b>	<b>14.300</b>

### Tipologia attività formativa non obbligatoria 2014

Attività formative	Partecipanti	di cui donne	Ore totali	Ore medie
Iniziative Scuola Coop	171	72	3.568	20,87
Training professionali	148	Non disponibile	1.892	12,78
<b>Totale</b>	<b>319</b>	<b>Non disponibile</b>	<b>5.460</b>	<b>33,65</b>

### Temi formazione non obbligatoria 2014

Attività formative	Partecipanti	Ore totali	Ore medie
Formazione manageriale	63	1.266	20

Alfabetizzazione informatica	66	1.064	16
Tecnico - professionale	95	994	10
Coop contest	7	728	104
Comunicazione	39	584	15
Master Capi Negozio	5	504	101
Formazione tecnica sul "disosso"	40	320	8
Percorsi intercooperativi	4	-	-

## Salute e sicurezza

Un tema particolarmente rilevante a livello aziendale, nella prospettiva della gestione delle risorse umane, è oggi sempre più quello della **salute e sicurezza dei lavoratori**. Nella Costituzione italiana si afferma come principio guida la tutela e l'integrità psico-fisica della persona umana e si sancisce che l'iniziativa economica non può svolgersi in contrasto o in modo da recare danno alla salute, alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana. Per l'attuazione pratica dei principi costituzionali le imprese sono sempre più impegnate a rispettare tutte le norme generali e speciali emanate in materia di prevenzione infortunistica e, in concorso con i lavoratori e le loro organizzazioni sindacali, a definire le strategie volte a determinare una diffusa cultura della sicurezza in grado di fare emergere la consapevolezza che il luogo di lavoro ha una importante dimensione umana, oltre che economica. In questa prospettiva, il tema della salute e sicurezza diventa per le organizzazioni sempre più strategico, sia per gli effetti in termini di disagio sociale che una cattiva gestione della salute e sicurezza possono portare, sia per l'incidenza economica che la mancata sicurezza può avere sul bilancio di una organizzazione.

Anche in Unicoop Tirreno questa visione si è venuta affermando negli ultimi anni e ha portato ad alcune innovazioni importanti nella gestione della SSL, tra cui la principale è stata senza dubbio la messa a punto di un **sistema di gestione della salute e sicurezza dei lavoratori**. La messa a punto di un sistema di gestione della SSL comporta identificare e codificare all'interno della struttura organizzativa aziendale responsabilità, procedure, processi e risorse finalizzate alla realizzazione di una politica di prevenzione basata sul rispetto delle norme vigenti e sulla identificazione di obiettivi soggetti a continue verifiche (interne e di parte terza), con lo scopo di migliorare continuamente le prestazioni misurabili dell'organizzazione in materia. La decisione di adottare un sistema di gestione era stata presa a fine 2013 e nel 2014 sono state sviluppate gran parte delle attività orientate alla sua piena implementazione. Nel corso del 2014 sono state adottate dieci procedure di sistema, ed è stato predisposto un

software, collegato con il sistema di gestione, che accompagnerà e tratterà il processo di segnalazione, comunicazione e approfondimento delle soluzioni legate alla rilevazione delle non conformità e alle relative misure di miglioramento associate alle azioni correttive. L'obiettivo è di stimolare la cultura della segnalazione sia delle non conformità che delle anomalie in grado di generare delle non conformità, su cui poter poi intervenire in chiave preventiva. Tale logica è ritenuta dal management della sicurezza della Cooperativa un fattore essenziale rispetto all'obiettivo ultimo cui la strutturazione del sistema di gestione dovrebbe tendere, ovvero la riduzione del numero degli infortuni nel medio periodo. Il sistema in fase di implementazione è strutturato in conformità con quanto dettato dalla norma volontaria internazionale OHSAS18001, con l'obiettivo di arrivare (una volta a regime) alla sua certificazione.

**Modello di Sistema di Gestione della Sicurezza delineato dalla norma internazionale OHSAS18001**



Alla messa a punto del sistema di gestione della sicurezza nel 2014 si sono affiancate anche altre attività, tra le quali tre risultano essere meritevoli di attenzione.

La prima riguarda la **gestione dei rischi a punto vendita**, con un superamento della logica di un unico DVR – Documento di Valutazione dei Rischi di carattere aziendale, e la sua sostituzione con una serie di documenti specifici per ciascun negozio. Tale cambiamento di rotta è stato sollecitato alla Cooperativa dagli organismi di vigilanza (ed in particolare dalla ASL), e si ritiene, una volta a regime, possa dare ottime indicazioni in chiave di gestione delle specifiche problematiche. A fine 2014 circa 1/3 dei punti vendita di Unicoop Tirreno era già dotato di uno specifico DVR.

Altro tema particolarmente delicato che è stato affrontato nel 2014 è stato quello della **valutazione da stress lavoro – correlato**. L'attività era stata avviata nel 2013 in collaborazione con l'Università di Bologna - Dipartimento di psicologia del lavoro e medicina del lavoro – ed ha portato nel 2014 alla realizzazione di una indagine tra i lavoratori della Cooperativa circa le problematiche da stress del proprio personale. Dall'indagine sono emerse alcune indicazioni interessanti. Da una parte si è rilevata una generalizzata pressione percepita da parte dei capinegozio circa le loro performance,

che rischia di influenzare le corrette modalità di svolgimento delle mansioni e produrre effetti a cascata anche su altri operatori del punto vendita. Dall'altra parte l'indagine ha però anche messo in evidenza una forte disponibilità dei lavoratori nei confronti della Cooperativa, facendo emergere l'esistenza di un capitale umano importante, spesso inespresso, ma ad elevato potenziale, su cui poter costruire importanti prospettive di crescita.

Un ultimo aspetto infine da richiamare riguarda la **formazione**. In particolare nel corso del 2014 sono stati consegnati a tutti i punti vendita i manuali della sicurezza e è stata avviata una campagna di aggiornamento al personale (6 ore) finalizzata alla diffusione delle conoscenze del manuale e delle istruzioni operative e misure di prevenzione e protezione associate ai diversi compiti svolti in ogni singolo negozio. Tale azione formativa sarà svolta anche nel 2015 e sarà indirizzata all'intero personale.

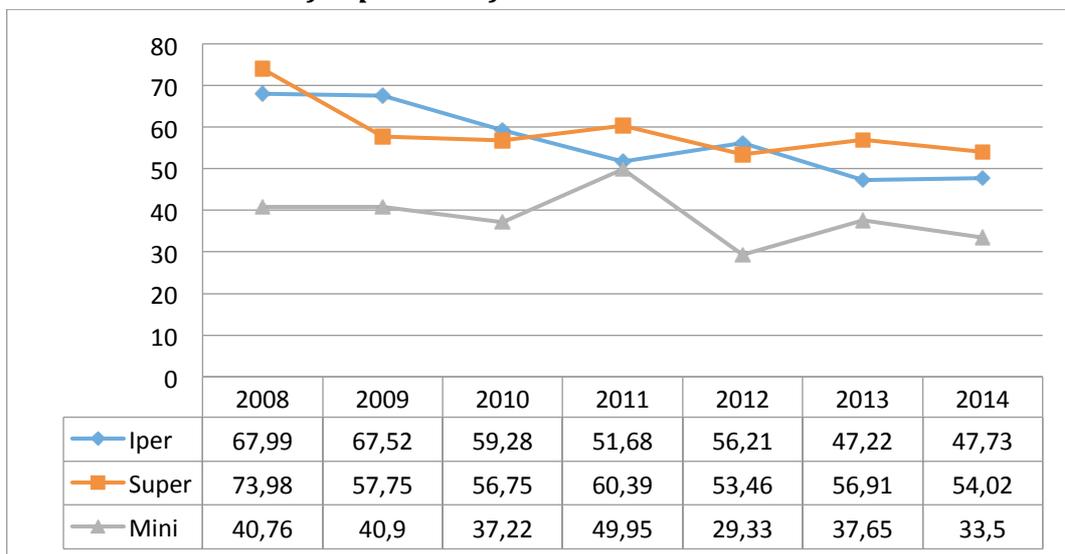
Una volta evidenziate le novità principali che hanno caratterizzato il 2014 dal punto di vista della gestione della salute e sicurezza dei lavoratori, si può passare alla rendicontazione delle prestazioni in materia, effettuando anche confronti con i periodi precedenti. Nel 2014 il numero di infortuni totale della Cooperativa è sceso rispetto all'anno precedente di 24 unità, continuando il positivo trend in corso da ormai 5 anni (-23 % nel quinquennio). A tale risultato si affianca anche una riduzione del numero dei giorni di assenza (che invece aveva visto una crescita nel 2013) tornati sotto la soglia degli 8000. La riduzione del numero di infortuni ha interessato tutti i canali di vendita della Cooperativa, mentre solo per Iper e Super si registra una riduzione del numero di giorni di infortunio rispetto al 2013.

		2010	2011	2012	2013	2014
Infortuni IPER	Numero	137	114	112	92	81
	Giornate assenza	2.685	3.101	2.395	2.697	2.470
Infortuni SUPER	Numero	166	176	151	161	148
	Giornate assenza	4.012	4.045	3.239	4.507	3.717
Infortuni MINI	Numero	42	54	31	39	35
	Giornate assenza	971	1.490	544	1.024	1.510
Infortuni SEDE + LOGISTICA	Numero	3	4	2	2	6
	Giornate assenza	168	57	27	61	129
<b>TOTALE INFORTUNI</b>	<i>Numero</i>	<i>351</i>	<i>348</i>	<i>296</i>	<i>294</i>	<i>270</i>
	<i>Giornate assenza</i>	<i>7.836</i>	<i>8.693</i>	<i>6.205</i>	<i>8.289</i>	<i>7.826</i>

Con riferimento agli indici infortunistici, che risultano parametrizzati rispetto alla forza lavoro impiegata, i valori del 2014 per l'intero gruppo Unicoop Tirreno sono stati di

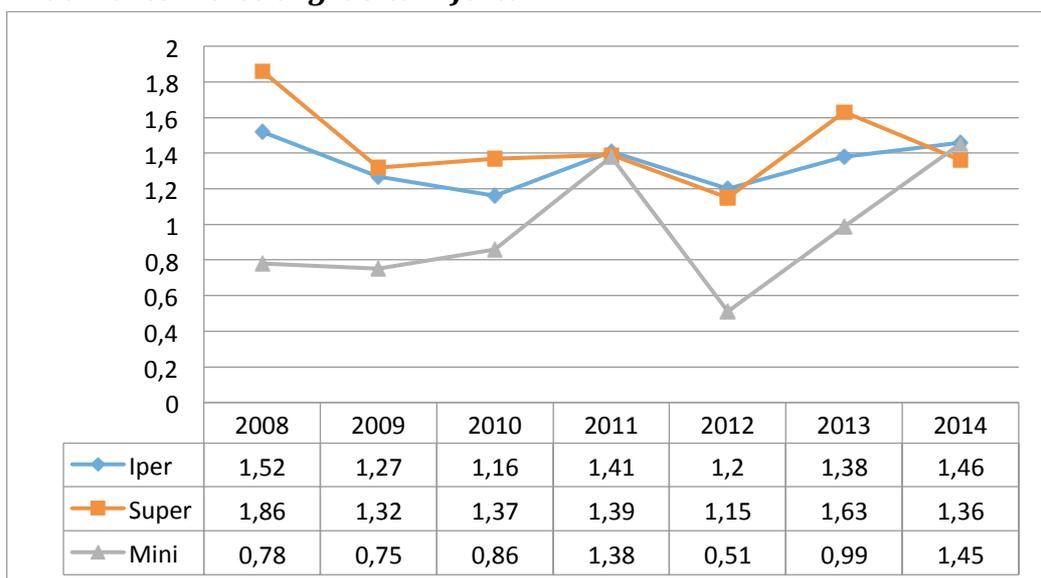
48,35 per quanto riguarda l'indice di frequenza (numero di infortuni ogni milione di ore lavorate) e di 1,41 per quanto riguarda l'indice di gravità (numero di giorni di assenza per infortunio ogni mille ore lavorate). Tali indici sono anche adeguati ad effettuare comparazioni con le prestazioni degli anni precedenti. Da questo punto di vista, i grafici mettono in evidenza un sostanziale equilibrio per quanto riguarda il dato sulla frequenza degli infortuni (tendenzialmente in linea con gli anni precedenti) per tutti e tre i canali di vendita, e un risultato ambivalente per quanto riguarda la gravità (in miglioramento i Super e in peggioramento Mini e Iper).

### Andamento indice di frequenza infortuni



Indice di frequenza = n° infortuni/ore lavorate\*1.000.000

### Andamento indice di gravità infortuni



Indice di gravità = n° giorni/ore lavorate\*1.000

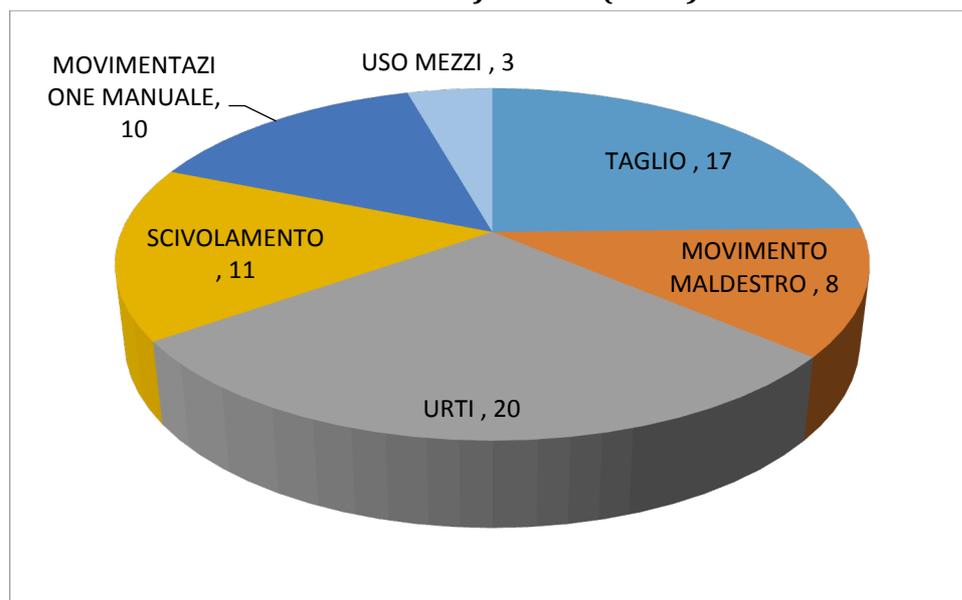
In chiave territoriale, i valori relativi agli indici infortunistici per gli anni 2010-2014 suddivisi per le tre macroregioni di insediamento della Cooperativa mostrano andamenti e valori sensibilmente diversi. Le regioni Lazio e Umbria presentano per il 2014 sia in termini di frequenza che di gravità prestazioni migliori rispetto all'anno precedente, al contrario di quanto invece accaduto in Toscana (in peggioramento per entrambi i parametri). Stabile per entrambi gli indici risulta invece la Campania.

	Indice di Frequenza*					Indice di Gravità*				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Toscana</b>	60,27	69,72	53,81	49,84	53,41	1,35	1,76	1,19	1,27	1,54
<b>Lazio e Umbria</b>	47,9	39,61	40,56	50,83	43,07	1,08	0,95	0,81	1,68	1,37
<b>Campania</b>	53,35	57,58	64,80	46,75	47,84	1,1	1,52	1,22	1,12	1,01

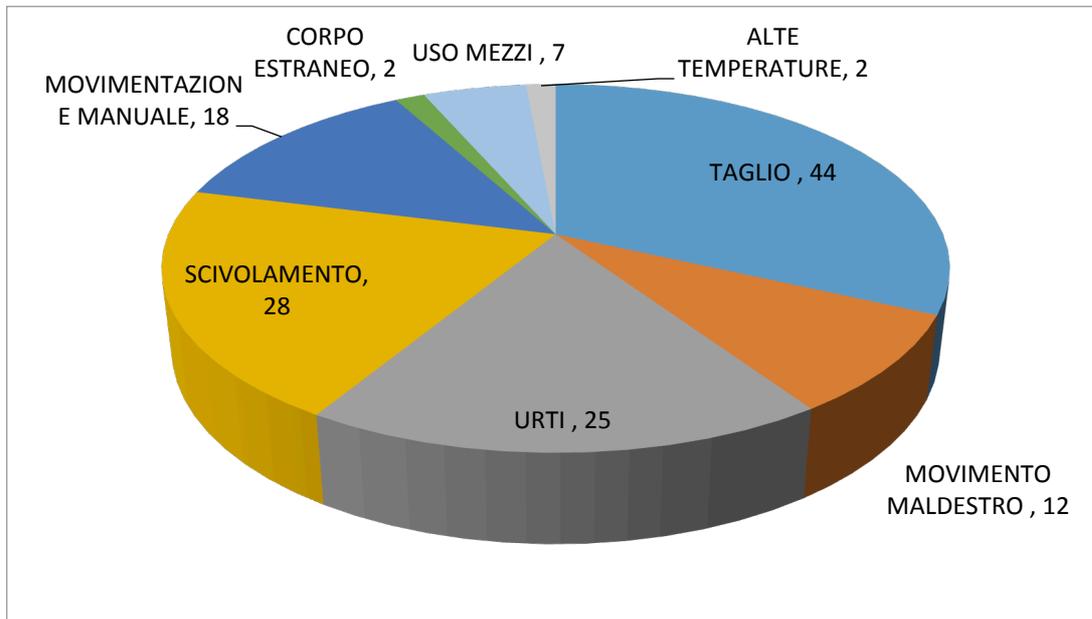
\* Gli indici si riferiscono ai soli punti vendita

Con riferimento alle cause degli infortuni le più frequenti riguardano i tagli, gli urti con le strutture e le attrezzature, gli scivolamenti e la movimentazione manuale dei carichi. Guardando alla dinamica per rete di vendita, si hanno lievi differenze nelle incidenze dei diversi store. Il taglio risulta la causa più frequente in Iper e Super, mentre la movimentazione manuale è stata quella più importante nei Mini. Analoga è la rilevanza di movimenti maldestri, urti e scivolamenti, che appaiono importanti in tutti e tre i canali di vendita.

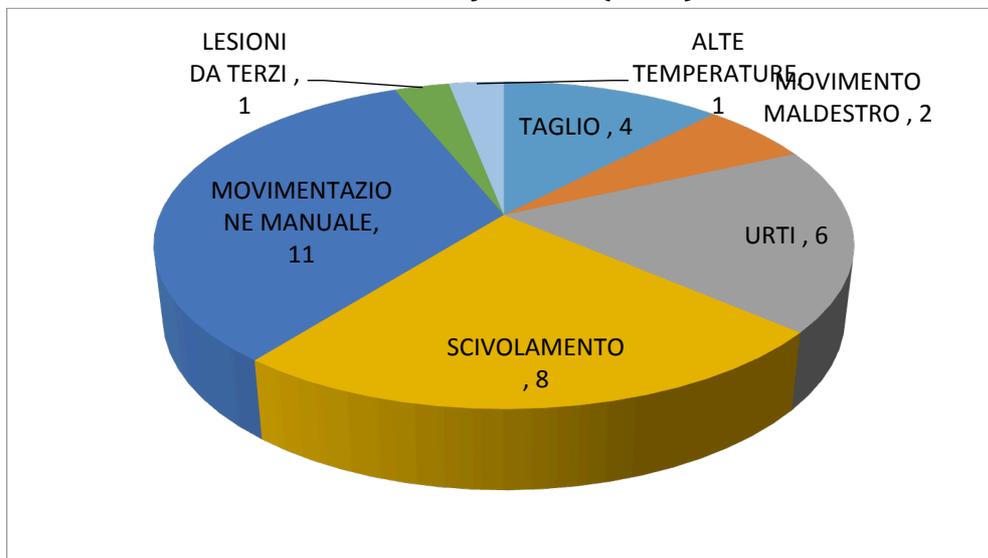
#### **RETE IPERMERCATI - cause di infortunio (2014)**



#### **RETE SUPERMERCATI - cause di infortunio (2014)**



**RETE MINIMERCATI - cause di infortunio (2014)**



Ultimo tema riconducibile alla salute e sicurezza dei lavoratori è quello della sorveglianza sanitaria obbligatoria, orientata ad indagare quei rischi specifici a cui i dipendenti sono esposti nello svolgimento delle loro mansioni quotidiane. Si tratta di uno strumento di protezione che fornisce una base informativa utile per identificare gli ambiti su cui intervenire in chiave preventiva sui posti di lavoro in futuro. Nel corso del 2014 Unicoop Tirreno ha avviato un lavoro di codifica dei giudizi di idoneità nella sorveglianza sanitaria; i medici competenti hanno da questo punto di vista concordato un sistema di giudizio unitario che potrebbe consentire in futuro di effettuare anche sintesi statistiche utili in chiave di prevenzione. Dal punto di vista delle performance, ad oggi la sorveglianza sanitaria non mette in evidenza in Unicoop Tirreno risultati critici (anche nel confronto con altre imprese del sistema cooperativo). C'è però una crescita delle non idoneità e una difficoltà sempre maggiore nella ricollocazione del personale,

complici l'invecchiamento del personale e nuovi modelli organizzativi sempre più complicati.

Nella tabella sono riportati, suddivisi per canale, i dati relativi al personale soggetto a visite mediche nell'ultimo triennio, con il dettaglio del numero di dipendenti soggetti a sorveglianza sanitaria obbligatoria e del numero di addetti che hanno effettuato visite per altre motivazioni (es: assunzioni, visite su richiesta, ecc.).

#### Dipendenti sottoposti a visite mediche e a sorveglianza sanitaria obbligatoria

		2011	2012	2013	2014
<b>TOTALE DIPENDENTI</b>	<b>Totale visite</b>	263	209	761	763
	<b>Sorveglianza sanitaria obbligatoria</b>	187	152	660	533
	<b>Altre motivazioni</b>	76	57	101	230
<b>IPER</b>	<b>Totale visite</b>	115	47	178	313
	<b>Sorveglianza sanitaria obbligatoria</b>	85	39	160	271
	<b>Altre motivazioni</b>	30	8	18	42
<b>SUPER</b>	<b>Totale visite</b>	133	147	323	316
	<b>Sorveglianza sanitaria obbligatoria</b>	97	106	257	161
	<b>Altre motivazioni</b>	36	41	66	155
<b>MINI</b>	<b>Totale visite</b>	15	14	64	85
	<b>Sorveglianza sanitaria obbligatoria</b>	5	7	50	53
	<b>Altre motivazioni</b>	10	7	14	32
<b>SEDE</b>	<b>Totale visite</b>	0	1	196	49
	<b>Sorveglianza sanitaria obbligatoria</b>	0	0	193	48
	<b>Altre motivazioni</b>	0	1	3	1

## Il capitale naturale

Il terzo capitale che caratterizza la dimensione d'impresa è quello naturale, che coinvolge direttamente la **tutela dell'ambiente e la gestione sostenibile delle risorse**. La salvaguardia dell'ambiente è un concetto sancito in modo inequivocabile nella carta dei valori delle Cooperative di Consumatori, in funzione della riconoscibilità che a questo viene assegnata quale "bene collettivo". Tuttavia in chiave strategica, una corretta gestione del capitale naturale rappresenta per una organizzazione come Unicoop Tirreno anche una rilevante opportunità di mercato, grazie ai vantaggi diretti (relativi ai costi di utilizzo delle risorse) e di reputazione che ne possono derivare. La corretta gestione del capitale naturale passa attraverso la messa a punto di sistemi di prevenzione, controllo, monitoraggio e razionalizzazione delle pratiche operative e gestionali associate alle attività che possono avere riflessi sull'ambiente, con risultati misurabili sia in termini di performance economica che in termini di riduzione dell'impatto fisico sull'ambiente. Nelle pagine che seguono l'obiettivo sarà proprio quello di misurare quali siano state le performance associate agli interventi adottati da parte della Cooperativa (con particolare riferimento alle iniziative intraprese nel corso del 2014) valutandone l'andamento rispetto agli anni precedenti.

Ai fini della rendicontazione le azioni adottate e le performance attuali di gestione sono di seguito riportate, differenziando tra:

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

### L'interazione diretta con l'ambiente

Le azioni adottate da parte della Cooperativa al fine di razionalizzare l'utilizzo delle risorse naturali si devono interpretare come il risultato di azioni coordinate che vengono ad abbracciare la sfera della programmazione e della progettazione (anche strutturale), la sfera della gestione e dell'operatività delle attività, ed infine la sfera del monitoraggio e del controllo.

Dal punto di vista progettuale - impiantistico le principali attività che sono state portate avanti nel corso del 2014 hanno riguardato:

- proseguimento del percorso di chiusura dei banchi frigo a negozio per prodotti surgelati, al fine di limitare le dispersioni di calore (dannose alla sicurezza degli alimenti) e ridurre i consumi energetici; tali interventi sono stati effettuati su tutti i punti vendita che sono stati ristrutturati e hanno interessato anche altri punti vendita preesistenti secondo un calendario di interventi che prosegue regolarmente ormai da quattro anni

- interventi sui sistemi di illuminazione (interna ed esterna) dei punti vendita, indirizzati all'adozione di sistemi a LED (con un conseguente abbassamento dei consumi di energia elettrica da illuminazione di oltre il 50% rispetto ai sistemi tradizionali);
- rinnovo e adeguamento dei controllori energetici a negozio per il monitoraggio a distanza dei consumi e di eventuali disfunzioni
- realizzazione (es. ristrutturazione di Rosignano) di nuovi impianti di refrigerazione alimentare a CO2 (in sostituzione dei gas tradizionali) e installazione di pompe di calore ad alta efficienza
- realizzazione, dove possibile, di piccoli impianti fotovoltaici per la produzione di energia elettrica (intervento effettuato a Barga con un impianto da 10 kW).

Passando adesso alle sfere della gestione e del controllo, le modalità adottate da parte della Cooperativa e le relative performance sono state di seguito suddivise per ambito di interazione ambientale di riferimento: **energia, rifiuti, risorse idriche, logistica.**

### **Energia**

Risparmio e controllo dei consumi di risorse energetiche rappresentano due fattori importanti per qualsiasi impresa in chiave gestionale, essendo quello del risparmio di risorse uno degli ambiti in grado di garantire in tempi brevi risultati positivi e misurabili anche in termini di vantaggio economico (oltre che ambientale). In questa prospettiva l'impegno della Cooperativa nell'ultimo quinquennio è stato particolarmente intenso. Da una parte sono state portate avanti azioni orientate a favorire l'installazione di sistemi di controllo delle performance energetiche, aumentando progressivamente i punti vendita dotati di controllori (dal 2009 al 2014 il numero di controllori energetici è cresciuto da 52 a 66); dall'altra parte, a partire dal 2009, Unicoop Tirreno ha avviato una campagna di audit interni, ovvero di verifiche interne svolte direttamente presso i propri punti vendita, finalizzate ad individuare le modalità migliori di gestione energetica a livello di singolo negozio in funzione della diminuzione degli sprechi, razionalizzazione dei consumi e ottenimento di performance positive di tipo economico ed ambientale (oggi vengono condotti a punto vendita più di 150 audit all'anno).

Oltre a tali iniziative, divenute ormai parte integrante della propria attività ordinaria, la Cooperativa nel corso del 2014 ha effettuato ,insieme alla Inres, un progetto di efficientamento della propria rete di vendita ( 72 negozi selezionati) con l'obiettivo di realizzare nel corso del 2015/2016 proposte di efficientamento in vari ambiti :

- illuminazione: installazione di corpi illuminanti con tecnologia Led ( circa 27.000)
- frigo alimentare : chiusura di vasche , murali e banchi frigo , inverter sui compressori in centrale, retrofit dell'illuminazione dei murali con introduzione di lampade a led sulle cornici in sostituzione delle lampade a tecnologia tradizionale sui singoli ripiani

- impianti meccanici : installazione di motori ad alta efficienza, installazione di inverter, recupero di calore dal frigo alimentare
- impianti elettrici : installazione di dispositivi a trasformazione elettromagnetica con controllo di armonica.

Passando alla sfera della misurazione delle performance energetiche, è opportuno richiamare quali siano le principali fonti di consumo presenti nei punti vendita della Cooperativa. Queste sono date dai sistemi di illuminazione (che rappresentano circa un quinto dei consumi elettrici rilevati nelle strutture di vendita), dai sistemi di movimentazione meccanica, dagli impianti ad alimentazione elettrica per le attività di determinati reparti (es. forni dei reparti panetteria e pasticceria), dagli impianti di refrigerazione (condizionamento e alimentazione elettrica dei frigo), e dagli impianti termici per il riscaldamento dei locali.

Con riferimento a impianti termici e condizionamento dei locali, è opportuno precisare che in Unicoop Tirreno vi sono:

- 75 impianti termici, di cui 73 alimentati a metano, 1 alimentato a GPL e 1 alimentato a gasolio. Di questi impianti, 16 sono le centrali aventi potenzialità superiore a 350 kW
- impianti frigo e impianti di condizionamento contenenti gas refrigeranti. In particolare quelli contenenti quantitativi superiori a 3 kg per i quali vige l'obbligo di tenuta dei libretti e l'effettuazione della manutenzione annuale sono complessivamente 347, dei quali 161 macchine frigo e 186 impianti di condizionamento.

Dal punto di vista dei consumi di energia elettrica, il gruppo Unicoop Tirreno nel 2014 ha consumato poco più di 102 milioni di Kwh (contro i circa 108 del 2013) per un costo complessivo di circa 17,2 milioni di € (in calo rispetto ai 18 milioni del 2013). Più difficile risulta invece effettuare un confronto rispetto agli anni precedenti per quanto riguarda il consumo di metano. Nel corso del 2014, ed in particolare a giugno, è infatti stato cambiato da Unicoop Tirreno il soggetto fornitore di metano, e il nuovo gestore non ha ancora trasmesso i dati ufficiali sui consumi. Per il 2014 sono dunque disponibili dati certi per i primi sei mesi dell'anno, mentre non si hanno dati per il secondo semestre. I consumi per il primo periodo dell'anno mostrano un dato pari all'incirca al 50% del totale dei consumi registrati nell'anno precedente, facendo pensare ad una prestazione alla fine dell'anno in linea o migliore (tenendo conto della stagionalità) dell'anno precedente anche in questo ambito.

Tornando ai dati relativi ai **consumi di energia elettrica**, a livello di canale in termini assoluti rispetto al 2013 si ha una diminuzione dei consumi per i soli Iper ed una leggera crescita del dato relativo a Super, Mini e CEDI. Alla diminuzione del dato degli Iper ha indubbiamente contribuito l'uscita dalla rete di Unicoop dell'ipermercato di Afragola, passato a febbraio 2014 a Campania Distribuzione Moderna. Di contro i Super hanno visto da marzo 2014 l'apertura del nuovo punto vendita di Formia, mentre tra luglio e dicembre vi è stata la riapertura di quattro nuovi Minimercati. In questa dinamica, risulta interessante il dato relativo al consumo unitario per mq di vendita, che

mostra un miglioramento per tutti e tre i canali di vendita (con una inversione di tendenza anche per i Mini rispetto agli anni precedenti). Tali indicatori sono stati calcolati tenendo conto dei cambiamenti dei punti vendita relativi a tutti e tre i canali e favorendo così un confronto equo nel tempo. Con riferimento al dato relativo al CEDI di Vignale è opportuno sottolineare che l'aumento è stato in parte da imputare ad una nuova cella frigo per surgelati che è stata installata nel 2013 e la cui incidenza in termini di consumi è risultata importante a partire dal 2014.

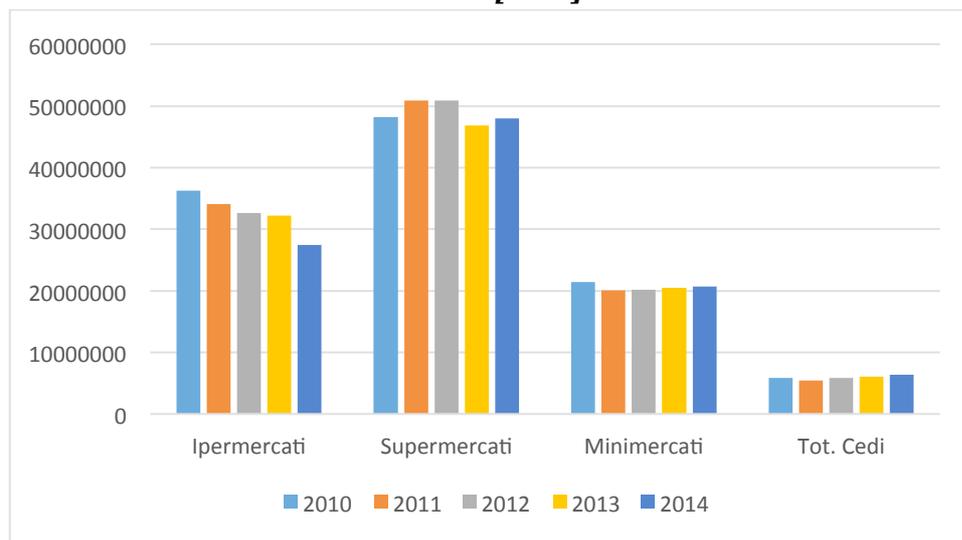
In termini di contributo ai consumi complessivi dei tre canali, un ruolo rilevante continua ad essere giocato dai Supermercati, mentre (a seguito della cessione di Afragola) perdono di peso gli Ipermercati. In chiave territoriale, infine, la quota maggiore di consumi di energia elettrica è da imputarsi alle regioni di Lazio e Umbria che insieme fanno il 47% dei consumi totali del 2014.

### **Consumi di energia elettrica assoluti [kWh]**

	2010	2011	2012	2013	2014
Ipermercati	36.257.248	34.089.233	32.620.026	32.157.397	27.481.033
Supermercati	48.186.381	50.859.022	50.907.733	50.082.178	47.945.433
Minimercati	21.370.990	20.052.538	20.192.772	20.487.358	20.712.395
<b>Tot. Canali</b>	<b>105.814.619</b>	<b>105.000.793</b>	<b>103.720.531</b>	<b>102.726.933</b>	<b>96.138.861</b>
CEDI Anagni	2.924.197	2.932.365	2.927.319	2.738.030	2.893.578
CEDI Vignale <sup>°</sup>	2.965.534	2.523.826	2.971.025	3.300.967	3.519.603
<b>Tot. Cedi</b>	<b>5.889.731</b>	<b>5.456.191</b>	<b>5.898.344</b>	<b>6.038.997</b>	<b>6.413.181</b>
<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>111.704.350</b>	<b>110.456.984</b>	<b>109.618.875</b>	<b>108.765.930</b>	<b>102.552.042</b>

<sup>°</sup> Il dato del CEDI Vignale è comprensivo della quota di energia autoprodotta (impianto Fotovoltaico)

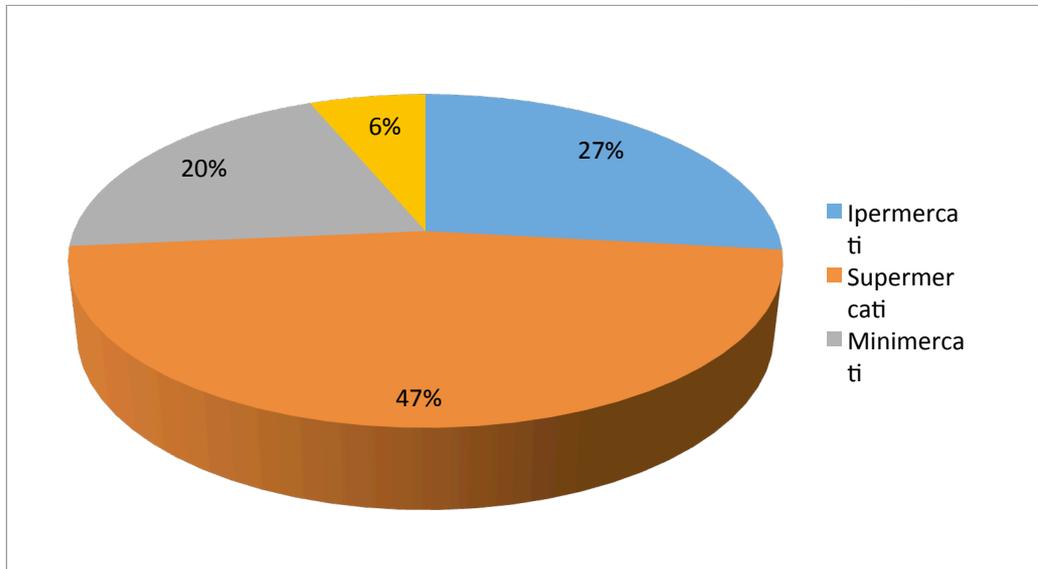
### **CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA [kWh]**



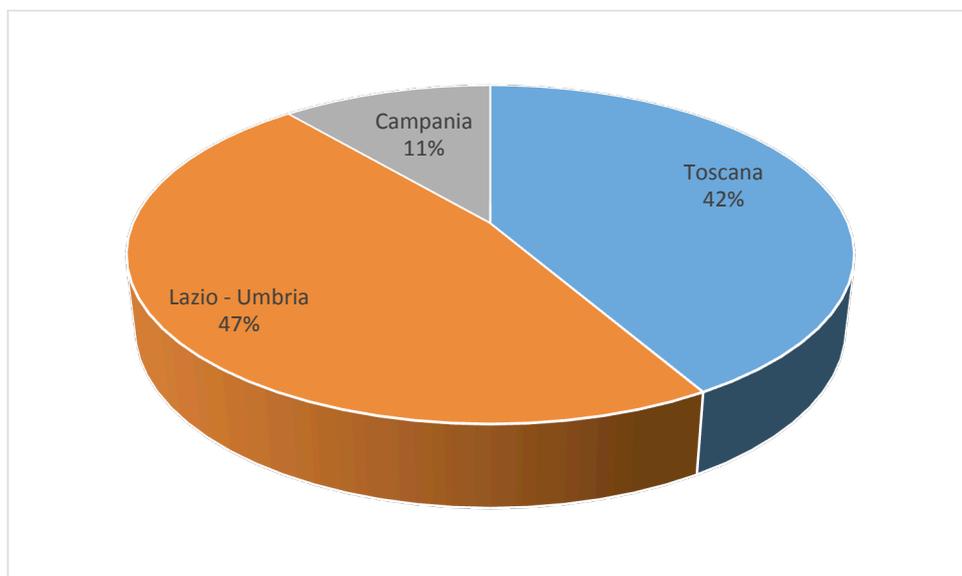
### **CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA UNITARI [kWh/mq]**



***DISTRIBUZIONE CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA PER CANALE (anno 2014)***



***DISTRIBUZIONE CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA PER TERRITORIO (anno 2014)***



Passando ai consumi di combustibile utilizzato per riscaldamento locali (**metano**), nella seguente tabella si riportano i consumi riconducibili ai tre canali di vendita e ai centri di distribuzione merci. Malgrado nella maggior parte dei punti vendita la Cooperativa effettui un monitoraggio diretto nel corso delle visite ispettive interne, per avere dati precisi per tutti i punti vendita è necessario ricorrere sempre ai dati forniti dal fornitore, che risultano gli unici ad avere carattere di ufficialità. Come sopra anticipato, nel corso del 2014 (a partire dal mese di luglio) Unicoop Tirreno ha modificato il proprio fornitore di metano, ed il nuovo gestore ad oggi non ha ancora inviato il dettaglio dei consumi sostenuti nel secondo semestre dell'anno. Il dato riportato sotto per il 2014 si riferisce dunque solo ai primi sei mesi dell'anno, e pare evidenziare una performance complessiva in linea con quella dell'anno precedente. Con riferimento invece ai consumi di metano unitari, questi sono stati calcolati raddoppiando l'indice relativo al primo semestre (essendo il dato originario riferito ad un solo semestre), e tenendo conto delle aperture e chiusure così come fatto per i consumi di energia elettrica. Il risultato (che è da intendersi comunque come un valore stimato, e quindi da confermare non appena saranno disponibili i dati ufficiali) fa emergere una performance in miglioramento per Super e Minimercati, mentre mette in evidenza una peggiore performance per gli Iper.

In termini di contributi % al totale dei consumi di metano, il canale di che risulta ancora prioritario (malgrado l'uscita di Afragola) continua ad essere il canale Iper che copre il 39% del totale, mentre in termini territoriali la regione con il maggiore livello di consumo di metano è la Toscana con un valore superiore al 50% del totale.

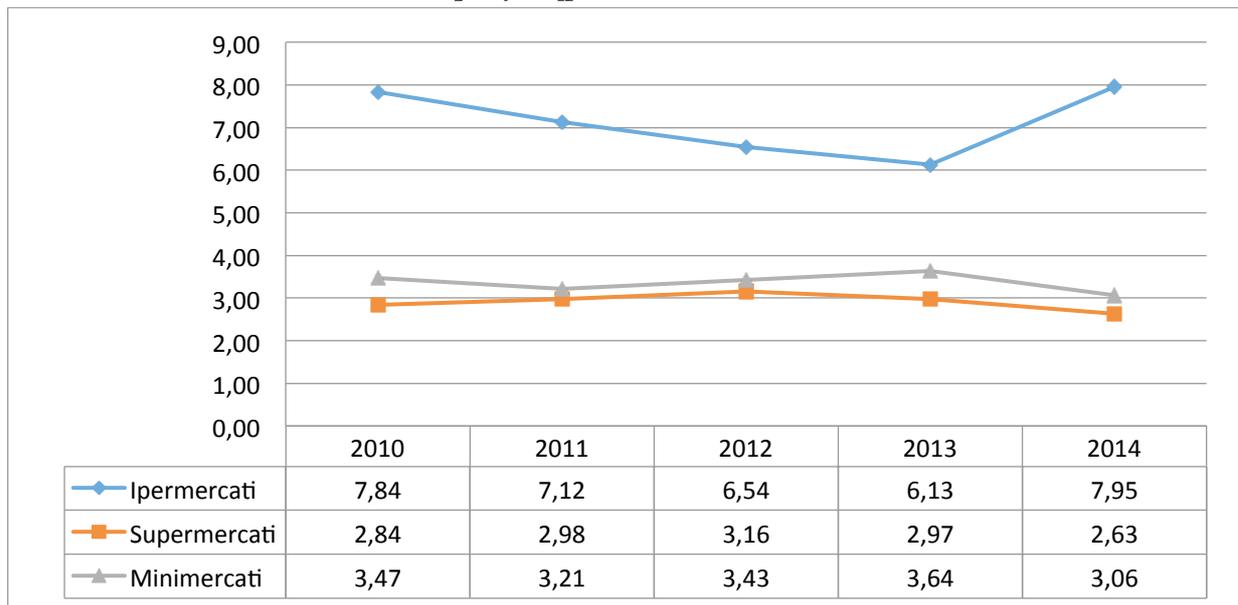
### **Consumi di metano assoluti [m<sup>3</sup>]**

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014*</b>
Ipermercati	438.000	398.159	331.624	311.263	178.714
Supermercati	186.400	200.444	219.913	206.822	100.179
Minimercati	93.500	79.873	83.846	94.067	37.880

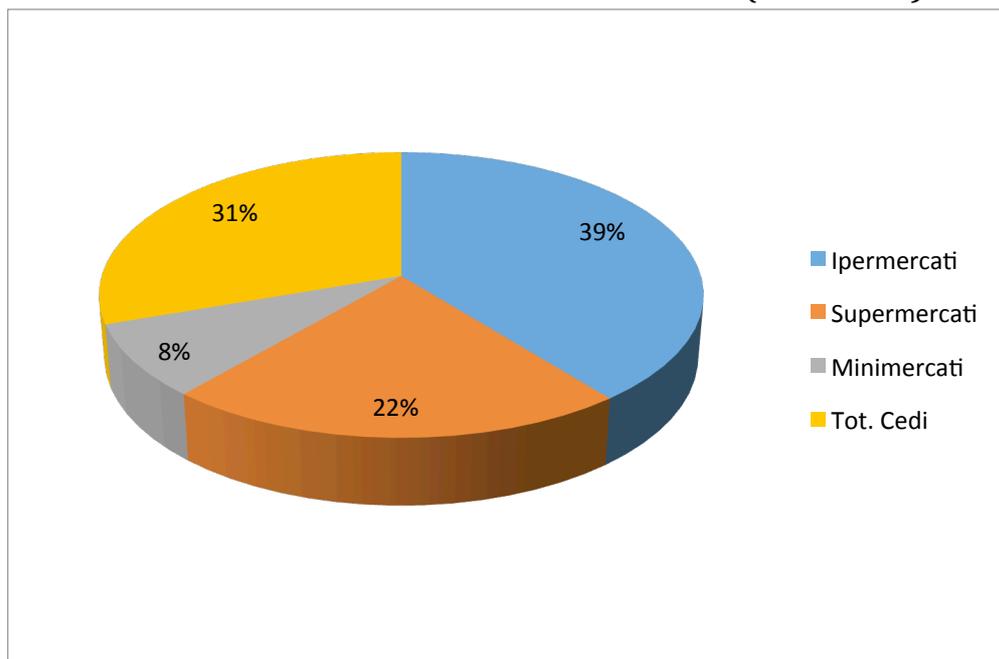
<b>Tot. Canali</b>	<b>717.900</b>	<b>678.476</b>	<b>635.383</b>	<b>612.152</b>	<b>316.773</b>
CEDI Anagni	8.000	7.591	12.521	10.345	5.654
CEDI Vignale	70.000	65.233	76.553	84.962	36.872
<b>Tot. Cedi</b>	<b>78.000</b>	<b>72.824</b>	<b>89.074</b>	<b>95.307</b>	<b>42.526</b>
<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>795.900</b>	<b>751.300</b>	<b>724.457</b>	<b>707.459</b>	<b>359.299</b>

\* Il dato 2014 si riferisce al periodo gennaio-giugno

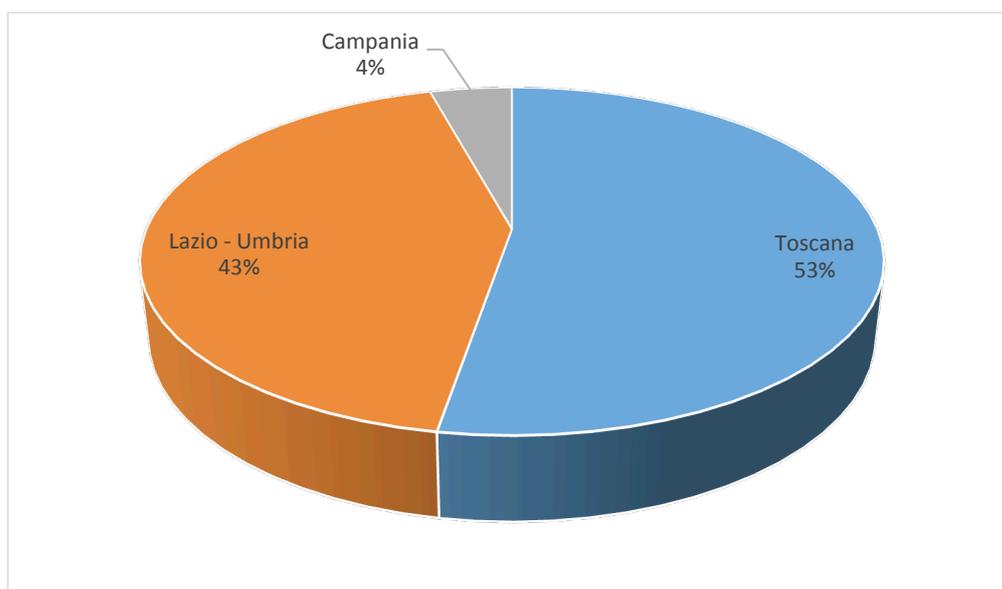
### CONSUMI DI METANO UNITARI [m<sup>3</sup>/mq]



### DISTRIBUZIONE CONSUMI DI METANO PER CANALE (anno 2014)



### DISTRIBUZIONE CONSUMI DI METANO PER TERRITORIO (anno 2014)



Dal punto di vista delle prestazioni economiche associate ai consumi energetici nel 2014, per la prima volta negli ultimi cinque anni, si è registrata una diminuzione del costo complessivo sostenuto per i consumi di energia elettrica totali. A tale risultato hanno contribuito in parte le riduzioni dei consumi di energia elettrica reali (che hanno avuto un effetto benefico soprattutto sui Super), ed in parte l'effetto complessivo indotto dalla cessione dell'Iper di Afragola. Ad annacquare gli effetti positivi sul piano economico della performance tecnica in miglioramento ha indubbiamente contribuito la dinamica dei prezzi dell'energia e soprattutto il costante aumento della quota di componente fissa sul totale del prezzo della bolletta giunto ormai a coprire circa il 60% del totale della tariffa. Con riferimento infine al dato sul consumo di metano, il valore relativo al primo semestre risulta inferiore rispetto alla metà di quanto consumato nel corso del 2013, a significare un potenziale risultato positivo in prospettiva annuale.

### **Costi di energia elettrica e di metano [€]**

	Energia elettrica				Metano			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014*
Iper	4.478.442	5.123.194	5.155.978	4.566.140	221.648	192.341	183.645	105.092
Super	7.069.452	8.147.202	8.175.876	7.935.292	120.646	127.549	122.025	49.698
Mini	2.911.081	3.456.392	3.635.056	3.731.484	53.257	48.630	55.499	26.372
CEDI Vignale	329.318	447.950	533.743	571.214	39.139	44.400	50.128	17.097
CEDI Anagni	378.870	454.350	437.994	468.277	5.305	7.262	6.104	2.286

<b>Total</b>	<b>15.167.16</b>	<b>17.629.09</b>	<b>17.938.64</b>	<b>17.272.40</b>	<b>439.99</b>	<b>420.18</b>	<b>417.40</b>	<b>200.54</b>
<b>e</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

\* Il dato 2014 si riferisce al periodo gennaio-giugno

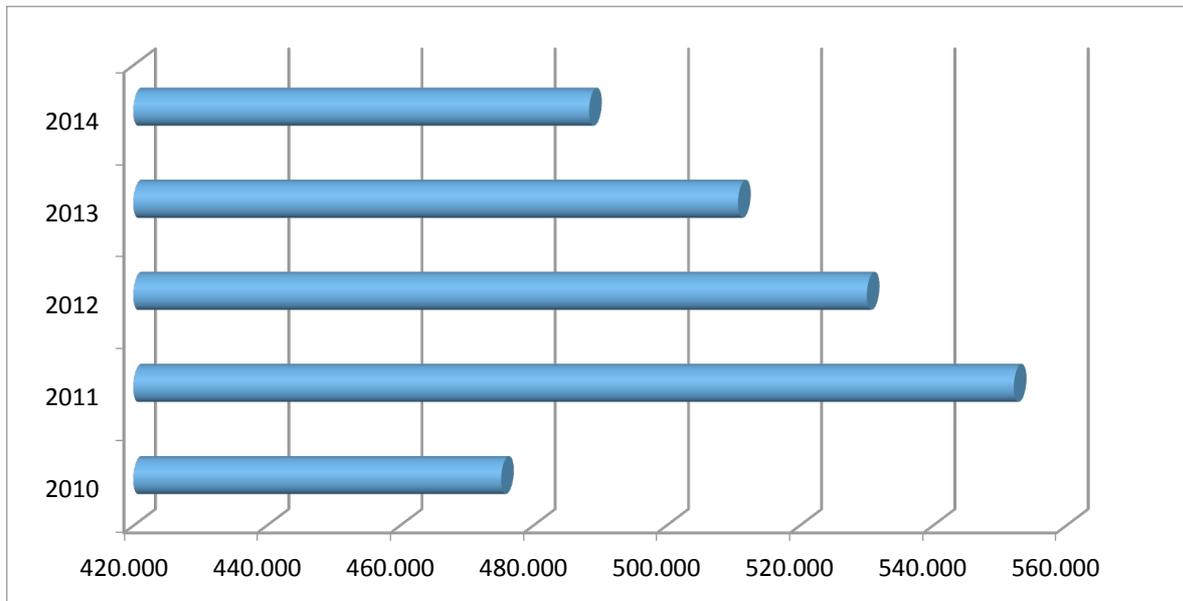
Meritevole di approfondimento nell'ambito del tema sui consumi energetici è quello sulla performance degli impianti fotovoltaici di Vignale. I dati relativi alla produzione di energia elettrica mostrano un ulteriore calo nel 2014 rispetto al triennio precedente per l'impianto preesistente (Vignale 1). Rispetto al secondo impianto (Vignale 2), entrato a regime nel maggio 2011, il valore del 2014 risulta leggermente in calo rispetto al 2013, ma in sostanziale stabilità rispetto al 2012. Complessivamente a Vignale nell'anno 2014 sono stati prodotti 1.735.510 kWh di energia da fotovoltaico, di cui 303.470 kWh sono stati esportati sulla rete.

È infine opportuno ricordare che ciò che è consumato a Vignale e non è non autoprodotta è acquistata dalla rete da un gestore che produce da idroelettrico, rendendo il 100% di ciò che viene consumato nella sede proveniente da FER - Fonti Energetiche Rinnovabili.

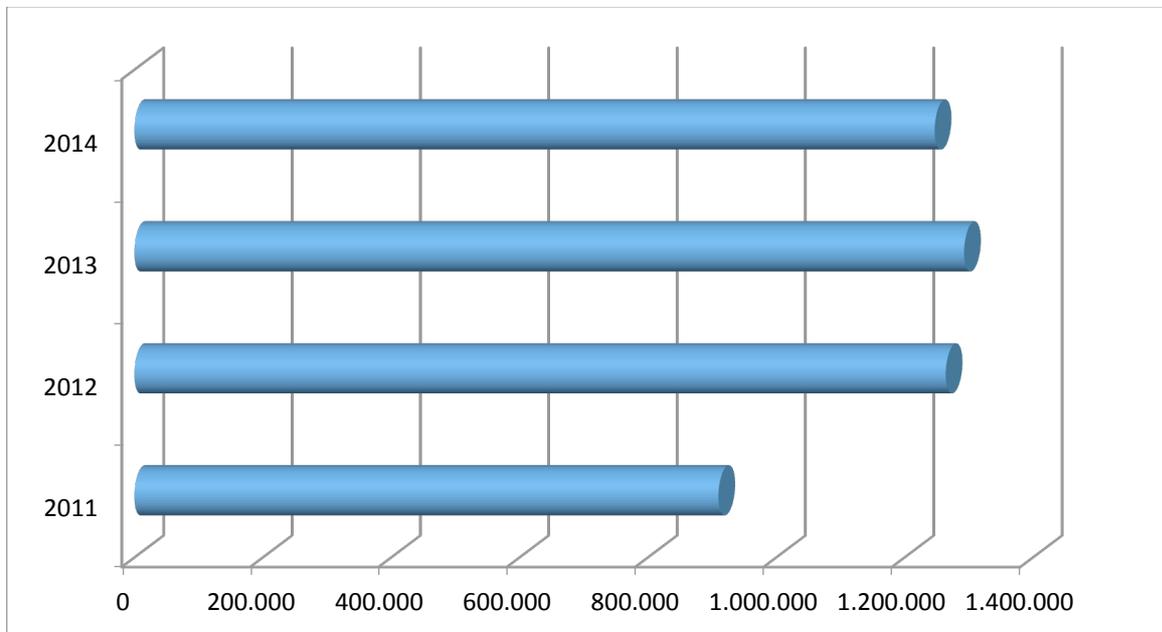
***Prestazioni dell'impianto fotovoltaico di Vignale: moduli preesistenti (Vignale 1) e nuovo impianto (Vignale 2)***

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>IMPIANTO VIGNALE 1 (impianto del 2007)</b>					
<b>Produzione annua effettiva [KWh]</b>	475.203	552.160	530.098	510.770	488.410
<b>Consumo medio equivalente familiare [n°]</b>	173	201	193	186	178
<b>Emissioni di CO2 evitate [T]</b>	278	309	297	286	273
<b>IMPIANTO VIGNALE 2 (impianto avviato nel maggio 2011)</b>					
<b>Produzione annua effettiva [KWh]</b>	-	910.095	1.264.308	1.292.940	1.247.100
<b>Consumo medio equivalente familiare [n°]</b>	-	331	460	471	454
<b>Emissioni di CO2 evitate [T]</b>	-	509	708	724	698

***PRODUZIONE ANNUA EFFETTIVA IMPIANTO "VIGNALE 1"***



**PRODUZIONE ANNUA EFFETTIVA IMPIANTO "VIGNALE 2"**



**La gestione dei rifiuti**

A partire dal 2011 il tema della corretta **gestione dei rifiuti** ha assunto in Cooperativa una rilevanza centrale. Un primo passo da parte della Direzione è stato quello di avviare tre anni fa un assessment sull'intera rete di vendita che chiarisse sia il posizionamento di Unicoop Tirreno rispetto alle normative vigenti in materia di gestione rifiuti, che le proprie potenzialità in termini di miglioramento impiantistico e operativo a livello di punti vendita e magazzini. Tale analisi ha portato Unicoop Tirreno a mettere a punto nel 2012 un progetto specifico orientato alla realizzazione di un vero e proprio sistema formalizzato di gestione dei rifiuti, un sistema che ha permesso di stabilire le più corrette modalità operative e di controllo relative alle attività di gestione dei rifiuti di

competenza di Unicoop Tirreno: raccolta, selezione, classificazione in funzione della destinazione finale, deposito e invio a destino. È stata stabilita una politica aziendale di gestione dei rifiuti, sottoscritta dal Direttore attività caratteristica, e sono state delineate in totale 6 procedure di gestione e 24 istruzioni operative. Tali procedure sono state diffuse tra tutti i punti vendita attraverso una capillare azione formativa ed informativa che è stata realizzata tra il 2013 e il 2014 e che ha interessato tutti i capinegozio e, in alcuni casi, anche capireparto e singoli operatori. Sempre nell'ambito del sistema, inoltre, a partire dal 2013 è stato avviato un programma di audit interni che prevede oggi la realizzazione di circa 4 verifiche al mese da effettuarsi direttamente presso i punti vendita. Nel corso del 2014 sono stati effettuati in totale 21 audit interni, che hanno generato altrettanti rapporti formalizzati. Complessivamente gli audit del 2014 hanno messo in luce 74 mancate conformità rispetto alle modalità operative stabilite dal sistema. Tale numero, che apparentemente potrebbe apparire elevato, risulta in realtà l'espressione del funzionamento del sistema stesso, un sistema in grado di identificare da solo le necessità di aggiustamento e che, nel tempo, porterà ad una progressiva conformità rispetto alle migliori pratiche gestionali stabilite. A conferma di ciò si può evidenziare come nel corso del 2014 la Cooperativa non abbia subito alcuna sanzione rispetto al tema rifiuti, contro le 7 del 2013 e le 2 del 2012.

Un ultimo elemento rilevante nell'ambito del sistema è stata la spinta prodotta rispetto alla comunicazione interna. Il sistema ha permesso di intensificare le relazioni tra Unicoop Tirreno e soggetti terzi coinvolti, a vario titolo, nella gestione dei rifiuti della Cooperativa, attraverso la messa a punto di uno strumento di registrazione delle comunicazioni finalizzate al miglioramento del funzionamento dello stesso sistema; nel corso del 2014 sono state 20 le comunicazioni ufficiali registrate dal servizio adempimenti ambientali. Passando dalla sfera gestionale a quella della misurazione delle performance, nell'ambito del sistema è stato stabilito un set di 20 indicatori di prestazione legati alla gestione dei rifiuti riguardanti i quantitativi di rifiuti prodotti, le tipologie, l'origine di tali rifiuti e i costi associati alla loro gestione. Prima di fornire informazioni quantitative a questo proposito, è opportuno ricordare le tipologie di rifiuti che possono essere prodotte dalla Cooperativa:

- *Rifiuti urbani (RU) e assimilati (RAU)*: rifiuti indifferenziati derivanti da attività analoghe a quelle domestiche (carta, plastica derivante da bottigliette utilizzate negli uffici, vetro, ecc.);
- *Rifiuti speciali non pericolosi (RSNP)*: riguardanti prevalentemente rifiuti da imballaggio (che si originano nelle operazioni di rifornimento), 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, banchi frigo, computer, stampanti e pile.

Nella seguente tabella sono riportate in modo aggregato le diverse categorie di rifiuti prodotti nel corso del 2013 e 2014, con la rilevanza relativa rispetto al totale dei rifiuti prodotti da ciascuna di esse, e con la suddivisione per canale di vendita e per territorio di localizzazione dei negozi.

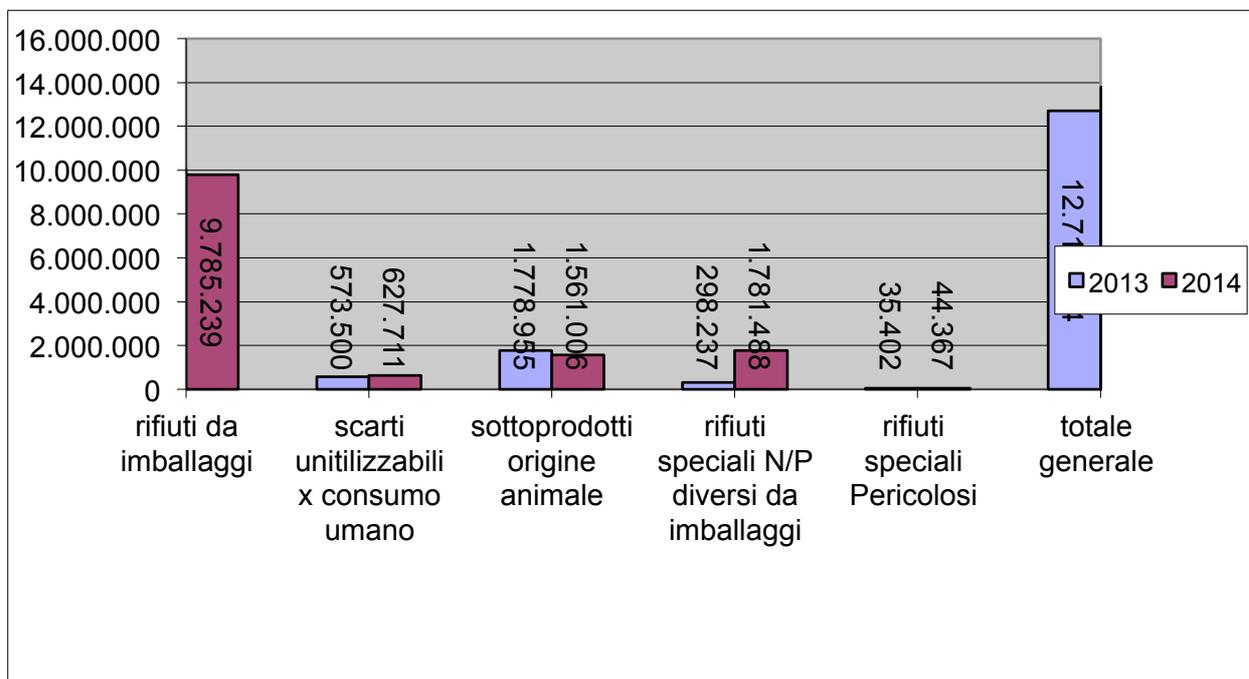
**Dettaglio sui quantitativi di rifiuti prodotti totali**

	<b>Rifiuti totali</b>			
	<b>2013</b>		<b>2014</b>	
	<b>Kg</b>	<b>%</b>	<b>Kg</b>	<b>%</b>
<i>Rifiuti da imballaggi</i>	10.025.490	78,9	9.785.239	70,91%
<i>Scarti inutilizzabili x consumo umano</i>	573.500	4,5	627.711	4,55%
<i>Sottoprodotti origine animale</i>	1.778.955	14	1.561.006	11,31%
<i>Rifiuti speciali N/P diversi da imballaggi</i>	298.237	2,3	1.781.488	12,91%
<i>Rifiuti speciali Pericolosi</i>	35.402	0,3	44.367	0,32%
<b>Totale generale</b>	<b>12.711.584</b>	<b>100</b>	<b>13.799.811</b>	<b>100%</b>

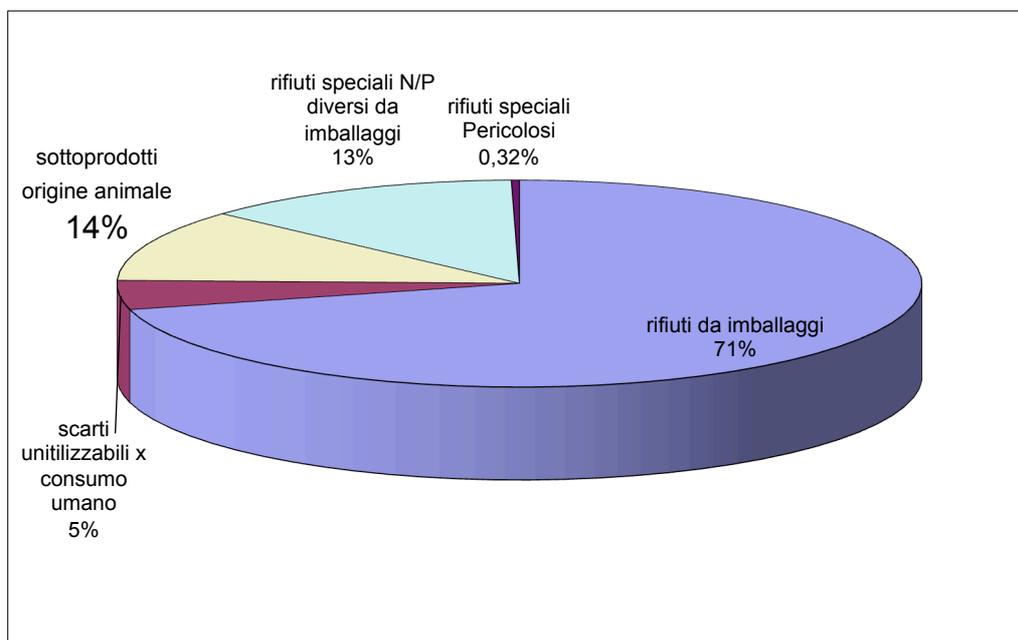
**Dettaglio sui quantitativi di rifiuti prodotti suddivisi per regione**

	<b>Rifiuti Suddivisi per Regione</b>					
	<b>2013</b>			<b>2014</b>		
	<b>Toscana</b>	<b>Laz/Umb</b>	<b>Camp.</b>	<b>Toscana</b>	<b>Laz/Umb</b>	<b>Camp.</b>
<i>Rifiuti da imballaggi</i>	3.423.862	4.978.668	1.622.960	3.829.128	4.320.186	1.635.925
<i>Scarti inutilizzabili x consumo umano</i>	0	410.470	163.030	22.360	292.291	313.060
<i>Sottoprodotti origine animale</i>	675.591	964.002	139.362	623.016	725.625	212.365
<i>Rifiuti speciali N/P diversi da imballaggi</i>	98.999	112.253	86.985	1.221.669	443.758	4.566
<i>Rifiuti speciali Pericolosi</i>	7.104	26.634	1.664	34.994	4.807	116.061
<b>Totale generale</b>	<b>4.205.556</b>	<b>6.492.027</b>	<b>2.014.001</b>	<b>5.731.167</b>	<b>5.786.667</b>	<b>2.281.977</b>

**Quantitativi di rifiuti totali prodotti 2013 e 2014**



### Tipologie di rifiuti prodotte nel 2014

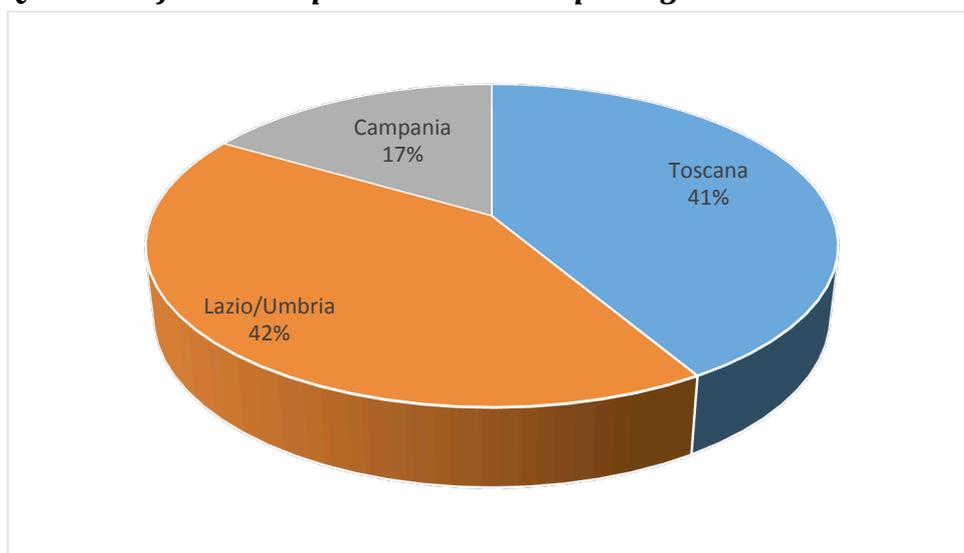


### Dettaglio sui quantitativi di rifiuti prodotti suddivisi per canale

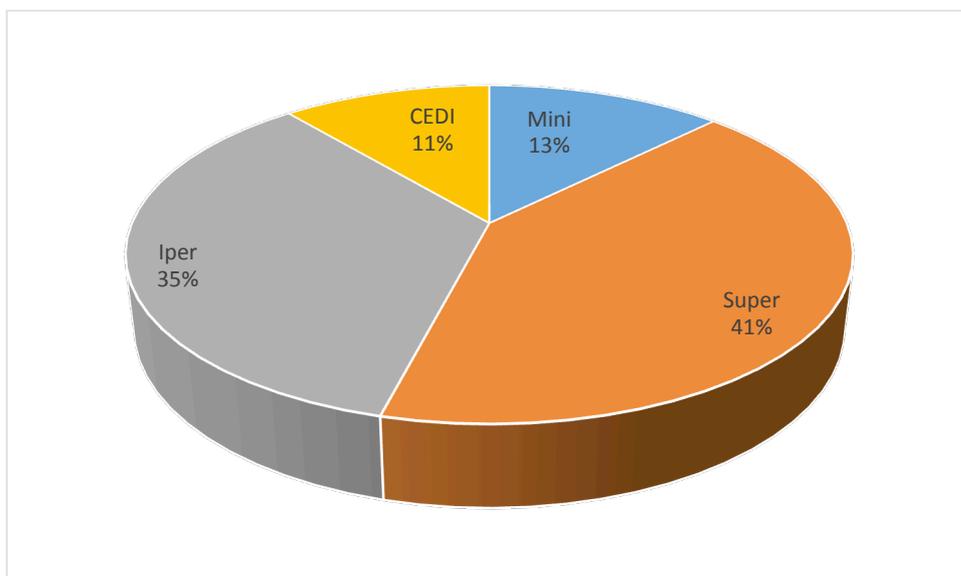
	2013				2014			
	Mini	Super	Iper	CEDI	Mini	Super	Iper	CEDI
Rifiuti da imballaggi	1.409.533	3.991.328	4.245.474	379.155	1.374.779	4.304.722	3.746.745	359.917
Scarti inutilizzabili x consumo	21.670	188.530	325.100	38.200	30.900	131.671	420.760	44.380

<i>umano</i>								
<i>Sottoprodotti origine animale</i>	295.399	1.071.222	407.937	4.397	281.792	916.067	357.837	5.310
<i>Rifiuti speciali N/P diversi da imballaggi</i>	4.743	81.812	145.778	65.904	40.989	353.546	282.829	1.103.200
<i>Rifiuti speciali Pericolosi</i>	2.259	22.024	7.819	3.300	3.065	17.681	7.114	16.507
<b><i>Totale generale</i></b>	<b>1.733.604</b>	<b>5.354.916</b>	<b>5.132.108</b>	<b>490.956</b>	<b>1.731.525</b>	<b>5.723.687</b>	<b>4.815.285</b>	<b>1.529.314</b>

**Quote di rifiuti totali prodotti suddivisi per regione**



**Quote di rifiuti totali prodotti suddivisi per canale di vendita**



I dati mettono in evidenza una crescita del numero complessivo di rifiuti prodotti dal 2013 al 2014 cui ha contribuito in modo più rilevante la categoria dei RSNP diversi dagli imballaggi e dei RSP. In questa dinamica un ruolo significativo è stato svolto dai CEDI, dove l'ammontare di rifiuti è più che triplicato tra il 2013 e il 2014. Tale crescita è da imputarsi prevalentemente agli effetti che l'alluvione di ottobre ha prodotto sul magazzino di Vignale, con la produzione di un quantitativo ingente di rifiuti composto prevalentemente da terre e fanghiglia. In assenza di tale evento, presumibilmente, la prestazione complessiva in termini di produzione di rifiuti tra i due anni non sarebbe differita molto.

In termini di canali di vendita, i Super sono quelli che producono la quota più alta di rifiuti rispetto agli altri, mentre dal punto di vista regionale si ha una sostanziale parità con Lazio/Umbria e Toscana. Rispetto alle reti di vendita, nell'ambito del sistema di gestione uno degli indicatori che viene monitorato risulta quello al quantitativo totale di rifiuti prodotti per mq di vendita, di seguito riportato; nel 2014 nei Minimercati sono stati prodotti 62,1 kg/mq di rifiuti, nei Super sono stati prodotti 79,9 kg/mq, mentre negli Iper sono stati prodotti 82,4 kg/mq.

Un dato rispetto al quale è possibile effettuare un confronto intertemporale più ampio (in quanto riferibile a tutti gli anni in modo univoco alla stessa tipologia di materiale di scarto) riguarda i rifiuti provenienti dalle operazioni di macelleria (Grassi e ossa) e scarti ittici (Ittico), soggetti a normative specifiche (regolamento CE su SOA – Sottoprodotti di Origine Animale). I dati mostrano complessivamente un andamento altalenante nel corso del quinquennio, e comunque una diminuzione nel 2014 rispetto agli anni precedenti (complice sicuramente il significativo calo delle vendite)

***Dettaglio "Grassi e ossa" e "ittico" prodotti da Unicoop Tirreno - anni 2010 - 2014 [kg]***

	2010	2011	2012	2013	2014
<i>Ipermercati</i>	291.254	357.430	312.138	407.937	357.837

<i>Supermercati</i>	1.421.936	1.755.977	1.034.889	1.071.222	916.067
<i>Minimercati</i>	-	-	329.811	295.399	281.792
<i>CEDI</i>	2.200	2.458	1.955	4.397	5.310
<b>TOTALI</b>	<b>1.715.390</b>	<b>2.115.865</b>	<b>1.678.793</b>	<b>1.778.955</b>	<b>1.561.006</b>

Altra tipologia di 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. Anche in questo caso, complice probabilmente la crisi, il numero di ritiri e pezzi risulta essere nel 2014 in diminuzione rispetto al biennio precedente.

**Ritiri RAEE [n° ritiri e n° pezzi suddivisi per categoria]**

		N. Ritiri	Tot. Pezzi	R1	R2	R3	R4	R5
<b>2012</b>	<b>Unicoop</b>	111	1195	256	830	63	31	15
	<b>Ipercoop</b>	5	32	8	18	1	5	0
<b>2013</b>	<b>Unicoop</b>	104	1095	205	838	24	25	3
	<b>Ipercoop</b>	20	212	53	144	7	8	0
<b>2014</b>	<b>Unicoop</b>	102	1021	128	825	39	28	1
	<b>Ipercoop</b>	23	142	22	109	4	7	0

**R1** - Grande bianco freddo - grandi elettrodomestici per la refrigerazione: frigoriferi, congelatori, condizionatori

**R2** - Grande bianco non freddo - grandi elettrodomestici come lavatrici, lavastoviglie

**R3** - TV Monitor a tubo catodico

**R4** - Elettronica di consumo, Telecomunicazioni, Informatica, piccoli elettrodomestici, elettrodomestici, giocattoli, apparecchi di illuminazione, dispositivi medici

**R5** - Sorgenti luminose a scarica: lampade fluorescenti e sorgenti luminose compatte

Con riferimento infine ai dati relativi ai costi sostenuti per la gestione, nel corso del 2014 sono stati sostenuti nel complessivo 1.473.264 € (- 3,7% rispetto all'anno prima) per la gestione della totalità di rifiuti speciali prodotti, cui si aggiungono 2.321.085 € di TARSU/TIA (contro i circa 2.413.980 € del 2013; -3,85%)<sup>1</sup>. Seppure dunque i quantitativi di rifiuti siano cresciuti, pare evidente che la razionalizzazione della gestione abbia giovato anche nella identificazione delle soluzioni più idonee in termini di risparmio economico. Non solo dunque una corretta gestione ha portato ad una riduzione dei costi legati alle sanzioni (prevenute attraverso il sistema delle verifiche ispettive interne), ma l'ottimizzazione della gestione ha prodotto benefici anche in termini di risparmio economico direttamente connesso alla stessa gestione dei rifiuti.

<sup>1</sup> Questi valori comprendono anche il dato di Afragola, entrata in CDM da febbraio 2014.

Nella seguente tabella si riporta una sintesi dei costi di gestione degli speciali e dei pagamenti di TARSU/TIA per il 2014 divisi per territorio e per società.

**Costi smaltimenti RS e tariffe per i rifiuti assimilabili [€] divisi per società e territorio**

		Costi smaltimenti RS		TARSU/TIA	
		2014	2013	2014	2013
<b>Totali</b>		1.473.264	1.529.675	2.321.085	2.532.106
<b>Società</b>	<i>Unicoop</i>	1.171.228	1.234.119	1.912.778	2.042.886
	<i>Ipercoop</i>	232.007	295.556	348.307	489.220
	<i>NewCo (Afragola)</i>	70.028	-	60.000	-
<b>Territorio</b>	<i>Toscana</i>	592.555	602.798	1.003.270	903.446
	<i>Lazio/Umbria</i>	578.673	631.321	909.508	1.139.440
	<i>Campania</i>	302.035	295.556	408.307	489.220

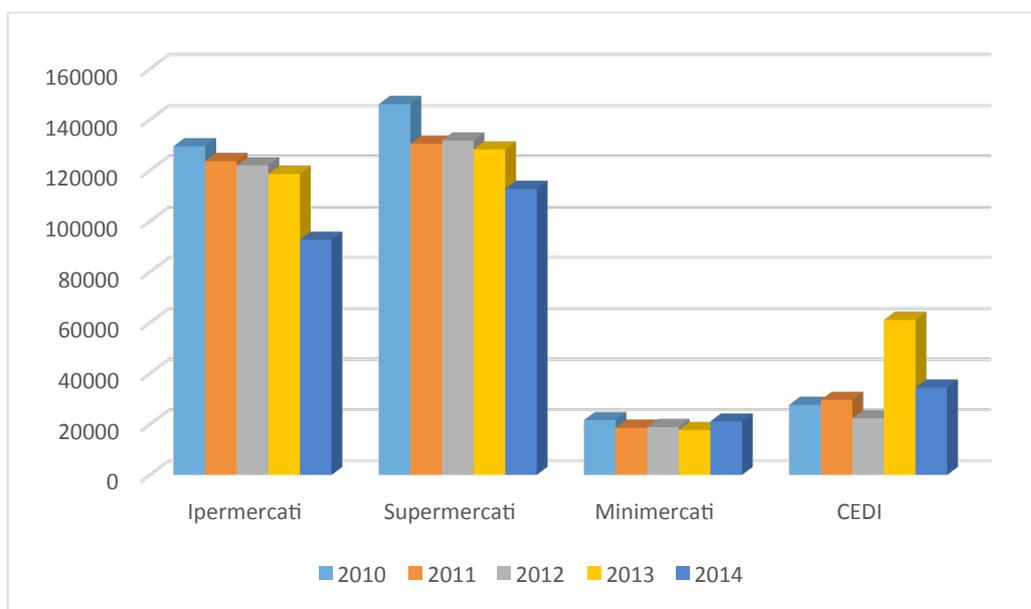
**I consumi idrici**

Le risorse idriche vengono utilizzate all'interno delle strutture della Cooperativa principalmente per i servizi igienico - sanitari, le operazioni di pulizia dei locali e per la vendita di alcuni prodotti che necessitano di pulizia direttamente al cliente (es. pescherie). Dal punto di vista dei dati sui consumi, il trend relativo al quinquennio 2010-2014 mette in evidenza una significativa diminuzione, con un dato pari a 260.864 mc nel 2014 che segna la migliore prestazione nei cinque anni. Infine dal punto di vista dei costi associati ai consumi idrici, vi è stata una crescita dei costi nell'ultimo anno data in parte dall'aumento delle tariffe (che ha in parte annullato il vantaggio legato alla riduzione dei consumi), e in parte da dinamiche di fatturazione dei consumi plurimensili che hanno riguardato anche costi per consumi effettuati nel corso dell'anno precedente.

**Consumi idrici suddivisi per canale [m³]**

	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Ipermercati</b>	129.508	123.617,77	121.935,67	118.562	92.655
<b>Supermercati</b>	146.085	130.487,76	131.793,75	128.254	112.713
<b>Minimercati</b>	21.579	18.563,91	18.848,50	17.690	21.066
<b>CEDI Vignale</b>	13.600	20.459,81	15.667,39	18.815	12.188
<b>CEDI Anagni*</b>	14.000	9.069,15	6.697,94	42.232	22.242
<b>TOTALE</b>	<b>324.772</b>	<b>302.198</b>	<b>294.943</b>	<b>325.553</b>	<b>260.864</b>

**Consumi idrici totali suddivisi per canale [m³]**



	<b>Costi per il consumo idrico [€]</b>				
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Ipermercati	353.557	415.335	372.370	396.086	339.697
Supermercati	321.387	369.255	376.281	287.113	444.227
Minimercati	43.158	46.314	57.682	42.635	88.762
CEDI Vignale	38.080	63.118	64.359	80.675	49.583
CEDI Anagni	39.200	30.472	20.100	26.220	35.478
<b>TOTALI</b>	<b>795.382</b>	<b>924.495</b>	<b>890.793</b>	<b>832.730</b>	<b>957.747</b>

### **La logistica**

A partire dal 2012 la logistica è tornata sotto la società Unicoop Tirreno, con il superamento della società autonoma Tirreno Logistica (controllata al 100% da Unicoop), che ha chiuso le proprie attività. A partire dal 2013 la logistica ha avviato un progetto di riorganizzazione dei servizi di trasporto mezzi finalizzato a razionalizzare il numero delle consegne, ottimizzare le distanze da percorrere e ridurre il numero di colli, un progetto di cui nel 2014 la Cooperativa ha iniziato a misurare i primi risultati.

Il 2014 si è anche caratterizzato per alcune iniziative che hanno coinvolto direttamente i magazzini. In particolare sono state avviate attività finalizzate ad una maggiore pulizia dei locali e ad una riduzione dei rifiuti prodotti nelle attività di magazzino, nonché attività finalizzate ad una razionalizzazione della gestione delle scaffalature di magazzino in funzione di una maggiore sicurezza degli operatori. Inoltre, con riferimento specifico al CEDI di Anagni, si è provveduto a trasferirvi merci precedentemente gestite su piattaforme esterne (Pomezia e Gavorrano), riconducendole ad una diretta gestione di Unicoop Tirreno, con riflessi positivi in termini di diminuzione dei mezzi a servizio dei punti vendita. Nel 2014 infine è stata riorganizzata e ristrutturata la piattaforma liquidi e surgelati di Ceccano (FR), con una

ottimizzazione delle sale carrelli, installazione di segnalatori acustici e ammodernamento dei sistemi di illuminazione.

Dal punto di vista quantitativo, con riferimento ai due magazzini principali di gestione delle merci del Gruppo, nel 2014 si sono avuti:

- 149 punti vendita serviti dal magazzino di Vignale (contro i 122 del 2013) per un totale di 590 trasferimenti settimanali dalla piattaforma (erano stati 593 nel 2013);
- 78 punti vendita serviti dal magazzino di Anagni (53 nel 2013) per un totale di circa 540 trasferimenti settimanali (erano stati 430 nel 2013).

Il flusso di merce circolante su Vignale è maggiore rispetto ad Anagni, sia per il numero più alto di punti vendita serviti, sia perchè Anagni utilizza una piattaforma esterna per le carni e la merce no-food. Nel 2014 hanno operato presso il CEDI di Vignale 3 ditte, una si è confermata operante su quello di Anagni, una ancora sia su Vignale che su Anagni, e 4 sono state quelle operanti sulla piattaforma in conto deposito.

	2010	2011	2012	2013	2014
<b>km percorsi nell'anno da mezzi di trasporto merci per conto di Unicoop Tirreno (ca)</b>	7.300.000	7.450.000	7.800.000	7.060.000	7.640.000
<b>Percentuale di carico di riempimento dei mezzi</b>	88%	89%	90%	90%	90%
<b>Numero Totale di mezzi utilizzati dalle ditte di trasporto</b>	89	108	105	98	90

Rilevante risulta anche l'incidenza che l'attività svolta produce in termini di fatturato delle società della logistica che svolgono attività per Unicoop Tirreno. Complessivamente nel 2013 le ditte che hanno lavorato per Tirreno Logistica sono state 8, tutte di medio - piccole dimensioni (numero medio di dipendenti intorno alle 41 unità) e con un contributo medio in termini percentuali di fatturato da queste realizzato intorno al 47% del loro totale (con una oscillazione tra il 4,5% e il 100%).

#### **L'interazione indiretta con l'ambiente**

Oltre all'attenzione alla tutela dell'ambiente che si viene a rilevare nell'ordinarietà delle proprie attività, Unicoop Tirreno promuove anche iniziative sul territorio orientate a trasferire alla collettività (cittadini, istituzioni), ai propri soci, e agli altri attori del mercato, i principi dell'agire in modo sostenibile e responsabile verso le risorse naturali. Da questo punto di vista nel corso del 2014, sono state promosse diverse iniziative, alcune delle quali integrate nel quadro delle azioni proposte dal sistema cooperativo su scala nazionale, altre specifiche di Unicoop Tirreno.

Una prima iniziativa si riferisce al progetto **ECO Courts (cortili ecologici) - ECOlogical Courtyards United for Resources saving through smart Technologies and life Style**, che si è concluso nel novembre 2014. Il progetto era finalizzato a ridurre e a

rendere più efficiente il consumo di acqua ed energia delle famiglie e all'interno dei condomini e a diminuire la produzione di rifiuti a livello domestico, favorendo riutilizzo e riciclo. E' stato cofinanziato dalla Commissione europea nell'ambito del programma *Life+ Politica e governance ambientali* e promosso da Comune di Padova, coordinatore di progetto, insieme a Finabita, Legacoop, ANCC-Coop, Regione Toscana e Regione Emilia-Romagna.

Unicoop Tirreno ha partecipato in collaborazione con altre organizzazioni del sistema cooperativo attraverso l'organizzazione di una campagna di comunicazione nei propri punti vendita avente l'obiettivo di sensibilizzare i propri soci-consumatori verso comportamenti di vita e consumo sostenibili sia nell'acquisto dei prodotti che nella loro vita privata.



<http://www.life-ecocourts.it/>

Sempre in materia di risparmio, anche nel 2014 Unicoop Tirreno ha aderito all'iniziativa promossa dalla trasmissione **RADIO 2 - Caterpillar "M'ILLUMINO DI MENO"**. La trasmissione ha quale obiettivo quello di ricordare a tutti l'importanza dell'ambiente e del risparmio energetico e ogni anno, il 14 febbraio (giornata internazionale del risparmio energetico, nonché anniversario della firma del Protocollo di Kyoto sui gas serra), promuove azioni orientate alla sostenibilità su tutto il territorio nazionale. Il contributo fornito specificatamente dalla Cooperativa è stato quello dello spegnimento delle luci non indispensabili, con riduzione dell'illuminazione dei punti vendita. L'iniziativa nel 2014 ha coinvolto 104 punti vendita (3 in più rispetto al 2013), con un risparmio stimato di 2.660 kWh, equivalenti a 1.270 Kg di CO2 risparmiata.



Nel 2014 poi Unicoop Tirreno ha nuovamente preso parte a **FestAmbiente**, festival nazionale che Legambiente organizza ogni anno a Rispescia (GR). La partecipazione si è caratterizzata per molteplici iniziative che hanno coinvolto la Cooperativa, tutte accomunate dal rispetto per la natura e dal desiderio di informare grandi e piccini sull'influenza che ogni scelta di consumo ha sulle risorse naturali. È stata innanzitutto riproposta la campagna commerciale "Vicino A Noi" (che enfatizza le produzioni locali e i rapporti diretti con i fornitori regionali di Unicoop Tirreno), a sottolineare la stretta connessione tra valorizzazione del territorio, qualità e sicurezza alimentare e tutela dell'ambiente. Inoltre nell'edizione 2014 Unicoop Tirreno ha partecipato a "La città dei bambini", con due laboratori per ragazzi, con lo scopo di favorire l'avvicinamento di grandi e piccoli ai valori che sono propri di Coop, a partire dal rispetto per la natura e alla consapevolezza che le nostre scelte di consumo ricadono inequivocabilmente sull'ambiente.



Infine nel 2014 è proseguita l'attività di **raccolta degli oli vegetali** utilizzati in cucina da soci e consumatori, che possono portare il loro rifiuto presso i raccoglitori posti nei punti vendita attrezzati. Per i soci e i consumatori è un servizio gratuito, mentre per la Cooperativa rappresenta un'ulteriore occasione di impegno concreto in tema di tutela ambientale. Complessivamente in Italia ogni anno si producono oltre 280 milioni di kg di olio vegetale usato, e un solo litro riesce ad impedire l'ossigenazione di flora e fauna in un km quadrato di mare.

Viceversa, se recuperati correttamente, gli oli esausti possono essere riciclati per usi combustibili, inchiostri da stampa, argilla espansa ecc. La raccolta a fine 2014 era attiva su 16 punti vendita: Follonica, i due punti vendita di Grosseto di Via Inghilterra e Via Emilia, Massa Marittima, Roccastrada, Ribolla, Sassofortino, Bagni di Gavorrano, Sticciano Scalo, Arenaccia, Castiglion della Pescaia, Porto Santo Stefano, Porto Ercole, Cecina Rosignano e Vada.



## Il capitale economico-finanziario e commerciale

Il Capitale economico-finanziario, così come quello più prettamente commerciale, sono l'espressione degli effetti del business dell'organizzazione sulla soddisfazione degli shareholder e dei clienti e sulla gestione dei fornitori, andando ad incidere direttamente sulla reputazione dell'impresa e sulla sua efficacia in termini di stabilità e competitività nel mercato.

Essendo Unicoop Tirreno un'azienda a forma cooperativa, anche gli aspetti legati ai capitali qui in oggetto sono comunque inevitabilmente e profondamente interconnessi con il capitale sociale e la proprietà diffusa della Cooperativa stessa.

Nondimeno, con il prolungarsi di una crisi economica che sta trasformando il modo di fare la spesa e gli stili di vita delle famiglie italiane, la stabilità nel tempo della Cooperativa - connessa alla dimensione economica della sostenibilità - diventa prioritaria. Per continuare a garantire nel futuro la fornitura di beni alimentari sicuri e di qualità a prezzi convenienti, buone condizioni di lavoro ai dipendenti e il necessario sostegno a quei fornitori che compongono il sistema economico locale di riferimento è indifferibile, proprio nell'interesse dei soci, l'esigenza di ritrovare uno stabile equilibrio economico.

In questo quadro, nelle seguenti sezioni, dopo una descrizione dell'assetto patrimoniale della Cooperativa e una descrizione della dinamica economica che ha caratterizzato Unicoop Tirreno nel 2014, si passa ad un approfondimento sul tema dei fornitori locali e del sistema di accreditamento degli stessi, sul tema della gestione della qualità e della sicurezza alimentare rispetto alla più ampia categoria dei consumatori di Unicoop Tirreno, ed infine si prende in considerazione la sfera commerciale relativa alle tipologie di prodotti venduti (con particolare riferimento ai prodotti a Marchio Coop).

## Dinamica economica e risultato d'esercizio 2014

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. In termini di dinamica congiunturale, anche il 2014 si è caratterizzato per la continuazione a livello internazionale e nazionale della situazione di crisi globale che, dopo aver investito la sfera finanziaria, si è successivamente allargata all'intera economia reale, con una riduzione progressiva degli investimenti, dell'occupazione, dei redditi e delle spese delle famiglie. Il PIL italiano è risultato nel 2014 ancora negativo (-0,4%), ma è rimasto invariato nell'ultimo trimestre dell'anno, segnando uno stop alla recessione. L'inflazione ha continuato a scendere registrando un tasso medio dello 0,2% ed un valore leggermente negativo a dicembre: questo andamento riflette principalmente il calo dei prezzi dei beni energetici e la persistente debolezza della domanda interna. Si è riscontrata una moderata crescita della spesa per consumi finali (+0,5%) dopo che nel 2013 la stessa aveva segnato un'ampia contrazione in volume pari a -2,9%. Questo lieve

incremento, spinto soprattutto nell'ambito dei beni di consumo durevole, è risultato superiore a quello del reddito disponibile (pari a +0,2%) provocando una leggera diminuzione della propensione al risparmio delle famiglie consumatrici.

La crisi che si ripercuote sulle famiglie e sui singoli, ha spinto a mutare le abitudini di consumo dei cittadini: le difficoltà economiche hanno provocato una ricerca diversificata dei prodotti, più orientata a quelli low cost, preferendo spesso i punti vendita più economici. Inoltre l'economia della condivisione, l'"internet of things", hanno contribuito ulteriormente a modificare alcuni stili di consumo delle famiglie italiane, stimolando anche su quel piano un processo di ristrutturazione del sistema delle vendite al dettaglio in favore di una maggiore affermazione di modelli e-commerce.

Nel settore della grande distribuzione, nel quarto trimestre 2014, l'inflazione relativa ai prezzi del largo consumo ha fatto registrare a livello europeo un calo per il quinto trimestre consecutivo, posizionandosi al minimo livello da quattro anni a questa parte. Questo quadro di recessione ha influito sulla fiducia da parte dei consumatori e le manovre finanziarie dei vari governi succedutisi nel periodo della crisi hanno prodotto continui inasprimenti dei livelli di tassazione e delle tariffe pubbliche e ulteriori riduzioni del potere d'acquisto dei cittadini.

Sui mercati finanziari, a differenza di quanto registrato nell'economia reale, anche nel 2014 si sono verificati ulteriori incrementi di valore delle quotazioni dei titoli sulla scia di quanto già avvenuto l'anno precedente. Il continuo rientro dai livelli significativi dello spread tra i titoli del debito pubblico italiano e quelli tedeschi ha consentito, anche nell'anno appena concluso, ulteriori importanti miglioramenti delle quotazioni e, quindi, non solo di recuperare le precedenti svalutazioni dei portafogli finanziari ma anche di disporre di plusvalenze potenziali importanti.

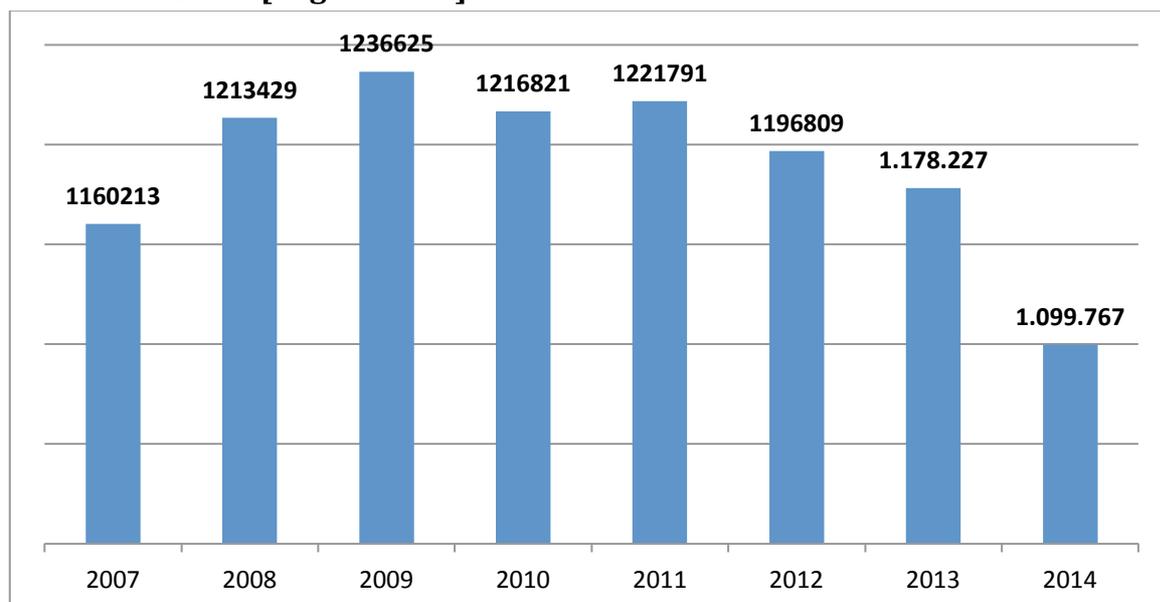
Nello scenario generale di crisi Unicoop Tirreno ha confermato anche quest'anno la scelta di andare incontro alle crescenti difficoltà per le famiglie ampliando il proprio ruolo a difesa del potere di acquisto di soci e clienti. Questo è dimostrato in particolare dalle crescenti iniziative promozionali e dalle riduzioni dei prezzi di vendita e dalle numerose offerte ai soci. Tuttavia le iniziative promozionali e la strategia avviata da un paio d'anni di riduzione dei prezzi a scaffale, nell'offrire certamente maggiore convenienza ai soci e consumatori, hanno rappresentato un'ulteriore componente che, in aggiunta al calo dei consumi, si è riflessa sui risultati riducendo il margine commerciale.

Dal punto di vista della rete di vendita nel 2014 è stata eseguita l'apertura del supermercato di Formia e dei minimercati di Livorno - Porta a Mare e Barga (completamente nuovi), e di Soriano del Cimino e Porto Santo Stefano (che sostituiscono vecchi negozi). Sono stati interessati inoltre da forte ristrutturazione interna i supermercati di Rosignano, Donoratico, Follonica, Massa Marittima, Cecina e il minimercato di Porto Azzurro (chiuso da ottobre, e destinato a riaprire nel corso del 2015). Inoltre da febbraio 2014 l'ipermercato di Afragola è stato ceduto alla società collegata Campania Distribuzione Moderna srl (in cui Unicoop Tirreno partecipa con

una quota del 45%). Questa operazione, programmata dal Gruppo Unicoop Tirreno a fine 2013, rappresentava una scelta essenziale per dare forte concretezza al necessario risanamento economico finanziario di Ipercoop Tirreno in quanto quel punto di vendita costituiva da molti anni la fonte principale delle sue perdite di bilancio. Tale operazione straordinaria è stata realizzata a seguito di una ristrutturazione totale del punto di vendita di Afragola, con la trasformazione da ipermercato a superstore e il conseguente dimezzamento dell'area di vendita. Questo ha consentito, tra le altre cose, di evitare la messa in mobilità di oltre 200 lavoratori con una riduzione della forza lavoro tramite incentivi all'esodo di una parte di dipendenti e con l'avvio di una procedura di cassa integrazione, a rotazione, del personale.

Infine nel 2014 è partita la nuova strategia sulla installazione di impianti di distribuzione carburante a marchio COOP, con il duplice obiettivo di entrare in un mercato non ancora coperto da Unicoop Tirreno ma valutato come strategico e in grado di accrescere la relazione e la fidelizzazione dei soci-consumatori. Uno degli elementi che caratterizzeranno questa strategia è infatti la differenziazione del prezzo del servizio tra soci e non soci, oltre che la volontà di coprire servizi di distribuzione poco diffusi ad oggi (con particolare riferimento alla distribuzione di GPL, metano e ricarica elettrica). Nel corso del 2015 è prevista la prima installazione, cui ne dovrebbero seguire altre due nel 2016.

#### VENDITE LORDE [Migliaia di €]



Le vendite al dettaglio a livello di Gruppo nel 2014 hanno raggiunto 1,1 miliardi al lordo dell'IVA con un decremento del 4,6% a rete omogenea sul 2013. Come evidenziato dal grafico si tratta della peggiore performance dal 2007, con un inasprimento della già negativa curva che aveva caratterizzato il triennio precedente. A fronte della riduzione dei ricavi complessivi sono state ottenute dalla Cooperativa riduzioni significative dei costi di gestione, ed in particolare del costo del personale dei punti di vendita. Questo è stato possibile grazie ad alcuni progetti di efficientamento che hanno consentito

risparmi importanti, pur in presenza di tendenza alla crescita delle tariffe e del costo unitario del lavoro.

Dal punto di vista delle reti di vendita, anche nel 2014 sono stati soprattutto gli ipermercati a soffrire le maggiori difficoltà evidenziando significative perdite gestionali. Le vendite del canale si sono ridotte complessivamente del 6,5% in omogeneo sul 2013. E' d'altronde ormai evidente da tempo la difficoltà di questa formula commerciale in un contesto in cui coesistono fattori di crisi dei consumi e di crescita della concorrenza anche da parte di formule commerciali ben diverse tra loro

Il canale supermercati ha visto un andamento di vendite meno negativo, avendo perso a perimetro costante il 3,86%; il canale dei minimercati infine ha perso il 3,23% in omogeneo.

Dal punto di vista gestionale-organizzativo, nel corso del 2014 è proseguito il processo di riorganizzazione della strategia commerciale di Unicoop Tirreno per "territori", una modalità che riporta le peculiarità dei punti vendita al centro della strategia commerciale. In chiave territoriale rispetto al 2013 i punti vendita della Toscana hanno visto una ulteriore diminuzione delle vendite del 3,9%, e quelli di Lazio e Umbria una diminuzione di poco superiore al 4% circa; non può essere effettuato un confronto con la Campania essendo stato ceduto a febbraio un Iper di grandi dimensioni quale quello di Afragola.

#### **VENDITE PER TIPOLOGIA DI PUNTO VENDITA SOC. UNICOOP TIRRENO\***

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Ipermercati: n° negozi	5	5	5	5
Ipermercati: vendite**	276.639	278.651	278.096	259.762
Supermercati (da 400 mq)	65	66	65	68
Supermercati: vendite**	717.748	706.474	704.968	680.279
Superette (inferiori a 400 mq): n° negozi	37	37	39	39
Superette: vendite**	73.029	73.938	72.160	69.229
TOTALE negozi	<b>107</b>	<b>108</b>	<b>109</b>	<b>112</b>
TOTALI vendite**	<b>1.067.416</b>	<b>1.059.062</b>	<b>1.055.223</b>	<b>1.009.270</b>

\* Il dato relativo al numero di punti vendita comprende anche quelli che hanno chiuso la loro attività prima del 31/12/2014, in quanto per parte dell'anno hanno comunque effettuato vendite.

\*\* migliaia di €

#### **VENDITE PER PUNTO VENDITA SOCIETÀ IPERCOOP TIRRENO\***

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Afragola	49,6	42,4	35	-
Avellino	36,9	33,03	30,6	27,9
Quarto	46,1	41,6	41,9	39,9
Arenaccia	16	16	15,1	15
Santa Maria Capua Vetere**	-	5	10,3	12,1

\* milioni di Euro

**VENDITE PER TIPOLOGIA MERCEOLOGICA  
(vendite lorde dettaglio + nette all'ingrosso)**

<b>REPARTI</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Generi vari	456.339	463.621	467.355	450.106
Latticini e salumi	328.767	326.338	325.467	310.080
Ortofrutta	123.134	120.858	124.386	116.468
Carni	121.867	120.304	118.380	108.700
Pescheria	34.478	34.242	34.602	33.349
<b>TOTALI ALIMENTARI</b>	<b>1.064.586</b>	<b>1.065.363</b>	<b>1.070.190</b>	<b>1.018.704</b>
<b>TOTALI NON ALIMENTARI</b>	<b>161.865</b>	<b>136.199</b>	<b>122.624</b>	<b>104.370</b>

\* migliaia di Euro

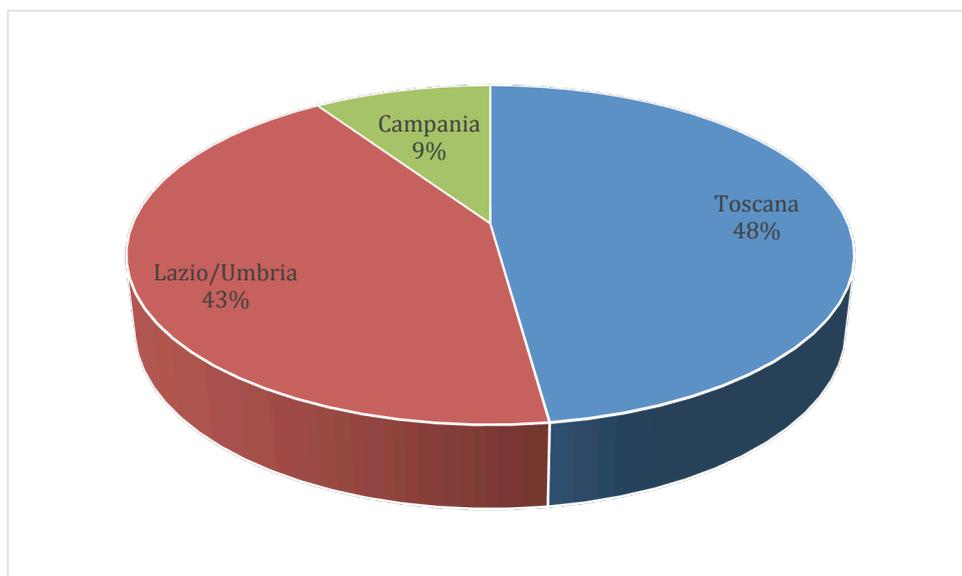
**VENDITE PER AREA GEOGRAFICA (vendite lorde dettaglio + nette all'ingrosso) \***

<b>AREA GEOGRAFICA (province)</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Livorno	330.966	325.998	318.903	301.392
Grosseto	165.541	164.173	160.695	157.769
Massa Carrara	27.588	27.503	27.808	27.214
Lucca	43.047	45.223	50.411	49.448
Siena	1.379	1.357	1.346	1.306
<b>TOSCANA</b>	<b>568.520</b>	<b>564.253</b>	<b>559.163</b>	<b>537.129</b>
Roma	275.560	276.374	277.702	267.186
Viterbo	125.085	123.611	124.226	122.685
Latina	76.977	74.894	74.646	66.720
Frosinone	10.714	10.441	9.808	9.683
<b>LAZIO</b>	<b>488.336</b>	<b>485.320</b>	<b>486.382</b>	<b>466.274</b>
Napoli	111.764	99.896	92.106	65.491
Avellino	36.894	33.029	30.636	27.926
Caserta	0	4822	10.277	12.180
Benevento	5717	0	0	0
<b>CAMPANIA</b>	<b>154.375</b>	<b>137.747</b>	<b>133.019</b>	<b>105.597</b>
Terni	14.938	13.938	13.944	13.792
<b>UMBRIA</b>	<b>14.938</b>	<b>13.938</b>	<b>13.944</b>	<b>13.792</b>

NOTA: ai dati sopra riportati si aggiungono 282 migliaia di € di vendite all'ingrosso effettuate nel 2014 a Oristano, in Sardegna.

\* migliaia di Euro

**DISTRIBUZIONE TERRITORIALE VENDITE - 2014**



### Classificazione dei punti vendita per tipologia e localizzazione (al 31/12/2014)

	TOSCANA	LAZIO + UMBRIA	CAMPANIA
<b>MINI</b>	43	25	0
<b>SUPER</b>	19	18	2
<b>IPER</b>	1	4	2

### Risultato d'esercizio 2014

L'esercizio 2014 del Gruppo si è chiuso con una perdita consolidata di 16 milioni e 967 mila euro (a fronte dei 24 milioni e 243 mila euro del precedente esercizio), ed un patrimonio netto consolidato di 191 milioni e 201 mila euro (214 milioni e 763 mila euro mila euro nel 2013).

Tale risultato come sopra evidenziato è stato fortemente influenzato dalla negativa dinamica che ha caratterizzato le vendite nel corso del 2014, malgrado a questa abbia fatto eco una migliore performance sul versante del contenimento dei costi. Come già anticipato le performance peggiori sono risultate quelle legate agli andamenti delle vendite degli Iper, seppure anche per le altre tipologie di store si siano registrati andamenti non positivi.

Passando alle altre gestioni, la gestione immobiliare ha avuto gli andamenti previsti con un buon rapporto tra costi e ricavi tipici, costituiti principalmente da affitti e locazioni. Il problema riscontrato nel corso del 2014 è stato relativo alle difficoltà crescenti di solvibilità dei locatari, che hanno obbligato la Cooperativa ad azioni di recupero crediti nei confronti dei propri clienti.

Nel 2014 è risultata ancora particolarmente positiva la gestione finanziaria; questa, in un contesto di forte ripresa dei mercati e a seguito del calo dello spread tra i tassi d'interesse sui titoli del debito pubblico italiani rispetto a quelli tedeschi, ha conseguito infatti un utile complessivo di consolidato di circa 33 milioni, apportando un contributo determinante al conto economico di Gruppo.

Infine, dal punto di vista prettamente contabile, la voce proventi ed oneri straordinari è risultata anche per il 2014 significativamente negativa. Da questo punto di vista a

pesare sono stati gli oneri sostenuti a seguito della chiusura transattiva di contenziosi tributari della ex partecipata Dico spa (che gestiva fino all'aprile 2013 i discount del sistema Coop) e la svalutazione di Distribuzione Roma srl, la newco acquisita dal Gruppo Tuo in permuta della Dico Spa.

### **I fornitori locali**

Nell'ambito del sistema di relazioni commerciali che legano Unicoop Tirreno con i propri territori di insediamento, assume particolare rilevanza il tema del rapporto tra la Cooperativa e il proprio sistema di fornitori che operano in prossimità delle aree di propria localizzazione, i cosiddetti fornitori locali. In chiave di sostenibilità economica questi soggetti rappresentano interlocutori cruciali nella *mission* di Unicoop Tirreno, e il rapporto con loro stabilito risulta essenziale per la qualità dei servizi forniti e per la capacità della stessa Cooperativa di risultare competitiva sul mercato. Il rapporto con i fornitori locali però, non si limita alla sfera prettamente commerciale, ma assume anche una rilevanza sociale, da leggersi da almeno due diversi punti di vista: dal punto di vista della rappresentatività dei territori di tradizionale insediamento della Cooperativa e dal punto di vista del sistema di garanzie che la Cooperativa mette a punto in funzione della sicurezza alimentare di soci e consumatori. I fornitori locali sono soggetti economici la cui unità locale si trova localizzata in una delle province 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). Tali fornitori sono espressione dei territori su cui opera la Cooperativa, e rappresentano uno dei veicoli attraverso i quali Unicoop Tirreno fornisce valore aggiunto alle aree di suo insediamento. Inoltre essi svolgono il ruolo di intermediari tra la Cooperativa e altri attori di mercato, posizionati ancora più a monte nella catena di fornitura. In questo senso l'adozione di idonei criteri di scelta e selezione dei fornitori basati sui concetti di convenienza, sicurezza alimentare e tutela ambientale, permette alla Cooperativa di stimolare comportamenti virtuosi i cui riflessi positivi si manifestano sia sul prodotto finale (accrescendone la qualità), sia sul comportamento tenuto dalle diverse imprese operanti lungo la catena di fornitura (stimolando comportamenti virtuosi tra i subfornitori).

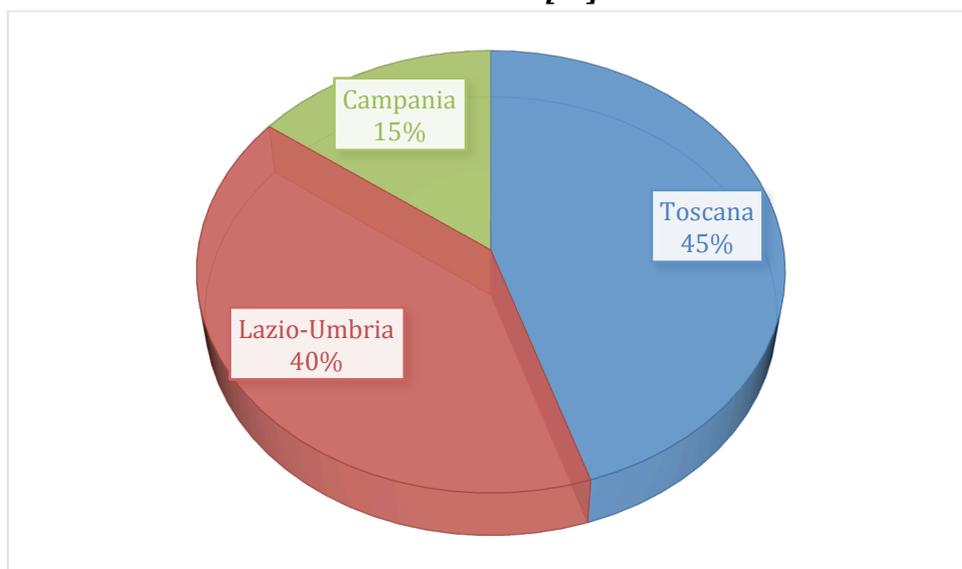
Dal punto di vista della valorizzazione commerciale delle produzioni locali, a partire dal 2011 la Cooperativa ha avviato il progetto VICINO A NOI che ha portato alla definizione di un marchio specifico in grado di rappresentare la provenienza territoriale di un certo tipo di prodotto. La proposta commerciale del VICINO A NOI si è legata ai consumi tradizionali delle aree dove la Cooperativa è presente, e in cui contribuisce allo sviluppo economico e sociale. L'idea è quella di valorizzare le specificità e le abitudini alimentari di un territorio, favorire le opportunità di crescita dell'indotto, contribuire allo sviluppo locale, valorizzare le reti di imprese e i consorzi delle produzioni tipiche locali, ed infine sostenere eventi e promozioni che siano collegabili con la stagionalità delle produzioni. Si arriva con il VICINO A NOI ad un vero e proprio "prodotto territoriale" che dovrebbe

essere in grado, non solo di rispondere alla qualità e sicurezza di Coop, ma anche di raccontare la storia e la tradizione sociale di un territorio.

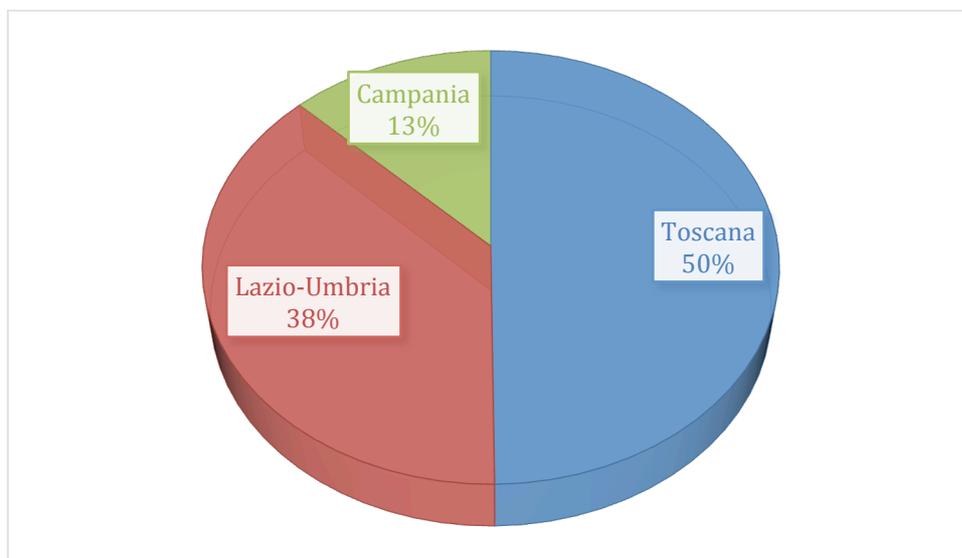


Dal punto di vista quantitativo il numero totale di fornitori locali (intesi come fornitori localizzati nelle province di insediamento della Cooperativa che sono legati a Unicoop Tirreno da un contratto diretto) nel 2014 era pari a 540 unità (contro le 489 del 2013), con un fatturato complessivo da questi realizzato pari a 79.297.961 € (in crescita rispetto ai 77.277.047 € del 2013). Il numero dei fornitori è cresciuto in tutte e tre le regioni rispetto al 2013, mentre il fatturato è cresciuto in Lazio-Umbria e Campania e diminuito in Toscana.

#### **LOCALIZZAZIONE FORNITORI LOCALI [n°] - anno 2014**



#### **FATTURATO FORNITORI LOCALI [€] - anno 2014**



### **TREND DEL NUMERO DEI FORNITORI LOCALI E RELATIVI FATTURATI**

	<i>Numero fornitori [n.]</i>		<i>Fatturato fornitori [€]</i>	
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Toscana</b>	209	243	41.367.302	39.493.061
<b>Lazio - Umbria</b>	207	217	26.062.748	29.811.798
<b>Campania</b>	73	80	9.846.997	9.993.102

### **Qualificazione dei fornitori**

Come già evidenziato, oltre alla ricaduta sul territorio di insediamento, la logica dei fornitori locali contribuisce anche alla tutela della sicurezza dei consumatori, grazie al sistema di valutazione e messa in qualifica dei fornitori locali che ormai da una decina di anni Unicoop Tirreno ha strutturato.

Una serie di procedure stabilite volontariamente dalla Cooperativa prevedono controlli esterni sui fornitori a contrattazione diretta e loro successivo accreditamento. Tali fornitori, per accreditarsi, sono sottoposti ad un processo di valutazione basato su audit effettuati presso i loro stabilimenti produttivi da soggetti indipendenti nominati da Unicoop Tirreno. Questa verifica non è richiesta per legge, ma è sviluppata su iniziativa della Cooperativa, secondo prestabiliti standard qualitativi e di sicurezza alimentare.

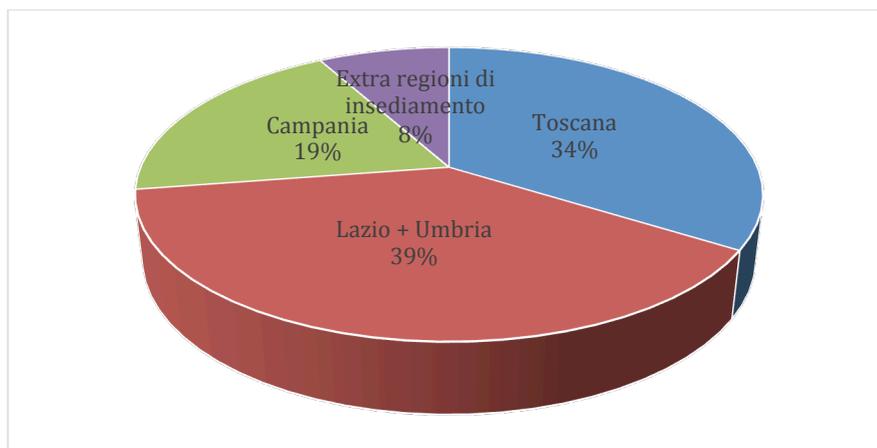
Nell'anno 2014 le verifiche effettuate sono state complessivamente 62 (erano state 53 nel 2013), di cui 56 su nuovi fornitori e 6 di manutenzione su fornitori precedentemente qualificati.

### **VERIFICHE ISPETTIVE SUI FORNITORI E N° FORNITORI QUALIFICATI**

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>N° Totale verifiche effettuate sui fornitori</b>	53	61	53	62
<b>N° nuovi fornitori qualificati</b>	36	57	42	56
<b>N° verifiche di</b>	16	3	11	6

<b>manutenzione preesistenti</b>				
<b>N° verifiche approvate</b>	<b>NON</b>	1	1	0
				3

### ***DISTRIBUZIONE TERRITORIALE VERIFICHE ISPETTIVE EFFETTUATE - anno 2014***



**Nota: Regioni non di insediamento:** trattasi di fornitori localizzati in regioni in cui non opera Unicoop Tirreno

Nel corso del 2014 infine è proseguito il lavoro della Cooperativa nella cosiddetta “Terra dei Fuochi”. La “Terra dei Fuochi” comprende un territorio di circa 1100 km<sup>2</sup> tra le Province di Napoli e Caserta, che ha ricevuto questo appellativo per effetto della diffusa presenza di roghi di rifiuti. Questa area è infatti salita alle cronache negli ultimi anni a causa dei fenomeni di sversamento illegale di rifiuti, anche tossici, da parte della Camorra. In molti casi i cumuli di rifiuti, illegalmente riversati nelle campagne o ai margini delle strade, vengono incendiati dando luogo a roghi i cui fumi diffondono in atmosfera e nelle terre circostanti sostanze tossiche, tra cui diossina. L'inquinamento da diossina dei terreni è estremamente pericoloso perché rischia di introdurre queste sostanze nella catena alimentare degli animali da allevamento e può raggiungere anche l'uomo.

L'azione di Unicoop Tirreno è stata promossa in risposta a preoccupazioni e bisogni espressi da parte dei consumatori riguardo i prodotti provenienti da quei territori e ha previsto un significativo rafforzamento del sistema di garanzie attraverso la pianificazione di nuove e più stringenti verifiche effettuate sui fornitori localizzati in quell'area. In particolare nel corso del 2014 sono stati passati al setaccio 119 campioni di prodotti ortofrutticoli con analisi sistematica su multiresiduale, metalli pesanti ed, in alcuni casi, PCB e perclorati, con esiti sostanzialmente e complessivamente rassicuranti e limitati interventi sostitutivi di prodotto.

#### **Qualità e sicurezza alimentare**

Il controllo sulla catena di fornitura a livello locale rappresenta solo un pezzo del sistema di garanzie messo a punto da parte di Unicoop Tirreno per assicurare la qualità

e la sicurezza alimentare dei propri prodotti. Unicoop Tirreno effettua infatti i propri controlli nelle diverse fasi del processo di commercializzazione dei prodotti; 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 (sistema descritto nella precedente sezione)
- livello di strutture di vendita della Cooperativa per valutarne il livello di igienicità
- livello di caratteristiche dei prodotti immessi sul mercato, per valutarne la conformità.

In attuazione dei controlli previsti in tema di sicurezza alimentare, i vari organismi pubblici hanno esercitato anche nel 2014 un'ingente attività di controllo sulla Cooperativa: 211 analisi di prodotto solo nel settore alimentare, e 312 iniziative finalizzate a verifiche ispettive su autocontrollo, sopralluoghi e accertamenti legati alle allerte sanitarie. Tra gli adempimenti obbligatori svolti con l'utilizzo del software dedicato alla gestione della qualità, sono stati effettuati nei negozi e magazzini 508 ritiri (da intendersi come comunicazioni, a cui in generale corrisponde una tipologia di prodotti) dalla vendita di prodotti alimentari e non. La Cooperativa ha inoltre collaborato in modo significativo all'attuazione di 5 richiami di prodotto in ambito alimentare. Oltre alla documentazione dell'autocontrollo ed autorizzativa dal punto di vista sanitario dei punti di vendita all'ingrosso ed al dettaglio, è partito il progetto che punta a rendere disponibili e consultabili le schede di produzione interna nel gestionale *on line* a cominciare da quelle del settore ittico con l'avvio del nuovo Reg. UE n°1379/13 in materia di organizzazione comune dei mercati nel settore dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura.

Altro lavoro importante iniziato a fine 2014 ha riguardato la partecipazione in qualità di gestori del portale fornitori Coop Nazionale, propedeutica alla revisione completa ed aggiornata degli strumenti di diffusione delle informazioni e di etichettatura dei prodotti sfusi tra cui i libri degli ingredienti. Si tratta di una attività che si completerà nel 2015 in previsione della piena declinazione del Reg. UE n°1169/11 in materia di etichettatura dei prodotti alimentari. Si tratta del regolamento comunitario che ha obbligato ad esplicitare gli allergeni presenti nei prodotti industriali e nei prodotti alimentari e che ha portato ad una revisione importante a livello di sistema e di Cooperativa degli strumenti di etichettatura, conservazione e pubblicità dei prodotti. Il lavoro di preparazione ha accompagnato le attività della Cooperativa da luglio in avanti, con una revisione del livello di informazione che sino a quel momento era stato adottato verso i consumatori in funzione del nuovo livello di conformità stabilito dalla normativa. L'attività è stata svolta in stretta collaborazione con il resto del sistema cooperativo e con Coop Italia, e si è indirizzata alla realizzazione di un portale che raccoglie tutte le informazioni sulle sostanze contenute nei diversi prodotti alimentari in vendita, sia di provenienza esterna alla Cooperativa che di realizzazione interna a questa. Ad oggi è stato completato all'incirca 1/3 del totale dei prodotti, con la prospettiva entro fine 2015 di arrivare al termine.

Tornando al sistema dei controlli, l'azione di coordinamento verso i negozi condotta dall'Area Qualità ha mantenuto il controllo sulla conformità dei punti di vendita con 165 ispezioni generali nelle unità operative, sulla sanificazione degli ambienti e ripiani/utensili di lavoro (autocontrollo) in tutti i punti di vendita del gruppo (ipermercati, supermercati e minimercati, oltretutto i magazzini): di queste 3 hanno riguardato anche i nuovi p.v. in franchising. Sono stati effettuati circa 7.955 tamponi ambientali sulle superfici "di contatto" dei reparti dove si manipolano, si conservano e si vendono prodotti deperibili. Parallelamente, la Cooperativa ha effettuato controlli sulle caratteristiche dei prodotti venduti attraverso il *Progetto Qualità* che, nel corso del 2014, ha visto controlli sulle produzioni interne previsti dal piano analitico di Cooperativa su 1.460 alimenti.

Da sottolineare nel 2014 la crescita del numero dei test effettuati per il Progetto Qualità per produzioni interne ed esterne, più che raddoppiati tra il 2013 e il 2014. Tale incremento è il risultato della campagna di controlli effettuati in Campania, nella Terra dei Fuochi (di cui si è parlato nel precedente paragrafo), con particolare riferimento ai prodotti provenienti dall'ortofrutta che necessitano dell'analisi su una molteplicità di analiti.

#### ***Controlli effettuati da Unicoop Tirreno sui prodotti immessi sul mercato***

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Numero test effettuati per il "Progetto Qualità" (produzioni interne ed esterne)</b>	29.025	41.351	40.095	43.565	98.181
<b>Numero test effettuati per produzioni interne "Progetto Qualità"</b>	10.428	10.182	8.910	10.444	8.760
<b>Percentuale conformità dei test effettuati</b>	81%	86%	88%	91%	94%
<b>Numero di referenze di produzioni interne inserite nel "Progetto Qualità"</b>	1.753	1.697	1.485	1.492	1.460
<b>Numero di alimenti controllati con il "Progetto Qualità"</b>	2.785	3.083	2.810	2.817	2934
<b>Numero verifiche ispettive presso i fornitori per merci deperibili</b>	71	26	29	30	28
<b>Numero di verifiche che hanno rilevato non conformità</b>	6	1	1	0	3
<b>Numero test su prodotti deperibili a magazzino, sulle strutture e sui mezzi di trasporto</b>	224	224	224	321	224

Con riferimento infine alle attività di controllo effettuate da parte degli organi di controllo, i dati relativi alle diverse tipologie di verbali, suddivisi per tipologia di store, sono richiamati nella seguente tabella.

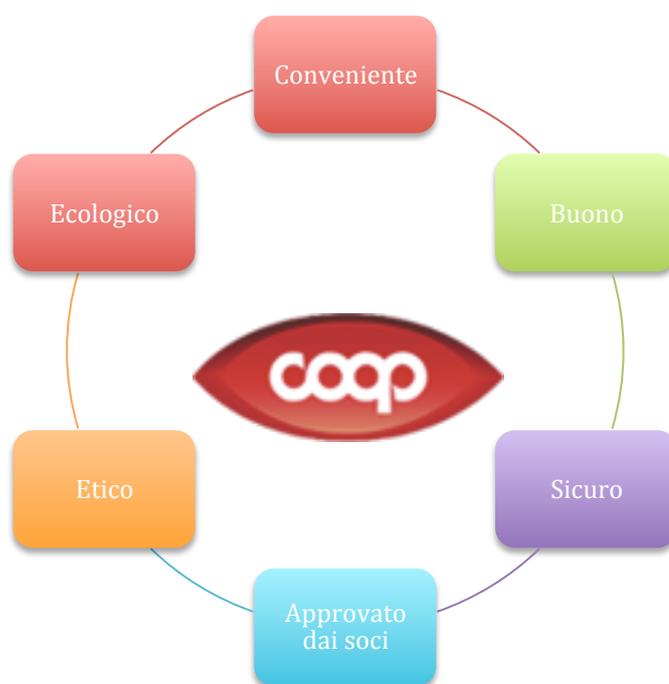
#### ***Controlli effettuati da Unicoop Tirreno sui prodotti immessi sul mercato (2013 e 2014)***

	<b>Iper</b>	<b>Super</b>	<b>Mini</b>	<b>TOTALI</b>
--	-------------	--------------	-------------	---------------

<b>ANNO 2013</b>				
<b>Verbali di campionamento</b>	88	102	44	234
<b>Verbali di sopralluogo / ispezione</b>	89	151	71	311
<b>Verbali di prescrizione</b>	4	15	7	26
<b>Verbali di sequestro</b>	7	1	2	10
<b>ANNO 2014</b>				
<b>Verbali di campionamento</b>	79	74	42	195
<b>Verbali di sopralluogo / ispezione</b>	112	84	54	250
<b>Verbali di prescrizione</b>	14	29	14	57
<b>Verbali di sequestro</b>	3	7	1	11

## I Prodotti a Marchio Coop

Nei punti vendita di Unicoop Tirreno trova ampio spazio l'assortimento dei Prodotti a Marchio Coop, realizzati da fornitori altamente qualificati e secondo i disciplinari definiti da Coop Italia. I Prodotti a Marchio testimoniano i valori sui quali si fonda il Sistema Coop, che ha deciso di impegnarsi per un prodotto sicuro, economico, rispettoso dell'ambiente, etico, buono e approvato dai soci.



In particolare, per quanto riguarda il rispetto dell'ambiente dei Prodotti a Marchio si rammentano alcune iniziative:

- Gli studi svolti attraverso lo strumento di calcolo Life Cycle Assessment (L.C.A.), una metodologia che - permettendo di misurare gli impatti ambientali di un prodotto/servizio lungo tutto il suo ciclo di vita, dall'estrazione/produzione delle materie prime fino allo smaltimento del prodotto dopo l'uso - si può utilizzare per sviluppare una Dichiarazione Ambientale di Prodotto. Nel 2014 Coop Italia

ha deciso di certificare la propria referenza di pomodoro ciliegino dopo avere attuato la sostituzione della vaschetta in PET vergine con una vaschetta in PET riciclato all'80%.

- L'adozione della certificazione FSC® in tutta la gamma di prodotti a base di cellulosa: complessivamente nel 2014 sono 23 i prodotti a marchio Coop di carta FSC®, ai quali si aggiungono la maggior parte dei contenitori *brick* in poliaccoppiato per i quali è certificata FSC® la componente cellulosa.
- L'attenzione alla pesca sostenibile, con l'adesione ai progetti "Dolphin-Safe" e "Friend of the sea", che nel 2014 si è tradotta nell'introduzione del marchio "Pesca Sostenibile" per raccogliere sotto un'unica versione i marchi precedentemente utilizzati sulle confezioni ed agevolare il riconoscimento della sostenibilità degli approvvigionamenti ittici da parte del consumatore.

Dal punto di vista dell'eticità, ai fornitori del Prodotto a Marchio Coop Italia richiede la sottoscrizione di un codice di comportamento basato sui requisiti dello standard SA8000, che riguarda:

- Lavoro infantile e minorile
- Lavoro coatto
- Discriminazione di sesso, razza e religione
- Norme per la salute e la sicurezza
- Condizioni dell'ambiente lavorativo
- Libertà di associazione
- Stipendio e orario di lavoro

Coop Italia, lo ricordiamo, è certificata SA8000 dal luglio 1998, prima azienda in Italia ed in Europa. Il presidio SA8000 su tutti i fornitori e sub-fornitori del Prodotto a Marchio Coop ha permesso anche per il 2014 di adottare misure specifiche di intervento nei casi in cui si sono registrate non conformità legate alla sicurezza, attivando una pronta risposta dei fornitori per l'avvio delle attività di miglioramento. Particolare attenzione è stata riservata alla filiera dell'ortofrutta, attualmente una delle più critiche nel nostro paese.

Il corpo centrale dell'offerta dei Prodotti a Marchio è rappresentato da quell'assortimento di articoli di uso quotidiano che tutela la convenienza attraverso un elevato rapporto tra qualità e prezzo: carni, frutta e verdura, prodotti di base e bevande per i pasti principali, prodotti per la cura della casa e della persona, tessile e prodotti semidurevoli di uso quotidiano. A fine 2014 le referenze della gamma, disponibili nei negozi a insegna Coop, erano 2.735, con un arricchimento rispetto all'offerta del 2013 che risultava di 2.497 articoli. A tali prodotti si affiancano sei differenti linee specifiche di Prodotti a Marchio, ognuna connotata da una caratteristica che può riguardare i processi di produzione impiegati, come nel caso dei prodotti biologici o ecologici, la provenienza geografica e la tipicità, oppure semplicemente l'esigenza d'uso alla quale la linea risponde (prodotti per l'infanzia, salute e benessere).

La linea **Vivi Verde** è costituita da prodotti alimentari, per la casa e per la cura della persona provenienti da agricoltura biologica o da processi produttivi rispettosi dell'ambiente, come quelli certificati con il marchio di qualità ecologica europea Ecolabel. Il 60% delle 550 referenze che compongono la linea è costituito da prodotti freschissimi, carni avicole ma soprattutto ortofrutta.

Gli ingredienti di pregio, l'eccellenza nelle lavorazioni e la provenienza da territori vocati connotano le oltre 370 referenze della linea **Fior Fiore**, un'attenta selezione di prodotti frutto del viaggio intrapreso alla scoperta dell'identità e della cultura gastronomica italiana. **Solidal** è, invece, la linea di Prodotti a Marchio Coop realizzati secondo principi coerenti con i criteri del commercio equo-solidale. Alle 45 referenze appartengono prodotti certificati dal marchio di garanzia FAIRTRADE, ma anche prodotti provenienti da specifici progetti, promossi da Coop come garante di principi di solidarietà e auto-sviluppo, con il supporto di organizzazioni no-profit esterne.

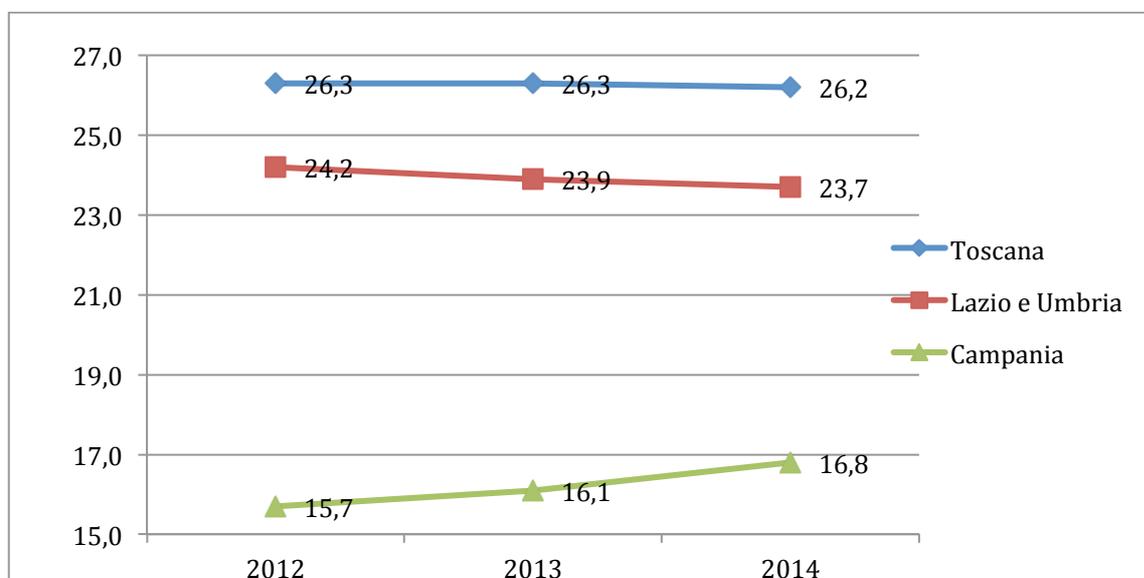
Nell'ambito dell'assortimento a Marchio Coop rientrano anche le 80 referenze della linea **Bene.sì**, che rispondono a specifiche esigenze alimentari o alla tendenza ad adottare stili di vita più sani. La gamma raccoglie prodotti con particolari ingredienti che contengono qualcosa "in più" (ad es. probiotici, steroli vegetali) rispetto ai loro equivalenti convenzionali o, al contrario, privi di specifici ingredienti allergenici, sensibilizzanti o indesiderati a causa di una scelta alimentare. Fanno adesso parte della linea Bene.sì anche i prodotti senza glutine, precedentemente gestiti attraverso una linea dedicata.

Una grande attenzione alla salute e al benessere dei più piccoli ha dato origine alle linee **Crescendo** e Club 4-10. La prima è pensata per soddisfare i bisogni dei neonati, attraverso 131 referenze food (bio e in linea con le indicazioni della Comunità Scientifica), per l'igiene - senza parabeni, oli minerali, coloranti e allergeni - e tessili, realizzate utilizzando esclusivamente cotone proveniente da agricoltura biologica. La linea **Club 4-10** è costituita da 19 prodotti studiati per garantire ai bambini un corretto apporto nutrizionale e fronteggiare l'emergenza sociale dell'obesità infantile, coerentemente con l'impegno di Coop a sostenere una corretta alimentazione anche e soprattutto nei primi anni di vita.

In Unicoop Tirreno, la percentuale del valore dei Prodotti a Marchio sul valore del venduto totale nel 2014 è pari al 24,2%, in linea con i due anni precedenti.

<b>Percentuale del venduto Prodotto a Marchio sul totale venduto - Unicoop Tirreno</b>		
<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
24,2%	24,2%	24,2%

Sul dato aggregato pesa la scarsa incidenza del Prodotto a Marchio sul venduto totale in Campania, che tuttavia cresce rispetto al passato.



### Percentuale del venduto Prodotto a Marchio sul venduto totale - Disaggregazione territoriale

Se si guarda alla composizione del paniere Prodotto a Marchio si nota che incidono maggiormente sul venduto i prodotti base. L'81,3% sul venduto totale del Prodotto a Marchio è costituito da referenze che non appartengono a linee specifiche. Si tratta dei prodotti confezionati con il Marchio Coop e di quegli articoli, appartenenti al settore freschissimi o al reparto carni rosse, che subiscono una trasformazione interna prima della vendita e che nel 2014 incidevano sul totale per il 15,4%. La tabella seguente mostra come continui il successo delle linee Fior Fiore, Vivi Verde e Bene.sì e che incrementano la loro incidenza percentuale rispetto al 2013.

### Incidenza a valore delle linee di Prodotto a Marchio sul venduto totale del prodotto Coop

	Coop	Fior Fiore	Vivi Verde	Bene.sì	Crescendo	Solidal	Club 4-10
2014	81,3	8,9	6,4	1,5	0,9	0,8	0,2
2013	82,7	8,2	5,9	1,3	1,1	0,7	0,2

### L'Approvato dai Soci e il test "Prodotto Coop in Coop"

Un'esperienza di particolare valore, con riferimento ai Prodotti a Marchio Coop, è quella dell'**Approvato dai Soci**. Si tratta di un'iniziativa di coinvolgimento e partecipazione diretta in test auto-gestiti attraverso le Sezioni Soci, che dimostra come in Coop il parere di questi risulti decisivo anche nella definizione dell'offerta commerciale.

I test seguono un metodo preciso e uguale in tutte le sedi: i prodotti sono presentati in modo anonimo, non appare nessuna confezione e nessun marchio è visibile. Al campione degli intervistati, che deve essere rappresentativo della base sociale per età, sesso e territorio, viene chiesta una sincera valutazione del prodotto testato, che viene

confrontato con quello offerto dalla marca leader di riferimento. Solo i prodotti che superano il test dell'Approvato dai Soci diventano poi prodotti Coop.

Nel 2014 sono stati 1.800 i soci che hanno provato e giudicato 36 prodotti, oggetto dei test organizzati da Unicoop Tirreno per conto di Coop Italia. 36 negozi e 36 territori diversi che, grazie alla collaborazione attiva delle Sezioni Soci e dei dipendenti dei negozi, hanno fatto diventare l'Approvato dai Soci un momento importante e piacevole.

Con l'iniziativa **"Prodotto Coop in Coop"** anche i dipendenti vengono coinvolti in test comparativi - di assaggio per i prodotti alimentari o di utilizzo per i prodotti extra-alimentari - volti a valutare le prestazioni rispetto al leader di mercato di prodotti Coop già in assortimento, nuove tipologie di prodotti Coop, nuove formulazioni alternative di prodotti Coop. L'attività, volontaria e da realizzare a casa propria con l'ausilio eventuale dei familiari, raggiunge il duplice scopo di coinvolgere i dipendenti e migliorare la qualità dei prodotti. Nel 2014, con la partecipazione di 350 dipendenti di Unicoop Tirreno, sono stati testati sette Prodotti a Marchio Coop.

#### Verso una nuova relazione con i consumatori

A fine 2014 è stata avviata un'attività di Customer Experience, focalizzata sull'ascolto permanente dei soci e consumatori. Ha lo scopo di fornire alla Cooperativa gli strumenti per leggere i comportamenti dei propri clienti e mettere in atto quelle politiche commerciali in grado di massimizzare il loro grado di soddisfazione. Nella Customer Experience è centrale la percezione che i consumatori hanno delle loro interazioni con la Cooperativa. In concreto questo si traduce innanzitutto nella mappatura di tutti i canali di ascolto e dei possibili punti di contatto con il consumatore.

In particolare, Unicoop Tirreno utilizza molteplici strumenti per raccogliere i dati che riguardano il giudizio dei consumatori sulla Cooperativa. Dopo una prima analisi "etnografica" su dieci punti vendita campione, che aveva lo scopo di ottenere una fotografia il più possibile realistica della distribuzione della clientela e una prima classificazione in tipologie che diano la misura della complessità del soggetto a cui l'attività commerciale è indirizzata, si procederà a un'analisi quantitativa condotta via web su 400 soci e 400 clienti non soci. Saranno indagate dimensioni come quella della convenienza, della qualità o dell'attenzione ai prodotti locali e, attraverso i dati raccolti sui comportamenti d'acquisto dei consumatori, sarà misurato il livello di gradimento delle politiche a tali dimensioni collegate da parte delle diverse tipologie di consumatori individuate. Parallelamente sarà svolta un'indagine interna, che coinvolgerà il personale e i manager, anch'essa orientata ad ottenere un feedback nei riguardi delle politiche commerciali e in generale delle direttrici strategiche della Cooperativa.

Saranno necessarie notevoli risorse organizzative per mettere a punto nei prossimi anni un processo che traduca l'ambizione di avere un osservatorio permanente della percezione dei consumatori in una routine sostenibile, ma grazie a questa logica i risultati ottenuti finora saranno al centro delle attività future.