

# LO SCAMBIO MUTUALISTICO 2016

## Tra Coop e i suoi soci



**ATTIVITÀ IN FAVORE DEI SOCI  
PER GARANTIRE QUALITÀ  
E RISPARMIO.**

**INFORMAZIONE PER  
PROMUOVERE PARTECIPAZIONE  
E CULTURA.**

**VANTAGGI SU SPESA E SERVIZI  
PER DIFENDERE IL POTERE  
D'ACQUISTO.**

**INIZIATIVE PER LE COMUNITÀ  
PER FAVORIRE PROGETTI  
SOCIALMENTE UTILI  
E DI SOLIDARIETÀ.**



Unicoop Tirreno

La tua Coop.

## Il socio è

**proprietario** della Cooperativa  
**acquirente** principale delle merci  
**finanziatore** tramite il *Prestito Sociale*  
**cittadino** delle comunità in cui Coop è presente

**N**elle corsie di un supermercato si aggira un consumatore, non uno qualsiasi, ma un **socio Coop**. **Il suo carrello è colmo di "merci"**: iniziative di volontariato, servizi, impegno sociale, libretto di *Prestito Sociale*. Cose concrete, reali come i prodotti veri che Coop distribuisce nei suoi punti vendita, di una qualità che rende Coop un'impresa speciale.

## FIDUCIA 2 UN PATTO DI FIDUCIA

*Valori che si traducono in pratica grazie al patto tra Coop e i suoi soci.*

**Libertà, democrazia, giustizia sociale, solidarietà.**

Questi i valori di riferimento di Coop, integrazione della dimensione etico-sociale e imprenditoriale. Espressione di questi valori sono la mutualità interna verso i soci ed esterna verso le comunità locali.

“Valori di scambio mutualistico”, è il caso di dirlo, che in pratica significano che la Cooperativa cerca di mettere a disposizione dei soci le più ampie opportunità di risparmio sulla spesa, nel rispetto dei principi di sicurezza, trasparenza, qualità. E il socio utilizza le strutture e le offerte della Cooperativa, ne accoglie e sviluppa le proposte, contribuendo ai suoi risultati.

**Patto di fiducia ma anche di vantaggio di cui godono i soci.** È a loro che Unicoop Tirreno – attraverso la sua rete di vendita composta da 114 punti vendita tra InCoop, Supermercati e IperCoop, distribuiti in Toscana, Lazio, Umbria e Campania, gestiti direttamente o attraverso società controllate – riserva un trattamento di maggior favore rispetto agli altri clienti.

Ma con la scelta di favorire le **produzioni locali**, le tante **iniziative sociali**, per dare risposte ai tanti bisogni, e di **solidarietà**, che favoriscono il rapporto con il volontariato locale, quelle che aiutano la **diffusione** delle conoscenze e della **cultura**, la **mutualità** si allarga alle **comunità** e ai **territori** in cui la Cooperativa è presente.

# PARTECIPAZIONE CONSAPEVOLE

**Adesione, partecipazione, governo: il ruolo centrale del socio nella vita della Cooperativa.**

I soci hanno pari diritti e uguali doveri: il rapporto mutualistico si fonda proprio sul principio di uno scambio equo. La Cooperativa ha adottato e adeguato nel tempo un modello di governo e di rappresentanza che consente a tutti i soci di conoscere le scelte e l'andamento della Cooperativa e di partecipare alle sue attività e alla vita stessa. In quanto proprietari hanno il diritto di determinarne le politiche e di concorrere alla formazione delle decisioni degli organismi istituzionali.

## Partecipazione al governo

Chi vuole può **candidarsi** per uno dei suoi **organismi di rappresentanza** sul territorio, eletti ogni 3 anni, con votazioni aperte a tutti i soci. Chi vuole può proporsi e candidarsi, secondo le regole definite nello Statuto e nel Regolamento, per il Consiglio d'Amministrazione, l'organismo di indirizzo e di governo della Cooperativa.

## Partecipazione sociale

È anche possibile **partecipare alle iniziative** promosse dalle Sezioni soci, proporsi come volontario per le attività sociali e di solidarietà. Tante le iniziative, aperte a tutti, organizzate dalle Sezioni soci sui temi della solidarietà, dell'*Educazione al Consumo Consapevole*, della conoscenza dei prodotti del territorio, della cultura.

## Partecipazione proprietaria

Ogni anno vengono organizzati **due cicli di assemblee** soci, uno sugli obiettivi e il Bilancio preventivo, l'altro sui risultati e il Bilancio consuntivo.

## Partecipazione ai servizi

Utilizza i punti vendita come gli altri, ma a lui sono riservate opportunità che sono parte integrante dello scambio mutualistico. **Finanziarie** – il *Prestito Sociale* –, **culturali**, di **consumo** quotidiano.

### LA RAPPRESENTANZA SOCIALE

Soci volontari eletti nelle Sezioni soci	434
Budget attività nelle Sezioni soci (euro)	213.341
di cui: costi per funzionamento Sezioni soci (euro)	18.149
Convocazioni Consulta Presidenze delle Sezioni soci	7
Soci partecipanti alle Consulte Presidenze Sezioni soci	630
Costi Consulte Presidenze Sezioni soci (euro)	3.500
Convocazioni Consulta d'Area	2
Soci partecipanti alle Consulte d'Area	100

### LA PARTECIPAZIONE ISTITUZIONALE

Assemblee Autonome	29
Soci partecipanti Assemblee Autonome	6.463
Costi Assemblee Autonome (euro)	59.444
Assemblee Separate di Bilancio	31
Soci partecipanti Assemblee Separate di Bilancio	10.008
Costi Assemblee Separate di Bilancio (euro)	64.036
Assemblee Straordinarie	31
Soci partecipanti Assemblee Straordinarie	7.153
Costi Assemblee Straordinarie (euro)	53.778

PARTECIPAZIONE





## INFORMAZIONE 4

### DIRITTO D'INFORMAZIONE

*Come Unicoop Tirreno tiene informati soci e consumatori.*

**A**nche l'**informazione, chiara, trasparente puntuale**, sulle sue attività commerciali, istituzionali, sociali è intesa dalla Cooperativa come un servizio reso al socio e al consumatore. Diversi canali e gli strumenti, a cominciare dalla rivista **Nuovo Consumo**, il principale prodotto di comunicazione editoriale che la Cooperativa distribuisce ai soci presso le casse dei punti vendita.

Informazione sui prodotti, la salute, l'ambiente e su molti altri temi di attualità sviluppati attraverso inchieste e servizi di approfondimento, offrendo spazi informativi sulle attività aziendali. Ampia è, infatti, la parte del giornale dedicata alle principali iniziative che Unicoop Tirreno svolge di carattere commerciale, istituzionale e sociale. In questo modo *Nuovo Consumo* si conferma uno strumento in sintonia con la strategia aziendale: servizi e opportunità, campagne commerciali e solidaristiche, non solo articoli da leggere.

C'è poi il **portale web** in cui vengono pubblicati tutti i documenti istituzionali, nonché tutte le informazioni relative alla rete di vendita, alle offerte commerciali, ai servizi, alle attività sociali. Inoltre spazi di informazione per i soci (**Spazio soci**) in ogni punto vendita della Cooperativa e pagine sui *social network* più importanti. Strumenti di comunicazione gestiti direttamente ma, per attività o appuntamenti particolarmente rilevanti, la Cooperativa ricorre anche mezzi esterni, come **giornali, radio** o **web** locali.

#### POLITICHE SOCIALI E INFORMAZIONE AI SOCI

Dipendenti direzione soci	15
Costi totali direzione soci (in euro)	2.832.371
di cui costi rivista <i>Nuovo Consumo</i>	499.513
Copie rivista <i>Nuovo Consumo</i>	1.905.468

## A VOSTRO VANTAGGIO

**P**

Dalle promozioni alla raccolta punti, da iniziative e convenzioni ad hoc al Prestito Sociale.

*I tanti vantaggi di essere socio.*

**Prezzi bassi quotidiani, promozioni, iniziative speciali.** Tanti **vantaggi** economici riservati ai soci che fanno acquisti in Cooperativa. Sono loro i principali beneficiari dell'insieme delle politi-

che di convenienza messe in campo.

Ci sono anche i prodotti venduti solo ai soci, **sconti** aggiuntivi su prodotti offerti anche agli altri clienti, sconti legati all'utilizzo dei punti, **offerte** nei vari settori merceologici che hanno prodotto un consistente risparmio per i soci. Ma, oltre alle offerte gestite direttamente, anche **opportunità di risparmio** per **prodotti** e **servizi** forniti da altri come, ad esempio, quello dei libri scolastici. E, siccome rapporto mutualistico equo significa che **chi più dà** alla Cooperativa **più riceve** in cambio, la raccolta punti sulla spesa premia la **fedeltà d'acquisto**. Ma **i vantaggi non finiscono qui**.

### VANTAGGI DERIVANTI DALLE PROMOZIONI PER I SOCI

	<i>valore sconti applicati</i>
Promozioni freschissimi e gastronomia (euro)	3.307.030
Promozioni grocery (euro)	15.623.360
Promozioni non food (euro)	5.386.342
<b>Totale sconti da promozioni soci (euro)</b>	<b>24.316.732</b>

### FRUIZIONE DELLE PROMOZIONI PER I SOCI

<i>settore</i>	<i>promozioni soci</i>	
	<i>soci che ne hanno beneficiato</i>	<i>risparmio medio (euro)</i>
Freschissimi e gastronomia	296.354	11,16
Grocery	428.466	36,46
No food	182.193	29,56
<b>Generale</b>	<b>456.521</b>	<b>53,27</b>

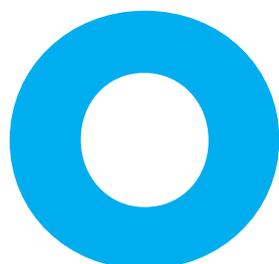
### TOTALE VANTAGGI SULLA SPESA PER I SOCI

Totale sconti da promozioni soci (euro)	24.316.732
Collezionamento (euro)	5.787.000
<b>Totale vantaggi soci (euro)</b>	<b>30.103.732</b>
Sconti da promozioni non esclusive (euro)	50.487.482
<b>Totale risparmio soci (euro)</b>	<b>80.591.214</b>

**VANTAGGIO**



## ALTRE INIZIATIVE A FAVORE DEI SOCI



Oltre che sulla spesa, la convenienza per i soci si estende anche ad altri settori che la Cooperativa, in accordo con *partner* o società, cerca di rendere vantaggiosi per i soci. Sconti rispetto ai costi normali, grazie a **convenzioni** con strutture e per attività del tempo libero, per le vacanze e il benessere, per viaggi, teatri, cinema, eventi culturali, per le *Librerie.coop*, ma anche per polizze assicurative, cure odontoiatriche, servizi artigianali e molto altro ancora.

Parte integrante dello scambio mutualistico è il servizio di raccolta di prestito da soci. Le somme raccolte col **Prestito Sociale** sono investite con criteri di massima prudenza e la Cooperativa cerca di garantire ai soci, anche per piccoli depositi, una remunerazione adeguata, in coerenza con il principio statutario della tutela del loro risparmio.



VANTAGGIO 6

### PRESTITO SOCIALE

Soci prestatori	119.991
Consistenza media (euro)	1.004.913.518
Interessi Prestito Sociale (euro)	7.092.894

# SPIRITO DI COMUNITÀ

**L** I molti modi in cui Coop declina la parola mutualità: assistenza, reciprocità, scambievolezza, solidarietà. Perché mutualità fa rima con comunità.

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 mezzi di informazione». Dalla *Carta dei valori delle Cooperative di Consumatori* lo spirito che anima le tante iniziative volte a rafforzare i legami con la comunità per promuovere l'integrazione sociale, aiutare chi ha bisogno, dare una mano allo sviluppo economico di un territorio, sensibilizzare al consumo consapevole.

Tra le altre, una citazione particolare meritano i progetti di solidarietà. Tonnellate di **merce donata** con **Buon fine** alle *onlus* che si occupano di persone in difficoltà, prodotti vicini alla scadenza o non vendibili, ma ancora buoni, con il coinvolgimento di numerosi punti vendita; **Ausilio per la spesa** per la consegna a domicilio della spesa a persone anziane o in difficoltà, che si regge interamente sul volontariato dei soci.

E ancora: le raccolte alimentari come **Pane quotidiano** sempre destinate alle *onlus* del territorio. In collaborazione con le scuole e con altri soggetti del territorio, Coop propone da anni percorsi di **Educazione al Consumo Consapevole** per costruire con insegnanti, alunni, famiglie, una coscienza collettiva condivisa sulla corretta alimentazione, sui valori della solidarietà, dell'equità, del rispetto dell'ambiente. Progetti consolidati a cui si aggiungono le scelte di sostegno e sponsorizzazione di iniziative sul territorio.

Ma la solidarietà passa anche dal carrello della spesa: ogni socio può, infatti, scegliere di donare i punti accumulati ai progetti di solidarietà internazionale proposti dalla Cooperativa.

## "BUON FINE"

Punti vendita coinvolti	73
Onlus beneficiarie	68
Pasti donati	600.000
Valore della merce donata (euro)	3.000.000

## SOSTEGNO A INIZIATIVE SOCIALI CON LA RACCOLTA PUNTI

Risorse per progetti internazionali (euro)	94.628
--	--------

## SOSTEGNO A INIZIATIVE SOCIALI, CULTURALI E AMBIENTALI

### indicatori

Elargizioni (euro)	120.995
Sponsorizzazioni (euro)	115.250
Tot. sostegno a iniziative della comunità (euro)	236.245

## EDUCAZIONE AL CONSUMO CONSAPEVOLE

Classi coinvolte	1.604
Studenti coinvolti	34.138
Docenti coinvolti	3.208
Costi sostenuti (euro)	260.500

7 COMUNITÀ





# LO SCAMBIO MUTUALISTICO 2016

*Documento redatto in conformità  
con le disposizioni normative in materia  
(D.M. 18/09/2014 emanato dal Ministero  
dello Sviluppo Economico).*