

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018



SOMMARIO

2

Lettera del Presidente	3
Risultati e prospettive	4
Introduzione e nota metodologica	5
PARTE I PROFILO D'IMPRESA	7
Identità, valori, missione	8
Missione	9
La Cooperativa in numeri	10
PROPRIETÀ E STRUTTURA DEL GRUPPO	11
Le Società controllate e collegate	12
Le relazioni con il sistema cooperativo	13
I portatori di interesse	16
STRUTTURA ORGANIZZATIVA	17
Rappresentatività e diritti dei soci	18
La distribuzione territoriale delle Sezioni Soci	21
Il Consiglio di Amministrazione	23
Le attività istituzionali	24
La struttura gestionale	26
Il Modello Organizzativo 231	27
Il sistema di gestione della privacy	29
PARTE II I CAPITALI COOPERATIVI	31
IL CAPITALE SOCIALE	32
Il corpo sociale	33
La mutualità prevalente	34
Il prestito sociale e la tutela del risparmio	35
Le iniziative promosse	37
Le principali iniziative di solidarietà	39
<i>Dona la spesa</i>	39
<i>Buon Fine</i>	39
<i>Ausilio per la spesa</i>	40
<i>Insieme per Livorno</i>	40
<i>Basta un gesto</i>	40
I rapporti con il mondo della Scuola	42
La campagna Airalzh-Coop	43
La comunicazione	44
IL CAPITALE UMANO	45
La gestione e valorizzazione delle risorse	46
Le persone	47
Le relazioni industriali	49
La formazione e lo sviluppo professionale	50
La comunicazione interna	52
La salute e sicurezza dei lavoratori	53
IL CAPITALE NATURALE	57
L'interazione diretta con l'ambiente	58
Energia	59
La gestione dei rifiuti	63
I consumi idrici	66
La logistica	67
L'interazione indiretta con l'ambiente	68
IL CAPITALE ECONOMICO-FINANZIARIO E COMMERCIALE	69
Dinamica economica	70
Risultato d'esercizio 2018	72
Redistribuzione territoriale delle imposte	73
I fornitori locali	74
Qualità e sicurezza alimentare	76
I PRODOTTI A MARCHIO COOP	77
La sicurezza	78
L'eticità	79
Il rispetto per l'ambiente	80
La qualità	83
La convenienza	84
La trasparenza	85
Le linee del prodotto a marchio	86

LETTERA DEL PRESIDENTE



*Care **socie** e cari **soci**,*

il **percorso** intrapreso a partire dal 2016 con il radicale cambiamento dei vertici aziendali e l'approvazione del Piano industriale di risanamento e rilancio è proseguito nel 2018 e ha iniziato a dare i primi frutti. Al miglioramento del risultato economico, con una significativa riduzione delle perdite, ha contribuito l'avanzamento nella gestione caratteristica che, anche in vista dell'obiettivo di raggiungere l'utile nel 2019, negli ultimi anni ha riacquisito la propria centralità.

Tale esito ha richiesto un notevole impegno e coinvolto capillarmente ogni aspetto della vita della Cooperativa, includendo la **semplificazione della struttura aziendale**. La maggior parte delle società totalmente partecipate, infatti, sono state incorporate nella capogruppo. Distribuzione Lazio Umbria, creata nel 2016 nel momento in cui era emerso l'interesse di Coop Alleanza 3.0 ad acquisire una percentuale minoritaria della rete vendita non toscana – poi venuto meno –, non aveva più ragione di esistere. Così come non era più operativa Ipercoop Tirreno, società che gestiva due supermercati campani, ceduti a febbraio 2018 determinando la dismissione completa dei punti vendita presenti nella regione.

Un altro importante cambiamento ha riguardato l'ex ipermercato di Livorno, diventato superstore con la riduzione delle superfici di vendita e l'insegna *Il Mercato di Livorno*, che testimonia un **rinnovato interesse verso l'alimentare** e segna il definitivo distacco da un formato che negli ultimi anni ha registrato in tutta la grande distribuzione risultati negativi.

La razionalizzazione e la riduzione di costi sono avvenute, anche nel 2018, senza arretrare sui **capisaldi fondamentali**. Il dialogo con i sindacati e la ricerca di soluzioni come le ricollocazioni volontarie e gli esodi incentivati sono stati la norma sia per la sede sia per la rete. Sono stati mantenuti i finanziamenti alle sezioni soci, così come le principali sponsorizzazioni a beneficio delle comunità locali, due per tutte quelle in favore del Teatro di Livorno e di Festambiente. L'impatto dei fornitori locali continua a essere elevato.

Sempre alta è anche l'attenzione all'ambiente. Unicoop Tirreno non solo partecipa alle campagne nazionali di *Coop Italia*, ma a volte fa da apripista. È il caso delle nuove casse riutilizzabili per il pesce, che dal 2018 sostituiscono quelle monouso in polistirolo nei reparti pescheria dei punti vendita toscani. Una battaglia vinta nella più **ampia e complessa sfida per la riduzione della plastica** che caratterizza la campagna *Diamo all'ambiente una nuova impronta* e che ha portato, nel 2019, al bando dagli scaffali dei prodotti in plastica monouso, sostituiti da piatti e bicchieri compostabili o riutilizzabili.

Immutata, infine, è la volontà di trasparenza che ci spinge anche quest'anno a condividere con voi attraverso il presente report il nostro impegno per la sostenibilità.

Buona lettura,

MARCO LAMI

Presidente di Unicoop Tirreno

RISULTATI E PROSPETTIVE

4

L'Ingegnere **Piero Canova** è Direttore generale di Unicoop Tirreno dal settembre 2016. Con il presidente **Marco Lami** ha lavorato alla redazione del Piano industriale 2017-19 poi approvato dal Consiglio di Amministrazione della Cooperativa. Con lui facciamo il punto sui risultati raggiunti, le sfide da cogliere e le prospettive di Unicoop Tirreno.

Quali sono i principali fatti che hanno caratterizzato il 2018?

«È proseguito il miglioramento dei risultati economici. Le perdite, che si sono ridotte notevolmente, sono state determinate prevalentemente da poste straordinarie, tra le quali deve annoverarsi il fondo stanziato prudenzialmente nell'esercizio 2018 per il riconoscimento ai dipendenti dell'una tantum in seguito al rinnovo contrattuale avvenuto a febbraio 2019. Il patrimonio netto consolidato è passato a 280 a 300 milioni di euro. La gestione caratteristica presenta miglioramenti che risultano in linea con le attese dei primi anni di Piano 2017-2019: il margine operativo del gruppo al lordo degli ammortamenti è positivo per 11,7 milioni. Sotto l'aspetto finanziario, la Cooperativa ha fatto fronte alla riduzione di 64 milioni di euro del prestito sociale esclusivamente con la propria liquidità e la disponibilità finanziaria in titoli. Per il resto la cessione degli ultimi punti vendita in Campania e di alcuni punti vendita nel Lazio meridionale fa sì che la Cooperativa si muova adesso su un mercato più uniforme. La semplificazione della rete di vendita passa anche dall'allontanamento dal modello delle grandi superfici non alimentari: di fatto con il ridimensionamento del punto vendita di Livorno, Unicoop Tirreno non ha più ipermercati nella propria rete di vendita».

Quali saranno le maggiori sfide per Unicoop Tirreno nei prossimi anni?

«Il ritorno all'utile nell'attività caratteristiche continuerà a rappresentare l'obiettivo che orienta tutte le nostre scelte. Inoltre a breve riscriveremo, insieme alle sigle sindacali, un nuovo contratto integrativo. Come tutte le grandi organizzazioni vogliamo coinvolgere e motivare di più il personale e stiamo cercando di introdurre criteri di retribuzione variabile legati a prestazione e obiettivi. È un cambiamento che nasce anche da un'esigenza di equità. In questo momento, infatti, ci sono forti difformità tra dipendenti assunti in momenti diversi, che sono sottoposti a normative differenti e beneficiano

di condizioni diseguali. È oltretutto un modo per superare la difficoltà di gestire un personale che – per esempio – ha orari diversi. Ci aspettiamo, dunque, che a regime il nuovo integrativo produca una maggiore efficienza organizzativa. Infine io credo che la sfida più grande nei prossimi sarà quella della specializzazione nell'alimentare. La drastica riduzione dei settori merceologici non food già va in questa direzione. È nell'alimentare che possiamo essere competitivi, con la nostra identità. Certamente vogliamo offrire i nostri prodotti alle migliori condizioni economiche, ma la concorrenza basata esclusivamente sulla leva del prezzo non fa parte delle missioni della cooperativa ed è suicida. Per noi il cibo non è una qualunque commodity, ma qualcosa che si può e si deve differenziare sulla base della qualità e della tracciabilità. Ciò vale, naturalmente, anche per il prodotto a marchio: al di là di certe operazioni cosmetiche che tenderebbero a fare sembrare indistinguibili i prodotti a marchio delle diverse insegne e l'apparente avvicinamento nell'offerta di supermercati e discount, noi da specialista food conosciamo la qualità del nostro prodotto e sappiamo che anche nei beni di prima necessità ci possono essere differenze organolettiche rilevanti. Penso ad esempio alla variabilità del contenuto proteico nella pasta e a quanto un'offerta attenta possa fare la differenza sull'alimentazione quotidiana e il benessere di migliaia di persone.

E dal punto di vista ambientale?

«La sfida dei prossimi anni, enorme, è quella della riduzione della plastica. Noi siamo partiti dai prodotti usa e getta, siamo stati i primi – con la sperimentazione nei punti vendita dell'Elba e di Castiglione della Pescaia – a sostituire sugli scaffali i prodotti monouso con altri non solo biodegradabili ma compostabili. Ciò determina un notevole risparmio di tempo per i consumatori, facilitando la raccolta differenziata. Il risultato è stato poi esteso a tutta la rete toscana dal 15 giugno 2019, tra l'altro con un effetto virtuoso dal punto di vista del sostegno all'economia del territorio perché i prodotti compostabili sono tutti stampati da aziende toscane. Adesso stiamo lavorando su alcuni imballi, come le vaschette trasparenti del reparto gastronomia, iniziativa che si affianca a quella sulla sostituzione delle vaschette in polistirolo dei reparti peschiera.

INTRODUZIONE E NOTA METODOLOGICA



Il presente Bilancio di Sostenibilità rendiconta gli impatti e le performance ottenute da Unicoop Tirreno nel corso del 2018, 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 l'Istituto di Management della Scuola Sant'Anna di Pisa, area SuM - Sustainability Management.

PARAMETRI DI BILANCIO

Edizione del Bilancio di Sostenibilità	quattordicesima
Periodo di rendicontazione	1° gennaio - 31 dicembre 2018
Periodicità della rendicontazione	annuale
Framework di rendicontazione utilizzato	per capitali: sociale, umano, naturale, economico-finanziario e commerciale
Indicatori <i>core</i> di performance	misurazione di indicatori di sostenibilità economica, sociale, ambientale, ove possibile con lettura almeno triennale
Perimetro di rendicontazione	analisi dei dati relativi al Gruppo Unicoop Tirreno, con alcuni approfondimenti sulla Capogruppo
Settore responsabile	Direzione Soci e Comunicazione



PARTE I

PROFILO

D'IMPRESA



IDENTITÀ, VALORI, MISSIONE

8

Unicoop Tirreno è una cooperativa di consumatori, cioè una società autonoma di **proprietà comune dei soci**, persone che si uniscono **volontariamente** per soddisfare esigenze economiche, sociali e culturali. Essa è basata sui valori dell'aiuto reciproco, della responsabilità di ognuno, del lavoro, della democrazia, dell'eguaglianza, dell'equità e della solidarietà. Secondo le tradizioni dei propri padri fondatori, i soci della Cooperativa si ispirano ai valori etici dell'onestà, della trasparenza, del rispetto degli impegni, della responsabilità sociale e dell'attenzione verso gli altri.

Unicoop Tirreno persegue la funzione sociale riconosciuta alla cooperazione dall'articolo 45 della Costituzione.

I PRINCIPI CONTENUTI NELLA CARTA DEI VALORI DELLE COOPERATIVE DI CONSUMATORI

1 **La Cooperativa è una società aperta**

L'adesione alla Cooperativa è aperta a tutte le persone che sottoscrivono almeno una quota sociale. Esse si uniscono senza alcuna discriminazione sessuale, sociale, razziale, politica o religiosa, per difendere i propri interessi e le proprie aspirazioni di consumatori.

2 **Nella Cooperativa vige la partecipazione democratica fra liberi ed eguali**

La Cooperativa nasce e vive sui principi della democrazia economica, nella quale il potere di decisione è consegnato al voto libero ed eguale (una testa, un voto) dei soci e dei loro delegati negli organismi elettivi.

3 **La Cooperativa è un'impresa solidale e senza fini di speculazione privata**

I soci, con decisione democratica, destinano gli utili della Cooperativa: in prevalenza a riserve indivisibili per lo sviluppo e per le future generazioni; poi alla promozione e solidarietà cooperativa; eventualmente a una remunerazione limitata della quota sociale e a un ristorno in ragione degli acquisti fatti.

4 **La Cooperativa è autonoma e indipendente**

La Cooperativa è un'organizzazione autonoma, controllata dai soci. Essa può, da sola o con altre cooperative, fare accordi economici o programmatici con altre organizzazioni, inclusi i governi, ma è tenuta ad assicurare sempre il controllo democratico da parte dei soci e a mantenere la propria autonomia.

5 **La Cooperativa fa scuola**

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

6 **La Cooperativa lavora col movimento cooperativo, in tutto il mondo**

La Cooperativa mantiene efficienti e solidali rapporti con altre cooperative, a tutti i livelli: locale, regionale, nazionale ed internazionale.

7 **La Cooperativa opera a vantaggio dei consumatori e della comunità**

La Cooperativa agisce nel perseguimento degli interessi morali e materiali dei consumatori, nel rispetto dell'ambiente, dell'uso appropriato delle risorse, della salute, dei rapporti corretti e solidali fra le persone.

MISSIONE



Nel rispetto dell'art.45 della Costituzione e dei principi sopra elencati, Unicoop Tirreno persegue lo **scopo mutualistico**, che consiste nel procurare ai propri soci beni e merci di qualità, a prezzi e condizioni vantaggiose.

Lo Statuto elenca una serie di altri scopi della Cooperativa:

- 1.**
assolvere la funzione sociale di difesa degli interessi dei consumatori soci e, compatibilmente con il raggiungimento del fine mutualistico, non soci
- 2.**
sostenere la promozione e lo sviluppo della cooperazione
- 3.**
stimolare lo spirito di previdenza e di risparmio dei soci
- 4.**
promuovere e partecipare a tutte quelle attività e a quei servizi culturali, ricreativi, turistici, mutualistici e socialmente utili che favoriscano l'organizzazione del **tempo libero**, lo **spirito di solidarietà** e lo **sviluppo della vita associativa** dei soci, delle loro famiglie e dei consumatori in genere
- 5.**
stimolare una attiva partecipazione dei soci alla vita della Cooperativa
- 6.**
intervenire in iniziative a sostegno dei Paesi in via di sviluppo e delle **categorie sociali bisognose**
- 7.**
contribuire a tutelare l'ambiente
- 8.**
promuovere azioni unitarie con altre cooperative, enti e società, per concorrere al continuo **miglioramento del sistema distributivo** e per realizzare rapporti diretti tra produzione e distribuzione

LA COOPERATIVA IN NUMERI

10

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

	2015	2016	2017	2018
Punti vendita	112	110	105	100
Vendite lorde al dettaglio (mln di euro)	1.035.559	932.001	951.911	912.135
Ammontare Prestito Sociale (euro)	1.091.922.528	915.210.321	692.571.810	628.515.470
Incidenza % delle vendite ai soci sulle vendite lorde al dettaglio	73,1%	74,4%	72,2%	72,4%
% venduto prodotto a marchio	24,0%	24,8%	22,9%	24,2%
Fornitori locali (n.)	892	905	892	796

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

	2015	2016	2017	2018
Sezioni soci territoriali	29	29	23	23
Soci	989.705	1.012.235	674.358	646.584
Soci donne	562.409	575.757	402.514	388.792
Soci prestatori	122.309	119.991	114.703	110.875
Dipendenti	4.228	4.065	3.899	3.666
Dipendenti donne	2.640	2.536	2.433	2.323

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

	2015	2016	2017	2018
Consumi energia elettrica (kWh)	99.284.653	89.523.336	85.247.930	78.567.768
Consumi di metano (m³)	500.863	381.376	292.867	296.456
Consumi idrici (m³)	248.065	218.831	218.752	207.286

PROPRIETÀ E STRUTTURA DEL GRUPPO



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018
pagina 11

LE SOCIETÀ CONTROLLATE E COLLEGATE

12

La Cooperativa, per conseguire al meglio i propri scopi sociali, ha negli anni controllato direttamente l'attività di alcune società strumentali in qualità di proprietaria dell'intera quota di partecipazione. La progressiva realizzazione di un programma di riassetto societario, con l'obiettivo della semplificazione organizzativa e della riduzione dei costi, ha portato il 27 dicembre 2018 alla redazione di cinque atti di fusione per incorporazione i cui effetti contabili e fiscali sono stati retrodatati al 1° gennaio 2018, riguardanti le seguenti società:

Distribuzione Lazio Umbria - DLU srl

Nata nel 2016 dallo scorporo del ramo d'azienda composto dai negozi ubicati nel Lazio ed in Umbria per gestire la rete vendita umbro-laziale;

Ipercoop Tirreno SpA

Società che gestiva i due supermercati campani di Napoli Arenaccia e Santa Maria Capua Vetere, ceduti a febbraio 2018 e deteneva il 100% della società Axis srl, proprietaria di terreni a Napoli;

Finsoe del Tirreno srl

Società che possedeva l'1,658% del capitale sociale del Gruppo assicurativo Unipol;

Il Paduletto srl

Proprietaria di alcuni immobili e di un terreno nel comune di Pietrasanta;

Immobiliare Sviluppo della Cooperazione - ICS SpA

Proprietaria di un fabbricato nella zona di Porta a Terra di Livorno e di un terreno edificabile nel comune di San Vincenzo.

I risultati economici e gli asset presenti nello stato patrimoniale delle società incorporate sono confluiti nel bilancio della Cooperativa. In particolare: tutti i punti vendita ubicati nelle regioni Lazio ed Umbria detenuti dalla società Distribuzione Lazio Umbria srl, le quote azionarie della società Unipol Gruppo SpA presenti nel bilancio di Finsoe del Tirreno SpA, gli immobili (terreni e fabbricati) detenuti dalle società Ipercoop Tirreno SpA, Il Paduletto srl e ISC SpA.

Le società **attualmente controllate** totalmente dalla Cooperativa sono le seguenti:

Enercoop Tirreno srl

Società che ha la finalità di gestire gli impianti di distribuzione carburante adiacenti ad alcuni punti vendita;

So.Ge.Fin. srl

Società che offre servizi finanziari per i soci (polizze assicurative e di investimento, prestiti personali e mutui per l'acquisto della casa);

Axis srl

Società proprietaria di alcuni terreni a Napoli.

LE RELAZIONI CON IL SISTEMA COOPERATIVO



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

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

L'adesione all'ANCC-Coop conferisce il diritto all'uso dell'insegna **Coop** e determina l'assunzione da parte dell'associato dell'obbligo, tra l'altro, di:

- partecipare attivamente alla vita dell'Associazione;
- versare i contributi associativi nella misura fissata dai competenti organi della Legacoop;
- fornire, su richiesta dell'Associazione, programmi pluriennali di attività, bilanci preventivi e consuntivi e documentazione di valutazione della propria situazione;
- osservare gli accordi e le convenzioni in materia di lavoro, amministrazione, previdenza e assicurazione stipulati da ANCC-Coop.

Legacoop, ossia la **Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue** ha come missione quella di sostenere nel modo più dinamico ed efficace il protagonismo economico, sociale e civile delle imprese cooperative ed è organizzata a livello locale tramite le leghe territoriali. La Direzione Nazionale di *Legacoop* ha approvato il 19 dicembre 2018 il documento "Rivoluzioni Cooperative, Imprese di persone che generano comunità e futuro" in vista del 40° congresso nazionale (tenutosi nell'aprile 2019).

LE RELAZIONI CON IL SISTEMA COOPERATIVO

14

La Cooperativa partecipa in modo significativo a tutti gli organismi cooperativi di riferimento, portando un contributo propositivo ed organizzativo alla conduzione e allo sviluppo delle molteplici attività nazionali e distrettuali intercooperative.

I CONSORZI NAZIONALI DEL SISTEMA COOP

Coop Italia

È il consorzio nazionale per gli acquisti e le politiche di marketing, nonché per la definizione delle strategie di produzione e presidio del prodotto a marchio Coop. Dal 2015 aderisce a Coopernic (Cooperation Européenne de Référence et de Négoce des Indépendants Commerçants), società che opera come centrale d'acquisto nella comunità europea anche per conto di Leclerc, Delhaize e Rewe Group.

Inres

È l'Istituto Nazionale Consulenza, Progettazione, Ingegneria che progetta le strutture di vendita, con particolare attenzione alle nuove tecnologie e all'impatto ambientale, ne segue la realizzazione e offre consulenza e assistenza. Tra i progetti del 2018 la ristrutturazione del vecchio ipermercato di Livorno che ha lasciato spazio al nuovo Mercato di Livorno.

Scuola Coop

È il consorzio che svolge attività didattiche, di ricerca e innovazione nei rapporti con il personale con l'obiettivo di diffondere la cultura del movimento cooperativo.



LE RELAZIONI CON IL SISTEMA COOPERATIVO



I DISTRETTI TERRITORIALI E I CONSORZI DI AREA

Nel 2001 sono stati costituiti tre Distretti territoriali (Nord Ovest, Adriatico e Tirrenico) all'interno dei quali, nel 2003, sono stati fondati tre consorzi di area: Coop Consorzio Nord Ovest, Centrale Adriatica e Centrale Acquisti Distretto Tirrenico. Ai consorzi è affidata la gestione centralizzata dei servizi logistici, commerciali, informativi e di amministrazione merci delle associate. A questi tre distretti territoriali fanno attualmente capo le sette grandi cooperative di consumo, oltre a cinque medie cooperative e a numerose cooperative minori, tutte aderenti a Legacoop, ad ANCC-Coop ed al consorzio cooperativo Coop Italia. Unicoop Tirreno fa parte del Distretto Tirrenico con Unicoop Firenze e Coop Centro Italia.

LE STRUTTURE INTERNAZIONALI

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 308 membri da 109 paesi del mondo e che ha l'obiettivo di promuovere globalmente il modello di impresa sociale cooperativa.

Attraverso l'adesione ad ANCC, Unicoop Tirreno fa parte anche di Eurocoop, l'organismo di rappresentanza della cooperazione di consumatori presso le istituzioni e le organizzazioni comunitarie (il Parlamento e la Commissione Europea ma anche le organizzazioni sindacali, quelle imprenditoriali, le associazioni dei consumatori, il mondo dell'ambientalismo). L'organismo è sempre più importante, visto il crescente ruolo della disciplina comunitaria in materia di provvedimenti legislativi e svolge anche funzione propositiva, volta a richiamare l'attenzione sulle tematiche di interesse per le cooperative e gli oltre 30 milioni di soci rappresentati in 19 Paesi. Fondamentale nel 2018 il suo ruolo nella promozione di azioni rispetto alla sfida della plastica.



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, ma sono anche - nel rispetto della mutualità prevalente - i principali destinatari dell'attività commerciale (socio consumatore) e delle offerte finanziarie (socio prestatore), oltre che i protagonisti delle iniziative promosse a livello territoriale a beneficio delle comunità locali di riferimento (socio cittadino).



Nella realizzazione della propria missione, la Cooperativa intrattiene 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 e garantendone un'effettiva rappresentatività.



RAPPRESENTATIVITÀ E DIRITTI DEI SOCI

18

La base sociale è costituita da tutte le persone che hanno acquistato una quota sociale. Lo Statuto definisce nel dettaglio diritti ed obblighi dei soci e disciplina la composizione e le attribuzioni di una serie di organismi di *governance*, costituiti al fine di agevolare l'attiva partecipazione dei soci alla vita della Cooperativa.

La democrazia delegata che, a partire dalle Sezioni soci, arriva fino al Consiglio di Amministrazione e alla Presidenza, è la forma attraverso la quale la proprietà diffusa orienta e controlla la struttura di governo della Cooperativa e ne verifica i risultati.

I soci possono candidarsi per gli organismi di rappresentanza sul territorio della Cooperativa, oltre che per il Consiglio d'Amministrazione, l'organismo di indirizzo e di governo della Cooperativa. La rappresentanza sociale e il principio del controllo democratico da parte del socio sono stati garantiti attraverso i soci volontari eletti nelle Sezioni Soci e attraverso il Consiglio di Amministrazione, rinnovato ad agosto 2018 e composto ora da 30 soci a seguito della riduzione del numero dei consiglieri di amministrazione approvata nel 2017 nelle Assemblee Separate.

I soci in carica negli organismi territoriali sono 396, di cui più della metà sono donne.

ORGANISMI DI GOVERNANCE UNICOOP TIRRENO

Sezioni Soci

I soci della Cooperativa sono organizzati in 23 Sezioni Soci territoriali costituenti unità organiche del corpo sociale.

La Sezione opera per consentire un maggiore coinvolgimento dei soci e dei consumatori nella politica cooperativa e agisce, con funzioni consultive e propositive, come strumento fondamentale per la partecipazione della base sociale alla vita ed all'attività della Cooperativa, contribuendo alla elaborazione e realizzazione degli obiettivi economici e sociali.

Le Sezioni Soci hanno il compito di:

- a. di mantenere vivo e di consolidare tra i soci il vincolo associativo, proprio dell'organizzazione Cooperativa;
- b. di instaurare e coltivare rapporti organici tra il Consiglio di Amministrazione e la collegialità dei soci;
- c. di stimolare un attivo interessamento e una partecipazione dei soci ai problemi e alla vita dell'impresa Cooperativa per quanto particolarmente attiene alla definizione dei programmi di attività a breve e a lungo periodo;
- d. di promuovere e realizzare sul territorio iniziative specifiche che favoriscano la tutela, l'informazione e l'educazione dei consumatori nonché la qualificazione dei consumi;
- e. di intrattenere rapporti con i negozi della cooperativa, del proprio Gruppo e **delle sue partecipate facenti parte del movimento cooperativo, comunque presenti** nel proprio territorio di competenza, organizzando almeno un incontro annuale con i responsabili dei medesimi negozi per esaminarne l'andamento;
- f. di promuovere e realizzare sul territorio iniziative culturali, educative, turistiche e comunque socialmente utili, anche in collaborazione con Associazioni di Volontariato e con ogni altro ente o organismo interessato allo sviluppo delle iniziative della Cooperativa;
- g. di promuovere ed intrattenere rapporti con il Movimento cooperativo locale e con gli Enti locali;
- h. di collaborare alla individuazione di nuovi soci e alla diffusione dei principi e valori della cooperazione;
- i. di facilitare la convocazione e lo svolgimento delle Assemblee.

Ogni Sezione Soci elegge un Comitato Direttivo e, all'interno di quest'ultimo, un Presidente e uno o più Vice Presidenti. Il Comitato Direttivo dura in carica tre anni e dirige collegialmente la Sezione Soci.

RAPPRESENTATIVITÀ E DIRITTI DEI SOCI



Consulta delle Presidenze delle Sezioni Soci	È costituita dalla riunione dei Presidenti e dei Vice Presidenti di tutte le Sezioni Soci ed è convocata dal Presidente o da almeno cinque Presidenti di Sezione o dalla Direzione Soci. Esprime un parere obbligatorio prima dell'adozione delle deliberazioni aventi ad oggetto il bilancio preventivo della Cooperativa, o significative variazioni dello stesso, limitatamente alle previsioni del medesimo che riguardano promozioni e iniziative commerciali destinate ai soci o, più in generale, benefici destinati a questi ultimi, ovvero le linee guida delle politiche sociali. Il suo parere non è vincolante, ma il CdA deve motivarne l'eventuale mancato accoglimento.
Consulta delle Sezioni Soci	È costituita dalla riunione dei Comitati Direttivi delle Sezioni Soci e convocata dal Presidente del Consiglio di Amministrazione. Esprime il proprio parere su argomenti di elevato contenuto e importanza, come le tesi congressuali degli organismi cooperativi, i piani poliennali della Cooperativa o le più significative innovazioni legislative in materia di cooperazione.
Consulta d'Area	È un organo consultivo di rappresentanza territoriale. Essa è convocata dal Presidente del Consiglio di Amministrazione, ogni qual volta lo ritenga utile, ed è composta dai Presidenti, dai Vice Presidenti (nel numero massimo di uno per Comitato Direttivo) e dai Consiglieri di Amministrazione di un territorio più o meno ampio, che è stabilito di volta in volta, a seconda dell'argomento da trattare.
Consiglio di Amministrazione	Il CdA è titolare esclusivo della gestione dell'impresa e del compimento delle operazioni necessarie all'attuazione dell'oggetto sociale. Il Consiglio di Amministrazione viene eletto dall'Assemblea generale dei soci per un periodo di tre esercizi e i suoi componenti – scelti tra i soci cooperatori e finanziatori – sono sempre rieleggibili . Le principali attribuzioni del Consiglio di Amministrazione sono: a. proporre l'adozione e curare l'esecuzione delle deliberazioni dell'Assemblea generale dei soci; b. redigere i bilanci; c. predisporre i Regolamenti da sottoporre, nei casi previsti dallo Statuto, all'approvazione dell'Assemblea dei soci; d. deliberare in merito all'ammissione, al recesso e all'esclusione dei Soci; e. nominare i Direttori Generali. Il presidente e i vicepresidenti coordinano la direzione della Cooperativa. Il Cda nomina i Direttori Generali come diretta espressione della proprietà della Cooperativa, cioè dei soci. Il Cda può eleggere al proprio interno un Comitato Esecutivo composto al massimo da 15 membri, ai quali può delegare parte dei propri poteri.
Assemblea Generale	L'Assemblea Generale dei Soci, sia ordinaria che straordinaria, è costituita dai delegati delle Assemblee Separate i quali rappresentano, con vincolo di mandato, i Soci in esse presenti o rappresentati. L'Assemblea generale dei Soci approva il bilancio ed elegge il Consiglio di Amministrazione e i Sindaci nel rispetto della eventuale riserva di nomina a favore dei possessori di strumenti finanziari.
Assemblee Separate delle Sezioni Soci	Coincidono di norma con il territorio delle Sezioni Soci e sono convocate ai sensi dello Statuto Sociale dal CdA. Vi hanno diritto di voto i Soci iscritti nel Libro Soci da almeno 3 mesi. Precedono l'assemblea generale quando ricorre l'obbligo di legge. Sono convocate per discutere e deliberare sul medesimo ordine del giorno dell'Assemblea Generale e per l'elezione dei delegati (uno effettivo, uno supplente) a detta Assemblea. In particolare si riuniscono obbligatoriamente in vista dell'Assemblea che approva il bilancio consuntivo.
Assemblee Autonome delle Sezioni Soci	Coincidono di norma con il territorio delle Sezioni Soci e possono essere convocate dal Presidente del CdA anche su richiesta del Comitato Direttivo Sezione Soci o di un centesimo dei soci iscritti nella Sezione. Vi partecipano i Soci che risultano iscritti al Libro Soci da almeno tre mesi. Possono discutere del bilancio preventivo annuale, nonché dei programmi di sviluppo della Cooperativa e nominano la Commissione Valori e Regole e la Commissione Elettorale per il rinnovo del CdA.
Commissione Valori e regole	La Commissione Valori e Regole è un organo di controllo interno, che dura in carica tre anni e ha il compito di indirizzare e controllare l'attuazione della democrazia elettiva nei rinnovi dei Comitati Direttivi delle Sezioni soci e di verificare la coerenza dei comportamenti delle Sezioni soci con quanto previsto dalla Carta dei Valori.

RAPPRESENTATIVITÀ E DIRITTI DEI SOCI

20

DIRITTI DEI SOCI

La Cooperativa conforma il proprio rapporto con il socio a criteri di trasparenza ed informazione. Al fine di garantire una maggiore trasparenza nello svolgimento delle attività mutualistiche, la Cooperativa assicura ai propri soci l'accesso – anche attraverso il proprio sito web – oltre che al bilancio, compreso di nota integrativa, alle seguenti ulteriori informazioni riferite all'ultimo esercizio sociale:

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

Proprio per rendere fruibili tali informazioni, in conformità al principio di trasparenza richiamato nello Statuto all'art. 9, in coerenza con il Regolamento dello scambio mutualistico e adeguandosi alle disposizioni normative in materia (DM 18/9/2014 emanato dal Ministero dello Sviluppo Economico, attuativo dell'art. 17 bis del decreto-legge 24 giugno 2014, n. 91), Unicoop Tirreno nel 2018 ha pubblicato – come già nei due anni precedenti – un documento ad hoc contenente la rendicontazione dei vantaggi prodotti e delle iniziative realizzate a favore dei soci e delle comunità. Si tratta del **Rapporto sullo Scambio Mutualistico 2018**.

I soci hanno, inoltre, il diritto di porre quesiti sul bilancio, in vista delle assemblee che approvano il consuntivo. L'insieme dei diritti e doveri dei soci è disciplinato dal Regolamento sullo scambio mutualistico, contenente la descrizione dei vantaggi per i soci, le regole per l'ammissione a socio, per il mantenimento dell'iscrizione e per l'utilizzo della carta *SocioCoop*.

LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLE SEZIONI SOCI

I soci di Unicoop Tirreno sono organizzati in 23 sezioni territoriali e 79 comitati comunali. Unicoop Tirreno è fortemente impegnata nel mantenere uno stretto rapporto con il territorio nel quale opera. Una delle leve principali per realizzare questo rapporto sono i Comitati soci: nei comuni in cui è presente un punto vendita Unicoop Tirreno viene eletto, attraverso meccanismi di partecipazione democratica, un Comitato Soci. Il Comitato realizza, volontariamente e senza percepire compensi, iniziative e proposte di coinvolgimento del territorio e della base sociale. Nella seduta del 15 ottobre 2018 e nella successiva del 26 novembre 2018, il Consiglio di Amministrazione, in un momento in cui la Cooperativa stava ridefinendo e riorganizzando la sua presenza nei territori laziali facenti parte delle Sezioni Soci Lazio Sud e Castelli Romani e più in generale in un momento in cui stava ridefinendo la sua presenza in Campania, ha ritenuto opportuno prorogare di un anno il mandato dei 70 soci componenti i Comitati soci delle tre Sezioni interessate. Di conseguenza nel 2018, nei giorni 22, 23 e 24 novembre, sono stati rinnovati i componenti di 20 Sezioni soci e quindi dei 63 Comitati comunali soci di Unicoop Tirreno. Complessivamente sono stati eletti nel 2018 326 soci, 177 donne e 149 uomini. Gli eletti per la prima volta sono stati 165, il 50,62% del totale. Continua a crescere la componente femminile, maggioritaria tra la base sociale, e quindi ben rappresentata anche nelle Sezioni soci. I nuovi Comitati Direttivi delle Sezioni soci si sono insediati nei mesi dicembre 2018 - gennaio 2019 e hanno proceduto alla nomina, al loro interno, del Presidente, del Vice Presidente e del Tesoriere.

Al 31.12.2018 l'elenco della sezione soci era il seguente:

<i>Sezione Soci</i>	<i>Regione di riferimento</i>
Carrara Avenza	Toscana
Versilia	Toscana
Livorno	Toscana
Rosignano	Toscana
Cecina - Donoratico	Toscana
San Vincenzo - Venturina	Toscana
Piombino	Toscana
Isola d'Elba	Toscana
Follonica - Castiglione della Pescaia	Toscana
Colline Maremmane	Toscana
Grosseto	Toscana
Costa d'Argento	Toscana

<i>Sezione Soci</i>	<i>Regione di riferimento</i>
Viterbo	Lazio
Civitavecchia	Lazio
Roma largo Agosta	Lazio
Roma Valle Aniene	Lazio
Roma Laurentino	Lazio
Castelli Romani	Lazio
Faliska Cimina	Lazio
Lazio Sud	Lazio e Umbria
Etruria	Lazio e Umbria
Tevere - Paglia Vulsinia	Lazio e Umbria
Campania	Campania



LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLE SEZIONI SOCI

22

IL REGOLAMENTO DEGLI ORGANISMI TERRITORIALI DI RAPPRESENTANZA DELLA BASE SOCIALE

Le elezioni dei Comitati soci sono state organizzate secondo quanto previsto dal nuovo Regolamento degli organismi territoriali di rappresentanza della base sociale, approvato dall'Assemblea Generale il 26 marzo 2018 che, sulla base delle indicazioni normative già recepite nello Statuto, propone alcune modifiche a partire dal nome: le Sezioni soci sono adesso definite Organismi territoriali di rappresentanza della base sociale.

Tra le novità introdotte dal Regolamento, le principali sono le seguenti.

- la previsione dell'autocandidatura come unica possibilità per essere reclutati ed eventualmente entrare a far parte delle liste elettorali;
- la flessibilità nel numero dei componenti dei Comitati Direttivi, fino ad ora compreso tra 7 e 21 membri, in ragione dell'accorpamento delle Sezioni soci avvenuto nel 2017 e in presenza di dimensioni territoriali non omogenee;
- il limite massimo imposto ai soci dipendenti della Cooperativa e delle sue partecipate per l'ingresso nei Comitati, pari a 1/4 dei componenti della lista elettorale di ogni singola Sezione e l'incompatibilità con la carica di presidente o vice presidente del Comitato soci;
- l'allungamento dei tempi per presentare la propria autocandidatura, che passa dai 30 ai 45 giorni per permettere una maggiore divulgazione del percorso elettorale;
- l'introduzione di un questionario di autovalutazione, predisposto dalla Cooperativa, da compilare insieme alla scheda di autocandidatura per agevolare il lavoro delle Commissioni elettorali.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Ad agosto 2018 si è insediato il nuovo Consiglio d'Amministrazione di Unicoop Tirreno eletto dai soci nelle 25 Assemblee delle Sezioni soci tenute dal 23 al 27 luglio (oltre 5.300 i soci partecipanti) e ratificato dall'Assemblea generale dei delegati.

Nella prima riunione il Consiglio d'Amministrazione ha confermato Marco Lami quale Presidente e Piero Canova nel ruolo di Direttore Generale.

Il nuovo Consiglio d'Amministrazione, che resterà in carica fino al 2021, è composto per la prima volta da 30 soci (15 uomini e 15 donne) anziché da 45 membri, secondo la modifica approvata nelle Assemblee Separate in conseguenza della diminuzione del numero delle Sezioni Soci.

23 consiglieri provengono dai territori in cui è presente la Cooperativa in Toscana, Lazio, Umbria e Campania e sette sono scelti tra le autocandidature. L'età media del CdA rinnovato è di 59 anni. I nuovi consiglieri sono sette. Il Comitato Esecutivo è composto da tre uomini e due donne, oltre al Presidente. Nel corso del 2018 il CdA si è riunito 14 volte, per discutere e deliberare su strategie, argomenti e linee guida inerenti l'attività della Cooperativa.



CONSIGLIERI DI AMMINISTRAZIONE AL 31 DICEMBRE 2018

Angiolini Marisa

Barreca Francesco Rosario**

Bernardini Giovanna

Bertolucci Marino

Campani Maurilio

Capaldo Giuseppe

Capponi Maurizio**

Cavallini Tiziana

Coluzzi Carlo

Conti Pierangelo

Coscia Paolo

Ellul Maria Teresa

Fossi Elena**

Galante Silvia

Gallo Elena

Giannetti Stefania

Gruppelli Mauro Giuseppe

Lami Marco**

Lupoli Alba

Muti Jessika

Perini Simone**

Quattrocchi Concetta Pietra

Radi Simonetta**

Rispoli Doriana

Salvio Luca

Tabani Giuseppe

Terreni Valeria

Terribile Antonio Davide

Tiberi Antonio

Valeriani Tiziana

**componenti il Comitato Esecutivo

LE ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

24

Nel 2017 si sono svolte 77 assemblee dei soci, tra separate e autonome, che hanno visto la partecipazione di 14.838 soci.

Di seguito una sintesi delle attività istituzionali relativa al 2018.

<i>Organo</i>	<i>Numero incontri</i>	<i>Num. complessivo Soci partecipanti</i>	<i>Temi discussi</i>
Assemblee autonome	26 (marzo)	3.169	Bilancio preventivo. Azioni della Cooperativa in difesa di soci e consumatori. Programmazione delle attività sociali. Adempimenti relativi ai rinnovi dei Comitati Soci. Nomina della Commissione Valori e Regole.
Assemblee separate	51 (marzo e luglio-agosto)	11.669	A marzo: modifica al Regolamento Sezioni soci. A luglio - agosto: approvazione del bilancio chiuso al 31 dicembre 2017; approvazione della lista dei candidati al Consiglio di Amministrazione; approvazione delle condizioni economiche applicate agli Amministratori per il triennio 2018-2021.
Consulta delle Presidenze	6	600	Piano di attività sociali 2018. Bilancio preventivo e consuntivo di Unicoop Tirreno. Scelte politico-strategiche della Cooperativa e politiche commerciali. Informazioni su percorsi elettorali per il rinnovo del CdA e dei Comitati soci Progetti di Solidarietà locale e internazionale. Campagne Nazionali promosse da Ancc e Coop Italia.

LA PARTECIPAZIONE ISTITUZIONALE

	2016	2017	2018
Assemblee Autonome	29	29	26
Soci partecipanti Assemblee Autonome	6.463	3.752	3.169
Costi Assemblee Autonome (euro)	59.498	50.428	45.030
Assemblee Separate di Bilancio	31	31	51
Soci partecipanti Assemblee Separate di Bilancio	10.008	5.238	11.669
Costi Assemblee Separate di Bilancio (euro)	119.824	50.767	52.098

LA RAPPRESENTANZA SOCIALE

	2016	2017	2018
Soci volontari eletti nelle Sezioni soci	434	434	396
Budget attività nelle Sezioni soci	295.500	295.500	295.500
di cui per funzionamento Sezioni soci	20.000	18.000	15.000
Convocazioni Consulta Presidenze delle Sezioni soci	7	7	6
Soci partecipanti alle Consulte Presidenze Sezioni soci	670	610	600
Costi Consulte Presidenze Sezioni soci (euro)	3.800	3.500	2.800
Convocazioni Consulta d'Area	2	6	-
Soci partecipanti alle Consulte d'Area Sezioni soci	950	2.800	-
Costi Consulta d'Area Sezioni soci (euro)	600	1.500	-

LA STRUTTURA GESTIONALE

26

Il **modello di governo** della Cooperativa racchiude in sé oltre agli organismi e strumenti di attuazione per la partecipazione dei soci alle scelte aziendali, la struttura amministrativa preposta al raggiungimento degli scopi di impresa.

La revisione complessiva dell'organizzazione aziendale iniziata nel 2016 è proseguita. La riorganizzazione progressivamente implementata, funzionale al conseguimento degli obiettivi del piano industriale 2017-19, ha consentito di arrivare a un assetto stabile del management, quasi totalmente rinnovato, nei primi mesi del 2018.

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.

Dall’8/8/2019, l’OdV risulta così composto:

- Giuseppe Tabani, Presidente (esterno, membro del CdA), Presidente, confermato;
- Francesca Mencuccini (interno, Dirigente Responsabile Settore Legale, Conformità e Societario di Unicoop Tirreno), confermata;
- Juri Scardigli (esterno, membro effettivo del Collegio Sindacale), di nuova nomina.

Nel corso del 2018 l’Organismo di Vigilanza ha svolto sette riunioni, tutte adeguatamente verbalizzate (nelle seguenti date: 19/01, 01/03, 27/03, 18/05, 24/09, 15/10 e 16/11), oltre ad un seminario sulle deleghe di funzione e presidi di prevenzione che si è svolto il 7 giugno.

Le importanti variazioni della struttura organizzativa aziendale, e quindi delle deleghe e delle responsabilità attribuite a ciascun ruolo, sono state seguite e monitorate dall’Organismo di Vigilanza che, proprio in ragione di ciò, è riuscito a realizzare quanto inserito nel Piano delle Attività 2018 solo parzialmente, soprattutto con riferimento al **risk assessment** che si è consolidato sulle funzioni apicali più alte, a mezzo raggruppamenti per macro aree delle attività sottoposte ad analisi. Ancora una volta, le attività più interessate dalla vigilanza sono state quelle di conformità alle normative qualità, sicurezza luoghi di lavoro e ambiente.

Nel corso del 2018 l'ODV è stato coinvolto ed ha partecipato a diverse attività, di seguito sintetizzate:

ATTIVITÀ DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA UNICOOP TIRRENO 2018

Attività di l'aggiornamento del Modello*	> Somministrazione delle Linee di reporting verso l'ODV a: - Direttore Soci e Comunicazione; - Direttore Amministrazione e bilancio; - Direttore Patrimonio e Finanza; - Direttore del Personale; - Responsabile /delegato Qualità; - Responsabile Settore Prevenzione e Protezione; - Responsabile Adempimenti Ambientali; - Responsabile settore legale, conformità e societario; - Responsabile settore Tecnico ed Energia. > Monitoraggio, aggiornamento e organizzazione sicurezza - ambiente e qualità Unicoop Tirreno; > Aggiornamento dello spazio intranet dedicato al D.Lgs. 231/2001; > Approfondimenti su Parti speciali da implementare alla luce degli aggiornamenti delle Linee Guida Ancc su nuovi reati 231 (es. market abuse ed insider trading - colloquio con il Direttore Finanza).
Attività di vigilanza (audit a campione e su segnalazione)	> Esame delle linee di reporting attivate all'inizio del 2018 e successiva elaborazione di raccomandazioni e richieste di approfondimento su ambiti di funzionamento organizzativo particolarmente articolati; > Audit assessment sede su antintrusione e antincendio; > Monitoraggio di alcune situazioni emerse (tra cui alcuni casi di infortunio sul lavoro) o segnalate da lavoratori: - rientro in conformità e riposizionamento della procedura sulle vie di uscita in un punto vendita - indicazione della corretta gestione dei DUVRI per azienda terza; > Verifica della procedura seguita per variazione fornitori gestione rifiuti speciali.
Attività Formativa e Informativa	> 6 giugno: giornata di discussione e approfondimento in materia di "deleghe di funzione", rivolta ai delegati di Unicoop Tirreno; > proseguimento del monitoraggio dell'attività di somministrazione del sistema di FAD condiviso con l'Area Formazione Obbligatoria; > costante aggiornamento dello spazio intranet aziendale; > aggiornamento delle bacheche aziendali, con affissione della Politica per la 231 e dei Codici di Condotta relativi ad Unicoop Tirreno; > diffusione di 2 opuscoli info-formativi sul ex. D.Lgs. 231/2001, predisposti ad hoc per i dipendenti delle società Unicoop Tirreno, sia per affissione nelle bacheche aziendali (punti vendita e sede), che tramite pubblicazione nella intranet aziendale; > proseguimento del consueto invio di approfondimenti sulla materia, veicolati alle funzioni interessate attraverso pillole formative; > partecipazione dell'ODV all'incontro relativo ad una informatizzazione dei DUVRI.
Relazioni, Strumenti, Linee di Reporting	> Prosecuzione della collaborazione con altri organismi di controllo esistenti in azienda al fine di operare con il massimo delle sinergie possibili; > Incontro dell'ODV con il Collegio Sindacale del 24 settembre; > L'Area Conformità ha coadiuvato l'ODV nello svolgimento delle sue attività, nella costante tenuta del software gestionale e nel produrre pareri di conformità su protocolli e procedure 231 eventualmente implementati nel corso dell'anno, nonché nell'ambito della mappatura contratti.

IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA PRIVACY



Il regolamento UE 2016/679 (G.D.P.R. General data protection regulation) relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali - pienamente efficace nell'ordinamento italiano dal 25 maggio 2018 - ha imposto alle aziende adeguamenti organizzativi rilevanti. La nuova disciplina, infatti, stabilisce una serie di obblighi specifici ma soprattutto li colloca nel contesto di un Modello di Organizzazione e Gestione che il destinatario degli obblighi deve adottare.

Tale Modello deve generare un Sistema di Gestione della Privacy in grado di dimostrare che il trattamento dei dati all'interno dell'azienda è regolato da processi organizzativi, disposizioni interne, attività di comunicazione e formazione, audit e verifiche.

Unicoop Tirreno nel corso del 2018 ha proseguito l'attuazione di un progetto supportato da uno studio di consulenza legale informatica e sviluppato congiuntamente a quello delle cooperative Unicoop Firenze e Coop Centro Italia, che si avvalgono della stessa consulenza, realizzando opportune sinergie per quanto riguarda i molti aspetti e profili di interesse comune.

L'attuazione del progetto privacy nel corso del 2018 ha comportato in particolare:

- > la redazione e l'adozione di un complesso di procedure aziendali sia di natura organizzativa generale, sia funzionali all'applicazione di specifici adempimenti richiesti dalla normativa;
- > l'elaborazione e la redazione di un piano generale che ha il fine di fornire adeguate e conformi indicazioni circa i tempi di conservazione dei dati, lo svolgimento di alcune valutazioni d'impatto inerenti alcuni trattamenti di dati ritenuti più complessi e da approfondire;
- > il censimento delle attività di trattamento mediante la creazione di un apposito Registro;
- > la valutazione e l'approfondimento circa le problematiche connesse alla sicurezza della rete informatica aziendale al fine di conseguire un livello sempre maggiore di sicurezza e protezione dei dati;
- > la designazione, ai sensi dell'art. 37 del GDPR, di un Data Protection Officer al fine di ottemperare ai compiti stabiliti dalla normativa;
- > la costituzione di una commissione privacy interna e di un comitato di referenti aziendali appartenenti a tutte le Direzioni, per favorire una diffusione capillare e consapevole delle attività in corso e per una migliore implementazione del progetto.



PARTE II

I CAPITALI COOPERATIVI



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018
pagina 31

IL CAPITALE SOCIALE

32

Il capitale sociale riveste un ruolo primario per Unicoop Tirreno, data la natura stessa dell'impresa cooperativa.

I soci, proprietari e al tempo stesso destinatari e promotori delle attività della Cooperativa, costituiscono un insieme variegato che lega Unicoop Tirreno ai territori in cui questa opera. Ogni socio è un punto di contatto tra Unicoop Tirreno e la comunità di riferimento e vive con la Cooperativa un legame che può avere diversi gradi di intensità ma che in ogni caso, come si è visto nella sezione dedicata al profilo d'impresa, può contare su un sistema articolato di strumenti che garantiscono la rappresentatività della volontà dei soci e ne favoriscono una partecipazione attiva.

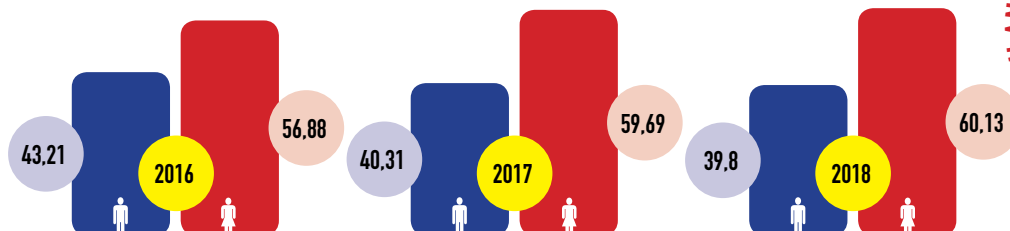
Il capitale sociale, oltre che dal valore derivante dalla comunità dei soci, è costituito dalle attività promosse sui territori e dalle reti sociali sviluppate con gli attori chiave delle comunità locali.

Per questo motivo, dopo una panoramica sulla composizione del corpo sociale e l'approfondimento sulla mutualità prevalente generata dalle vendite ai soci e sulle attività collegate all'incentivazione dello spirito di previdenza e alla tutela del risparmio, il capitolo si svilupperà rendicontando le iniziative – di solidarietà, di partecipazione, di informazione e formazione e di educazione al consumo consapevole – attivate dalla struttura organizzativa della Cooperativa, dai soci o da entrambi per i soci stessi o a vantaggio delle comunità e della società.

IL CORPO SOCIALE

La base sociale è costituita da tutti i soci che hanno acquistato una quota della Cooperativa. A fine 2018 i soci erano **646.584**, di cui il **60,1% donne**.

COMPOSIZIONE CORPO SOCIALE PER GENERE



Nel 2018 è proseguito il riordino del libro soci, con la cancellazione di coloro che nel corso del 2017 sono stati inattivi, non hanno cioè partecipato all'Assemblea e agli organismi territoriali, né hanno acquistato beni o servizi, né hanno intrattenuto con la Cooperativa rapporti finanziari quali il prestito sociale.

Resasi necessaria a seguito dell'evoluzione normativa riguardante le cooperative di consumo con più di 100 mila soci (il d.L. 91/2014 e il Decreto Ministeriale attuativo del settembre 2014, recepiti nello Statuto entrato in vigore il 1° gennaio 2016) e destinata a proseguire ogni anno con riferimento all'anno solare precedente, l'adeguamento ha portato alla sua prima applicazione a una drastica riduzione del numero dei soci, influenzando anche la struttura anagrafica. Decisamente più modesto l'impatto avuto nel 2018.

	2016	2017	2018
Totale soci	1.012.235	674.358	646.584
% donne	56,9	59,7	60,1
% soci fino a 30 anni/soci oltre gli 80 anni	10,3	19,6	17,9
Soci appartenenti alla classe d'età più rappresentata (51-60)	227.515	162.018	156.573

Unicoop Tirreno ha messo a disposizione dei soci un link per verificare l'eventuale esclusione semplicemente inserendo il numero della carta *SocioCoop*, informandoli inoltre della possibilità di richiedere il rimborso della quota associativa versata (attualmente pari a 25 euro) come dell'opportunità di chiedere la riammissione.

DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI SOCI PER FASCE D'ETÀ

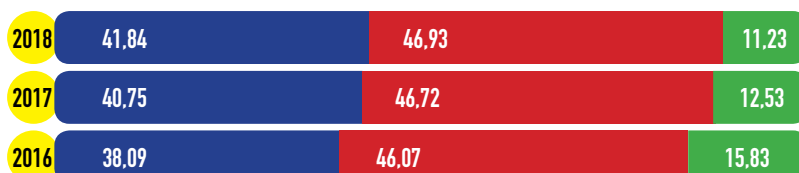
	2016	2017	2018
Fino a 30 anni	1,56	1,84	1,77
Da 31 a 40 anni	8,43	8,94	8,33
Da 41 a 50 anni	20,12	21,13	20,35
Da 51 a 60 anni	22,48	24,03	24,22
Da 61 a 70 anni	18,57	19,88	19,98
Da 71 a 80 anni	13,72	14,81	15,45
Da 81 anni	15,13	9,38	9,91

Le modifiche della composizione del corpo sociale sono evidenti nel grafico seguente.



Con riferimento ai territori, la **Toscana** conta 270.561 soci, di cui 167.823 donne; **Lazio e Umbria** 303.424 soci, di cui 185.184 donne e la **Campania** 72.599 soci, di cui 35.785 donne.

COMPOSIZIONE CORPO SOCIALE PER TERRITORI (% sul totale)



LA MUTUALITÀ PREVALENTE

34

Unicoop Tirreno persegue la funzione sociale, lo scopo e i principi mutualistici previsti dall'articolo 45 della Costituzione, in particolare nei confronti dei propri soci, in quanto cooperativa a mutualità prevalente. Proprio assolvendo allo scopo di mutualità, la Cooperativa procura ai soci beni e merci di qualità, a prezzi e condizioni vantaggiose.

Le **vendite complessive ai soci** (sia a listino ordinario che in promozione) in tutto il gruppo nel 2018 sono state pari a 660 milioni di euro.

I vantaggi derivanti dalle **promozioni esclusive per i soci** sono stati circa 24,1 milioni di euro, con una crescita del 22,3% rispetto al 2017 e hanno interessato tutti i reparti di vendita. Il 72% di sconto è stato erogato sul cosiddetto "grocery" che oltre agli alimentari confezionati (bevande, pasta, salse, condimenti) e surgelati include i prodotti per l'igiene e la cura degli ambienti e della persona. È proprio questo il settore che ha visto l'aumento più rilevante del valore delle promozioni (l'anno scorso si attestava attorno ai 12,6 milioni) riverberandosi sul totale, essendo rimasti sostanzialmente invariati gli altri due settori.

VANTAGGI DERIVANTI DALLE PROMOZIONI PER I SOCI *valore sconti applicati (euro)*

<i>settore</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	2018
Promozioni freschissimi e gastronomia	3.307.030	2.968.866	2.847.236
Promozioni grocery	15.623.360	12.596.693	17.435.509
Promozioni non food	5.386.342	3.693.894	3.819.072
Totale sconti da promozioni soci	24.316.732	19.259.453	24.101.817

I soci che hanno beneficiato delle promozioni sono stati oltre 422.000, con un risparmio medio di 57 euro pro-capite e un incremento di 12 euro sul 2017, sia per l'aumento del risparmio totale sia per la diminuzione del numero dei beneficiari (erano 437.030 nel 2017).

FRUIZIONE DELLE PROMOZIONI PER I SOCI

<i>settore</i>	<i>numero soci che ne hanno beneficiato</i>			<i>risparmio medio (euro)</i>		
	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
Freschissimi e gastronomia	296.354	237.517	194.944	11,16	12,50	14,61
Grocery	428.466	358.499	413.401	36,46	35,14	42,18
No food	182.193	144.224	144.177	29,56	25,61	26,49
Generale	456.521	437.030	422.515	53,27	44,07	57,04

Complessivamente il risparmio erogato sulla spesa per i soci supera quello dell'anno precedente (+6,6 milioni vs 2017). Occorre sottolineare che al valore sconto sulle promo riservate, si somma il valore del collezionamento (utilizzo dei punti fidelity) per 6,2 milioni di euro (-2,5 milioni sul 2017) e lo sconto su tutte le promozioni non esclusive per circa 62 milioni di euro (+3,7 milioni sul 2017).

TOTALE VANTAGGI SULLA SPESA PER I SOCI

<i>settore</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
Totale sconti da promozioni soci (euro)	24.316.732	19.259.453	24.101.817
Collezionamento (euro)	5.787.000	8.714.928	6.193.301
Totale vantaggi soci (euro)	30.103.732	27.974.381	30.295.118
Sconti da promozioni non esclusive (euro)	50.487.482	57.602.478	61.928.916
Totale risparmio soci (euro)	80.591.214	85.576.859	92.224.034

IL PRESTITO SOCIALE E LA TUTELA DEL RISPARMIO



Con **99 sportelli finanziari attivi**, 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 lo sviluppo della Cooperativa, che investe le somme prestate nel pieno rispetto dell'apposito regolamento e utilizzando criteri di massima prudenza. Nel 2018 erano 21 i punti vendita coperti dai servizi finanziari. Il numero dei prestatori si è attestato a **110.875 soci**, 3.828 in meno rispetto al 2017. La tabella seguente illustra la ripartizione territoriale dei soci prestatori nell'ultimo triennio.

NUMERO DEI SOCI PRESTATORI (euro)

	<i>Toscana</i>	<i>Lazio e Umbria</i>	<i>Campania</i>
2016	77.797	40.330	1.864
2017	73.941	38.882	1.880
2018	71.776	37.341	1.178
Totale	119.991	114.703	110.875

L'ammontare del Prestito Sociale per il 2018 risulta essere di **628.515.469,50** euro, con una riduzione rispetto al 2016 del 9,25%. Tale scostamento è dovuto sia alla riduzione del numero dei soci prestatori sia alla diminuzione del valore medio del prestito che – confermando una tendenza in atto da diversi anni, dovuta certamente anche a dinamiche collegate al contesto economico generale – è passato dai 6.038 euro del 2017 a 5.669 euro.

Con riguardo ai territori il Prestito Sociale si è modificato nell'ultimo triennio come da tabella seguente.

AMMONTARE DEL PRESTITO SOCIALE (euro)

	<i>Toscana</i>	<i>Lazio e Umbria</i>	<i>Campania</i>
2016	595.603.802,46	311.306.734,94	8.299.782,03
2017	423.663.944,53	262.000.027,77	6.907.837,57
2018	8.299.782,03	6.907.837,57	5.175.365,21
Totale	915.210.319,43	692.571.809,87	628.515.469,50

Il valore complessivo degli interessi lordi distribuiti ai soci attraverso il prestito sociale è stato per il 2018 di **4.533.494,51** euro, con una remunerazione media del prestito dello 0,7%.

IL PRESTITO SOCIALE E LA TUTELA DEL RISPARMIO

36

La legge di bilancio del 27 dicembre 2017, oltre a ribadire che i finanziamenti dai soci devono essere impiegati in operazioni strettamente funzionali al perseguimento dell'oggetto o scopo sociale, prevede che le somme versate dai soci non sono da considerarsi postergate rispetto alla soddisfazione degli altri creditori e rimanda ad apposite delibere del Comitato Interministeriale per il Credito e il Risparmio (non ancora emanate alla fine del 2018) per determinare:

- > i limiti alla raccolta del prestito sociale nelle società cooperative (il triplo del patrimonio netto a regime);
- > la disciplina del periodo transitorio in cui il rispetto del limite del triplo costituisce condizione per la raccolta di prestito ulteriore;
- > la previsione di misure di garanzia aggiuntive qualora l'indebitamento nei confronti dei soci ecceda i 300 mila euro;
- > la definizione di modelli organizzativi e procedure per la gestione del rischio da adottare nei casi in cui il prestito sociale assuma significativo rilievo in valore assoluto o comunque ecceda il limite del doppio del patrimonio netto risultante dall'ultimo bilancio di esercizio approvato.

Il portafoglio titoli della Cooperativa si conferma molto prudentiale, essendo investito principalmente in obbligazioni (per il 75%), tra le quali la componente a tasso variabile (circa il 27%) assicura rendimenti allineati agli andamenti dei mercati, mentre la parte a tasso fisso garantisce al portafoglio un flusso cedolare costante. All'interno del comparto obbligazionario, circa il 75% è costituito da titoli governativi italiani, mentre il residuo 25% comprende titoli obbligazionari emessi principalmente da istituti bancari e finanziari.

L'esposizione sui mercati azionari è rimasta sempre piuttosto contenuta e risulta a fine anno pari a circa il 14% dell'intero portafoglio. La quota investita in fondi comuni, pari a fine anno a circa l'11% dell'intero portafoglio, è costituita per la quasi totalità da fondi immobiliari.

LE INIZIATIVE PROMOSSE



Oltre che con la sua attività commerciale, la Cooperativa esplica la propria missione aziendale anche attraverso una serie di iniziative promosse nei territori di riferimento, gestite direttamente dalla sede centrale o attraverso le Sezioni Soci. Tali attività qualificano e rafforzano la presenza della Cooperativa sui territori e danno la possibilità a migliaia di soci e consumatori di conoscere più da vicino il mondo della cooperazione.

<i>Tipologia iniziative</i>	<i>Esempi di attività tipiche</i>
Compartecipazione	Attività ludico-culturali
Partecipazione	Assemblee, test approvato dai soci, convenzioni
Informazione	Visite a fornitori, iniziative legate alle campagne nazionali attivate o ai libri
Raccolta fondi	Promozione di progetti inseriti nel catalogo Fidelity o legate al Buon Fine
Formazione	Iniziative di formazione per adulti, incontri formativi
Adesione a socio	Allargamento della base sociale

Nel 2018 sono state **686 le iniziative promosse**, delle quali 430 in Toscana, 247 in Lazio e Umbria e 9 in Campania, per l'84,8% raccolte a soci e consumatori.

Di seguito una sintetica classificazione delle iniziative attivate nel triennio 2016-18, suddivise per tipologia:

<i>Tipologia iniziative</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
Partecipazione	448	491	176
Raccolta fondi	54	40	19
Informazione	167	148	60
Formazione	24	20	12
Compartecipazione	478	366	419
Adesione a socio	11	1	0
Totale	1.182	1.066	686

Da un punto di vista territoriale, la tabella successiva propone una ripartizione delle iniziative e attività promosse nel 2018:

	<i>Toscana</i>	<i>Lazio e Umbria</i>	<i>Campania</i>	<i>totale</i>
Partecipazione	123	53	0	176
Raccolta fondi	16	3	0	19
Informazione	26	34	0	60
Formazione	8	4	0	12
Compartecipazione	257	153	9	419
Adesione a socio	0	1	0	1
Totale	430	247	9	686

Se si guarda a chi sono rivolte le iniziative il quadro è il seguente:

<i>Tipologia iniziative</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
Soci e consumatori	887	688	582
Soci attivi	30	25	17
Consumatori	13	6	1
Terza età	7	7	2
Scuole	45	26	14
Bambini	51	34	28
Soci	111	58	31
Dipendenti	0	1	0
Persone meno abbienti	38	221	11
Totale	1.182	1.066	686

Ricomprese nel novero delle iniziative sono anche le convenzioni in favore dei soci, che possono accedere a prezzi vantaggiosi a corsi, servizi, percorsi di benessere, sport e salute, itinerari turistici e naturalistici, spettacoli teatrali. Le convenzioni attive al 31.12.2018 erano 62, di cui 9 attivate nell'anno.

Nel 2018 Unicoop Tirreno ha erogato sotto forma di sponsorizzazioni, liberalità o buoni acquisto a sostegno di scuole, centri sociali, comitati e associazioni del territorio che hanno uno scopo sociale coerente con i fini perseguiti dalla Cooperativa un contributo pari a 148.061 euro. Di seguito i valori dell'ultimo triennio.

LIBERALITÀ, SPONSORIZZAZIONI E BUONI ACQUISTO

	euro
2016	236.245
2017	122.841
2018	148.061

La cooperativa incoraggia la promozione di attività da parte dei soci. Le iniziative dei soci qualificano e rafforzano la presenza della Cooperativa sui territori e danno la possibilità a migliaia di persone di conoscere più da vicino il mondo della cooperazione.

L'impegno delle Sezioni soci si è espresso in molte iniziative, anche a carattere ricreativo, come le cene e le feste del socio che hanno avuto un risvolto solidale: il ricavato è stato devoluto a sostegno di iniziative o di associazioni benefiche del territorio.

Un importante ambito di impegno è stato quello relativo alla conoscenza e alla divulgazione delle campagne nazionali **Alleviamo la salute** e **Buoni e giusti**, sia attraverso la presentazione di prodotti e le degustazioni guidate, che attraverso le visite ai fornitori.

A titolo esemplificativo riportiamo di seguito alcune delle iniziative che hanno avuto maggiore eco sui territori nel 2018:

- > il Comitato soci di Ribolla in collaborazione con l'archivio storico di Unicoop Tirreno ha proseguito il progetto **Tesori di famiglia** per il salvataggio della memoria familiare;
- > a Orbetello, la Sezione soci Costa d'Argento, ha organizzato **Sbinocolando** dove, partendo dall'osservazione dei fenicotteri e dei loro peculiari aspetti biologici e naturalistici si riscopre la storia, l'arte, l'ambiente naturale, le tradizioni enogastronomiche della laguna vista dalla torretta del supermercato Coop;
- > nei mesi di giugno e luglio le Sezioni soci Agro Falisco e Paglia Vulsinia hanno organizzato rispettivamente a Civita Castellana, Fabrica di Roma, Soriano nel Cimino, Allerona e Monte Fiascone, la **Festa del Socio**, momenti conviviali ma anche di riflessione che hanno coinvolto centinaia di soci e consumatori;
- > nell'ambito della corretta informazione sui consumi e per la valorizzazione dei prodotti a marchio Coop, la Sezione soci Grosseto, in collaborazione con associazioni nazionali e del territorio, ha allestito quattro **laboratori del gusto**, presso il ristoro RiCò dell'IperCoop di Grosseto;
- > il 22 maggio, in occasione del **Festival dello Sviluppo Sostenibile 2018** organizzato da ASviS - Alleanza per lo Sviluppo Sostenibile, Coop e NeXt - Nuova Economia X Tutti hanno organizzato un Cash Mob Etico nazionale che ha coinvolto 12 supermercati e ipermercati Coop in tutta Italia, tra questi l'IperCoop Euroma2;
- > l'8 settembre nei punti vendita Coop di Livorno Levante e Il Mercato di Livorno, in collaborazione con la Caritas, si è tenuta l'iniziativa per la raccolta di **cancelleria per la scuola**. Il materiale raccolto è stato infatti distribuito attraverso il Centro per la Famiglia a nuclei familiari con figli minori a carico;
- > il 21 settembre è la **Giornata Mondiale sull'Alzheimer**, le Sezioni soci sono state impegnate con presidi nei supermercati della Cooperativa per sostenere la vendita della piantina di Erica il cui ricavato è andato a sostenere la ricerca;
- > numerose sono state le iniziative di presentazione di libri, soprattutto durante il **Maggio dei libri**, dal 23 aprile al 31 maggio.

Il progetto di **Educazione al Consumo Consapevole rivolto ai soci e ai consumatori** è stato recepito anche nella programmazione sociale del 2018. I comitati soci, nei vari territori, hanno organizzato incontri informativi sugli stili di vita, la sostenibilità ambientale e il rapporto cibo e territorio, che hanno visto un'ampia partecipazione.

Oltre a organizzare la propria attività, le sezioni soci hanno partecipato attivamente alle iniziative nazionali o della Cooperativa dedicate all'ambiente, alla solidarietà e alla salute.

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI SOLIDARIETÀ



La Cooperativa si basa 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, che si aggiungono a quelle di solidarietà internazionale.

DONA LA SPESA

È la raccolta alimentare in favore dei bisognosi voluta dalla Commissione Nazionale Politiche Sociali di Coop e organizzata dalle Sezioni soci territoriali delle singole cooperative di consumatori. Dal 2017 è divenuta iniziativa nazionale ed è quindi organizzata in contemporanea con le altre cooperative di consumatori di tutta Italia. Destinata ad onlus che si occupano di chi ha bisogno, ha interessato le diverse aree di presenza della cooperativa.



Nel 2018 sono state **129 le tonnellate di prodotti raccolti** da Unicoop Tirreno, durante due appuntamenti organizzati presso i punti vendita in contemporanea con le altre cooperative Coop (il 5 maggio e il 13 ottobre), con il coinvolgimento di più di 150 associazioni di volontariato.

BUON FINE

È il progetto nato dopo l'entrata in vigore della Legge 155/2003, detta del Buon Samaritano ed esteso a nuove categorie di prodotti dopo l'approvazione della legge n.166/2016. Scopo principale del progetto è la prevenzione degli sprechi, che si coniuga virtuosamente con la solidarietà. I prodotti destinati al **Buon Fine** – perfettamente integri nelle loro funzioni d'uso, nutrizionali e igieniche e ritirati dalla vendita perché non conformi agli standard di qualità e servizio – sono contabilizzati, raccolti e conservati in spazi appositi e contenitori dedicati, affinché possano essere ceduti a titolo totalmente gratuito alle organizzazioni locali di volontariato con le quali Unicoop Tirreno ha firmato specifici accordi per il ritiro periodico e la distribuzione a persone che versano in stato di bisogno.



Attraverso il progetto *Buon Fine* è possibile:

- > valorizzare le eccedenze, trasformando i prodotti invenduti o invendibili in atti concreti di solidarietà;
- > promuovere un'attività di sviluppo locale sostenibile sul piano ambientale (contenimento dei rifiuti), economico (eliminazione di costi di gestione dei rifiuti) e sociale (risparmio sul cibo degli enti assistenziali e conseguente attenzione su altre necessità);
- > promuovere una rete solidale attiva e stabile, in grado di recuperare e rafforzare la coesione sociale sul territorio attraverso nuove e più solide relazioni con e nelle comunità locali (enti pubblici e associazioni di volontariato). Il *Buon Fine*, infatti, prevede un importante lavoro di rete tra attori territoriali, così come di seguito specificato:

Sede centrale Unicoop Tirreno

- Predisporre le convenzioni con le associazioni
- Registra complessivamente i dati su qualità e valore della merce donata
- Calcola la qualità di rifiuti prodotti in meno grazie alle donazioni effettuate

Sezioni Soci

- Indicano le associazioni beneficiarie
- Svolgono controlli sulla corretta applicazione degli accordi

Negozi e magazzini

- Selezionano e preparano la merce da donare
- Predispongono i documenti fiscali e amministrativi
- Si interfacciano con i delegati delle associazioni

Associazioni

- Si impegnano ad utilizzare i beni ricevuti in conformità con le proprie finalità
- Rendicontano sui beneficiari del progetto
- Provvedono all'ideale trasporto delle merci

Comuni

- Fungono da garanti istituzionali del percorso
- Contribuiscono ad individuare le associazioni sul territorio

Nel corso del 2018 sono state donate merci da 75 punti vendita, per un valore totale di 3,226 milioni di euro, l'**equivalente di 645.200 pasti** (facendo riferimento a uno standard internazionale che individua in 5 euro il costo medio di un pasto elargito da strutture che si occupano di persone in difficoltà).

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI SOLIDARIETÀ

40



AUSILIO PER LA SPESA

Un'iniziativa delicata e complessa ma ricca di valore e coerente con i principi della Cooperativa è **Ausilio per la spesa**, il progetto di Unicoop Tirreno per la consegna della spesa a domicilio ad anziani, disabili e persone in difficoltà, attivato dalle Sezioni soci in alcuni territori in collaborazione con Onlus locali. Questa attività si basa sull'impegno serio e continuo dei volontari e i benefici ricevuti dagli utenti del servizio sono notevoli. Nel 2018 Ausilio per la spesa ha coinvolto 14 punti vendita, 225 volontari e 252 utenti per un totale di **7.074 spese consegnate** gratuitamente a domicilio.

INSIEME PER LIVORNO

Nel 2018 sono stati **donati 20.000 euro**, a sostegno della popolazione di Livorno colpita dal nubifragio del settembre 2017, destinati alla ricostruzione e al ripristino di attività sportive e di volontariato. I progetti da sostenere sono stati individuati da Legacoop Toscana insieme al Comune di Livorno.

I fondi provengono in parte dalla raccolta punti fedeltà (10.754 euro corrispondenti al valore dei 537.709 punti donati da 998 soci e raddoppiati dalla Cooperativa), 6.004 euro derivano invece dalle ore di lavoro donate dai dipendenti, con una integrazione della cooperativa che ha consentito di raggiungere 20.000 euro. La cifra rappresenta il contributo più importante tra quelli destinati da Legacoop Toscana, che complessivamente ha donato 40.000 euro.



BASTA UN GESTO

Per quanto riguarda le iniziative di solidarietà internazionale, oltre al **Progetto Matteo** a sostegno di un orfanotrofio in Burkina Faso, vi sono i progetti **Basta un gesto**, inseriti nel catalogo punti fedeltà *soloxte* del 2017 (1° marzo - 31 dicembre 2017 catalogo Toscana e 1° febbraio 31 dicembre 2017 catalogo Lazio).

Il 12 aprile 2018 alla presenza della Consulta delle Presidenze, Unicoop Tirreno ha mostrato il risultato delle donazioni stanziate a favore dei progetti di solidarietà: **93.352 euro** è la cifra complessiva.

BASTA UN GESTO: I PROGETTI E L'IMPORTO DEVOLUTO NEL 2018

La casa di Giacomo e Vanda

Centro di formazione scuola e lavoro alla periferia della capitale del Togo Lomé, dedicato alla memoria di Vanda Spoto, consigliera di amministrazione Unicoop Tirreno e presidente di Legacoop Campania, e Giacomo, giovane volontario del *Movimento Shalom*. Il progetto vede la collaborazione del *Movimento Shalom*.

20.000 euro

Cuore di Coop

Sostegno a distanza di 171 bambini, in collaborazione con *Avsi*, per consentire loro una scolarizzazione adeguata e in certi casi addirittura il sostentamento primario.

53.352 euro (312 a sostegno)

Progetto Migranti

In collaborazione con *Emergency*, gestione di un poliambulatorio a Palermo che presta assistenza sanitaria non solo ai migranti ma anche ai cittadini disagiati bisognosi di cure mediche

20.000 euro

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI SOLIDARIETÀ



L'importo è il risultato delle **donazioni di 2.239 soci** (erano 6.596 l'anno precedente) che hanno devoluto in solidarietà parte dei loro punti accumulati facendo la spesa (484.437 per un controvalore di 18.265 euro), dei circa **300 dipendenti** della Cooperativa che ogni mese hanno destinato un euro di stipendio ai progetti di solidarietà (2.104,00 euro), delle **raccolte fondi organizzate dalle Sezioni soci** (3.192,30 euro) e delle donazioni dei fornitori (850 euro).

Il drastico calo del numero dei soci donatori e dei punti donati (erano 1.730.016 l'anno precedente) è stato in parte compensato dal controvalore dei punti donati in automatico con il **cesto natalizio** (93.889 pezzi venduti per 22.652 euro). La Cooperativa ha inoltre aggiunto un contributo diretto di **46.289 euro a copertura della differenza**.

La raccolta effettuata nel 2017 vede, dunque, un calo sia dei donatori sia del numero dei punti medi donati. Assumendo che fattori di natura socioeconomica generali non abbiano influenza sui risultati, il calo dei soci donatori si spiega in parte con la distrazione dei punti verso la raccolta per Livorno.

Il valore corrispondente al numero dei punti donati preso in assoluto (484.437), invece, non è confrontabile con quello degli anni precedenti. Infatti in Lazio-Umbria e Campania la raccolta punti ha visto nel 2017 una novità, con un punto assegnato ogni 10 euro di spesa anziché ogni euro. Anche volendo arbitrariamente moltiplicare per dieci i punti raccolti in Lazio-Umbria e Campania (44.834 e 2.812 rispettivamente) per aggiungerli ai punti raccolti in Toscana (436.791) si arriverebbe a 913.251 punti raccolti in totale.

RACCOLTA PUNTI 2017 PER TERRITORI

	<i>soci</i>	<i>punti donati</i>	<i>controvalore in euro</i>
Toscana	955	436.791	8.736
Lazio e Umbria	1.221	44.834 *	8.967
Campania	63	2.812 *	562
totale	2.239	484.437	18.265

* I punti ogni 10 euro di spesa.

I RAPPORTI CON IL MONDO DELLA SCUOLA

42

Nello Statuto di Unicoop Tirreno si legge “La Cooperativa fa parte della comunità e dà il suo contributo per migliorarne le condizioni materiali, morali e culturali. Per questo collabora con la scuola, con istituzioni culturali e scientifiche, con i mezzi di informazione”. L'esplicito richiamo al mondo della scuola dà la misura dell'importanza di tale relazione.

EDUCAZIONE AL CONSUMO CONSAPEVOLE

Unicoop Tirreno anche per l'anno scolastico 2017-18 ha confermato il ruolo di sostegno alla progettualità delle scuole, mettendo a disposizione metodologie e strumenti propri.

I numeri del progetto di Educazione al Consumo Consapevole per l'a.s. 2017-18 sono riassunti nella tabella a lato:

Il budget complessivo impiegato dall'area ECC è comprensivo di tutte le fasi di progettazione, gestione, organizzazione, coordinamento, consulenze, materiali, rimborsi spese, progetti speciali, strumenti di comunicazione.

L'offerta formativa per l'anno scolastico in oggetto è stata diversificata e veicolata attraverso due edizioni diverse della guida **Saperecoop**: nei territori di Lazio, Umbria e Campania sono state presentate attività, progetti e percorsi aventi per oggetto la sostenibilità ambientale e il contrasto allo spreco (*100 classi contro lo spreco*), mentre per le scuole della Toscana sono rimaste invariate le proposte anche relative ad altre aree tematiche.

Bambini e ragazzi coinvolti	24.068
Docenti	2.268
Classi	1.134
Comuni coinvolti	65
Punti vendita coinvolti	40
Animatori intervenuti	34
Budget (euro)	262.000

ambito di attività

Corsi di formazione

30 docenti partecipanti

Incontri per genitori e docenti

232 tra docenti e genitori coinvolti

Legalità e cittadinanza attiva

250 studenti coinvolti

principali risultati 2018

Narrare il consumo, in collaborazione con la Fondazione Goldoni di Livorno e la Scuola Coop, con la consulenza scientifica del prof. Stefano Oliviero dell'Università di Firenze.

Organizzati 13 incontri su temi legati al consumo e all'implementazione delle attività svolte con le classi.

Progetto di rete per le scuole secondarie di secondo grado di Viareggio, promosso da Arci Versilia, Cgil e Anpi per la promozione dei valori della legalità, si è concretizzato in interventi sul tema della trasparenza delle filiere dei prodotti agroalimentari facendo riferimento alla campagna nazionale *Buoni e giusti*.

Alternanza scuola lavoro

230 studenti coinvolti

> Progetti di valorizzazione dei prodotti locali con degustazioni commentate presso i punti vendita di Avenza, Viterbo e Grosseto

> Progetti di promozione della lettura Libri randagi e Maggio dei Libri con i licei “Dal Rosso” di Orbetello e “Carducci” di Viareggio.

> Progetto “Antisofisticazione alimentare” in collaborazione con l'Ufficio scolastico provinciale di Livorno con focus sulla campagna nazionale Coop *Alleviamo la salute*. Coinvolgimento di 5 scuole secondarie di secondo grado (Livorno, Rosignano, Cecina, Portoferraio) con opportunità di visita e incontri con i fornitori, al laboratorio qualità di Coop Italia e partecipazione ad un convegno a Rosignano alla presenza delle massime autorità competenti nel settore antifrode e con il procuratore Giancarlo Caselli e Coop Italia.

> Approfondimento in aula a cura dei responsabili dei settori di sede sul tema del marketing operativo, sulla procedura di cessione degli invenduti a onlus, e con la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa sul bilancio di sostenibilità.

Visite presso la sede di Vignale Riotorto

Sono proseguite le visite (8 nel periodo) per le classi di scuola secondaria di secondo grado che richiedono approfondimenti sulla logistica e sulla sostenibilità ambientale.

LA CAMPAGNA AIRALZH-COOP



Anche nel 2018 Unicoop Tirreno ha partecipato alla campagna promossa da Coop Italia a favore di AIRAlzh (Associazione Italiana Ricerca Alzheimer) con l'offerta nei propri punti vendita di prodotti contraddistinti dal logo dell'iniziativa "Non ti scordar di te". Il 19 settembre sono stati presentati presso l'Università Statale di Milano i primi risultati dei 25 progetti triennali di ricerca della rete di giovani ricercatori sostenuti, molti dei quali rivolti a rendere sempre più precoce e affidabile la diagnosi delle demenze attraverso lo studio di biomarcatori specifici, di nuovi strumenti diagnostici e di test specifici di analisi del linguaggio.

Il 21 settembre, giornata mondiale della ricerca contro l'Alzheimer, presso i punti vendita di Unicoop Tirreno sono state vendute **oltre 4.000 piantine di erica calluna**. In 18 punti vendita erano presenti anche dei presidi informativi di soci.

LA COMUNICAZIONE

44

Nel 2018 la comunicazione aziendale di Unicoop Tirreno ha dato voce al percorso di rilancio in continuità con il 2017, attraverso le relazioni con la stampa e le attività di comunicazione interna. La riduzione dei costi, l'intervento di miglioramento nella gestione dei punti vendita e le prime ristrutturazioni hanno prodotto nel 2018 risultati significativi, in linea con il Piano industriale. Pur senza nascondere i disagi e i sacrifici per i lavoratori e per i soci di alcuni territori, attraverso la comunicazione sono stati evidenziati questi primi risultati ottenuti.

La comunicazione a supporto delle iniziative sociali ha accompagnato i vari e numerosi appuntamenti sul territorio organizzati dalle sezioni soci e valorizzato gli eventi più importanti, come quello della raccolta alimentare *Dona la spesa*.

Il 2018 è stato anche l'anno del rinnovo dei Comitati soci: la comunicazione ha promosso l'autocandidatura di nuovi soci, il coinvolgimento e partecipazione in un percorso a tappe verso il rinnovo. Promosse, in collaborazione con la Direzione Marketing, anche iniziative mirate per l'adesione di nuovi soci.

L'**ufficio stampa** della Cooperativa gestisce circa 500 contatti con giornalisti e testate, tradizionali e web. Nel corso del 2018 ha divulgato 72 comunicati e incontrato gli organi di stampa favorendo l'informazione a sostegno del piano industriale e delle iniziative commerciali, di sviluppo e sociali della Cooperativa.

Nel 2018 la **comunicazione sul web** si è ulteriormente consolidata. Sono aumentate sensibilmente le visite al sito, raggiungendo picchi di circa 90mila accessi mensili. Questo anche grazie al concorso *2milioni di premi* che ha consentito di superare i 100mila iscritti al portale (di cui oltre 83mila soci) con un trend in continua crescita e in conformità alle nuove regole per il trattamento dei dati (GDPR). Gli utenti continuano a manifestare particolare interesse verso la comunicazione che concerne le attività commerciali e di marketing (per soci e clienti), ma seguono con interesse anche le notizie che riguardano le attività istituzionali e sociali e i contenuti informativi che provengono da *Nuovo Consumo*. Durante l'anno, in occasione di eventi istituzionali (assemblee soci) e per informazioni di carattere sociale (i progetti di solidarietà) è stato utilizzato anche il servizio di *newsletter*.

Nell'arco dell'anno si è mantenuta costante anche la crescita dei consensi (*fan/follower*) sui social della Cooperativa (*Facebook, Twitter e Instagram*).

La comunicazione con soci e clienti passa anche dal servizio **Filo Diretto**. I contatti sono stati nel 2018 circa 11.175, di cui 7.245 per reclami, il resto relativo alla richiesta di informazioni. I tempi medi di risposta sono stati di 48 ore.



Per il principale prodotto di comunicazione editoriale della Cooperativa, il mensile **Nuovo Consumo** destinato ai soci, l'impegno per la riduzione dei costi nel 2018 ha continuato a tradursi nella scelta di produrre una rivista con un numero di pagine ridotto a 48, dalle 84 precedenti. Sono stati realizzati 10 numeri, con una tiratura di 180mila copie a numero, distribuiti ai soci presso le casse dei punti vendita. Il piano redazionale è sostanzialmente in linea con il precedente, che già si era arricchito di alcune rubriche e rinfrescato nella grafica nel 2017. È proseguita l'informazione sui prodotti, la salute, l'ambiente, i consumi culturali e su molti altri temi di attualità sviluppati attraverso inchieste e servizi di approfondimento, offrendo anche spazi informativi sulle attività aziendali e naturalmente sul piano di rilancio e risanamento.

IL CAPITALE UMANO



Il Capitale Umano rappresenta uno dei principali patrimoni di un'impresa, tanto più se operante nella grande distribuzione, dove il personale è la prima interfaccia attraverso la quale vengono veicolati ai consumatori strategie e valori.

La condivisione del modello di *governance* e il sostegno al sistema valoriale sono indissolubilmente legati alla capacità del personale di comprendere e implementare la strategia organizzativa, con lealtà e impegno condiviso per il miglioramento continuo dei processi. In particolare, il Capitale Umano è formato dalle competenze, capacità ed esperienze dei lavoratori impiegati, in cui la motivazione e lo spirito di appartenenza al progetto cooperativo risultano risorsa imprescindibile per la competitività aziendale ed il compimento della missione di impresa.

Nelle pagine seguenti saranno forniti alcuni dati e informazioni sul personale; in particolare verrà reso un quadro sulla composizione dei dipendenti, con una lettura di genere dei dati. Sarà quindi presentata una rendicontazione delle attività messe in atto nel corso del 2018 nella formazione e nella comunicazione interna e verrà, infine, proposto un *focus* sulle politiche di salute e sicurezza promosse da Unicoop Tirreno.

LA GESTIONE E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE

46

Gli eventi che hanno caratterizzato negli ultimi anni la vita del Gruppo hanno avuto un forte impatto diretto sulla dimensione organizzativa della Cooperativa, rendendo particolarmente complessa e sfidante l'attività di gestione e valorizzazione delle risorse umane. Nel processo di cambiamento, Unicoop Tirreno ha confermato di riconoscere il valore delle persone come principale risorsa su cui la Cooperativa ritiene di dover investire per costruire il proprio futuro. L'ha fatto, anche nel corso del 2018, non solo gestendo tutte le attività connesse al processo di riorganizzazione con responsabilità e tenendo fede ai valori che il modello cooperativo promuove, ma anche confermando l'impegno ad accrescere e sviluppare il patrimonio di competenze dei propri lavoratori, attraverso percorsi formativi e processi aziendali specifici volti alla valorizzazione delle risorse umane. Ha, inoltre, continuato a garantire le migliori condizioni di lavoro alle proprie persone anche con iniziative di welfare come i buoni sconto erogati ai lavoratori in funzione delle domeniche lavorate o la possibilità di acquistare merce e di pagarla a rate, restituendo l'importo senza interessi con trattenute in busta paga. Nel corso del 2018 hanno usufruito della possibilità ben 930 dipendenti, per un importo complessivo pari a 201.222 euro.

Le politiche sul personale si sono concentrate anche per il 2018 su un necessario recupero di efficienza e di riequilibrio economico. Il piano industriale di risanamento e rilancio prevede – infatti – una graduale riduzione dei costi del personale di rete, indiretti e centrali, che ha visto negli anni scorsi l'utilizzo di un mix di strumenti per raggiungere l'obiettivo atteso. A quanto contenuto nel paragrafo sulle relazioni industriali, in cui si dà conto degli eventi più rilevanti in tal senso, aggiungiamo che è stata condotta un'analisi dei diversi punti vendita allo scopo di pervenire a un modello più uniforme e razionale in cui a pari caratteristiche dimensionali e di classe di fatturato corrispondano organizzazioni del personale equivalenti, dal punto di vista quantitativo e dei ruoli.

LE PERSONE



Nel 2018, i lavoratori di Unicoop Tirreno erano 3.951, di cui 3.666 dipendenti, questi ultimi tutti assunti a tempo indeterminato. Per la complessità della rete di vendita e al fine di gestire le contingenze, la Cooperativa fa infatti ricorso a lavoratori in somministrazione. Alla data del 31/12/2018 risultavano tra la forza lavoro 285 titolari di contratto di lavoro somministrato. Nel corso dell'anno i lavoratori somministrati transitati in cooperativa sono stati 920*.

Il 63,8% dei lavoratori è donna. Il 51,8% degli occupati ha un contratto part-time.

* Le percentuali alla base dei grafici sono state calcolate sul totale dei lavoratori alla data del 31/12/2018, a prescindere dalla tipologia contrattuale.

personale per genere (%)



personale per tipologia contrattuale (%)



Sono soprattutto le donne a utilizzare il part-time: sul totale delle lavoratrici il 70,2% usufruisce della riduzione dell'orario, percentuale che scende al 19,2% fatto cento il numero di lavoratori di genere maschile. Su 100 lavoratori part-time, 86 sono donne.

Ciò in parte è dovuto a un'esigenza di conciliazione dei tempi di vita e di lavoro più sentita tra le donne e in parte a una organizzazione del lavoro che ha da sempre visto alcuni mestieri svolti nella Grande Distribuzione Organizzata, e caratterizzati da forme contrattuali a part-time, come tipicamente femminili.

distinzione per tipologia contrattuale e di genere (n.)

	uomini	donne	totale
Contratto part-time	275	1.770	2.045
Contratto full-time	1.156	750	1.906
Totale	1.431	2.520	3.951

La fascia di età prevalente è ancora quella che va dai 46 ai 55 anni, con una età media anagrafica dei lavoratori di 48,71 anni, ma rispetto al 2017 la struttura del personale è cambiata, come mostra la tabella seguente.

personale per età (%)

	2017	2018
Fino a 35 anni	3,5	6,2
Dai 36 ai 45 anni	32,9	31,7
Dai 46 ai 55 anni	42,1	40,9
Oltre 56 anni	21,5	21,3

L'azienda è impegnata a limitare il ricorso all'utilizzo di strumenti di flessibilità esclusivamente a situazioni di urgenza (stagionalità, punte di lavoro straordinarie e temporanee ecc.). In tal senso è significativo rilevare che l'età media di anzianità aziendale è vicina ai 15 anni.

età media dei lavoratori (%)

	uomini	donne	totale
Età media anagrafica	49,40	48,32	48,71
Età media anzianità aziendale	16,03	14,04	14,76

Ancora in diminuzione il numero delle figure dirigenziali, che dopo la notevole riduzione del 2017 (i dirigenti erano infatti 22 nel 2016 e sono divenuti 14 nel 2017, a seguito di uscite incentivate e ricollocazioni all'esterno del Gruppo) si attesta sulle 13 unità. La tabella seguente riassume la composizione del personale.

**composizione del personale per qualifica
e per tipologia contrattuale**

	<i>uomini</i>	<i>donne</i>	<i>totale</i>
Dirigenti	11	2	13
Quadri	60	13	73
Impiegati	1.360	2.505	3.865
Totale	1.431	2.520	3.951

Nel corso del 2018 sono state effettuate complessivamente 47 assunzioni e 119 cessazioni. Le assunzioni e dimissioni sono connesse al passaggio di lavoratori da Distribuzione Lazio Umbria a Unicoop Tirreno. Guardando alle cessazioni, i 71 licenziamenti sono quelli operati nei confronti di lavoratori che hanno deciso di non opporsi al licenziamento in cambio di incentivi, come previsto dall'accordo sindacale siglato a maggio 2017. Il saldo degli occupati è, al 31 dicembre 2018, di meno 112 unità, come da tabella seguente.

turn over occupati

	<i>2017</i>	<i>2018</i>
Assunzioni	147	47
Pensionamenti	0	0
Dimissioni	129	40
Cessazioni	236	119
Licenziamenti	200	71
Scadenza termini	13	1
Altre cause di cessazione	23	47
Saldo occupati di periodo	-218	-112

Unicoop Tirreno impiega 172 persone con disabilità e 82 persone appartenenti alle categorie protette ex art. 18 l.68/99. La Cooperativa fa ricorso sistematicamente all'art. 4 ex legge 68/99, che consente il riconoscimento della disabilità conseguita in costanza di rapporto di lavoro, purché questa sia pari o superiore al 60%. Questa opportunità ha particolare valore al fine del mantenimento occupazionale della popolazione lavorativa anziana, che a seguito della riforma del lavoro e dell'età pensionistica è in costante crescita.

LE RELAZIONI INDUSTRIALI



A settembre 2018 la Cooperativa ha annunciato alle organizzazioni sindacali la volontà di **riscrivere insieme un nuovo contratto integrativo** trovando norme che si fondano sul principio di corrispondenza tra costi e risultati aziendali. Lo scopo è quello di superare le vecchie regole che non consentono di gestire in modo equo i lavoratori della cooperativa ed inoltre generano inefficienza e costi ingiustificati. L'incidenza dei costi fissi del contratto integrativo attuale, sottoscritto nel 2006, sul costo totale del lavoro è del 9,96% e pone Unicoop Tirreno al secondo posto in una ideale classifica che ordina le cooperative del sistema Coop in maniera decrescente rispetto a questo criterio. In vista del cambiamento la Cooperativa ha effettuato **uno studio di fattibilità per erogazioni in welfare** con una società specializzata.

Sempre a settembre Unicoop Tirreno ha comunicato alle organizzazioni sindacali l'intenzione di cedere gli otto negozi del Lazio Sud a un altro operatore entro la fine dell'anno, motivandola con gli andamenti particolarmente negativi dei punti vendita. Le organizzazioni sindacali non hanno accettato la trattativa e si sono rivolte al Ministero per lo Sviluppo Economico che ha imposto la riapertura della contrattazione. Nel 2018 vi sono stati una serie di incontri proseguiti nel 2109. Le varie proposte avanzate dalla Cooperativa hanno poi originato (nell'aprile 2019) un accordo che prevede la chiusura di quattro degli otto negozi inizialmente previsti ed esodi e trasferimenti incentivati.

È continuato il ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni Straordinaria (CIGS) per la sede di Vignale, previsto dall'accordo siglato nel 2017. Tuttavia le ore utilizzate si sono ridotte di circa la metà (dalle 16389,43 del 2017 a 8351,64 nel 2018).

Sul fronte del Contratto Collettivo Nazionale sono proseguite le attività dei tavoli organizzati dall'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori (ANCC) che segue – attraverso la sua Commissione Lavoro e Formazione, composta dei Direttori del Personale e dai Responsabili delle Relazioni Sindacali – la trattativa sul rinnovo della parte economica del Contratto Nazionale di riferimento per tutte le cooperative, poi approdata alla firma nel febbraio 2019.

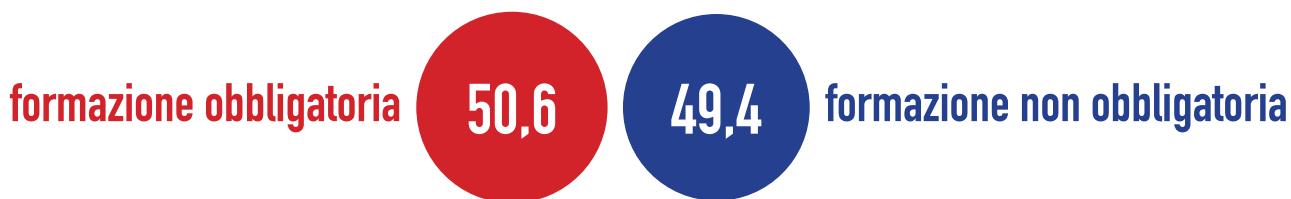
LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO PROFESSIONALE

50

Unicoop Tirreno considera le attività di formazione come un elemento cruciale per lo sviluppo del capitale umano. Per tale ragione, l'investimento che la Cooperativa opera su questo fronte va ben oltre quanto previsto dagli obblighi di legge, cercando il più possibile di coniugare percorsi di formazione e di sviluppo.

Nel 2018 sono state 25.192 le ore di formazione complessivamente erogata, nelle due tipologie (obbligatoria e non obbligatoria), includendo quelle destinate all'aggiornamento sul modello 231 e sul decreto GDPR sulla privacy, come la formazione di mestiere.

formazione per tipologia (%)



formazione obbligatoria per tematica (%)



Come si può vedere dai grafici la maggior parte delle ore destinate alla formazione obbligatoria sono dedicate alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. Unicoop Tirreno conferma l'impegno a erogare formazione in materia con un approccio che va oltre la volontà di garantire la semplice conformità a quanto previsto dalla legge.

LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO PROFESSIONALE



La Cooperativa considera, infatti, la salute e la sicurezza come valori fondamentali da integrare in tutte le sue attività e mira a far sì che le conoscenze in materia facciano parte del bagaglio culturale di ciascun lavoratore. Si ritiene, infatti, che questo sia l'unico modo per indirizzare l'intera organizzazione al miglioramento continuo delle proprie prestazioni in termini di riduzione sia della frequenza che della gravità degli infortuni.

Nel 2018, sono state 12.456 le ore di formazione obbligatoria complessivamente erogata, delle quali sono state dedicate a tematiche connesse alla salute e alla sicurezza nei luoghi di lavoro il 50,8%. Le restanti ore di formazione obbligatoria nel 2018 sono state finalizzate a fornire nozioni di base e specialistiche sulla qualità degli alimenti e sugli strumenti tecnici aggiornati per poter avviare, mantenere e migliorare quanto disposto da regolamenti e norme in materia (il 40,5% delle ore di formazione obbligatoria).

formazione obbligatoria 2018

<i>attività erogate</i>	<i>destinatari</i>	<i>ore totali</i>
Sicurezza generale sul lavoro - addetti tutti i reparti (4 h)	222	888
Sicurezza specifica sul lavoro - addetti tutti i reparti (4 h)	246	984
Aggiornamento sicurezza rischi specifici (6 h)	351	2.106
Corso preposti alla sicurezza - capi negozio - capi reparto coordinatori - aggiornamento	90	720
Corso preposti alla sicurezza - dirigenti	4	64
Uso transpallet - specifica per reparto (2 h)	76	152
Movimentazione manuale dei carichi - specifica per reparto (2 h)	113	226
Corso antincendio e prova pratica - lavoratori scelti e inseriti nelle squadre di emergenza(rischio medio+agg.to)	119	952
Corso Primo Soccorso - lavoratori scelti e inseriti nelle squadre di emergenza (12 h)	16	192
Aggiornamento corso Primo Soccorso (+ uso defibrillatore) lavoratori scelti e inseriti nelle squadre di emergenza (4 h)	11	44
Qualità alimentare UF1-UF3-UF4	1.262	5.048
Totale	2.510	11.376

Nel 2018 le attività di formazione hanno coinvolto dipendenti di tutti i livelli. 2.938 lavoratori hanno partecipato ad almeno un evento formativo (erano 1.725 nel 2017) come dettagliato nella tabella seguente.

partecipanti formazione obbligatoria 2018

<i>livello</i>	<i>donne</i>	<i>uomini</i>	<i>totale</i>
4°	920	615	1.535
3°	687	358	1.045
2°	104	110	214
1°	60	37	97
Quadri	27	15	42
Dirigenti	2	3	5
Totale	1.800	1.138	2.938

Nel corso del 2018 sono state affiancate alle ore di formazione obbligatoria 10.360 ore di formazione non obbligatoria, erogate a circa 993 persone. 346 lavoratori sono stati coinvolti in attività formative specifiche sul prodotto a marchio Coop. A tali ore si aggiungono quelle per la formazione di negozio per cambi reparto o progetti di negozio (2.376).

Nell'ambito della motivazione, è stata definita la procedura di valutazione del potenziale e degli iter di sviluppo. Nel 2018 la valutazione del potenziale ha coinvolto 52 persone (20 uomini e 32 donne). Sono stati avviati 32 iter di crescita formalizzati (13 uomini e 19 donne).

52

Nel 2018 l'house organ **NoiCoop** consegnato a tutti i dipendenti ha mantenuto le sue 12 uscite mensili. Inoltre per diffondere le comunicazioni più importanti e quelle di servizio ai dipendenti sono state utilizzate le bacheche collocate nei punti vendita e in sede.

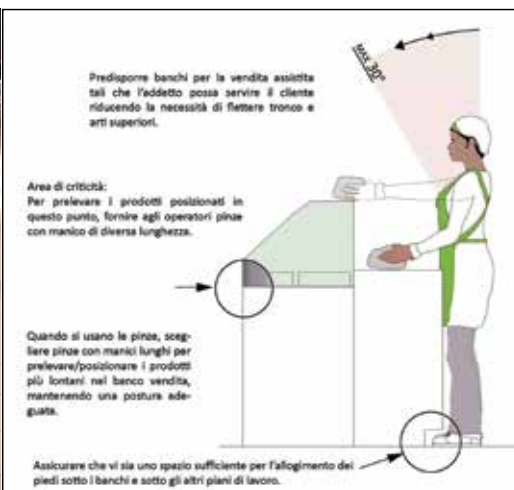
[illegible]

Nel 2018 l'house organ **NoiCoop** consegnato a tutti i dipendenti ha mantenuto le sue 12 uscite mensili. Inoltre per diffondere le comunicazioni più importanti e quelle di servizio ai dipendenti sono state utilizzate le bacheche collocate nei punti vendita e in sede.

LA SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

Nell'ambito del tema della gestione del capitale umano, un ruolo rilevante viene coperto dal tema della salute e sicurezza dei lavoratori. Prima di fornire evidenze di tipo quantitativo sulle prestazioni occorse a livello aziendale nel 2018, si elencano di seguito gli elementi più rilevanti che nel corso del 2018 hanno interessato il Servizio Prevenzione e Protezione della Cooperativa.

- > **Impegno sul tema della sorveglianza sanitaria.** Anche grazie all'inserimento di una nuova risorsa all'interno del servizio dedicata a questo tema, nel 2018 la Cooperativa ha proceduto all'applicazione di nuove modalità di gestione delle prescrizioni associate ai giudizi di idoneità; le valutazioni dei rischi hanno previsto l'identificazione di 5 classi diverse (da molto leggero a molto intenso) riconducibili non più ai reparti, bensì ai compiti lavorativi (che possono essere diversi all'interno di uno stesso reparto). Questo ha permesso di ampliare lo spettro delle opportunità di ricollocamento del personale rispetto alle prescrizioni di idoneità assegnate, riducendo l'uscita del personale dai diversi reparti e recuperando sia in efficienza operativa che in soddisfazione dei lavoratori.
- > **Impegno nell'innovazione dei macchinari e delle attrezzature in chiave di riduzione dei rischi per salute e sicurezza.** La Cooperativa ha ottenuto due premi nel corso del 2018 da parte della SIE - Società Italiana di Ergonomia Sezione Toscana, nelle categorie "Ergonomia e produttività" e "Ergonomia e creatività", rispettivamente con il progetto "Fitting the job to the worker" (adattare il lavoro alla persona) relativo all'utilizzo di nuovi mobiletti regolabili in altezza per affettatrici e taglieri di pane, e il progetto "Pinza di sollevamento e movimentazione di forme di formaggio" proprio per facilitare la movimentazione delle grosse forme di formaggio limitando la pressione su soggetto trasportatore.



LA SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

54

> **Adesione alla giornata mondiale della sicurezza che si è celebrata il 28 aprile.** In tale occasione è stato organizzato un convegno cui ha partecipato anche il Procuratore della Repubblica Beniamino Deidda e in cui è stata lanciata la campagna *Abbi cura di te: sei un'opera d'arte*, finalizzata a sensibilizzare il personale ad adottare le maggiori accortezze possibili nello svolgimento delle proprie mansioni. Nel corso di tale campagna alcune opere d'arte famose sono state usate come base per mettere in evidenza l'importanza dell'utilizzo dei dispositivi di protezione individuale dei lavoratori.

GIORNATA MONDIALE PER LA SICUREZZA E LA SALUTE SUL LAVORO 28 APRILE 2018

ORGANIZZA LA SICUREZZA! PREVENIRE È MEGLIO CHE SPERARE

GIOVEDÌ 19 APRILE 2018
Sala conferenze Unicoop Tirreno
S.S. Aurelia km 237 - Fris. Retorio - Frosinone (LT)

ore 9.45 **accoglienza**
ore 10.00 **Andrea Buticella**
Responsabile Servizio Prevenzione DLI
Ambasciatore Italia Sicurezza 2018

ore 10.30 **Vicky Franchi e Maria Rindori**
progetto Abbi cura di Te... Sei un'opera d'Arte
quando l'Arte diventa Educazione alla Sicurezza

ore 10.45 **Eradio Ridi**
collaboratore e membro Direttiva
Associazione Ruggieri Toffoluti

ore 11.45 **Beniamino Deidda**
Procuratore della Repubblica

ore 12.45 **conclusione e ringraziamenti**
Luigi Pizzosani
Direttore del Personale, Organizzazione e Salvaguardia
del Patrimonio aziendale di Unicoop Tirreno

Saremo lieti di averVi
nostri ospiti presso la mensa
della sede di Vignale

ABBI CURA DI TE... SEI UN'OPERA D'ARTE

Quando l'Arte diventa educazione alla Sicurezza

È UN PROGETTO UNICOOP TIRRENO S.p.A.

28 APRILE GIORNATA MONDIALE PER LA SICUREZZA E LA SALUTE SUL LAVORO

> **Creazione di coordinamento dei RLS di Unicoop Tirreno.** È stato eletto un coordinatore dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (che in totale sono 19) al fine di rendere più efficaci e efficienti le relazioni interne con i responsabili aziendali (a partire dall'RSPP).

In riferimento alle prestazioni in ambito salute e sicurezza, gli infortuni complessivi nei punti vendita del Gruppo Unicoop Tirreno sono stati nel 2018 in totale 158 (esclusi quelli di durata inferiore ai 3 giorni), 12 in meno rispetto al 2017. Di questi 105 hanno riguardato punti vendita toscani, mentre 53 quelli di Lazio e Umbria. Dei 158 infortuni, 36 sono stati quelli che hanno avuto una prognosi superiore ai 40 giorni. Agli infortuni dei punti vendita, è necessario poi aggiungere per il 2018 i 3 infortuni che hanno riguardato personale impiegato nel magazzino di Vignale e l'infortunio che ha coinvolto un addetto della sede centrale.

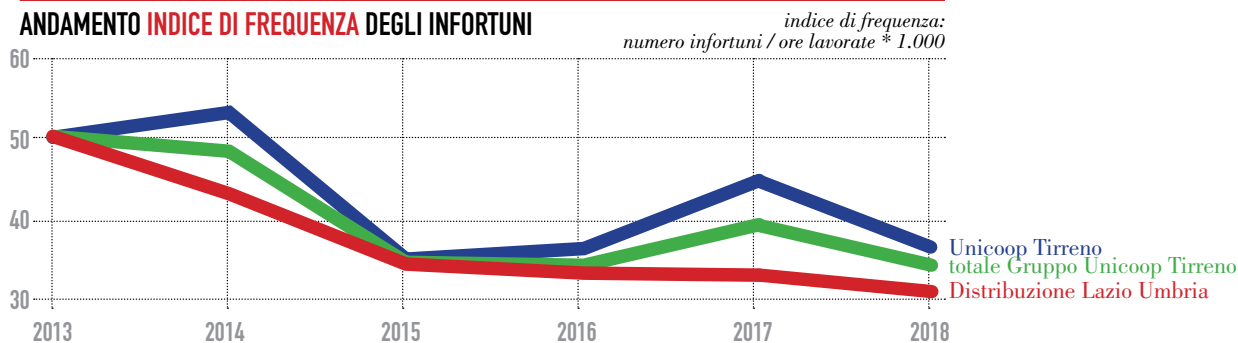
Per quanto riguarda gli indici infortunistici, che permettono confronti nel tempo, questi mostrano una riduzione sia della frequenza che della gravità nel 2018 rispetto al 2017, tornando sui livelli degli anni precedenti.

Prendendo in considerazione le reti di vendita, l'indice di frequenza maggiore lo ha fatto registrare ancora il canale dei Superstore con un valore di 42,39, rispetto al 37,02 dei Super e al 21,62 dei Mini. Lo stesso è stato per l'indice di gravità: 1,3 nei Superstore, 1,2 nei Super e 0,61 dei Mini.

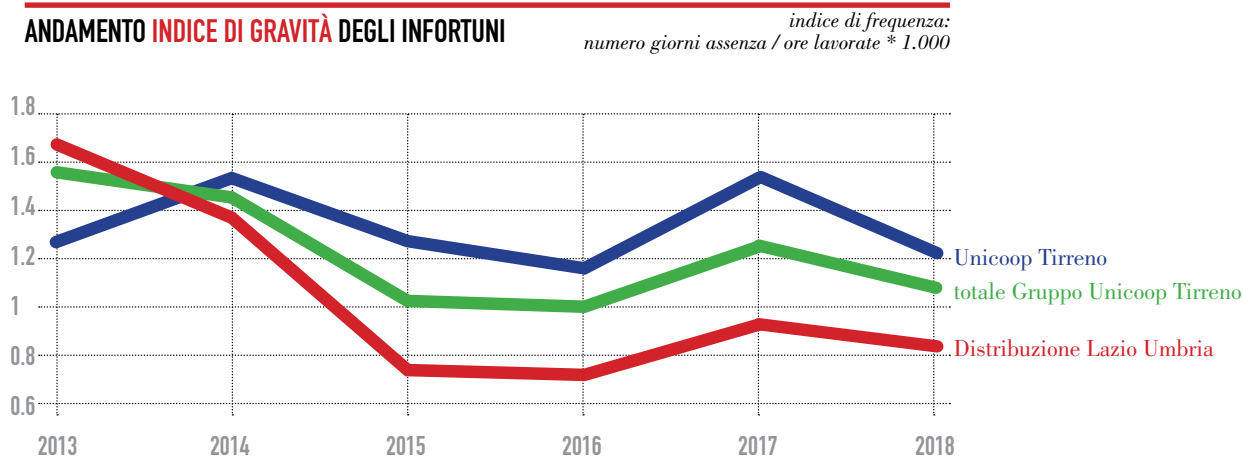
LA SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

Con riferimento alle cause degli infortuni, nel 2018 le più frequenti hanno riguardato la movimentazione manuale dei carichi, l'utilizzo delle attrezzature e i fenomeni di scivolamento.

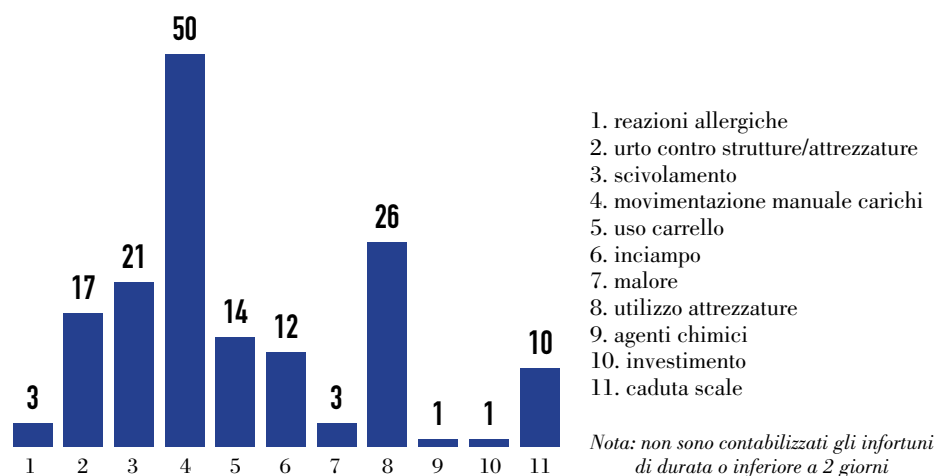
ANDAMENTO INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI



ANDAMENTO INDICE DI GRAVITÀ DEGLI INFORTUNI



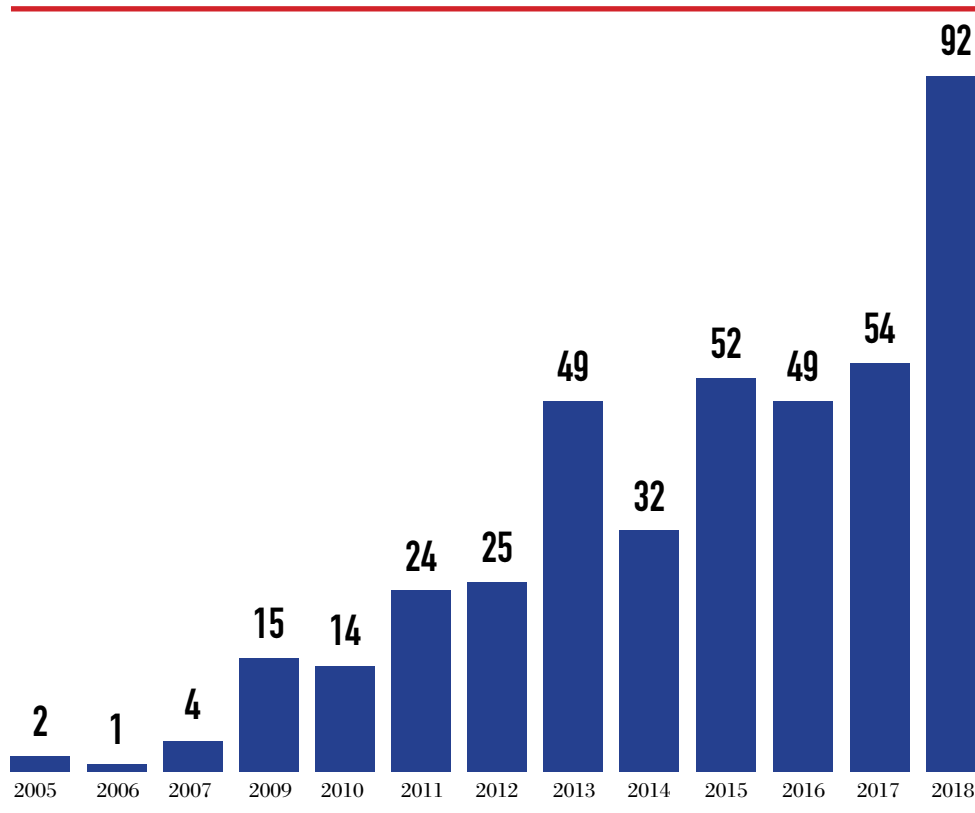
CAUSE DI INFORTUNI



LA SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

56

Il tema della salute e sicurezza non riguarda solo la sfera degli infortuni, ma anche il tema delle malattie professionali, che possono generare costi rilevanti per l'organizzazione a seguito di denunce mosse da parte dei lavoratori. Il trend storico delle denunce formulate per malattie professionali mostra un andamento in tendenziale crescita, con il valore massimo registrato proprio nel 2018.



Nel corso del 2018 sono state inoltre effettuate 54 visite da parte organi di vigilanza e controllo, tutte chiuse senza alcuna prescrizione.

Ultimo tema riconducibile alla salute e sicurezza dei lavoratori è quello della sorveglianza sanitaria obbligatoria, orientata ad indagare quei rischi specifici cui i dipendenti sono esposti nello svolgimento delle loro mansioni quotidiane. Si tratta di uno strumento di protezione che fornisce una base informativa utile anche per identificare gli ambiti su cui intervenire in chiave preventiva. Nel 2018 sono state condotte in totale 1045 visite (115 in più del 2017) di sorveglianza sanitaria, di cui 659 in Toscana e 386 in Lazio Umbria. 183 sono state le visite su richiesta (di cui 162 in Toscana e 21 in Lazio/Umbria). In totale le limitazioni stabilite a valle delle visite sono state 414 (circa 20%).

IL CAPITALE NATURALE



L'attenzione e la salvaguardia del capitale naturale risultano essenziali per una organizzazione che voglia fare della sostenibilità uno dei fattori qualificanti delle proprie strategie di business. Tale tema è parte del patrimonio valoriale del sistema cooperativo e trova la sua applicazione sia a livello macro, di sistema cooperativo e di prodotti Coop, sia a livello locale, con le iniziative orientate a gestire correttamente da parte delle singole cooperative le problematiche ambientali e stimolare corretti comportamenti eco-sostenibili. L'attenzione alla tutela ambientale, oltre a rappresentare un elemento strettamente connesso con l'etica del business di Unicoop Tirreno, presenta anche rilevanti impatti positivi in chiave competitiva, sia per l'importanza che la sostenibilità ambientale può avere in termini di risparmio delle risorse e, di conseguenza, di costi di loro gestione e allocazione (es. riduzione dei costi di approvvigionamento energetico e idrico, riduzione dei costi legati alla gestione dei rifiuti prodotti ecc.), sia dal punto di vista del ritorno di immagine e di differenziazione di mercato che da tali azioni possono scaturire.

A livello di sistema, Coop Italia sui prodotti a marchio ha avviato da alcuni anni campagne di misurazione degli impatti associati alle varie categorie di prodotti venduti, attraverso il metodo del LCA - Life Cycle Assessment, che permette di calcolare gli impatti ambientali di un prodotto/servizio lungo l'intero suo ciclo di vita, dall'estrazione/produzione fino allo smaltimento del prodotto dopo il suo utilizzo. Un esempio di questo impegno sull'intero ciclo di vita, è stata la certificazione (a partire dal 2013), quale prima organizzazione al mondo, della propria filiera italiana di vitello a carne bianca e bovino adulto, entrambi a marchio Coop. Dal 2017, tale certificazione è stata rinnovata attraverso la pianificazione, per entrambe le filiere, di verifiche di parte terza dei modelli di calcolo a supporto della certificazione EPD® e, in campo, presso i fornitori e gli impianti di macellazione.



Sempre sui prodotti, c'è poi da ricordare l'impegno sulle certificazioni ambientali di alcuni prodotti a marchio attraverso il marchio EU-Ecolabel (marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea) che interessa prodotti per detergenza e alcuni prodotti in carta (tissue). Anche nel 2018, come nel 2017, erano 12 le referenze Coop a marchio **Ecolabel**.

Altre certificazioni riguardano la tutela delle fonti di approvvigionamento di alcuni prodotti (i marchi **FSC** e **PEFC**, per la tutela delle foreste da cui viene raccolta la cellulosa per la carta). Complessivamente nel 2018 erano 26 i prodotti a base carta certificati FSC; inoltre, dal 2015, in occasione della rivisitazione della linea, le 10 referenze di pannolini *Crescendo Coop* per bambini sono realizzati con cellulosa certificata al 100% PEFC.

Altri marchi rilevanti sul piano ambientale sono **Pesca sostenibile** e **Dolphin Safe**, relativi a forme etiche e responsabili per i prodotti ittici. Il pesce fresco *Origine Coop* è inoltre allevato senza uso di antibiotici negli ultimi sei mesi, secondo rigorosi capitoli di fornitura e disciplinari di allevamento che promuovono le migliori buone pratiche relativamente a sicurezza prodotto e tutela dell'ambiente e dei lavoratori, nonché elevati standard qualitativi del prodotto stesso. Coop inoltre richiede ai propri fornitori di Prodotto a Marchio di sottoscrivere l'adesione al proprio codice etico con impegno verso tutta la filiera a tutela dei diritti umani e di sicurezza dei lavoratori. Complessivamente nel 2018 erano 58 le referenze ittiche realizzate secondo criteri di pesca e acquacoltura sostenibile.

UNICOOP TIRRENO

Oltre alla dimensione macro, che afferisce prevalentemente a Coop Italia, a livello locale anche Unicoop Tirreno quale singola cooperativa promuove specifiche azioni, ed è chiamata a gestire le risorse naturali coerentemente con i propri principi ispiratori. A questo fine le azioni adottate dalla Cooperativa e i relativi risultati della gestione possono essere distinte 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, occupazione di suolo, produzione di rifiuti, emissioni in aria e consumi idrici);
- > **interazione indiretta con l'ambiente:** iniziative commerciali e di sensibilizzazione indirizzate ai consumatori e soci, al fine di una diffusione ampia della cultura del rispetto dell'ambiente e della tutela delle risorse naturali.



L'INTERAZIONE DIRETTA CON L'AMBIENTE

58

L'interazione diretta con l'ambiente riguarda una molteplicità di attività connesse con le attività della Cooperativa e che interessano sia la sfera della programmazione e progettazione, che quella dell'operatività delle attività svolte, che infine quella del monitoraggio e controllo. Gli effetti di tali azioni agiscono quali fattori di impatto sull'ambiente. In questa prospettiva, anche il 2018 ha visto interventi interessanti di ammodernamento e ristrutturazione dei punti vendita, che hanno permesso di accrescere in chiave di sostenibilità le performance della Cooperativa. Le principali sono elencate di seguito:

- > progetto di *Relamping* dei punti vendita, riguardante la progressiva sostituzione dei sistemi di illuminazione fluorescenti con sistemi a Led, capaci di ridurre i consumi del 10-15%; il processo dovrebbe chiudersi nel 2020 con il completamento di tutti i punti vendita della Cooperativa;
- > avvio di un processo di raccolta di informazioni nei diversi punti vendita per verificare le attuali modalità di gestione degli scarichi prodotti dagli stessi negozi, e cercare di definire modalità di gestione univoche in grado di efficientare la stessa gestione e minimizzare i rischi di scostamento da quanto stabilito dalle normative vigenti;
- > interventi di ristrutturazione, ammodernamento dei locali e dei macchinari elettrici e di refrigerazione (es. banchi frigo chiusi, impianti frigo a maggiore efficienza energetica, sostituzioni di impianti di condizionamento, miglioramento dei lay-out di vendita e ampliamento delle aree ristoro) nei punti vendita di Cecina, Civitavecchia, Fonte Nuova, Livorno - Fonti del Corallo, Massa Marittima, Roma Laurentino, Portoferraio, Scansano;
- > pieno funzionamento degli impianti fotovoltaici sui tetti dei punti vendita di Seravezza, Grosseto Commendone, Livorno Levante. Complessivamente, considerando tutti gli impianti fotovoltaici in forza alla Cooperativa, nel corso del 2018 sono stati prodotti 1.663.358 kWh di energia elettrica, di cui 243.300 esportati in rete e non autoconsumati;
- > installazione di sistemi di telecontrollo energetico sempre più sofisticati per una pronta gestione di anomalie e allarmi che permettano di ridurre gli eccessi di consumo e favorire l'efficientamento energetico;
- > avvio del processo di revisione delle procedure e delle istruzioni operative del sistema di gestione dei rifiuti, al fine di favorire sempre più l'efficacia della loro raccolta e invio a destino, semplificare le procedure interne senza rischi di scostamento dalla normativa, e rendere più efficiente la gestione sul piano dei costi.

ENERGIA



Risparmiare energia vuol dire razionalizzare l'utilizzo delle risorse naturali nello svolgimento delle proprie attività, con un effetto benefico sull'ambiente. A livello di singolo punto vendita, le principali fonti di consumo sono imputabili ai sistemi di illuminazione (che rappresentano circa un quinto dei consumi elettrici delle strutture di vendita), ai sistemi di movimentazione meccanica, agli impianti ad alimentazione elettrica per le attività di determinati reparti (es. forni dei reparti panetteria e pasticceria), agli impianti di refrigerazione (condizionamento e alimentazione elettrica dei frigo) e agli 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 (dati a fine 2018):

49 impianti termici, tutti alimentati a metano. Di questi impianti, 6 sono le centrali aventi potenzialità superiore a 350 kW. Tutti numeri in linea con il 2017;

561 impianti contenenti gas refrigeranti (contro i 618 del 2017). Di questi 270 sono impianti di refrigerazione, 261 sono pompe di calore, e altri 30 destinati ad altri usi (condizionamento e antincendio).

Dal punto di vista dei controlli tecnici sui consumi energetici dei punti vendita, Unicoop Tirreno nel 2018 aveva 63 controllori energetici (4 in meno rispetto al 2017).

Dal punto di vista dei consumi di energia elettrica, nel 2018 il consumo totale di energia elettrica è stato, complessivamente, intorno a 78,5 milioni di kWh, circa 6,5 milioni in meno dell'anno precedente, con un costo di poco inferiore ai 12 milioni di euro. Il canale che ha prodotto la maggiore incidenza di consumi di energia elettrica è stato anche per il 2018 il canale dei supermercati, che copre all'incirca la metà del totale dei consumi dell'anno. Con riferimento ai consumi di metano, il valore del 2018 si è aggirato intorno ai 300.000 mc, in linea con il dato 2017, corrispondenti a circa 115.000 euro di costo. Con riferimento ai canali, in termini di contributi percentuali al totale dei consumi di metano, circa il 45% dei consumi è imputabile agli Iper, mentre il 38% si riferisce ai Super.

Tali valori sono influenzati dalle aperture e chiusure dei punti vendita, nonché dalla titolarità della gestione dei centri di distribuzione. Per avere un dato maggiormente confrontabile e poter rilevare le performance nel tempo, si possono usare i dati sui consumi unitari per mq di spazio di vendita. I dati mettono in evidenza buone performance per tutte le tipologie di store della Cooperativa con riferimento al consumo di energia elettrica, e una crescita nell'ultimo anno solo per il consumo unitario di metano dei Super (a fronte di una riduzione dei Mini e una sostanziale stabilità degli Iper).

Dal punto di vista delle prestazioni economiche associate ai costi energetici, nel 2018 si è registrata una diminuzione del costo complessivo sostenuto sia per i consumi di energia elettrica rispetto agli anni precedenti, che per il metano.

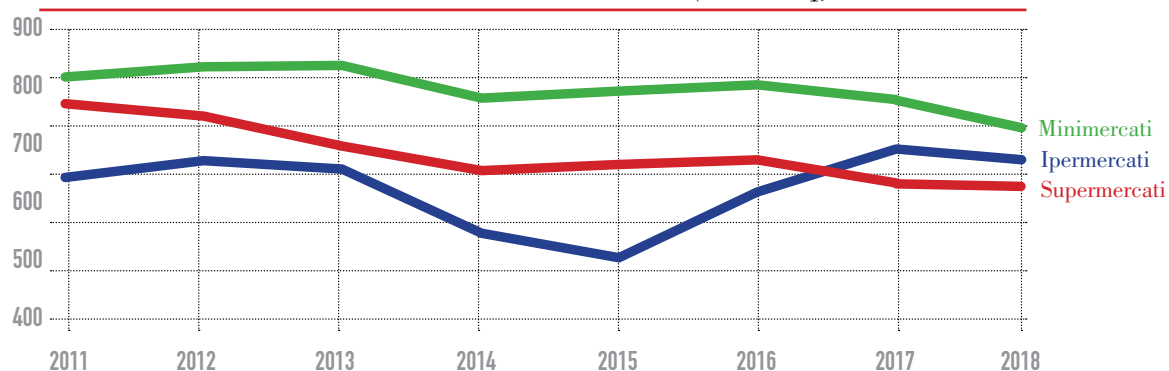
CONSUMI ENERGETICI ASSOLUTI

	energia elettrica		metano	
	kWh	euro	mc	euro
Ipermercati	17.911.368	2.609.947	116.189	43.315
Supermercati	36.948.349	5.520.742	100.156	51.135
Minimercati	20.126.701	3.083.459	44.125	24.303
Totale Canali	74.986.418	11.214.148	260.470	18.754
CEDI Vignale	3.581.350	515.578	35.986	20.974
Totale consumi	78.567.768	11.729.726	296.456	139.728

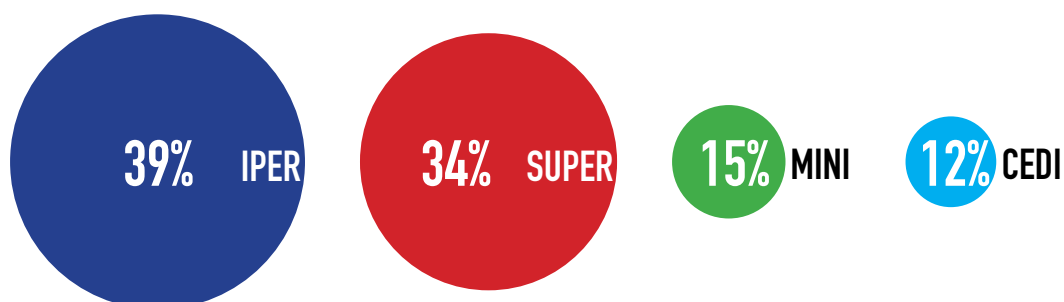
DISTRIBUZIONE CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA PER CANALE



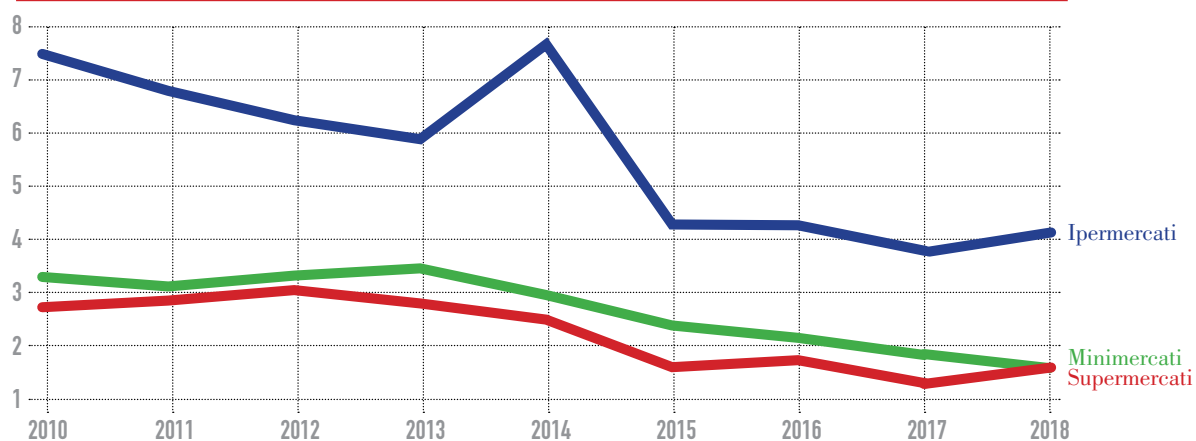
DISTRIBUZIONE CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA UNITARI (kWh/mq)



DISTRIBUZIONE CONSUMI DI METANO PER CANALE



CONSUMI DI METANO UNITARI (m^3/mq)



COSTI DI ENERGIA ELETTRICA E DI METANO (euro)

	energia elettrica			metano		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Iper	2.329.564	2.416.584	2.609.947	55.847	108.634	43.315
Super	6.601.534	5.821.806	5.520.742	57.294	93.656	51.135
Mini	3.575.564	3.185.316	3.083.459	29.683	54.964	24.303
CEDI Vignale	465.884	29.796	515.578	18.489	35.613	20.974
CEDI Anagni	384.986	-	-	2.560	-	-
Totale	13.360.369	11.889.590		163.913	292.867	139.728

Con riferimento ai costi sostenuti nei consumi nel triennio, è possibile riportare il dato all'ammontare dei ricavi realizzati in ciascun anno, al fine di verificare l'efficienza economica associata alla gestione. I dati mettono in evidenza un trend sostanzialmente stabile nel triennio dei due indici.

COSTI DI ENERGIA ELETTRICA E DI METANO PER UNITÀ DI RICAVI (euro)

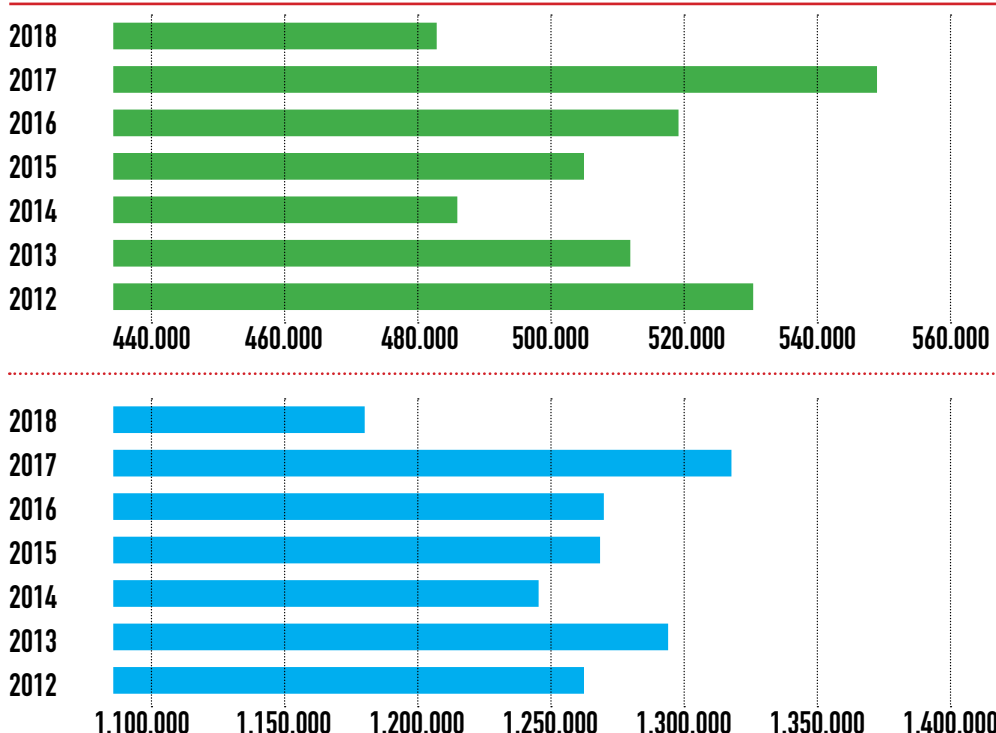
	2016	2017	2018
Energia elettrica (euro e.e. / euro ricavi) / 1.000	12,01	11,82	12,12
Metano per riscaldamento (euro metano. / euro ricavi) / 1.000	0,14	0,11	0,13

Il CEDI di Vignale è dotato di due impianti fotovoltaici. I dati relativi alla produzione di energia elettrica evidenziano una leggera riduzione per il 2018 rispetto al 2017, una riduzione che ha riguardato sia l'impianto di Vignale 1 che quello più recente di Vignale 2. Complessivamente a Vignale nell'anno 2018 sono stati prodotti 1.663.358 kWh di energia elettrica, con una riduzione di 202.929 kWh rispetto al 2017. I due impianti hanno registrato nel 2018 il valore di produzione più basso dal 2012.

PRESTAZIONI DEGLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI DI VIGNALE

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
impianto Vignale 1 (impianto del 2007)						
Produzione annua effettiva (KWh)	510.770	488.410	506.670	519.740	548.990	484.250
Consumo medio equivalente familiare (n.)	186	178	184	189	200	176
Emissioni di CO ₂ evitate (T)	286	273	284	291	307	271
impianto Vignale 2 (impianto avviato nel maggio 2011)						
Produzione annua effettiva (KWh)	1.292.940	1.247.100	1.270.842	1.272.093	1.317.297	1.179.108
Consumo medio equivalente familiare (n.)	471	454	463	463	480	430
Emissioni di CO ₂ evitate (T)	724	698	711	712	737	660

PRODUZIONE ANNUA EFFETTIVA IMPIANTI VIGNALE 1 E VIGNALE 2 (kWh)



LA GESTIONE DEI RIFIUTI



La Cooperativa nello svolgimento delle proprie attività produce residui (rifiuti), che devono essere adeguatamente gestiti ovvero, in prospettiva di efficacia e efficienza, devono essere trovate le migliori soluzioni destinate al trasporto e al fine ciclo vita (recupero o smaltimento). A partire dal 2011, Unicoop Tirreno ha messo a punto un sistema strutturato di gestione che prevede la definizione e l'adozione di procedure di corretta gestione delle problematiche connesse con la produzione, stoccaggio, selezione, trasporto, e destinazione finale, in una logica di miglioramento delle performance. Nel 2018 è stato avviato un processo di revisione e aggiornamento di tutte le procedure, sia gestionali che operative, che proseguirà (e si completerà) nel 2019. Contemporaneamente è stato avviato un processo di revisione della politica di gestione dei rifiuti della Cooperativa, con due elementi di novità principali identificate: una maggiore connessione con la politica ambientale definita a livello nazionale e un maggiore orientamento della Cooperativa ai temi della circolarità.

Nell'anno 2018 il Settore Adempimenti Ambientali ha effettuato regolarmente attività di supporto e controllo della gestione dei rifiuti prodotti dai punti vendita, dalla sede e dai magazzini, e ha confermato i contratti per lo smaltimento, ritiro e trasporto dei sottoprodotti di origine animale di categoria 3. Riguardo alle attività di audit interni, nel 2018 sono stati effettuati 36 audit a completamento di tutti i negozi. Nel corso degli audit sono emerse 174 opportunità di miglioramento, che il settore adempimenti ambientali ha provveduto a segnalare ai singoli punti vendita insieme al verbale di verifica; tutti i rilievi prodotti hanno avuto esito positivo, e sono stati presi in carico dai punti vendita.

Dal punto di vista delle sanzioni irrogate da parte degli organi di controllo, nel 2018 Unicoop Tirreno ha ricevuto una sanzione relativa ad irregolarità per la non corretta gestione dei rifiuti assimilati agli urbani all'interno di un punto vendita. La sanzione è stata di 512 euro.

Complessivamente i codici CER (Codice Europeo Rifiuti) prodotti dalla Cooperativa nel 2018 sono stati 55.

Per quanto riguarda la valutazione generale dei dati di produzione dei rifiuti e dei costi correlati dell'esercizio relativo al 2018, si è verificato un sostanziale aumento dei volumi dovuto essenzialmente al recupero dei dati relativi agli smaltimenti di fanghi e rifiuti acquosi derivanti dalla pulizie delle fogne o fosse settiche, che negli anni precedenti non erano state effettuate; per quanto riguarda lo smaltimento degli imballaggi il dato è da ritenersi sostanzialmente in linea con lo scorso anno, così come per gli scarti inutilizzabili ed i SOA - Sottoprodotti di Origine Animale.

Tra i rifiuti da imballaggi si è verificato un incremento della frazione in legno. In particolare l'incremento, avvenuto soprattutto nell'area toscana, è legato al metodo di consegna dei prodotti ortofrutticoli ai punti vendita. La merce viene consegnata ed esposta in cassette di legno, che non vengono riutilizzate e divengono necessariamente rifiuti. A tal proposito il settore ha deciso di sviluppare un progetto ad hoc per la minimizzazione degli imballaggi in legno, mentre per gli imballaggi in polistirolo nell'anno 2018 è stato attivato un test per l'utilizzo di cassette di colore blu riutilizzabili; se il test porterà buoni risultati, la sua piena implementazione in un prossimo futuro potrebbe comportare una consistente diminuzione di rifiuti in polistirolo da smaltire.

Rispetto alle tipologie di rifiuti, si è verificato un incremento di rifiuti pericolosi, dovuto in particolare ad alcune ristrutturazioni importanti svolte nel 2018. Infine i costi relativi alla gestione dei rifiuti sono diminuiti in confronto al 2017 in assoluto, vista la chiusura di alcuni punti vendita, e sono risultati sostanzialmente in linea in omogeneo. Si può inoltre segnalare che il costo di gestione dei rifiuti per unità di ricavi, calcolato come [(euro costo rifiuti / euro ricavi) * 1000], ha visto una progressiva riduzione dal 2016 (3,3), al 2017 (3,18), fino al 2018 (2,97), dimostrando un progressivo miglioramento nell'efficienza di gestione degli scarti.

Per quanto riguarda la formazione del personale interno ed esterno, avvenuta nel corso dell'esercizio relativo all'anno 2018, solo una iniziativa, nel negozio di Campagnatico, è stata realizzata.

UNICOOP TIRRENO

Dal punto di vista delle tipologie di rifiuti prodotte, in Unicoop Tirreno si hanno:

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.);

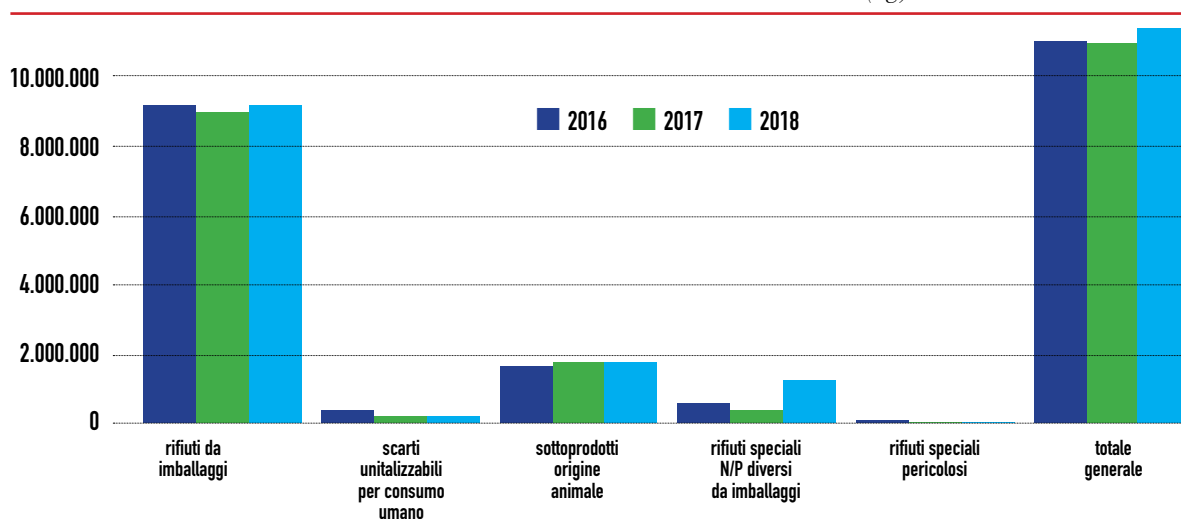
Rifiuti speciali non pericolosi (RSNP): riguardanti prevalentemente rifiuti da imballaggio, scarti di lavorazione di ortofrutta, toner esausti, rottami ferrosi derivanti dalla sostituzione delle attrezzature, oli esausti e scarti di origine animale;

Rifiuti speciali pericolosi (RSP): costituiti prevalentemente da tubi fluorescenti, batterie, frigoriferi, banchi frigo, computer, stampanti e pile.

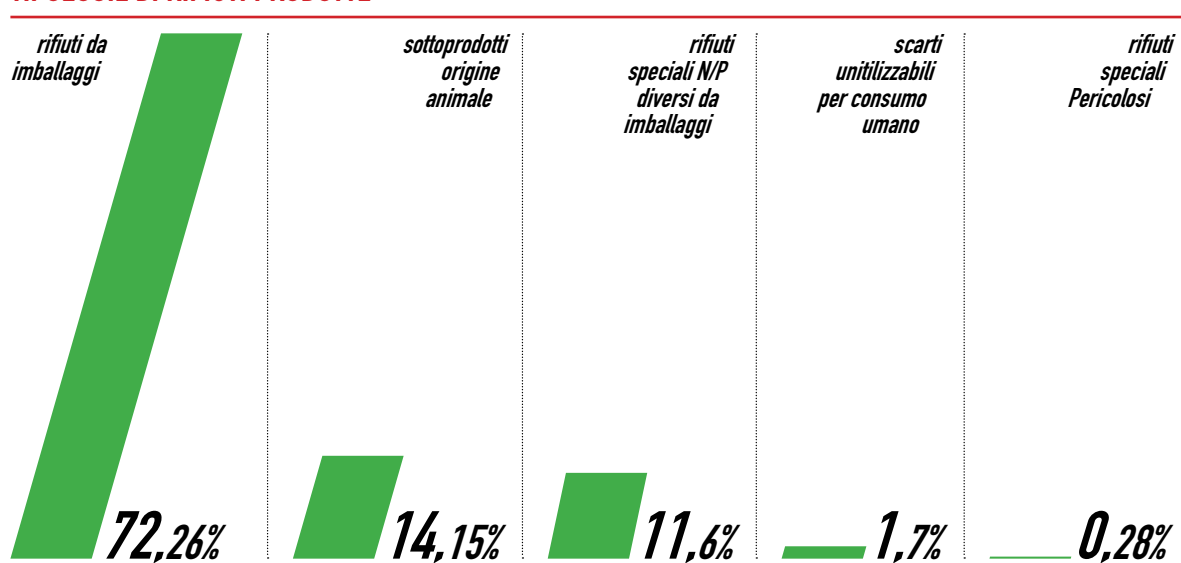
DETTAGLIO SUI QUANTITATIVI DI RIFIUTI PRODOTTI TOTALI

	2016		2017		2018	
	kg	%	kg	%	kg	%
Rifiuti da imballaggi	8.417.092	77,70	8.265.157	79,26	8.364.755	72,26
Scarti inutilizzabili x consumo umano	323.643	2,99	166.554	1,60	196.974	1,70
Sottoprodotti origine animale	1.521.583	14,05	1.614.430	15,48	1.638.151	14,15
Rifiuti speciali NP diversi da imballaggi	507.267	4,68	364.174	3,49	1.343.234	11,60
Rifiuti speciali Pericolosi	62.965	0,58	17.480	0,17	32.598	0,28
Totale generale	10.832.550	100	10.427.795	100	11.575.712	100

DETTAGLIO SUI QUANTITATIVI DI RIFIUTI PRODOTTI TOTALI 2016, 2017 E 2018 (kg)



TIPOLOGIE DI RIFIUTI PRODOTTE



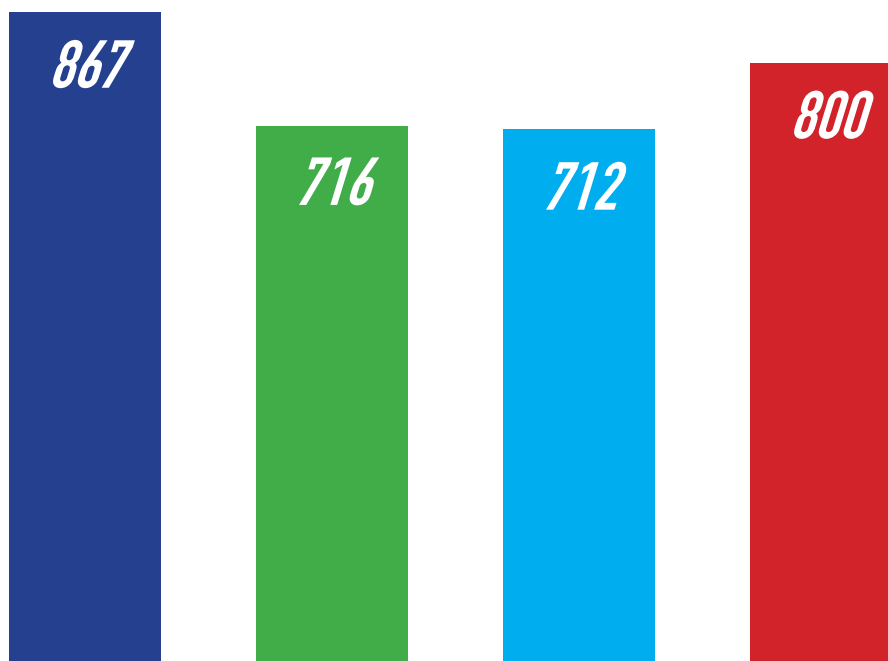
Un dato rispetto al quale è possibile effettuare un confronto intertemporale più ampio (in quanto riferibile a tutti gli anni in modo univoco alla stessa tipologia di materiale di scarto) riguarda i rifiuti provenienti dalle operazioni di macelleria (Grassi e ossa) e scarti ittici (Ittico), soggetti a normative specifiche (regolamento CE su SOA - Sottoprodotti di Origine Animale). I dati mostrano complessivamente un andamento differenziato nel corso degli anni, con una lieve crescita nel 2017 e nel 2018 rispetto agli anni precedenti.

DETTAGLIO "GRASSI E OSSA" E "ITTICO" PRODOTTI DA UNICOOP TIRRENO (kg)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ipermercati	407.937	357.837	367.682	283.472	359.343	312.716
Supermercati	1.071.222	916.067	937.802	893.073	896.571	968.780
Minimercati	295.399	281.792	278.480	337.097	353.612	348.342
CEDI	4.397	5.310	8.607	6.630	4.904	8.313
Totali	1.778.955	1.561.006	1.592.571	1.520.272	1.614.430	1.638.151

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. Il numero complessivo dei ritiri si è ridotto ulteriormente nel 2018 rispetto agli anni precedenti.

RITIRI RAEE DAL 2015 AL 2018 (n. pezzi)



Con riferimento infine ai dati relativi ai costi sostenuti per la gestione, nel corso del 2018 sono stati spesi per i rifiuti speciali prodotti nei punti vendita 1.081.554 euro (contro i 1.217.376 euro del 2017), cui si aggiungono 1.741.067 euro di Tassa Rifiuti (contro i 2.006.125 euro del 2017). Si tratta di cifre non marginali, che tendono ad evidenziare l'importanza anche sul piano economico finanziario di una buona gestione delle problematiche ambientali a livello aziendale.

I CONSUMI IDRICI

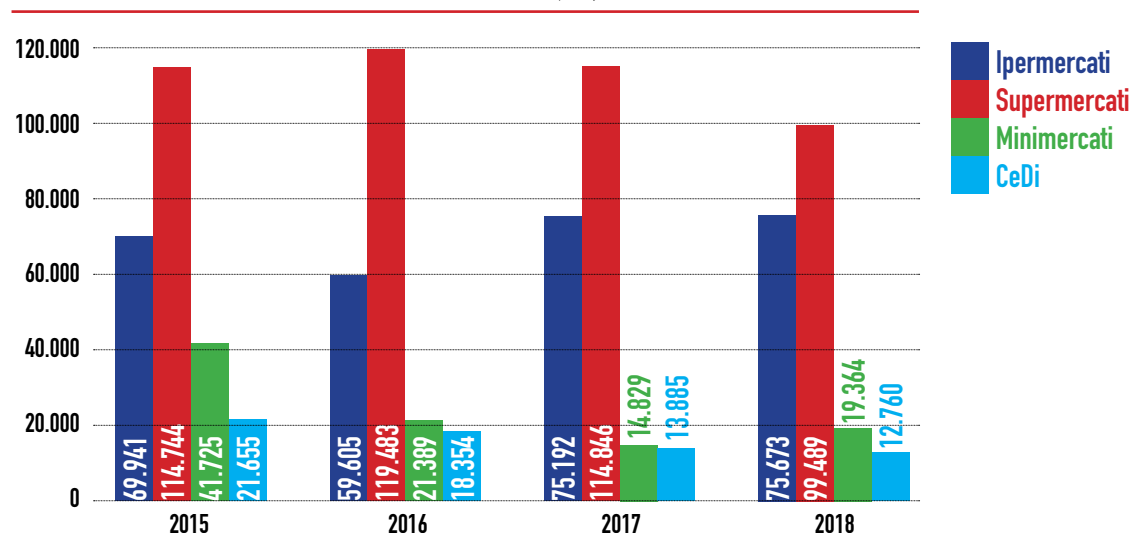
66

La risorsa idrica è sempre più scarsa a livello globale, quale effetto delle problematiche create dai cambiamenti climatici in termini di approvvigionamento e delle pressioni dei consumi prodotte da cittadini e imprese. Seppure organizzazione di tipo commerciale, anche Unicoop Tirreno impatta su questa risorsa, attraverso l'utilizzo di acqua per varie finalità: servizi igienico - sanitari, operazioni di pulizia dei locali, vendita di alcuni prodotti che necessitano di pulizia per il cliente (es. pescherie). Dal punto di vista dei dati sui consumi, il trend relativo al periodo 2013-2018 mette in evidenza una riduzione complessiva, con un dato nel 2018 intorno a 207.286 mc. Nonostante questa riduzione nei consumi, causa un aumento delle tariffe, il dato relativo ai costi sostenuti si è caratterizzato per una crescita di quanto speso dalla Cooperativa.

CONSUMI IDRICI SUDDIVISI PER CANALE (mc)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ipermercati	118.562	92.655	69.941	59.605	75.192	75.673
Supermercati	128.254	112.713	114.744	119.483	114.846	99.489
Minimercati	17.690	21.066	41.725	21.389	14.829	19.364
CeDi Vignale	18.815	12.188	11.797	12.775	13.885	12.760
CeDi Anagni	42.232	22.242	9.858	5.579	-	-
Totale	325.553	260.864	248.065	218.831	218.752	207.286

CONSUMI IDRICI TOTALI SUDDIVISI PER CANALE (mc)



COSTI PER IL CONSUMO IDRICO (euro)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ipermercati	396.086	339.697	274.356	229.606	294.467	368.556
Supermercati	287.113	444.227	348.877	371.734	338.252	482.584
Minimercati	42.635	88.762	164.798	116.881	118.425	74.434
CeDi Vignale	80.675	49.583	78.874	68.628	78.513	82.490
CeDi Anagni	26.220	35.478	8.270	1.374	-	-
Totali	832.730	957.747	911.177	788.222	829.657	1.008.065

LA LOGISTICA



La gestione del servizio logistico per le società del gruppo è svolto dalla Cooperativa direttamente nei suoi centri di distribuzione di Vignale e, parzialmente, di Anagni. Fin dal settembre 2016, infatti, al fine di avere una logistica integrata tra le società Unicoop Tirreno e Coop Alleanza 3.0, che condividono le politiche commerciali e strategiche delle reti di vendita a marchio Coop ubicate nel Centro Sud del paese, le piattaforme di Anagni e Ceccano sono passate dalla gestione di Unicoop Tirreno a quella del consorzio logistico emiliano Centrale Adriatica, per il rifornimento dei prodotti industriali del Grocery. Unicoop Tirreno opera, dunque, nel CEDI di Anagni limitatamente alla preparazione dei prodotti ortofrutticoli, che comunque vengono trasportati da Coop Alleanza 3.0.

Oltre ai magazzini di Vignale e Anagni, la Cooperativa, utilizza alcune piattaforme esterne che gestiscono servizi in outsourcing (ormai esclusivamente per i prodotti ittici e le carni rosse – in Toscana e nel Lazio – e per i prodotti avicunicoli – solo nel Lazio).

Nel 2018 è stata confermata l'attività di centralizzazione presso il magazzino di Vignale della distribuzione dei prodotti caseari freschissimi, iniziata nella primavera del 2017 con 111 fornitori trattati contro 65 del 2017 per circa il 24% di colli movimentati in più (2,1 MIO/colli rispetto ai 1,8 MIO/colli del 2017).

La diretta gestione delle attività logistiche per le società del gruppo, allo scopo di ottimizzare i ricavi e di perseguire una riduzione dei costi, permette di ottenere una maggiore razionalizzazione. Al fine di garantire costantemente la fornitura ottimale dei prodotti in vendita nei negozi e la loro freschezza è necessario, infatti, godere di un servizio di buona qualità da parte dei magazzini in cui si effettuano lo stoccaggio e la distribuzione della merce. La buona qualità del servizio è cruciale anche per contenere i costi di movimentazione delle merci nei negozi.

Il funzionamento dei magazzini del Gruppo Unicoop Tirreno è basato su un utilizzo esteso e integrato di tecnologie informatiche, in continuo sviluppo anche grazie all'impegno di Coop Italia, che ha avviato nel tempo diversi progetti innovativi tesi al miglioramento dell'efficienza dei centri di distribuzione e alla collaborazione con i fornitori. Tale struttura di sistema agevola la strategia aziendale improntata a una conduzione centralizzata delle attività commerciali dei tre canali di vendita. Per una migliore gestione della filiera delle merci e per offrire un buon livello di servizio ai punti di vendita, sono continuamente monitorate tutte le attività logistiche e si apportano incessantemente miglioramenti all'organizzazione e alle procedure di lavoro.

La tabella seguente evidenzia l'evoluzione dei principali indicatori negli ultimi sette anni.

	2012	2013	2014	2015	2016*	2017*	2018*
km percorsi nell'anno da mezzi di trasporto merci per conto di Unicoop Tirreno	7.800.000	7.060.000	7.640.000	9.100.000	6.740.000	2.927.000	2.963.000
Percentuale di carico di riempimento dei mezzi	90	90	90	90	88	89	82
Numero totale di mezzi utilizzati dalle ditte di trasporto	105	98	90	110	105	61	59

Nel 2018 i punti vendita serviti dal magazzino di Vignale sono stati 66, per un totale di 415 trasferimenti settimanali. 111, invece, i negozi serviti dal CEDI di Anagni per quanto riguarda l'ortofrutta, inclusi alcuni punti vendita di Distribuzione Roma Srl, controllata da Coop Alleanza 3.0.

*i dati non tengono conto dei pdv di Coop Alleanza 3.0 serviti dal magazzino di Anagni.

È proseguita l'estensione della consegna di Ortofrutta e Salumi/Latticini anche le domeniche (per tutti i negozi toscani dei canali Super e Iper) seppur limitandola al periodo estivo, a supporto dell'importante riposizionamento delle vendite della Cooperativa sui reparti freschi.

Rimane costante l'attività di razionalizzazione delle consegne e il continuo adeguamento delle strutture per la gestione di tutte le conformità in tema di temperature e sicurezza del lavoro.

L'INTERAZIONE INDIRETTA CON L'AMBIENTE

68

Oltre all'attenzione alla tutela dell'ambiente che si viene a rilevare nell'ordinarietà delle proprie attività, Unicoop Tirreno promuove anche iniziative sui territori di proprio insediamento 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.



Nel corso del 2018 la Cooperativa ha confermato il proprio impegno rispetto al tema della **raccolta a punto vendita degli oli vegetali esausti** lasciati dai soci-consumatori. L'olio utilizzato in cucina, se smaltito nell'ambiente, diventa un rifiuto dannoso. Può invece essere raccolto e riciclato, e diventare combustibile, o può essere utilizzato nei settori della stampa (inchiostrici) e dell'agricoltura (argilla espansa nelle coltivazioni idroponiche).

Per questo Unicoop Tirreno da diversi anni ha messo a disposizione dei propri soci consumatori dei raccoglitori posti fuori da alcuni punti vendita, e ha provveduto a stipulare convenzioni con società deputate al ritiro e all'avvio degli oli ai centri di riciclaggio. Nel 2018 sono stati 19 (quattro in più del 2017) i punti vendita che hanno effettuato la raccolta, e sono stati conferiti in totale 19.040 kg di oli vegetali (con un aumento di circa 4.600 kg rispetto al 2017).



In ambito risparmio energetico, anche nel 2018 Unicoop Tirreno ha aderito all'iniziativa promossa dalla trasmissione *Radio 2 - Caterpillar M'illumino di meno*. La trasmissione ha l'obiettivo di ricordare a tutti l'importanza dell'ambiente e del risparmio energetico e ogni anno, in occasione dell'anniversario della firma del trattato di Kyoto sui cambiamenti climatici, 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 anche nel 2018 ha coinvolto 86 punti vendita, con un risparmio stimato intorno ai 2.000 kWh, equivalenti a 970 Kg di CO₂ risparmiata.



Nel 2018 Unicoop Tirreno ha poi preso parte alla 30ª edizione di **FestAmbiente - #Festambiente30**, festival nazionale che *Legambiente* organizza ogni anno a Rispescia (GR). FestAmbiente è un grande "contenitore" nell'ambito del quale si uniscono momenti di festa (spettacoli, concerti, la Città dei bambini) a momenti di crescita e formazione, culturale e sociale,

tutto all'insegna del rispetto dell'ambiente. Unicoop Tirreno è partner ormai storico dell'iniziativa, con il proprio impegno sul tema della lotta allo spreco alimentare e alla tutela della qualità dei prodotti food e della salute dei consumatori. Per ridurre gli sprechi alimentari Coop si impegna su più fronti: dalla corretta formulazione degli ordini merceologici, evitando così gli accumuli di prodotti nei magazzini, all'inventario permanente, grazie al quale ogni punto vendita stima le scorte e non accumula eccedenze, dai formati monodose e prodotti sfusi che riducono gli acquisti eccessivi, ai prezzi ridotti dei prodotti alimentari vicini alla scadenza. In questo ambito, proprio a *FestAmbiente* è stata presentata la giovane *start up* promossa dalla Cooperativa, *My Foody*, avente vocazione sociale e operante nella riduzione dello spreco alimentare.



IL CAPITALE ECONOMICO-FINANZIARIO E COMMERCIALE



La dimensione del Capitale Economico-Finanziario coinvolge in chiave di sostenibilità di lungo periodo il business dell'organizzazione rispetto a tutti gli attori partecipanti alla catena di fornitura.

In questa dimensione rientrano la dinamica prestazionale economico-finanziaria legata al risultato d'esercizio (da leggersi anche rispetto al contesto socio-economico nazionale e globale), le strategie commerciali orientate a soddisfare i clienti consumatori (in conseguenza anche dei cambiamenti che nei gusti si stanno sempre più manifestando), le pratiche orientate a assicurare la qualità e la sicurezza alimentare dei prodotti venduti, attraverso la messa in qualifica dei fornitori e il monitoraggio sull'igiene e sulla salubrità dei prodotti a punto vendita. Questi elementi, che si legano in modo stretto alle pratiche commerciali, devono essere letti nel quadro del sistema valoriale cooperativo e del principio guida della mission di Unicoop Tirreno, ovvero lo scambio mutualistico.

DINAMICA ECONOMICA

70

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.

A livello di sistema economico, il 2018 ha visto i principali indicatori congiunturali confermare la frenata dell'attività industriale dei paesi dell'eurozona la cui domanda resterà piuttosto modesta. Il quadro dei mercati finanziari resta incerto. Le principali piazze finanziarie mondiali hanno chiuso infatti con risultati negativi, in buona compagnia con le obbligazioni corporate e con il mondo delle materie prime. Sulla scia degli ottimi risultati del 2017, ad inizio 2018 i mercati avevano incorporato delle aspettative di crescita troppo elevate che non hanno trovato riscontro durante i dodici mesi, determinando così una marcata flessione delle attività finanziarie.

All'interno di questo contesto purtroppo la situazione economica italiana si conferma ancora la più debole tra quelle dei principali paesi dell'Unione Europea: infatti la crescita del PIL nominale per l'anno 2018 si è attestata ad un valore dello 0,8%, al di sotto delle aspettative, contro un valore dell'area Euro del 1,8%. Gli italiani continuano a investire costantemente sui consumi alimentari domestici sia in valore assoluto che in incidenza sul totale della spesa, sperimentano cibi nuovi ed acquistando prodotti low cost, prevalentemente presso discount, a cui si associa un interesse verso i consumi premium.

I consumi digitali continuano a rappresentare la componente più solida del budget delle famiglie italiane. Il mercato digitale conferma i tassi di crescita visti nel 2017 e le comunicazioni sono l'unica area a segnare un trend crescente accentuato. I consumi "green", ispirati alla tutela dell'ambiente e al benessere personale, appaiono in crescita soprattutto se riferiti a prodotti biologici ed ecosostenibili. Un trend ancora riservato ad un nicchia di mercato che però si sta diffondendo con l'aumentare della sensibilità ambientale. L'utilizzo di canali distributivi on line si è diffuso fra le famiglie tanto da determinare una caduta dei prezzi di alcune voci di consumo ed incrementare le spese legate al turismo. L'invecchiamento della popolazione spinge, per particolari fasce, verso una flessione della spesa pro capite per generi alimentari e verso un incremento delle spese per la salute e per i servizi sanitari privati.

La spesa delle famiglie rispecchia il Paese, le sue problematiche e le sue contraddizioni, si rileva un continuo allargarsi dei divari e delle disuguaglianze sociali, tra territori diversi, tra ceti sociali e generazioni differenti.

In questo quadro, la Cooperativa nel 2018 ha continuato il percorso di rilancio commerciale che nel 2017 aveva prodotto buoni risultati in particolare in Toscana, in cui è proseguita l'attività di riposizionamento di importanti negozi della Rete di Vendita. Un esempio è dato dal punto vendita di Cecina dove è stata ripensata, con un occhio attento alla marginalità, l'offerta non food insieme alla apertura di un corner ristoro. Altro importante cambiamento ha riguardato l'ex ipermercato di Livorno, trasformato in superstore mediante una significativa riduzione dell'area di vendita. Questo ha generato conseguenti economie sui

costi e miglioramenti sui ricavi soprattutto grazie ad una offerta core focalizzata sui freschissimi. È stato deciso anche di modificare l'insegna del punto vendita in "Il Mercato di Livorno" con l'obiettivo di rafforzare la comunicazione verso i clienti del cambiamento dell'offerta commerciale realizzato. Anche nel Lazio si è intrapreso un percorso tendente ad incrementare le vendite ai soci consumatori rivolgendo loro forti vantaggi promozionali sul prodotto a marchio Coop attraverso cataloghi di offerte a rotazione quadrimestrale.

Complessivamente sono stati 8 i punti vendita che hanno subito delle ristrutturazioni di un certo rilievo; inoltre un punto vendita (mini di Sant'Oreste) è stato chiuso e altri due (Santa Maria Capuavetere e Arenaccia) sono stati ceduti. In totale a fine 2018 i punti vendita della Cooperativa risultavano 100, di cui 63 in Toscana, 33 nel Lazio e 4 in Umbria.

Con riferimento alla rete di vendita della Cooperativa, i **Supermercati** nel 2018 hanno raggiunto un ammontare di vendite al lordo IVA pari a 503,5 milioni di euro con una riduzione rispetto all'anno precedente del 5,1% (che si riduce a -0,9% in omogeneo). Anche il numero degli scontrini (circa 17,7 milioni) si è ridotto del 7,1% (che vale -1,8% in omogeneo). Si tratta della rete che, per le sue caratteristiche in termini di dimensione e posizionamento territoriale, riesce a coniugare l'ampiezza dell'assortimento alla rilevante quantità di servizi, e rappresenta ormai l'asse portante del business della Cooperativa.

I **Minimercati** rispondono a una esigenza di spesa quotidiana di soci e clienti, spesso collocati in centri urbani di piccole e medie dimensioni, e svolgono una importante funzione di servizio verso le popolazioni più isolate. Le vendite complessive sono state 192,8 milioni, in diminuzione rispetto al 2017 (-0,9%), mentre il numero di scontrini è stato circa 10,9 milioni (-4,1% rispetto al 2017). In omogeneo le vendite sono state 185,4 milioni di euro (+2,2% rispetto al 2017), e gli scontrini sono aumentati dello 0,2%.

Infine si hanno gli **Ipermercati/Superstore**, di dimensione più ampia dei precedenti. Le vendite complessive sono state 202,6 milioni, con una riduzione incremento rispetto al 2017 di -7,2%, mentre il numero di scontrini è stato circa 6,5 milioni (-1,7% rispetto al 2017).

Dal punto di vista della rappresentazione geografica delle vendite, la Toscana mostra una sostanziale stabilità del valore del venduto tra il 2017 e il 2018 (che lette nella chiave della riorganizzazioni delle strutture di vendita risultano molto positive), contro diminuzioni che hanno continuato a caratterizzare gli altri territori.

VENDITE PER AREA GEOGRAFICA *(vendite lorde dettaglio in migliaia di euro)*

territorio	2016	2017	2018
Toscana	548.377	590.092	589.207
Lazio	351.933	326.477	311.672
Campania	25.693	22.623	2.180
Umbria	13.414	12.876	12.115
totale vendite lorde	939.417	952.068	912.135

RISULTATO D'ESERCIZIO 2018

72

L'esercizio 2018 del Gruppo si è chiuso con una perdita consolidata di 15 milioni e 889 mila euro (nel 2017 la perdita era stata superiore a 23 milioni), e un patrimonio netto consolidato di 300 milioni e 94 mila euro (contro un netto 2017 di 280 milioni circa). Seppure sia ancora evidente il valore di perdita del Gruppo, la gestione caratteristica del 2018 presenta dei miglioramenti che sono in linea con quanto pianificato per il periodo 2017 - 2019. Al risultato consolidato più che fattori straordinari hanno contribuito le svalutazioni immobiliari e di partecipazioni diverse per circa 7 milioni di euro. Sotto l'aspetto finanziario e patrimoniale, inoltre, nel 2018 la Cooperativa ha fatto fronte alla riduzione di 64 milioni di euro di prestito sociale esclusivamente con la propria liquidità e la disponibilità finanziaria in titoli. Dal punto di vista del risultato della gestione finanziaria, il 2018 ha visto un utile di comparto pari a 5,2 milioni di euro.

Dal punto di vista organizzativo, la Direzione del Personale ha proseguito con il processo di razionalizzazione del costo del lavoro, con una ulteriore riduzione del personale impiegato sia a livello centrale che a livello di singoli punti vendita. In questo quadro l'incidenza degli incentivi all'esodo è stata di 3,3 milioni di euro, un milione in più di quanto preventivato a inizio anno.

REDISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLE IMPOSTE

Nello svolgimento delle proprie attività Unicoop Tirreno contribuisce, attraverso l'imposizione fiscale, a restituire alla collettività parte del valore aggiunto. L'ammontare totale delle imposte dirette pagate da Unicoop Tirreno a livello di consolidato è stato nel 2018 intorno a 4.804.292,62 euro (erano state 5.187.000 euro nel 2017), distribuite tra TARI (41%), e IMU (59%); zero il valore IRAP. A queste si devono aggiungere le tasse pagate per le occupazioni dei suoli nel corso delle iniziative svolte a livello territoriale.



I FORNITORI LOCALI



74

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

Complessivamente, nel 2018, nella rete di competenza di Unicoop Tirreno sono state condotte 45 istruttorie, di cui 20 per l'accreditamento di nuovi fornitori e 25 di mantenimento di fornitori già qualificati.

verifiche ispettive sui fornitori e n. fornitori qualificati

	2015	2016	2017	2018
N. totale verifiche effettuate sui fornitori	68	27	52	45
N. nuovi fornitori qualificati	54	25	25	20
N. verifiche di manutenzione su fornitori preesistenti	2	2	27	25
N. verifiche non approvate	1	2	1	1

In termini numerici, il totale di fornitori locali (intesi come fornitori localizzati nelle regioni di insediamento della Cooperativa) nel 2018 è stato pari a 796 unità, con un fatturato complessivo da questi realizzato pari a poco più dei 250 milioni di euro.

numero e fatturato fornitori locali

	2016	2017	2018
fornitori locali (n.)	935	892	796
Fatturato realizzato dai fornitori (euro)	367.973.145	266.456.422	250.998.597

I FORNITORI LOCALI



Nell'ultimo triennio si è avuta una riduzione sia nel numero che nel fatturato dei fornitori locali.

DISTRIBUZIONE PER REGIONE DEI FORNITORI LOCALI (%)



DISTRIBUZIONE PER REGIONE DEL FATTURATO DEI FORNITORI LOCALI (%)



QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE

76

Insieme al controllo sulla catena di fornitura sopra descritto, l'attenzione alla qualità e sicurezza alimentare rappresenta uno dei fattori distintivi del marchio Coop sul mercato, un fattore essenziale del rapporto della Cooperativa con i propri soci/consumatori, nonché un elemento di forte coerenza con il proprio sistema valoriale. Unicoop Tirreno garantisce la sicurezza alimentare dei prodotti in vendita e l'igiene dei propri punti vendita attraverso un sistema di autocontrolli e verifiche commissionate a specialisti opportunamente incaricati. In particolare, sono tre i livelli che si possono considerare come più rilevanti:

- > livello di selezione dei fornitori, con controlli sulle loro modalità di realizzazione dei prodotti (sistema descritto nei paragrafi "I prodotti a marchio Coop – La sicurezza"; "I prodotti a marchio Coop – La qualità"; "I fornitori locali")
- > 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 di quanto stabilito dalla normativa in materia di sicurezza, Unicoop Tirreno adotta dei piani di autocontrollo annuali, per l'attuazione dei quali sono state compilate specifiche linee guida.

Infine, la Cooperativa ha effettuato, anche nel 2018, i controlli sulle caratteristiche dei prodotti venduti attraverso il Progetto Qualità. Il numero di test si è ridotto rispetto al 2016, dopo l'impennata dell'anno precedente che aveva visto l'internalizzazione in Unicoop Tirreno di parte dei controlli precedentemente svolti da Coop Italia.

controlli effettuati da Unicoop Tirreno sui prodotti immessi sul mercato

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Numero test effettuati per il "Progetto Qualità" (produzioni interne ed esterne)	43.565	98.181	19.716	53.231	39.012	28.592
Numero test effettuati per produzioni interne "Progetto Qualità"	10.444	8.760	10.992	7.626	8.196	9.252
Percentuale conformità dei test effettuati	91	94	92	93	94	93
Numero di referenze di produzioni interne inserite nel "Progetto Qualità"	1.492	1.460	1.832	1.271	1.366	1.542
Numero di alimenti controllati con il "Progetto Qualità"	2.817	2.934	3.282	1.999	3.004	1.995
Numero verifiche ispettive presso i fornitori per merci deperibili	30	28	31	18	36	20
Numero di verifiche che hanno rilevato non conformità	0	3	1	1	1	1
Numero test su prodotti deperibili a magazzino, sulle strutture e sui mezzi di trasporto	321	224	224	61	61	61

I PRODOTTI A MARCHIO COOP



I Prodotti a Marchio Coop trovano ampio spazio sugli scaffali dei punti di vendita del Gruppo Unicoop Tirreno. Il Prodotto a Marchio costituisce per Coop l'espressione massima della propria missione cooperativa, contribuendo a diffondere i valori per i quali Coop è nata e per i quali continua a essere un punto di riferimento per i suoi milioni di soci e clienti.

Nel 2018 la percentuale del **valore dei Prodotti a Marchio sul valore del venduto totale è stata pari al 24,2%**, in crescita rispetto al 23,1% del 2017.

Sul buon andamento percentuale ha influito la prosecuzione dell'iniziativa promozionale "Scegli Tu", che rispetto al 2017 è stata oggetto di un cambiamento: da due momenti l'anno su tutto il Prodotto a Marchio, si è passati a sei proposte (tre per semestre) dedicate alle linee che compongono l'offerta complessiva del Prodotto a Marchio, proprio per permettere una maggiore conoscenza della complessa segmentazione dell'assortimento.

Nel 2018 Coop ha festeggiato i 70 anni del suo prodotti a marchio e per tale motivo sono state sviluppate durante l'anno attività promozionali a punto vendita, attività speciali e una serie di importanti campagne di comunicazione. La gamma di prodotti si è ampliata con le linee D'Osa (una proposta completa di preparati per panificati, preparati per dolci, lieviti, amidi, decorazioni e altri ingredienti) e IO, composta da prodotti per la cura della persona.

Dal 16 aprile al 4 giugno si è svolto il grande concorso "70 anni e non sentirli" con un montepremi di più di 3 milioni di euro. La meccanica prevedeva due diverse modalità di premi: ogni 10 euro di spesa in Prodotti Coop veniva consegnata una cartolina "apri e vinci" con la quale si potevano vincere oltre 2 milioni di Prodotti Coop. Nel caso di non vincita, solo i Soci Coop avevano la possibilità di partecipare al concorso presente sul sito web www.70anniprodottocoop.it e vincere buoni sconto (da 10, 20, 50, 70 e 1000 euro), macchine per il caffè Fiorfiore e abbonamenti alla rivista Fiorfiore in Cucina. Sono state distribuite circa 28 milioni di cartoline, mentre il sito web ha registrato quasi 3 milioni di visualizzazioni e circa 5 milioni di codici giocati.

CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO A MARCHIO COOP

SICURO	TRASPARENTE
• Controllo sui fornitori • Analisi sui prodotti • Certificazioni e marchi	• Origine delle materie prime • Informazioni aggiuntive in etichetta • Tracciabilità della filiera
CONVENIENTE	BUONO
• -30% verso i corrispondenti prodotti di marca	• Rispetto di standard prestazionali e caratteristiche merceologiche • Dal 2000 i soci approvano la bontà dei prodotti
ECOLOGICO	ETICO
• Criteri di ecocompatibilità • Politica delle 3R (Riduzione, Riuso, Riciclo) sugli imballaggi	• Tutela del lavoro e dei diritti umani (SA8000) alla base del codice di comportamento • Negli anni, quasi 1.700 ispezioni a fornitori e autofornitori

LA SICUREZZA

78

L'attenzione alla sicurezza e alla qualità rappresenta il primo aspetto su cui agire per garantire la salute e il benessere dei consumatori, un impegno che si concretizza con continui investimenti in controlli previsti dagli accordi di produzione sui prodotti, dalla selezione delle materie prime e lungo il processo di produzione con ispezioni presso i fornitori, ma anche in azioni di sensibilizzazione verso questi ultimi. Per fornire maggiori garanzie ai consumatori, i Prodotti Coop rispettano rigide regole di produzione nonché di formulazione che nello specifico vietano (ad esempio no grassi idrogenati, no olio di palma, no coloranti, no OGM) o limitano alcuni ingredienti (ad esempio nitrati e nitriti, polifosfati) o che definiscono dei limiti da rispettare per taluni contaminanti (ad esempio pesticidi, micotossine). Solo chi rispetta gli elevati standard richiesti può diventare fornitore del Prodotto Coop.

Nel 2018 sui circa 550 fornitori a marchio Coop, sono stati effettuati **1.210 audit** e complessivamente **6.054.658 determinazioni analitiche** (comprese quelle effettuate dal laboratorio *Coop Italia*).

ALLEVIAMO LA SALUTE

La campagna lanciata ad aprile 2017 per tutelare il benessere degli animali e contrastare il problema dell'antibiotico resistenza è proseguita nel 2018. La resistenza dei batteri ai trattamenti antibiotici è un problema in crescita, per questo motivo l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) e l'EFSA (Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare), oltre ai competenti ministeri italiani hanno da tempo lanciato l'allarme riguardo la necessità di ridurre l'abuso e l'uso non corretto degli antibiotici in medicina umana e negli allevamenti di animali da reddito.

Nel 2018 la campagna, che aveva inizialmente coinvolto la filiera avicola e i suini, si è estesa nei prodotti a marchio Coop a tutte le uova di gallina, la pasta fresca e secca all'uovo, la maionese, al pesce d'allevamento (per il quale non vengono utilizzati antibiotici negli ultimi quattro mesi prima della commercializzazione).

Grazie alla campagna ad oggi è stato completamente eliminato l'uso di antibiotici negli allevamenti di polli (Origine e Fiorfiore) e di galline ovaiole. Negli allevamenti di suini e bovini adulti, l'uso di antibiotici è stato ridotto fino a eliminarlo del tutto negli ultimi 4 mesi. Attualmente sono 1.700 gli allevamenti coinvolti con oltre 1.000 prodotti in vendita che provengono da animali allevati riducendo l'uso degli antibiotici fino a eliminarli.



L'ETICITÀ



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

La non adesione allo standard comporta l'esclusione del fornitore.

Coop Italia è certificata SA8000 dal luglio 1998, prima azienda in Italia ed in Europa.

LA CAMPAGNA "BUONI E GIUSTI"

Particolare attenzione è riservata alla filiera dell'ortofrutta. Nell'ambito della campagna **Buoni e Giusti** lanciata nel 2016, sono state individuate 13 filiere ortofrutticole (clementine, arance Navel, arance rosse, uva, anguria, melone, finocchi, cavolfiore, cavoli, pomodoro, fragole, patate novelle, zucchine) più esposte ai rischi di illegalità in base ad una approfondita analisi del rischio, come la filiera del pomodoro da trasformazione. In questi casi si sono attuati controlli più approfonditi (nel 2018 sono stati svolti audit in 45 aziende, coinvolgendo tutti i cinque fornitori di Prodotto a Marchio).

Nel 2018 le attività di *audit* sono proseguite su ulteriori filiere ortofrutta ed estese alle filiere dei vini e dell'olio extravergine di oliva 100% italiano, mantenendo al contempo il presidio sui nuovi fornitori a marchio e sugli esistenti.

Con il lancio della nuova linea di prodotti ortofrutta **Origine** tra fine 2017 e inizio 2018 è stata rinnovata e rafforzata la richiesta ai fornitori di assumersi impegni maggiori lungo tutte le filiere interessate dai prodotti a marchio commissionati, attuando direttamente controlli basati sull'analisi del rischio. I numeri del 2018: effettuati **171 audit** con il coinvolgimento di **80 fornitori**. Complessivamente, a partire dal dicembre 2015 (con il rilancio attraverso la campagna *Buoni e Giusti*) e fino a inizio gennaio 2019, sono stati eseguiti **699 audit** che hanno coinvolto **300 fornitori**. Nel periodo della campagna *Buoni e Giusti* sono state sospese per gravi problematiche rilevate quattro aziende, mentre, se sono state rilevate non conformità, è stato richiesto un piano di miglioramento che è stato seguito nel tempo.

IL RISPETTO PER L'AMBIENTE

80

Coop è impegnata da sempre nella tutela dell'ambiente, attenzione che si traduce in azioni concrete sui prodotti a marchio Coop, nella gestione dei punti vendita e del trasporto delle merci abbattendo le emissioni inquinanti, nella riduzione dei rifiuti e coinvolgendo gli stakeholder delle filiere produttive.

Ricordiamo alcune importanti tappe della politica ambientale Coop:

1995: elaborazione di **10 principi ispiratori della politica ambientale di Coop** durante la VI Assemblea Nazionale delle Sezioni Soci, svoltasi a Grado;

2002: stesura della **Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori** sulla base della *Dichiarazione di Identità Cooperativa* approvata dal 31° congresso dell'*Alleanza Cooperativa Internazionale* (Manchester, 1995), nella quale si ribadisce l'impegno verso l'ambiente;

2005: **revisione della politica ambientale** di Coop in base ai principi di precauzione, sostenibilità e consapevolezza.

Il primo ambito in cui si manifesta l'impegno di Coop è anche in questo caso il prodotto a marchio.

I prodotti Coop rispondono, qualora possibile, a criteri di eco-compatibilità, venendo progettati e realizzati con l'obiettivo di minimizzare gli sprechi di risorse e l'emissione di sostanze dannose per l'ambiente. Il rispetto dell'ambiente è parte integrante del patrimonio di valori del sistema, ispirando i criteri di gestione di tutta la filiera Coop: dai vari livelli di produzione, all'immagazzinamento e alla distribuzione, sino ai punti vendita e alle case dei consumatori. Coop quindi dedica attenzione alla diffusione di sistemi biologici o comunque più rispettosi dell'ambiente, alla tutela della biodiversità (scelta di non utilizzare OGM), al benessere animale, ad interventi per il risparmio energetico, alla promozione della tutela degli ecosistemi marini, all'adozione di schemi di certificazione (ECOLABEL, FSC, PEFC ecc.), alla promozione di strategie di riduzione, riutilizzo, recupero e riciclo.

Si impegna, inoltre, a promuovere consapevolezza per la valutazione della sostenibilità ambientale di prodotti, imballaggi, procedimenti produttivi e strutture. Offre cioè ai propri consumatori gli strumenti di informazione e di educazione ambientale in grado di accrescere la loro consapevolezza circa gli impatti delle scelte di consumo individuali e collettive sull'ambiente e sollecita i fornitori di prodotto a marchio in relazione alle tematiche ambientali.

DIAMO ALL'AMBIENTE UNA NUOVA IMPRONTA

Nel 2018, unica catena della GDO italiana, Coop ha aderito alla campagna di impegni – la *Pledging Campaign* – per l'implementazione del mercato della plastica riciclata, su base volontaria, lanciata dalla Commissione Europea. Coop ha articolato un piano di azioni su categorie definite di prodotti, che in proiezione permetteranno di raggiungere nel 2025 – attraverso l'uso di plastica riciclata – un risparmio totale di materia vergine stimato di 6.400 tonnellate annue, corrispondenti al volume di circa 60 *Tir* (circa una fila di 1 km di *Tir* in autostrada).

Questa forte azione si inserisce all'interno della campagna Coop per l'Ambiente - *Diamo all'ambiente una nuova impronta*, rilanciando lo storico impegno di Coop sui temi della sostenibilità ambientale e dell'economia circolare che, oltre a puntare sulla adesione alla *Pledging Campaign*, definisce ulteriori e sfidanti obiettivi quali la riduzione della plastica da tutti i prodotti a marchio (in assoluto e attraverso l'uso di riciclato), il non uso di microplastiche aggiunte in cosmetici e detergenti a marchio, la riprogettazione degli imballaggi affinché siano riciclabili, compostabili o riutilizzabili, mantenendo la coerenza e rifocalizzandosi anche sulla storica policy 3R.



IL RISPETTO PER L'AMBIENTE

82

Dal 2006 Coop, prima insegna della grande distribuzione, ha iniziato a lavorare insieme ai fornitori per iniziative volontarie di riduzione delle emissioni di gas serra (azioni mirate alla riduzione dei consumi energetici e non solo), nell'ambito del programma *Coop for Kyoto*. Questo programma, che nel tempo ha ampliato le tematiche di interesse comprendendo anche argomenti quali la lotta allo spreco di risorse ed elementi di economia circolare, si è proiettato sempre più verso il futuro per diventare nel 2017 **Coop: insieme per un futuro sostenibile**.

Nel 2018 *Coop Italia* ha deciso di assegnare a tale progetto una cadenza biennale, in modo da poter inserire nell'edizione del 2019 un approfondimento sulla tematica ambiente-imballaggi, in coerenza alla sua recente adesione alla Pledging Campaign nell'ambito della pubblicazione della Strategia Europea sulla plastica in ottica di economia circolare.

Per Coop gli imballaggi devono rispondere non solo alle esigenze di sicurezza, funzionalità economicità e comunicazione, ma anche di rispetto per l'ambiente. Coerentemente con la sua policy ambientale, le direttrici strategiche sul packaging sono:

- > la riduzione a monte del consumo di risorse (materiale, energia)
- > la riduzione a valle della produzione di rifiuti da destinarsi alla raccolta indifferenziata
- > la riduzione delle emissioni dei gas serra, responsabili del cambiamento climatico, generate nel processo produttivo del packaging

Già dal 1996, Coop implementa sul packaging dei Prodotti a Marchio meccanismi di prevenzione ambientale ispirandosi ai principi fondamentali contenuti nella Direttiva europea su Imballaggi e Rifiuti di Imballaggi, ovvero le 3R, R come Riduzione, R come Riutilizzo, R come Riciclo.

Nel 2007, prima catena distributiva, Coop ha lanciato il progetto "Etichettaggio Informativo dei Prodotti Coop", che prevede di riportare in etichetta una chiara indicazione dei materiali da imballaggio utilizzati e della loro destinazione a fine vita, con l'obiettivo di favorire il loro corretto smaltimento ed incentivare la raccolta differenziata.

Nel 2018, Coop ha impostato un'ampia revisione delle caratteristiche intrinseche delle azioni di prevenzioni sul packaging che ha portato ad una ridefinizione e un aggiornamento della metodologia di calcolo dei loro benefici.

I numeri 2018: su **290 Prodotti a Marchio coinvolti dalla politica delle 3 R**, per le azioni di riduzione di imballaggio e uso di ricariche di prodotto **si stima un risparmio complessivo in peso di 837 tonnellate di materiale di confezionamento**, ed inoltre l'uso di **814 tonnellate di plastica riciclata**. Queste azioni hanno contribuito a **ridurre l'emissione di 8.002 tonnellate di CO₂ eq.** in atmosfera.

LA QUALITÀ



Nel 2018 si è ulteriormente consolidata l'attività di monitoraggio del Prodotto Coop volta a verificare il rispetto degli standard prestazionali e delle caratteristiche merceologiche rispetto ai parametri standard di capitolato e verso i competitor. Tali controlli, realizzati da *Coop Italia* o da laboratori esterni specializzati, oltre alla valutazione delle caratteristiche sensoriali, hanno considerato la valutazione degli aspetti merceologici (ad esempio la percentuale di ingredienti caratterizzanti, l'identificazione della varietà/specie ecc.) su mercati e referenze strategiche per il fatturato o per l'immagine, o risultate critiche per reclami o analisi non conformi.

L'APPROVATO DAI SOCI

Un'esperienza di particolare valore è quella dell'**Approvato dai Soci**. Si tratta di test comparativi in cui un prodotto viene confrontato con la marca più importante di ogni mercato. I test seguono un metodo preciso e uguale in tutte le sedi: i prodotti sono presentati anonimi, non appare nessuna confezione e nessun marchio è visibile. Il campione degli intervistati deve essere rappresentativo di tutta la base sociale Coop per età, sesso e territorio e solo i prodotti che superano l'*Approvato dai Soci* diventano prodotti Coop.

Nel 2018 sono stati 2.850 i soci che hanno provato e giudicato 60 prodotti a marchio Coop, oggetto dei test organizzati da Unicoop Tirreno per conto di Coop Italia in 56 punti vendita. Grazie alla collaborazione attiva delle Sezioni soci e dei dipendenti dei negozi, l'*Approvato dai Soci* è divenuto un momento formativo e informativo.

In occasione del 70° anniversario del Prodotto a Marchio, nel 2018 Coop ha rilanciato il progetto *Approvato dai Soci* con una nuova immagine che mette al centro le persone. Per la prima volta in contemporanea a livello nazionale è stata organizzata la prima edizione delle *Giornate dedicate ai soci - Approvato dai soci*. Unicoop Tirreno ha organizzato 12 test il 5 e 6 ottobre in altrettanti punti vendita. I soci valutatori sono stati 1.472, di cui 952 donne e 520 uomini. Tutti i prodotti hanno superato la prova, raccogliendo una valutazione media complessiva di 7,8; il voto minimo è stato 7,5 e quello massimo 8,3.



LA CONVENIENZA

84

Il Prodotto a marchio mostra un **differenziale di prezzo, consolidato nell'ultimo triennio, di circa il 30%** verso i corrispondenti prodotti di marca. È cominciata ad agosto 2018 la campagna a sostegno di innovazione e lancio di nuovi prodotti a marchio. La comunicazione ha avuto l'obiettivo di evidenziare – oltre ai benefit di prodotto – la convenienza, attraverso l'indicazione di un prezzo unico da mantenere a punto vendita per un periodo di 2-3 mesi.

LA TRASPARENZA

Coop è da sempre impegnata a garantire a Soci e Consumatori la massima trasparenza, anche andando oltre le prescrizioni normative.

Sulle materie prime in particolare è l'unica catena della grande distribuzione italiana ad aver reso disponibile, già dal 2013, un'informazione completa direttamente sul sito istituzionale, www.e-coop.it/cooporigini, sulla *app* **Coop Origini** e ora anche sul **sito del Prodotto Coop** (www.catalogoprodotti.coop.it).

Grazie a questi strumenti, è possibile avere un'informazione completa sull'origine delle materie prime agricole dei prodotti alimentari a marchio confezionati, in genere i primi due ingredienti che appaiono in etichetta o comunque quelli che più ne definiscono le caratteristiche. L'informazione è completata anche dall'indicazione del paese dov'è situato lo stabilimento di produzione. Coop da sempre privilegia, a parità di qualità e sostenibilità economica, i produttori e i prodotti nazionali, ma ovviamente non tutto può essere prodotto con materie prime italiane. Per ragioni legate all'insufficienza della produzione nazionale, alla stagionalità o al costo, le materie prime di molti prodotti vengono importate. Ciò non significa che siano meno sicure. Per garantire la qualità del Prodotto a marchio, infatti, Coop dedica specifiche risorse per controllare – assieme ai fornitori – anche gli approvvigionamenti delle materie prime estere. L'80% dei produttori è italiano. Il 42% delle materie prime dei Prodotti a marchio Coop sono esclusivamente di origine nazionale. La percentuale sale al 60% se si escludono le materie prime che non è possibile coltivare in Italia, come ad esempio il caffè ed il cacao.

L'impegno è massimo e va oltre quanto prescritto dalla normativa anche sul fronte delle informazioni nutrizionali in etichetta (leggibili, con indicazioni degli allergeni, dei valori nutrizionali per 100 grammi e per porzione, della percentuale di copertura giornaliera in relazione ai parametri di energia, grassi, acidi grassi saturi, zuccheri e sale, dell'origine botanica dei grassi/oli utilizzati), che favoriscono un consumo consapevole.



LE LINEE DEL PRODOTTO A MARCHIO

86

Nel 2018 è continuata l'attuazione dell'aggiornamento e sviluppo dell'offerta del Prodotto Coop, iniziata nel 2016, che avviene mantenendo saldi i valori e l'impegno in termini di sicurezza, ambiente, etica, trasparenza, bontà e convenienza.

Linea Coop È costituita da un'ampia gamma di prodotti di largo consumo, alimentari e non, in grado di soddisfare i bisogni quotidiani. È l'espressione del più elevato rapporto tra qualità e prezzo ed è rivolta a tutti i nuclei familiari.

Linea Origine Include una serie di prodotti provenienti da filiere certificate (compresi i prodotti della *Qualità sicura Coop*), su cui Coop lavora da anni. Raccoglie un'offerta centrata su quelle categorie di prodotto che spesso sono oggetto di frodi, contraffazioni, sofisticazioni e abusi alimentari ed è quella su cui si sviluppa la campagna *Alleviamo la salute*. Oltre all'impegno sull'*antibiotic free*, le altre caratteristiche della linea sono la tracciabilità totale a partire dalle materie prime, la dimensione etica (per la filiera del bovino si è ottenuto che tutti gli allevamenti siano valutati secondo lo standard *CReNBA*, che verifica in allevamento il livello di benessere animale), la tutela del lavoratore.

Linea Amici Speciali È la linea completa e specializzata di prodotti per animali domestici in grado di soddisfare anche esigenze specifiche correlate a stile di vita, età e stato di salute. Tutti i Prodotti a marchio Coop sono senza conservanti, coloranti e sono *cruelty free* (non vengono fatti test invasivi sugli animali per verificarne la bontà e l'efficacia). La collaborazione con il dipartimento di Scienze Veterinarie dell'Università di Milano costituisce un supporto scientifico indipendente e autorevole per la valutazione delle ricette equilibrate, idonee alle specifiche esigenze con le elevate garanzie che Coop assicura per tutti i suoi prodotti.

Linea Crescendo Testimonia l'attenzione di Coop ai consumatori più giovani, dalla primissima infanzia fino ai dieci anni, ponendo particolare attenzione al tema dell'adeguato apporto nutrizionale. Per garantire la maggior sicurezza e qualità nutrizionale di questi prodotti dedicati all'infanzia si sono attivate o rafforzate forme qualificate di collaborazione con la comunità scientifica riconosciuta e autorevole per questo target di consumatori.

Si consolida sul web il presidio di Coop per l'infanzia, impegnato a promuovere e a sensibilizzare le famiglie sull'importanza di una corretta alimentazione dei bambini. Il sito www.alimentazionebambini.it curato da un comitato scientifico composto esperti della *Società Italiana Obesità* (SIO) e del *European Childhood Obesity Group* (ECOG) è diventato un punto di riferimento per le famiglie, che qui possono trovare risposte specifiche alle loro esigenze. Nel corso dell'anno 2018 il sito ha registrato una media di circa 100 mila visitatori unici al mese. La rubrica *Ricetta per bambini* si riconferma quella di maggiore successo, seguita da *L'esperto risponde*.

La pagina Facebook *Crescendo* ha circa 60.000 fan, stabile il canale YouTube di ricette per bambini.



LE LINEE DEL PRODOTTO A MARCHIO



Linea Casa Nell'assortimento di questa nuova linea l'attenzione di Coop parte dalla convenienza e dal garantire prezzi bassi abbinati a prodotti di qualità, realizzati nel rispetto di valori e impegni ben definiti. Ad esempio tutti i prodotti a base di cellulosa sono certificati *FSC*, a garanzia di materie prime provenienti da foreste gestite in maniera corretta e responsabile. Inoltre, con l'adesione alla *Pledging Campaign*, Coop si è impegnata ad utilizzare per la realizzazione dei flaconi dei prodotti di detergenza per la casa e tessuti almeno il 25% di plastica riciclata dal 2025.



Linea Solidal Sono prodotti certificati *Fairtrade* in quanto realizzati secondo principi corrispondenti ai criteri del Commercio Equo e Solidale. Il sistema di certificazione *Fairtrade* garantisce il pagamento di un prezzo equo e stabile alle organizzazioni di produttori del Sud del mondo e assicura un margine di guadagno aggiuntivo da investire in progetti di sviluppo a favore delle comunità.



Con la linea *Solidal Coop* è **leader italiano nel commercio equo**, grazie al suo ruolo di apripista, al suo impegno costante negli anni, alla sua reputazione e alla rilevanza dei risultati commerciali, con una quota di mercato riferita ai prodotti certificati *Fairtrade* trattati in tutti i canali (compresi alberghi, ristorazione e catering) superiore al 33%.

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



Con *IO Coop* prosegue l'impegno per l'ambiente, anche grazie alle ricariche per saponi e bagnoschiuma. In funzione di questa *policy* nel 2018 sono state rivisitate la linea dell'igiene orale, i prodotti bagno e i prodotti per capelli.

Linea d'Osa È una proposta completa di preparati per panificati, preparati per dolci, lieviti, amidi, decorazioni e altri ingredienti, privi di coloranti, di dolcificanti quali aspartame e saccarina, di addensanti come la carragenina e caratterizzati dal limitato uso di additivi e sale. Soia, mais e derivati sono *ogm.free*. Inoltre i prodotti sono caratterizzati da alcun plus specifici: nei preparati per dolci il cioccolato è *Fairtrade Solidal*, mentre nelle miscele di farine sono utilizzati ove possibile ingredienti biologici, farine meno raffinate (tipo 1,2) o integrali.



LE LINEE DEL PRODOTTO A MARCHIO

88

Linea Bene.sì È costituita da prodotti con caratteristiche nutrizionali specifiche – in grado di svolgere una particolare funzione benefica per l'organismo o di rispondere a una domanda di salute in senso lato (non terapeutico) – destinati a un sempre più ampio target di consumatori consapevoli dello stretto legame esistente tra alimentazione e benessere. Include i prodotti senza glutine a spiga sbarrata. Coop collabora con l'AIC (*Associazione Italiana Celiachia*), inserendo all'interno del prontuario l'elenco dei prodotti a marchio idonei ai celiaci.

Linea ViviVerde Si compone delle aree alimentazione (con prodotti biologici), cura della casa e cura della persona e comprende prodotti realizzati con criteri di sostenibilità e di compatibilità ambientale. È la linea a marchio Coop più rilevante in termini di numero referenze, considerando che oltre il 50% è costituito da prodotti freschissimi, carni avicole e ortofrutta. Coop ha deciso di escludere volontariamente da tutti i prodotti *ViviVerde* alimentari i grassi tropicali e gli aromi, anche se naturali.

L'area dei prodotti per la casa comprende i prodotti col marchio di qualità ecologica europea *EU Ecolabel* (detergenti per la pulizia domestica, prodotti in carta riciclata 100%) e prodotti non alimentari che sono realizzati con criteri sostenibili di compatibilità ambientale: ad esempio, la linea di pile ricaricabili e i detersivi sfusi che permettono di ridurre i rifiuti "alla fonte", le lampadine led, la linea cancelleria realizzata con materiali riciclati, i sacchi per rifiuti umidi compostabili, la caraffa filtrante.

Linea Fior fiore È la linea premium composta da una ricca scelta di specialità gastronomiche selezionate da Coop che rappresentano l'eccellenza della cultura gastronomica nazionale e internazionale sia in termini di utilizzo delle migliori materie prime che di scelta dei produttori vocati a lavorazioni di qualità.

Nel corso del 2018 si è estesa l'offerta di vini tipici e di spumanti a marchio *Fior fiore*, tutti provenienti da filiera controllata con tracciabilità sino al singolo vigneto, di proprietà della Cantina o gestito direttamente da essa. I controlli di Coop inoltre si estendono anche ai processi enologici e in campo sui trattamenti delle uve. Vengono, infatti, garantiti residui di fitofarmaci sul vino inferiori del 70% rispetto ai limiti di legge. Infine, i controlli attengono anche il rispetto dell'etica, con particolare riferimento al lavoro in vigna. Il sistema dei controlli Coop è certificato da due enti esterni.



note

Handwriting practice lines consisting of 20 horizontal dotted lines.



note





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



progetto grafico e impaginazione
Studiografico M (Piombino.LI)
stampa e confezione
Centro Stampa Unicoop Tirreno (Vignale.LI)

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018

