

bilancio di sostenibilità  
2014



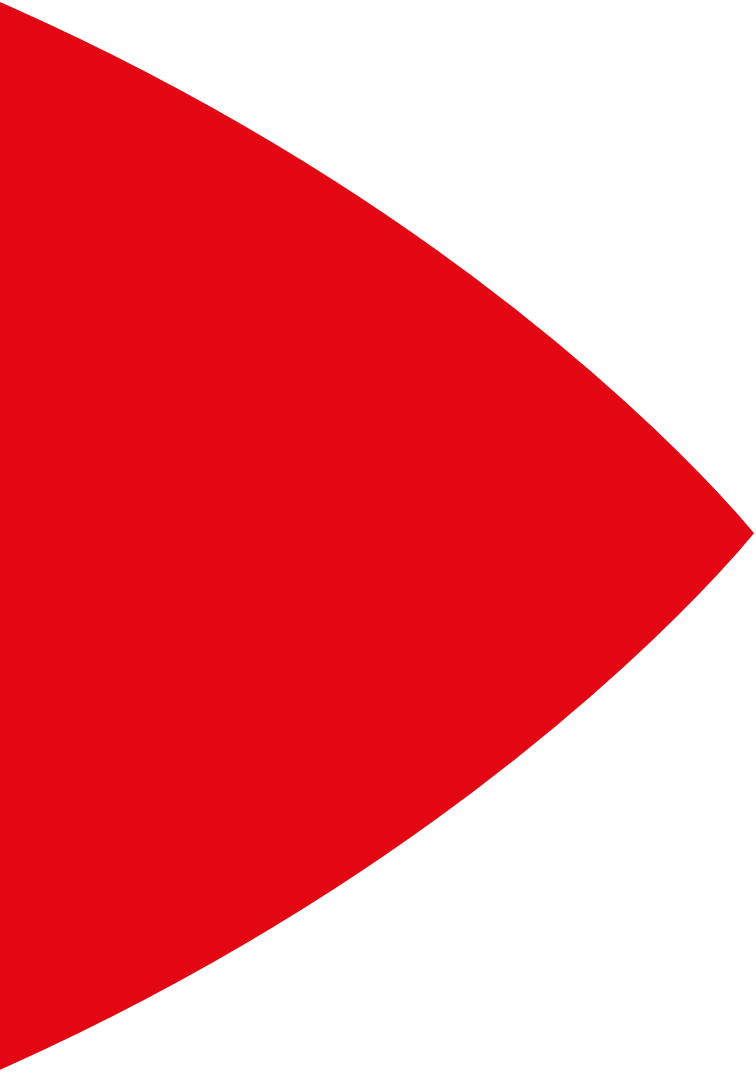
**coop**

Novacoop

bilancio di sostenibilità

2014

# SOMMARIO



LETTERA DEL PRESIDENTE	6
LA METODOLOGIA UTILIZZATA	8
CHI È COOP	10
I PRINCIPALI INDICATORI E FATTORI INTERVENUTI NEL 2014 IN SINTESI	20
I RISULTATI ECONOMICI	28
I SOCI	32
I CONSUMATORI	50
I LAVORATORI	82
I FORNITORI	102
L'AMBIENTE	112
LE COMUNITÀ	124



## CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Dalle Rive Ernesto  
Germiniani Renato  
Nicolo Giuseppe  
Agio Giuliana  
Barrina Antonietta  
Besutti Rubes  
Bocchetta Mario  
Bosio Piero  
Carabelli Enrica  
Coero Borga Piergiuseppe

*(Presidente)*  
*(Vicepresidente vicario)*  
*(Vicepresidente)*

Cosenza Marinella  
Costelli Armando  
Dalla Vittoria Rossana  
Danimarco Giuseppina  
De Paoli Damiano  
Di Lella Michele  
Fenari Carlo  
Fiorello Sergio  
Gillone Fabrizio  
Iseppi Rosa

Gonella Giancarlo  
Mannarino Tito Eugenio  
Pigino Lucia  
Pistolesi Claudio  
Rinaldi Roberto  
Ruga Alberto  
Schipani Rita  
Speranza Patrizia  
Venturi Katia  
Viarengo Gianlorenzo

## COMITATO DI DIREZIONE

Dalle Rive Ernesto  
Germiniani Renato  
Nicolo Giuseppe  
Bertona Sergio  
Cossavella Massimo  
Dettoni Patrizio  
Ugazio Lucia  
Gonella Giancarlo

*(Presidente)*  
*(Vicepresidente vicario)*  
*(Vicepresidente)*  
*(Assistente alla Presidenza)*  
*(Direzione Commerciale)*  
*(Direzione Tecnica e Patrimonio)*  
*(Direzione Personale e Servizi Amministrativi)*  
*(Invitato permanente in qualità di Presidente dell'Associazione Regionale delle Cooperative di Consumatori)*

## COLLEGIO SINDACALE

Beltritti Stefano Pietro  
Bosetto Carola  
Passoni Pierluigi  
Geromin Gabriella  
Ogliaro Gian Carlo

*(Presidente)*  
*(Sindaco effettivo)*  
*(Sindaco effettivo)*  
*(Sindaco supplente)*  
*(Sindaco supplente)*

# LETTERA DEL PRESIDENTE



A dispetto di tutte le previsioni anche il 2014 ha evidenziato forti criticità sotto il profilo economico e le tensioni sociali, evidenziate da tutti gli indicatori statistici, dal dato occupazionale alla capacità di spesa, si sono acuite.

L'economia regionale ha dunque stentato a ripartire e nonostante un primo semestre nel quale, anche a seguito di una ripresa della domanda estera, il trend sembrava indicare un leggero miglioramento, complessivamente possiamo evidenziare ancora una volta come i lievi segnali positivi non siano riusciti a divenire volano per una ripresa più complessiva dell'economia che, in particolare dopo l'estate, ha visto segnali negativi.

In questo contesto la complessiva contrazione delle vendite registrata a livello nazionale si è tradotta per Nova Coop in un calo significativo nelle vendite (quasi 1,5% a rete assoluta).

Di fronte a una situazione economica l'intero sistema Coop si è trovato di fronte alla necessità di ripensare profondamente se stesso al fine di produrre quella innovazione necessaria allo svolgimento di quel ruolo di tutela dei soci e dei loro diritti che gli è proprio.

Questo è valso in modo particolare per Nova Coop che ha considerato la crisi come un'occasione per migliorare il proprio modo di operare, determinando nel processo di ricerca dell'efficienza dei processi produttivi, di sede o rete, quelle risorse necessarie per mantenersi competitiva sul mercato.

Nel 2014 infatti è stato attuato un processo di riorganizzazione aziendale che già nell'anno ha prodotto risultati positivi. L'attenzione al contenimento di tutte le principali voci dirette di costo e la gestione attenta della rete vendita hanno permesso di consolidare un risultato netto della gestione caratteristica superiore alle stime di budget e alla chiusura dello scorso anno.

I positivi risultati consuntivati hanno consentito di avere maggior determinazione nella applicazione di politiche commerciali di forte convenienza, ulteriormente ampliate nei primi mesi del 2015, e alla rivisitazione profonda delle politiche promozionali grazie alla campagna "scegli tu" fortemente apprezzata dai soci e dai clienti.

In particolare i Soci, primi destinatari del nostro impegno, hanno potuto risparmiare nel 2014 ben 106 milioni di euro grazie alle promozioni a loro riservate; complessivamente sono 124,5 i milioni risparmiati da chi ha fatto la spesa in Nova Coop nel corso dell'anno.

La Cooperativa ha poi investito per qualificare la sua presenza sul territorio, con l'apertura dell'Ipermercato di Collegno e la riapertura, con un rinnovato formato superstore, del punto vendita di Corso Molise a Torino, realizzati entrambi al termine di due percorsi di progettazione partecipata che hanno visto coinvolte le comunità territoriali. L'apertura di un nuovo distributore Enercoop a Pinerolo, dopo quello di Biella, sottolinea l'impegno di Nova Coop nella diversificazione delle proprie attività, per aumentare le opportunità di risparmio dei consumatori intervenendo in una pluralità di settori.

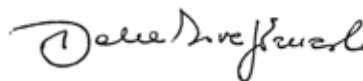
Infine, Nova Coop continua a investire una parte importante del proprio impegno e delle proprie risorse per rafforzare la propria presenza e distintività all'interno delle comunità in cui opera. Anche in questo contesto complesso sono aumentate le iniziative e i contributi verso l'associazionismo locale, per la promozione della legalità a supporto di Libera, per la diffusione del progetto Buon Fine e, soprattutto a sostegno della scuola pubblica realizzatosi attraverso più iniziative fortemente promosse dai nostri soci.

Il 2014 è stato inoltre l'anno in cui si è completato il processo di trasferimento delle attività centrali presso la sede di Vercelli, la "nuova casa" dei lavoratori di Nova Coop, progettata con criteri di sostenibilità ambientale e introducendo elementi a supporto del benessere in azienda.

Il condividere un unico luogo fisico ha sicuramente facilitato la collaborazione e il confronto fra le diverse direzioni aziendali e ciò ha favorito sicuramente il lavoro di definizione del piano strategico della Cooperativa che elaborato nel corso del 2014 è stato approvato nei primi mesi del 2015 dal nostro Consiglio di Amministrazione.

Per realizzare i positivi risultati di bilancio che presentiamo ai soci è stato decisivo l'impegno grande e costante di tutte le donne e gli uomini che in Nova Coop lavorano e che, a nome del Consiglio di Amministrazione, ringrazio.

Ernersto Dalle Rive  
Presidente Nova Coop





**LA METODOLOGIA UTILIZZATA**

## Il Bilancio 2014 è la sesta esperienza di rendicontazione di sostenibilità per Nova Coop.

La Cooperativa ha rivolto un impegno importante per anticipare i tempi in cui il documento viene pubblicato, in modo che la rendicontazione di sostenibilità sia allineata con quella civilistica e gestionale. Questo contribuirà a presentare una visione d'insieme dell'attività svolta nel momento fondamentale di incontro tra Nova Coop e la sua proprietà, ossia le Assemblee di Bilancio.

Il Bilancio di Sostenibilità 2014 presenta alcune novità nella struttura rispetto all'anno precedente:

- il documento è articolato per capitoli che corrispondono ai principali stakeholder della Cooperativa (Soci, Consumatori, Lavoratori, Fornitori, Comunità), e uno specifico capitolo è dedicato all'Ambiente;
- nella parte iniziale del documento è presentata, con indicatori e informazioni chiave, una sintesi dei principali avvenimenti dell'anno (pgg. 21-27);
- nel documento sono inserite numerose interviste realizzate a stakeholder della Cooperativa, con l'obiettivo di integrare la voce diretta di chi è coinvolto nelle attività che vengono presentate.

Per migliorare la leggibilità del documento ci si è posti l'obiettivo di renderlo più sintetico; sono stati quindi ridotti alcuni contenuti che rappresentano una visione statica, dando maggiore spazio agli aspetti in evoluzione. Per lo stesso motivo sono stati riportati gli indicatori ritenuti più efficaci nel presentare ai lettori l'evoluzione della realtà Nova Coop e i risultati delle scelte fatte.

Nella progettazione del documento, nella raccolta di dati ed informazioni e nella verifica dei testi è stato coinvolto il Gruppo di Lavoro interdirezionale, coordinato dalla funzione Responsabilità Sociale che ha in capo il processo di redazione.

CHI È NOVA COOP

## Missione e Valori

La missione e i valori di Coop sono rappresentati dai principi cooperativi emanati dai “Probi Pionieri di Rochdale”, i padri fondatori della cooperazione moderna. I principi di democrazia, solidarietà, giustizia sociale, spirito associativo, responsabilità sociale continuano ad essere il punto di riferimento imprescindibile per ogni Cooperativa.

Dallo Statuto Sociale di Nova Coop riportiamo i tratti salienti che la Cooperativa si impegna a realizzare:

Art.1

La Cooperativa persegue la funzione sociale, lo scopo e i principi mutualistici senza fine di speculazione privata previsti dall'arte 45 della Costituzione.

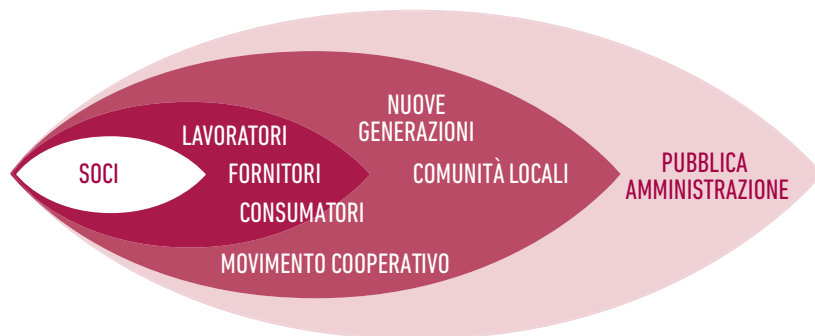
Art.4 La Cooperativa si propone di:

- Fornire ai consumatori, soci e non, beni e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili;
- tutelare gli interessi dei consumatori, la loro salute e sicurezza anche accrescendone e migliorandone l'informazione e l'educazione attraverso apposite iniziative;
- promuovere e favorire lo spirito di previdenza e di risparmio dei soci;
- promuovere e favorire lo sviluppo della Cooperazione anche a livello internazionale;
- promuovere ed organizzare attività e servizi culturali, ricreativi e socialmente utili;
- contribuire a tutelare l'ambiente;
- intervenire a sostegno dei paesi in via di sviluppo e delle categorie sociali disagiate.

La storia della cooperazione di consumo in Piemonte affonda le radici nella rete di piccoli spacci alimentari organizzati dai circoli operai nella seconda metà dell'Ottocento nati a loro volta dalle Società di Mutuo Soccorso. In particolare a Torino fu l'Associazione Generale degli Operai che nel 1854 diede vita al primo Magazzino di Previdenza, considerato la prima Cooperativa di consumo in Italia. Questo primo magazzino iniziò la sua attività vendendo a prezzo calmierato il vino, la farina e l'olio. Solo più tardi gli spacci assunsero la dimensione di negozio come li vediamo nelle foto d'epoca.

## I Portatori di Interesse

Gli interlocutori privilegiati che la Cooperativa ha identificato per realizzare la propria missione sono riportati nella mappa degli stakeholder che ha al centro quelli maggiormente rilevanti cioè i nostri soci; la distanza dal centro dipende dai rapporti di mutua dipendenza e di influenza che caratterizzano la relazione fra la Cooperativa ed il gruppo di portatori di interesse identificati; una mappa che continua a mantenere la propria validità con il passare del tempo.



La mappa offre una rappresentazione grafica dell'ampia rete di soggetti con cui la Cooperativa quotidianamente si rapporta:

- **I Soci:** costituiscono la proprietà sociale della Cooperativa, partecipano attraverso varie modalità al governo della Cooperativa, ne eleggono gli organi di governo e ne approvano i bilanci annuali. Svolgono una fondamentale funzione di collegamento con le realtà locali attraverso le istanze sociali regolamentate dallo Statuto della Cooperativa.
- **I Lavoratori:** componente essenziale della Cooperativa. Attraverso il loro impegno, professionalità e competenza, rispondono alle esigenze di soci e consumatori, cercando di soddisfarne al massimo bisogni e richieste.
- **I Consumatori:** sono coloro, soci o non soci, cui la Cooperativa si rivolge con la propria offerta per adempiere agli obblighi statutari e coloro che concretamente decretano il successo delle politiche di Nova Coop.
- **I Fornitori:** sono i partner commerciali con cui Nova Coop collabora e costituiscono l'elemento fondamentale per poter rispondere al meglio alle richieste di soci e consumatori. Qualità delle merci, punti vendita accoglienti e politica di vendita possono migliorare sensibilmente con una buona intesa.
- **Il Movimento Cooperativo:** l'insieme del sistema Cooperativo (Consorzi e strutture associative politico-sindacali) condivide con Nova Coop gli obiettivi generali del movimento cooperativo. Attraverso questa collaborazione si possono realizzare interventi particolarmente significativi sul territorio e perseguire gli obiettivi mutualistici e sociali definiti.
- **La Comunità locale:** tutti quei soggetti con cui rapporta la Cooperativa nel territorio, sia che si tratti di persone, che di istituzioni ed organizzazioni di vario tipo. Il rapporto con la comunità locale è elemento qualificante e peculiare delle politiche cooperative.
- **Le Nuove Generazioni:** la Cooperativa porta il suo contributo alla formazione delle nuove generazioni, attraverso la collaborazione ed il supporto al mondo della scuola, l'educazione al consumo consapevole ed alle molte attività di sensibilizzazione alla cittadinanza proattiva.
- **La Pubblica Amministrazione:** sono i soggetti istituzionali con cui Nova Coop si confronta sul Territorio per le attività sociali ed imprenditoriali: anche in questo caso prevale l'idea che sia necessaria una forte collaborazione, oltre al rigoroso rispetto delle normative, per migliorare la presenza sul territorio stesso.

# L'Assetto Istituzionale

Nova Coop è una Cooperativa di consumatori nata nel 1990 dalla fusione tra Coop Piemonte e Coop CPL di Galliate. E' iscritta all'albo delle cooperative nella sezione cooperative a mutualità prevalente, categoria cooperative di consumo. Sulla base del principio della "**porta aperta**" il numero dei soci ammissibili è illimitato e comprende sia le persone fisiche che le persone giuridiche. L'ammissione a socio è disciplinata dallo Statuto della Cooperativa. A fine 2014 i soci Nova Coop erano 743.445.

Nova Coop fin dall'inizio si è dotata di uno statuto e di un regolamento che individua in dettaglio le modalità di conduzione dell'impresa ossia l'insieme degli istituti che consentono ai soci di esercitare il governo della Cooperativa. I soci esercitano la proprietà sociale attraverso gli strumenti della partecipazione democratica secondo il principio "**una testa un voto**".

Infatti il primo elemento della governance è rappresentato dalle Assemblee Separate di Bilancio che la Cooperativa organizza annualmente il cui principale obiettivo consiste nella discussione del bilancio di esercizio e, ogni tre anni, nell'elezione dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio sindacale. In sede di Assemblea Separata vengono inoltre eletti i delegati da inviare all'Assemblea Generale, dove rappresentano le decisioni prese nelle singole assemblee.

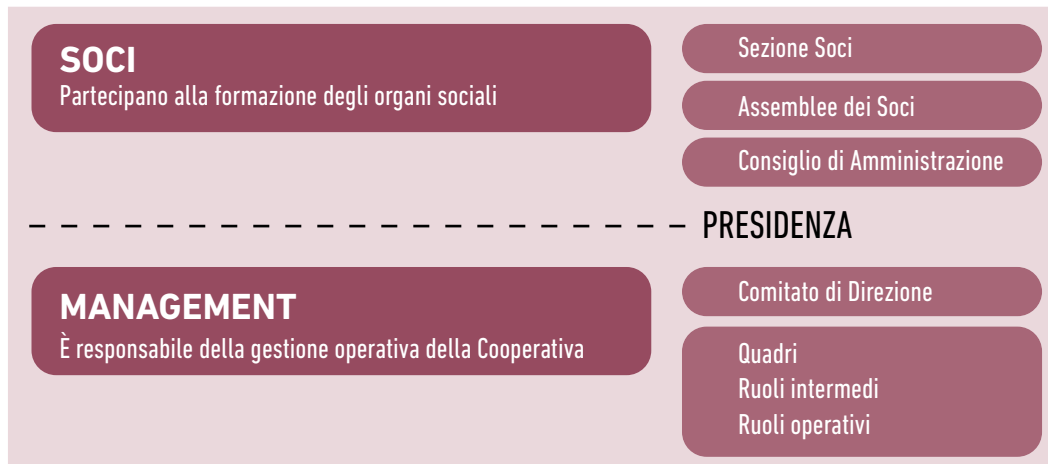
Le assemblee del 2014 hanno visto una crescita di presenze complessive e di votanti rispettivamente dell'8% e del 6,4% a testimonianza dell'interesse e della partecipazione attiva dei soci nei confronti della Cooperativa.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da 30 consiglieri e suo compito è quello di assumere le decisioni strategiche per il buon andamento e per lo sviluppo della Cooperativa: approvazione dei budget preventivi, dei programmi pluriennali di attività, degli investimenti per nuovi insediamenti commerciali, dei contratti integrativi aziendali.

Il Consiglio di Amministrazione elegge fra i propri componenti il Presidente ed uno o più Vicepresidenti ed ha la facoltà di istituire un Comitato di Direzione.

La gestione operativa della Cooperativa si fonda su una struttura articolata in diverse Direzioni aziendali coordinate dal Presidente della Cooperativa. Il Comitato di Direzione funge da organo operativo di collegamento interno, di alta direzione e di proposta per le deliberazioni del Consiglio di Amministrazione.

L'immagine qui di seguito riportata aiuta a comprendere meglio l'importanza della base sociale per arrivare all'elezione del Consiglio di Amministrazione e, quindi, del Presidente della Cooperativa da cui dipende la vera e propria gestione aziendale. La Presidenza è il vero e proprio snodo fra la base sociale e il management aziendale.



I soci sono organizzati in Sezioni, costituite dal Consiglio di Amministrazione ed allo stesso rispondono del loro operato.

A verificare la corretta amministrazione della Cooperativa, l'osservanza delle leggi e dello statuto è il Collegio Sindacale costituito da tre membri effettivi e due supplenti.

## Il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo (D. Lgs. 231/2001)

Ispirandosi alle linee guida ANCC/COOP e alla "Carta dei valori", Nova Coop si è dotata di un "Modello di organizzazione gestione e controllo" (MOG) finalizzato a dare applicazione alle prescrizioni del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n.231.

Tale Decreto prevede che qualora amministratori, dirigenti o dipendenti di una società commettano un reato nell'interesse o a vantaggio della società, tra quelli rientranti nell'elenco definito dal Decreto, oltre alla responsabilità penale in capo agli autori del reato, insorga una responsabilità amministrativa a carico della società medesima, che può comportare l'applicazione di gravi sanzioni pecuniarie e interdittive dell'attività.

La Cooperativa si è dotata, come previsto dal Decreto stesso, dell'Organismo di Vigilanza (OdV) incaricato di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello e di promuoverne l'aggiornamento. L'OdV attualmente in carica è stato nominato in data 28 settembre 2013.

L'ultimo aggiornamento del MOG è stato approvato dal CdA il 28 marzo 2015 e recepisce le recenti modifiche organizzative interne: unificazione dei due canali commerciali, riorganizzazione delle Risorse Umane e dell'Amministrazione.

Sono state inserite le nuove fattispecie di reato introdotte dal legislatore (corruzione fra privati, induzione indebita a dare o promettere utilità). Inoltre è cambiata la modalità redazionale: la stesura è per processi e non per funzioni e sono stati introdotti allegati specifici per la valutazione dei rischi e per l'identificazione dei processi a rischio per ciascuna fattispecie di reato.

11° Congresso Legacoop Piemonte

# Giancarlo Gonella

*Presidente di Legacoop Piemonte*





# Il Sistema Coop

**Nova Coop** definisce la propria azione muovendosi all'interno del **sistema della cooperazione di consumo** di Coop, inserito in **Legacoop** - che opera per promuovere lo sviluppo della cooperazione e della mutualità, dei rapporti economici e solidaristici delle cooperative aderenti, e per favorire la diffusione dei principi e dei valori cooperativi - e nell'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori - Coop (ANCC-COOP), costituita nel 1955.

Coop, leader della grande distribuzione alimentare in Italia, è l'insegna delle cooperative di consumatori che, nel tempo, ha sviluppato una rete di negozi moderni, cresciuta con i propri soci a misura delle loro esigenze: minimercati, supermercati, ipermercati. Il sistema è formato da cooperative di tre diverse tipologie:

- Grandi cooperative (9) – tra le quali Nova Coop – che gestiscono una rete di vendita estesa e articolata e operano su territori regionali o interregionali.
- Medie cooperative (12) che gestiscono una rete di negozi dislocati in ambito provinciale o interprovinciale.
- Piccole cooperative (84) con un singolo o un numero limitato di punti vendita di dimensioni minori, dislocati in piccole località.

Nova Coop, Coop Liguria e Coop Lombardia rappresentano le tre cooperative di consumatori leader nel campo della grande distribuzione nell'Italia nordoccidentale, che insieme hanno deciso di costituire il **Consorzio delle Cooperative del Nord Ovest (CCNO)** per mettere in comune servizi e applicare una logica di sistema in alcune delle fasi cruciali del lavoro: la gestione dei processi di marketing, della logistica, delle merci e dei sistemi informativi.

La struttura di ANCC-COOP è costituita da alcuni consorzi, il più importante dei quali è Coop Italia che è la centrale acquisti marketing del Sistema Coop. Essa ha una struttura dedicata agli acquisti in coerenza con la missione del sistema Coop di garantire qualità, sicurezza alimentare, convenienza (politiche di acquisto), rispetto dell'ambiente e per migliorare costantemente il servizio ai soci e ai clienti Coop.

È attivo inoltre il **Consorzio Nazionale Non Alimentari (C.N.N.A.)** che, in quanto piattaforma logistica non food del sistema Coop, distribuisce merce ai vari punti vendita, gestendo circa 25.000 articoli ubicati nei vari magazzini e piattaforme per complessivi 65.000 metri quadri.

All'interno del Sistema Coop svolgono un ruolo rilevante anche altri istituti:

- **Scuola Coop** è l'istituto di formazione delle cooperative di consumatori.
- **INRES** è il consorzio nazionale che progetta le strutture di vendita Coop, ne segue la realizzazione ed offre consulenza e assistenza per l'adozione di nuove tecnologie attraverso i suoi settori specialistici.



## La Presenza sul Territorio

Nova Coop è presente, con i propri 61 punti vendita, suddivisi tra iper e super in maniera capillare nel territorio piemontese. Le presenze più forti sono nel torinese e nel novarese (comprensivo del VCO, fino a qualche anno fa facente parte della provincia di Novara), province di origine di Coop CPL e Coop Piemonte.

### Ipermercati

- 1 Beinasco (TO) - Strada Torino, 34/36
- 2 Biella - Via John Lennon, 4/B
- 3 Borgomanero (NO) - Via della Repubblica, 1
- 4 Borgosesia (VC) - Via XXV Aprile, 16
- 5 Casale Monferrato (AL) Via Madre Teresa di Calcutta, 1
- 6 Chieri (TO) - Via Polesine, 2
- 7 Ciriè (TO) - Via Robassomero, 99
- 8 Crevoladossola (VB) - Via Garibaldi, 4 Cuneo - Via Cascina Colombaro, 26/A
- 9 Cuneo - Via Cascina Colombaro, 26/A
- 10 Cuorgnè (TO) - Via Salassa, 7
- 11 Galliate (NO) - Via Monte Nero, 36
- 12 Gravellona Toce (VB) - Corso Marconi, 46
- 13 Novara - Via Porzio Giovanola Ugo, 11
- 14 Pinerolo (TO) - Corso della Costituzione, 8
- 15 Torino - Via Livorno, 51
- 16 Valenza (AL) - Via Benvenuto Cellini, 185
- 17 Collegno (TO) - Via Fermi
- 13 Domodossola (VB) - Piazza Matteotti, 10/11
- 14 Domodossola (VB) - Via Cassino, 12
- 15 Gattinara (VC) - Corso Garibaldi, 146
- 16 Luino (VA) - Via Ghiringhelli, 1
- 17 Nichelino (TO) - Piazza A. Moro, 50
- 18 Novara - Via Fara, 43
- 19 Novara - Via XXIII Marzo, 200
- 20 Oleggio (NO) - Via Novara, 99 / A
- 21 Omegna (VB) - Piazza Nobili de Toma, 13
- 22 Orbassano (TO) - Via Cervetti Cesare, 22
- 23 Pinasca (TO) - Via Sestriere, 73 Loc. Castelnuovo
- 24 Piossasco (TO) - Via Torino, 54
- 25 Rivoli (TO) - Via Nizza, 15/A
- 26 San Mauro Torinese (TO) - Via Trieste, 20/22
- 27 Santhià (VC) - Via Galileo Ferraris, 21E / 21F
- 28 Savigliano (CN) - Via Duccio Galimberti, 10/12
- 29 Settimo Torinese (TO) - Via Fantina, 20/ L
- 30 Strambino (TO) - Via Circonvallazione, 33
- 31 Susa (TO) - Via Donatori di Sangue, 21

### Supermercati

- 1 Alessandria - Via Sclavo, 15
- 2 Arona (NO) - Via Monte Pasubio, 6
- 3 Asti - Via Monti, 2
- 4 Avigliana (TO) - Corso Laghi, 84
- 5 Borgaro Torinese (TO) - Via Lanzo, 181
- 6 Bra (CN) - Via Senatore Sartori, 9
- 7 Caluso (TO) - Corso Torino, 51/ A
- 8 Cameri (NO) - Via Ugo Foscolo, 32
- 9 Casale Monferrato (AL) - Piazza Aldo Moro, 15
- 10 Castano Primo (MI) - Via Trieste, 1
- 11 Chivasso (TO) - Corso Galileo Ferraris, 191
- 12 Collegno (TO) - Via Roma, 57 - 57A - 57B
- 32 Torino - Corso Belgio, 151 / D
- 33 Torino - Piazza Respighi, 8
- 34 Torino - Via Borgaro, 97 / D
- 35 Tortona (AL) - Via Tommaso Campanella, 5
- 36 Tradate (VA) - Via Monte San Michele, 69
- 37 Trecate (NO) - Via Galileo Ferraris, 38
- 38 Trino Vercellese (VC) - Corso Galileo Ferraris, 3
- 39 Trivero (BI) - Frazione Ponzone, 173
- 40 Verbania (VB) - Via Colombo ang. F.lli Cervi
- 41 Vercelli - Largo Chatillon, 10
- 42 Villadossola (VB) - Via Campo Sportivo, 1
- 43 Volpiano (TO) - Via Trento, 135
- 44 Torino (TO) - Corso Molise





Crevoladossola ●  
●● Domodossola  
● Villadossola

● Luino

■ Verbania

● Gravelona Toce  
● Omegna

● Tradate

● Borgosesia ● Arona ●  
● Gattinara ● Borgomanero  
● Trivero

■●● Biella

● Oleggio

● Cameri ● Galliate ●  
● Castano Primo

■ Novara

●● Trecate

● Cuorgnè ● Strambino

● Santhià

■ Vercelli

● Ciriè ● Borgaro

● Caluso

● Chivasso ●  
● Settimo T.se

● Trino Vercellese

● Avigliana ● Collegno ●  
● Orbassano ● Rivoli ●  
● Piossasco ● Beinasco ●

■ Torino

●● Casale ●  
● Monferrato

● Pinasca ●● Pinerolo

●● Chieri ●  
● Nichelino

● Valenza

■ Alessandria ●  
● Tortona

■ Asti

● Carmagnola

● Bra

● Savigliano

■ Cuneo

■ SUPERMERCATI

■ IPERMERCATI

●●● DISTRIBUTORI

**I PRINCIPALI INDICATORI  
E FATTORI INTERVENUTI NEL 2014  
IN SINTESI**

## La Sostenibilità per Nova Coop

La sostenibilità in Nova Coop non è una pratica aggiuntiva alla gestione aziendale, Nova Coop racconta una sola storia, quella di una Cooperativa al servizio dei propri soci sia per la garanzia di qualità e prezzo sui beni venduti, che per la ferma convinzione di interpretare il mandato statutario attraverso le iniziative di solidarietà sul territorio, la formazione e lo sviluppo delle giovani generazioni, il rispetto dell'ambiente, la affermazione della legalità, l'obiettivo del mantenimento della intergenerazionalità attraverso le proprie decisioni di investimento.

Questo approccio rende la Cooperativa un'azienda continuamente aperta al confronto ed agli stimoli esterni, a partire da quelli dei soci che Nova Coop incontra tante volte tante quante sono le assemblee separate, i corsi, i viaggi, le mostre, gli incontri sul territorio. Questa apertura agli stakeholder espone la Cooperativa a una pluralità di richieste e legittime aspettative elevate. Tutto questo vale, se possibile ancora di più, nel difficile contesto di mercato in cui l'azienda opera ormai da diversi anni.

Il 2014 poteva segnare l'avvio della ripresa dell'economia italiana; purtroppo le speranze sono rimaste disattese e l'anno è terminato con un andamento economico in miglioramento, ma ancora negativo. I consumi delle famiglie hanno iniziato a mostrare qualche cenno di graduale stabilizzazione. Si tratta di primi segnali, comunque significativi dopo una fase di profonda caduta, ma, che non sembrano però ancora in grado di innescare una vera ripresa dei consumi. In questo contesto Nova Coop ha confermato il proprio impegno per sostenere le famiglie nella critica situazione economica e sociale, protrattasi in questi ultimi anni, attraverso promozioni e tagli prezzi e azioni mirate sui prodotti a marchio Coop al fine di rendere più conveniente la spesa quotidiana, e ampliando la propria mutualità con i distributori di carburante.

Ha inoltre proseguito nel suo impegno sui territori, articolato in molteplici ambiti, tra cui si possono citare: l'educazione al consumo consapevole per 26.000 ragazzi; le molteplici iniziative a supporto delle scuole; la promozione della cultura e della coesione sociale; tutto questo consolidando e anzi incrementando l'occupazione.

La Cooperazione dunque, proponendosi come moderno e efficace sistema di valori che pone al centro delle sue politiche la valorizzazione delle persone, la coerenza con la mission e l'eticità, rappresenta un modello economico sostenibile e diviene un importante luogo di realizzazione degli individui. La responsabilità sociale diventa un suo tratto davvero caratterizzante quanto più è connessa con l'attività imprenditoriale e arriva a permeare la maniera di fare impresa.

**Principali indicatori economico-socio-ambientali**

			2013	2014	Variazione
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	euro		1.032.700.000	1.016.500.000	-1,6%
Risultato d'esercizio ante imposte	euro		20.291.400	21.095.500	4,0%
Utile o perdita dell'esercizio	euro		11.103.943	11.272.562	1,5%
Cash flow gestione	euro		59.354.000	59.396.000	0,1%
Investimenti	euro		69.643.033	61.539.804	-11%
Valore aggiunto globale lordo	euro		353.998.966	356.552.053	0,7%
Patrimonio netto	euro		720.505.000	732.089.000	1,6%
Punti vendita	numero		59	61	3,4%
Comuni di presenza	numero		53	53	0,0%
soci					
	Soci	numero	718.043	743.445	3,5%
	Soci prestatori	numero	78.433	81.218	3,6%
	Soci attivi	numero	774	774	0,0%
	Soci votanti alle Assemblee di Bilancio	numero	8.283	8.816	6,4%
	Valore promozioni e sconti	euro	119.000.000	124.500.000	4,6%
personale					
	Lavoratori (Nova Coop)	numero	4.690	4.754	1,4%
	Quota contratti a tempo indeterminato	%	94,00%	92,45%	-1,6%
	Ore totali di formazione	numero	43.838	44.427	1,34%
comunità locali					
	Pasti giornalieri realizzati con "Buon Fine"	numero	550.000	582.000	5,8%
	Punti devoluti ad iniziative di Solidarietà	numero	1.020.500	1.558.800	52,7%
	Studenti coinvolti nell'attività di educazione al consumo consapevole	numero	26.450	26.500	0,2%
	Iniziative sul territorio	numero	1.686	1.711	1,5%
l'impatto ambientale					
	Consumi totali di acqua	mc	371.700	365.366	-1,7%
	Consumi totali di metano	mc	2.984.661	2.776.111	-7,0%
	Consumi totali di energia elettrica	KWh	101.900.000	99.400.000	-2,5%
	Impianti fotovoltaici	numero	14	17	21,4%
	Energia prodotta con impianti fotovoltaici	kWh	3.677.431	4.054.883	10,3%
	Quota energia rinnovabile prodotta sul totale consumi	%	3,60%	4,10%	0,5 %
	CO2 non immessa nell'ambiente grazie a fonti rinnovabili	tonn.	2.387	2.630	10,1%

## La riorganizzazione e il Piano strategico

Dal 2008 in Nova Coop si è realizzato un rilevante processo di cambiamento, che ha portato nel 2014 a due eventi importanti.

In primo luogo è stata applicata la nuova organizzazione aziendale, finalizzata a migliorare l'efficacia con cui la Cooperativa si muove nel contesto di mercato e che ha portato, tra gli altri interventi, alla realizzazione di un'unica Direzione Commerciale intercanale.

Nella seconda metà dell'anno è stato definito il Piano Strategico, lo strumento di programmazione della Cooperativa, che indica gli obiettivi e le prospettive di medio termine.

**Fare un salto di qualità e innovare continuamente per mantenere la leadership** è in sintesi la filosofia del Piano Strategico 2015-2020 di Nova Coop, che prevede 214 milioni di euro di investimenti, nuovi format di vendita, un maggiore spazio per i prodotti a marchio e del territorio, l'introduzione ufficiale di un innovativo piano di welfare aziendale.

Il grande valore di questo Piano, ancor prima dei risultati che deriveranno dalla sua applicazione, è la modalità con cui è stato elaborato, attraverso mesi di lavoro di un gruppo interdirezionale, coordinato dal Vice Presidente e Responsabile dell'Area Sviluppo Giuseppe Nicolo, che ha coinvolto tutte le aree della Cooperativa.

## La sede di Vercelli: la nuova casa per i lavoratori di Nova Coop

Il 2014 è l'anno in cui è diventata pienamente operativa la nuova sede di Vercelli, che ha riunito tutte le attività centrali precedentemente svolte a Leinì e Galliate. La sede è stata progettata prestando grande attenzione sia alle persone che all'ambiente. Gli stessi lavoratori sono stati coinvolti per raccogliere le loro opinioni ed esigenze su come rendere gli spazi fruibili e piacevoli per il lavoro e per i momenti di pausa. Sono state applicate numerose soluzioni che garantiscono l'uso attento delle risorse energetiche.

La nuova sede rappresenta una novità importante anche per l'organizzazione e la cultura d'azienda: trovarsi nello stesso luogo ha facilitato la fluidità dei processi ed ha reso più agevole compiere quel grande sforzo di visione comune che si è concretizzato nel Piano Strategico.





## Politiche di convenienza

Coop in questi lunghi anni di difficoltà economiche per le famiglie ha lavorato molto in **difesa del potere d'acquisto dei soci e dei consumatori**, per rendere più conveniente la spesa quotidiana, attraverso promozioni, tagli prezzi e azioni mirate con particolare riferimento ai prodotti a marchio Coop; la crescita di questi ultimi in valore e in quantità dimostra come siano stati percepiti un valido aiuto per coniugare convenienza e qualità.

La Cooperativa, per dare sostanza agli obiettivi statutari ha, come sempre, cercato attraverso un'attenta politica di prezzo di competere con tutte le insegne presenti nel territorio, ricercando nella competitività una posizione da leader o co-leader nei confronti delle insegne concorrenti. L'investimento totale promozionale sostenuto nel 2014 è stato di 124,5 milioni di euro.

Per rispondere in modo puntuale alle esigenze di soci e clienti, spesso molto differenziate tra loro, nel 2014 è stata introdotta una nuova meccanica promozionale denominata "Scegli tu". Grazie all'utilizzo di "bolloni" adesivi, soci e clienti hanno avuto la possibilità di scegliere, all'interno di pacchetti di prodotti a marchio Coop o delle grandi marche dell'industria, a quali articoli farsi applicare un importante sconto direttamente in cassa. Quest'approccio, che permette la "personalizzazione" della promozione direttamente sui bisogni del singolo socio e cliente, è stato molto apprezzato dai consumatori.

## Il supporto all'educazione e alle scuole

Il legame con il mondo della scuola è un esempio concreto e misurabile dell'impegno di Coop a sostegno della comunità in cui opera. Le attività di educazione al consumo consapevole hanno messo a frutto tutto il patrimonio di esperienze, materiali didattici, azioni concrete sul tema cibo per preparare gli studenti all'evento Expo. Inoltre nel 2014 Nova Coop è intervenuta direttamente a sostegno delle scuole del territorio con due progetti impegnativi: **"Adotta una scuola"** e **"Coop per la scuola"**. Entrambi i progetti hanno visto il coinvolgimento attivo di Amministrazioni locali e scuole e beneficiato del supporto delle Sezioni Soci; anche grazie a questo, la risposta da parte dei Soci e del personale è stata estremamente positiva.

Con il progetto "Adotta una Scuola", lanciato già nel 2013, Nova Coop ha sostenuto le scuole pubbliche primarie e dell'infanzia attraverso la possibilità di trasformare i punti raccolti dai soci in sostegno economico a progetti diversi.

"Coop per la scuola", nell'anno scolastico 2014-2015, ha visto l'adesione di più di mille scuole e un valore di premi donati superiore ad 1.000.000 di euro scelti da un ricco catalogo a sostegno sia dell'innovazione tecnologica sia delle normali attività didattiche. La raccolta dei bollini ha infatti consentito alle scuole di dotarsi di strumentazioni moderne e qualificanti: videoproiettori, lavagne interattive multimediali, personal computer, stampanti.

Il successo di queste iniziative premia di sicuro l'attenzione ed impegno di Coop per il proprio territorio e per il mondo della scuola in particolare, a fronte delle situazioni difficili in cui molti istituti si trovano a operare.

## Il Servizio offerto da Enercoop

È stata inaugurata la nuova stazione di servizio Enercoop a Pinerolo, presso il centro commerciale “Le Due Valli”, che eroga benzina, gasolio, GPL e metano a marchio EnerCoop a prezzi al di sotto della media del mercato. Con questa iniziativa si è voluto favorire i soci e i consumatori offrendo loro la possibilità di un servizio moderno ed efficace con un impianto all'avanguardia, attraverso cui coniugare la fedeltà al marchio di insegna Coop alla possibilità di risparmiare in una fase economica molto difficile per le famiglie.

Sono stati investiti 1.700.000 euro per costruire il nuovo distributore che si sviluppa su una superficie di 4.050 mq e che è stato realizzato prestando la massima attenzione al rispetto dell'ambiente e al risparmio energetico, esso infatti è dotato di un impianto fotovoltaico di 76 mq.

Questa nuova stazione di servizio, la seconda in Piemonte dopo Biella e la ventesima a marchio Coop in Italia, è anche l'occasione per lanciare un segnale concreto sul tema delle liberalizzazioni che possono essere un elemento di valore aggiunto per i consumatori.





## Lo Sviluppo della rete

Nel 2014 la rete vendita di Nova Coop si è arricchita e qualificata con due importanti aperture.

È stato completato il **Centro Commerciale "ex Elbi" a Collegno**, all'interno del quale si trova un ipermercato da 4.500 mq di area vendita, integrato da grandi piazze pubbliche; questo intervento ha permesso di riqualificare una ex-area industriale dismessa in corrispondenza del capolinea della metropolitana Fermi.

L'apertura del nuovo **supermercato di Torino Corso Molise** in sostituzione del vecchio punto vendita è avvenuta all'interno di un programma di **progettazione urbanistica partecipata** che ha coinvolto i Soci di riferimento e la Circostrizione Vallette-Lucento. Il supermercato è dotato delle più innovative tecnologie volte al risparmio energetico.

Nel 2014, inoltre, Nova Coop si è aggiudicata il bando per l'area TNE (Torino Nuova Economia) a Torino, all'interno di un vasto programma di riqualificazione urbana che riguarda una parte degli stabilimenti industriali dismessi della Fiat Mirafiori.



# I RISULTATI ECONOMICI

## I Risultati Economici e Finanziari di Nova Coop

Il 2014 rappresenta un esercizio i cui risultati, se opportunamente contestualizzati nel precario quadro economico in cui sono stati realizzati, possono essere ritenuti soddisfacenti.

Il risultato di tutte le gestioni della Cooperativa, nel complesso, ha permesso di effettuare una politica di bilancio sempre più orientata alla prudenza e al consolidamento dei fondamentali patrimoniali tipici di una impresa sana e che guarda al futuro, anche attraverso la lente degli obiettivi dichiarati del **piano strategico** da poco approvato.

Nova Coop ha considerato la crisi come un'occasione per affrontare i propri ambiti di miglioramento e superare difetti organizzativi e operativi, anche attraverso un processo di **riorganizzazione aziendale** attuato nel 2014 che non ha appesantito i risultati, ma ha già prodotto nell'anno risultati virtuosi.

Anche nel 2014 Nova Coop ha superato la soglia del miliardo di fatturato, risultato tendenzialmente in linea con il risultato dell'esercizio precedente, nonostante l'ormai noto perdurare dello stato di crisi abbia causato un calo significativo nelle vendite (a rete assoluta, vicina a -1,7%). Tuttavia il contenimento di tutte le principali voci dirette di costo e la gestione attenta della rete vendita, hanno permesso di consolidare un risultato netto della gestione caratteristica superiore alle stime di budget e alla chiusura dello scorso anno.

**I ricavi delle vendite e delle prestazioni**, dato che include anche talune componenti di ricavo diverse dai corrispettivi di vendita, registrano una lieve flessione sull'esercizio precedente, circa 1,6%, passando da 1.032.700.000 a 1.016.500.000 euro, mentre il **risultato operativo, di 8.903.300 euro, risulta in forte crescita** (+28,41%) rispetto a quanto fatto registrare nel 2013.

La Gestione Finanziaria fornisce un importante contributo alla realizzazione del positivo risultato di esercizio, tant'è che il risultato finanziario netto realizzato dopo aver speso oltre 15 milioni di svalutazione in titoli e partecipazioni, risulta di (13.397.963).

Il cash flow di 59.396.000 euro, ha quasi interamente coperto il fabbisogno per gli investimenti in immobilizzazioni strumentali effettuati nell'esercizio.

La crescita del livello occupazionale, nel numero di 64 lavoratori, l'ulteriore allargamento della base sociale (del 3,5% rispetto all'anno precedente), il rafforzamento patrimoniale della Cooperativa sono testimonianze dell'attenzione data alla salvaguardia dell'occupazione e del patrimonio intergenerazionale, a garanzia di quei soci che hanno accordato fiducia alla Cooperativa affidandole i propri risparmi.



## 2014 in cifre

### STATO PATRIMONIALE

#### ATTIVO

2014

Immobilizzazioni materiali e immateriali	864.682.812
Immobilizzazioni finanziarie	266.349.151
Attivo circolante	1.011.258.734
Ratei e risconti	5.302.279
<b>Totale Attivo</b>	<b>2.147.592.976</b>

### STATO PATRIMONIALE

#### PASSIVO

Patrimonio netto	732.089.206
Fondo per rischi ed oneri	25.049.973
Trattamento di fine rapporto di lavoro	33.411.830
Debiti	1.355.583.031
Ratei e risconti	1.458.936
<b>Totale patrimonio netto e passivo</b>	<b>2.147.592.976</b>

### CONTO ECONOMICO

Valore della produzione (ricavi)	1.036.709.401
Costi della Produzione	1.027.806.071
<b>Differenza tra valore e costi della produzione</b>	<b>8.903.330</b>
Proventi e oneri finanziari	28.832.588
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-15.434.626
Poste straordinarie	-1.205.832
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>21.095.460</b>
Imposte sul reddito	9.822.897
<b>Utile d'esercizio</b>	<b>11.272.563</b>

### RIPARTIZIONE DELL'UTILE DEL 2014

Utile di esercizio da destinare come segue	
Al Fondo Mutualistico Promozione e Sviluppo "Coopfond" S.p.a. - Legacoop	<b>338.177</b>
A Riserva legale	<b>10.934.385</b>

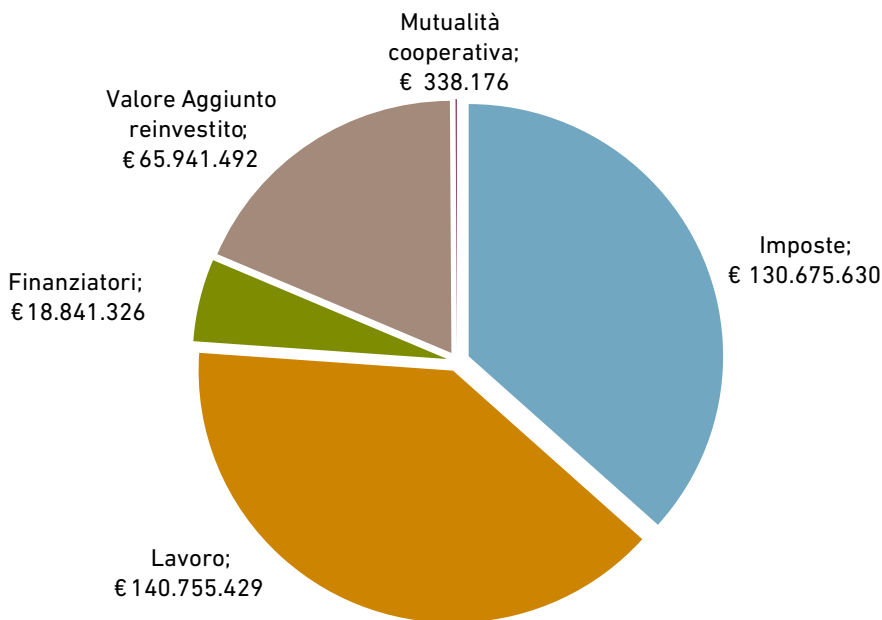
## Ripartizione del Valore Aggiunto

Con la ripartizione del valore aggiunto è possibile definire quale sia stato, economicamente, il contributo che la Cooperativa ha erogato ai propri stakeholder (portatori di interesse) nel corso dell'anno in oggetto. Il valore aggiunto distribuito nel 2014 è pari a 356,5 milioni di euro, oltre 2,5 milioni superiore all'anno precedente.

Gli stakeholder considerati sono: i dipendenti, i soci, gli enti pubblici, i finanziatori. Allo Stato e agli altri enti per imposte dirette e indirette sono stati versati 130.675.630 euro pari al 36,65% del valore aggiunto. Al lavoro per stipendi lordi, accantonamento di fine rapporto e contributi sono stati destinati 140.755.429 euro pari al 39,10% del totale del valore aggiunto.

Ai soci per la remunerazione del prestito sociale sono stati destinati 10.414.275 euro ed alle banche ed altri finanziatori 8.427.051 euro, per un importo complessivo pari a 18.841.326. Il valore aggiunto reinvestito è stato pari al 18,49% del totale ossia 65.941.492 euro. Oltre 300.000 euro rappresentano il contributo allo sviluppo della cooperazione e di nuove iniziative imprenditoriali. Mantenendosi fedele ai principi costituzionali e nel compiere il proprio scopo sociale, Nova Coop ha saputo essere una risorsa utile non solo per i propri soci ma anche per le realtà locali e l'intera collettività.

**Grafico. Ripartizione del Valore Aggiunto**





I SOCI

	2012	2013	2014
Totale soci	707.941	718.043	743.445
Totale soci prestatori	75.278	78.507	81.218
Valore prestito sociale ( €/000)	668.838	736.286	748.212
Nuovi soci	26.812	10.102	25.402
Percentuale di nuovi soci (18-35 anni)	28,5%	27,9%	27,7%
Nuovi Soci Prestatori	4.010	3.229	2.711

## La base sociale

I soci hanno un ruolo di assoluta centralità all'interno della Cooperativa, in quanto costituiscono allo stesso tempo la proprietà e i principali destinatari dei servizi erogati. I soci sono quindi i primi a godere dei benefici generati dall'attività di Nova Coop, sia di quelli collegati all'attività commerciale - promozioni, sconti, collezionamento, garanzia e sicurezza dei prodotti - sia di quelli volti allo sviluppo del territorio e delle comunità in cui vivono, di impulso dei valori di giustizia e solidarietà propri della cooperazione. È in questi elementi che si concretizza lo scambio mutualistico tra la Cooperativa e i propri soci.

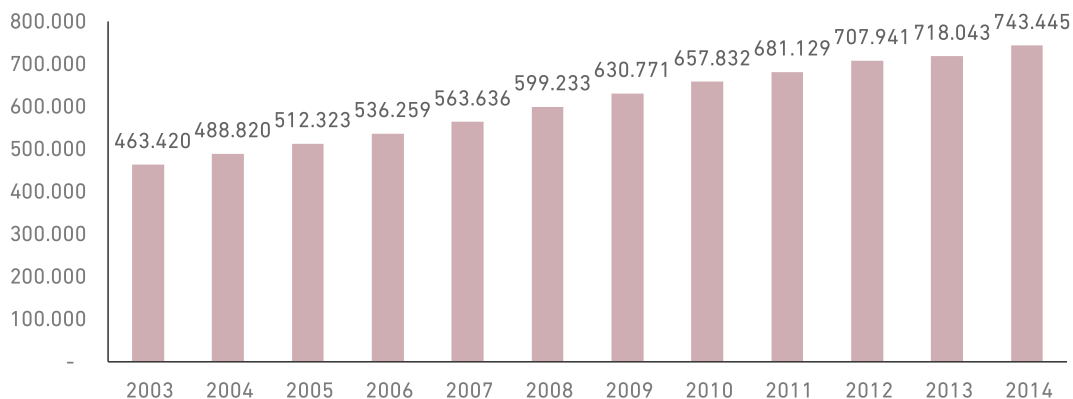
Nova Coop, come impresa Cooperativa, dedica il massimo impegno per mantenere e incrementare una base sociale che cresce di anno in anno con regolarità.

I soci di Nova Coop al 31.12.2014 sono **743.445, in aumento del 3,5% rispetto all'anno precedente**; di questi, 743.408 sono persone fisiche (rappresentato da donne per il 57% circa del totale) e 37 persone giuridiche.

**Tabella. Numero di Soci**

	2012	2013	2014
Soci persone fisiche	707.909	718.006	743.408
Soci persone giuridiche	32	37	37
Numero totale di soci	707.941	718.043	743.445

**Grafico. Numero totale soci dal 2003 al 2014**



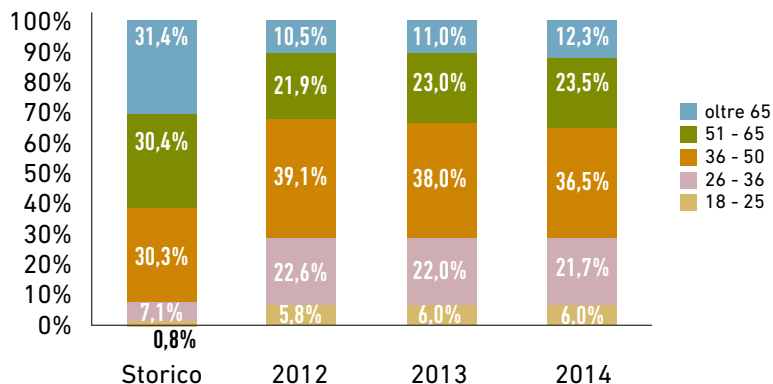
**Tabella. Soci per genere**

	2012	2013	2014
Totale soci uomini	42,83%	42,69%	42,71%
Totale soci donne	57,17%	57,31%	57,28%

	2012	2013	2014
Nuovi soci uomini	43,0%	33,4%	43,51%
Nuovi soci donne	57,0%	66,6%	56,49%

I nuovi soci extracomunitari, pari nel 2014 a 643 unità, rappresentano il 6,4% dei nuovi soci.



## Le opportunità di risparmio

Anche nel 2014 Nova Coop ha realizzato numerose iniziative per garantire ai propri soci opportunità di vantaggio economico aggiuntive rispetto a quelle proposte a tutti i clienti. In ogni periodo dell'anno i soci hanno dunque potuto risparmiare sulla spesa, grazie a:

- promozioni e sconti esclusivi, riservati ai soci;
- servizi a loro dedicati, che evidenziano la distintività di Coop rispetto agli altri operatori della grande distribuzione;
- possibilità di valorizzare i loro risparmi attraverso il prestito sociale e altri strumenti finanziari.

Ciò che contraddistingue la cooperazione di consumo rispetto alle altre realtà aziendali che operano nella grande distribuzione è il **principio di mutualità** (ex art. 2512 c.c) che rappresenta l'elemento su cui si fonda la relazione con i propri soci. Tale principio si traduce nella risposta ai principali bisogni dei soci e si sostanzia nel valore che la Cooperativa restituisce al socio nello svolgimento della sua attività.

**La rilevanza dello scambio mutualistico** è evidenziata dalla quota delle vendite realizzate nei confronti dei soci, pari al **77% delle vendite totali, in crescita del 6,7%** rispetto all'anno precedente.

Ai soci sono riconosciute opportunità esclusive, insite nello scambio mutualistico quali:

1. **Promozioni riservate:** attraverso la spesa effettuata nei negozi della rete Nova Coop, i soci possono godere di promozioni quali riduzioni di prezzo, offerte speciali o sconti sullo scontrino. Nel corso del 2014 i soci hanno potuto **risparmiare circa 106 milioni di euro**; tale dato - in crescita del 11,4% rispetto al 2013 - testimonia lo sforzo compiuto da Nova Coop nel sostenere le famiglie italiane che si trovano in difficoltà nell'affrontare la spesa quotidiana.
2. **Collezionamento:** la raccolta dei punti sulla spesa permette ai soci di ottenere premi materiali, servizi e buoni sconto. Nel corso del 2014 sono stati accumulati **punti per un valore di 6,9 milioni di euro**, cifra di rilievo seppure in lieve flessione rispetto al 2013. I soci stessi possono decidere di destinare i propri punti, anche solo in parte, al finanziamento di progetti di solidarietà locale che la Cooperativa provvede a raddoppiare.



## Le convenzioni e altri benefici per i soci

I soci Coop hanno la possibilità di usufruire di altri servizi di natura extra-commerciale svolti anche in collaborazione con alcuni partner attivi a livello territoriale. Tra i principali figurano:

TIPI DI SERVIZIO	BENEFICIO PER IL SOCIO
SERVIZI DI NATURA FINANZIARIA	Presso i punti vendita Coop si trovano informatori del prestito che possono proporre polizze, mutui per la casa e prestiti personali a condizioni agevolate per i soci.
TURISMO	<p>La proposta di iniziative turistiche è da sempre un aspetto caratterizzante le attività sociali promosse da Nova Coop e per gestire tali attività si è costituita da tempo l'ATL (<b>Associazione Tempo Libero</b>) di Nova Coop cui aderiscono sia i soci che, volontariamente, si occupano dell'attività di promozione, sia i soci che acquistano viaggi e gite sociali.</p> <p>Al 31 dicembre 2014 i soci ATL sono 26.834, con un <b>incremento di 186 unità</b> rispetto all'anno precedente. La crescente complessità del settore turistico e la necessità di garantire un ottimale rapporto qualità/prezzo fanno sì che Nova Coop si appoggi da sempre su partner competenti e professionali; dal 2013 tutte le iniziative rivolte ai Soci Coop sono organizzate da Viaggia con Noi, società del gruppo Robintur.</p> <p>Con le iniziative turistiche Nova Coop risponde efficacemente alle esigenze dei soci riguardo la possibilità di trascorrere il proprio tempo libero coniugando divertimento, compagnia, buona cucina, cultura e convenienza. Nel corso del 2014 sono state organizzate <b>68 gite sociali con 3.639 partecipanti</b>. Oltre alle gite del catalogo "Viaggiare da Soci", predisposto appositamente da Viaggia con Noi per i soci Coop di Piemonte e Lombardia, è possibile accedere ad una ricca offerta di soggiorni e viaggi in Italia e all'estero.</p>



ASSOCIAZIONE  
TEMPO LIBERO



**coop**  
Novacoop



TIPI DI SERVIZIO	BENEFICIO PER IL SOCIO
<b>PACCHETTI DI SERVIZI TRAMITE IL COLLEZIONAMENTO</b>	Attraverso il collezionamento i soci, oltre a decidere di ricevere beni materiali o di destinare i propri punti al finanziamento di progetti di solidarietà locale e/o internazionale, possono optare per <b>specifici pacchetti di servizi</b> , capaci di dare risposta a bisogni di vario tipo, che Nova Coop contratta direttamente con i propri partner, potendo dunque assicurare condizioni vantaggiose.
<b>CONVENZIONI</b>	<p>Nel 2014 sono nuovamente aumentate le convenzioni a favore dei soci, sia a carattere nazionale che regionale, che ora ammontano a 279 e offrono opportunità relative a cultura e tempo libero, turismo, terme, vacanze per ragazzi, mobilità, parchi tematici, casa e persona (all'interno delle convenzioni siglate, 54 di queste si riferiscono al turismo invernale).</p> <p>Tutte le <b>279 convenzioni</b> sono state comunicate ai soci tramite due guide pubblicate sulla rivista Consumatori e l'opuscolo Universo Coop, rivolto ai nuovi soci; a queste si aggiungono le convenzioni a carattere locale che hanno coinvolto partner situati vicino ai punti di vendita.</p> <p>Infine sono state incrementate di numero ma anche nella sostanza, già a partire dal 2013, le convenzioni riservate ai possessori della <b>carta Socio Coop Valore</b> riservata ai Soci prestatori con l'inserimento – a fianco delle due convenzioni siglate nel 2013, Linear e AEG – di convenzioni con il più importante concessionario del Gruppo Fiat in Piemonte, con il mobilificio Linea Quattro per la vendita on-line di cucine e con la " Carta Servizi SA" che garantisce supporto e assistenza post-incidente agli automobilisti.</p>



## La partecipazione dei soci

Anche nel 2014 Nova Coop ha lavorato per favorire la partecipazione dei soci ai momenti più importanti della vita dell'impresa, informarli e coinvolgerli nelle sue scelte strategiche.

Per riuscire a garantire e dare voce alla partecipazione dei soci, Nova Coop si organizza attraverso le **Sezioni Soci**, strutture dislocate nel territorio che fanno da interfaccia fra la Direzione Centrale, le strutture commerciali e la compagine sociale della Cooperativa.

**Tabella. Strutture di governo e partecipazione**

	2012	2013	2014
Numero delle sezioni soci	48	48	48
Numero delle assemblee separate	54	55	54
Numero di partecipanti alle assemblee separate	10.033	9.901	10.074
Numero di votanti alle assemblee separate	8.404	8.283	8.816

Sono organi delle Sezioni Soci: l'Assemblea di Sezione; il Comitato Direttivo, che elegge al suo interno il Presidente, il Vice Presidente e il Segretario.

Le 54 Assemblee separate realizzate nel 2014 hanno visto la **partecipazione di 8.816 soci votanti**, con un aumento del 6,4% rispetto all'anno precedente e più di 10.000 presenze complessive. Questo dato conferma un trend positivo di partecipazione sostenuto dall'impegno delle Sezioni Soci nella promozione di questo fondamentale momento della vita della Cooperativa, ma anche dalla scelta di realizzare assemblee sempre più chiare e coinvolgenti grazie all'utilizzo di un video istituzionale per una presentazione trasparente, completa e dettagliata del bilancio.

Le Assemblee di bilancio sono un momento di dialogo tra base sociale e dirigenza della Cooperativa al fine di contribuire alla conoscenza più approfondita delle esigenze di soci e consumatori. A tutti i Soci è stata messa a disposizione copia del bilancio di esercizio, mentre in occasione delle singole Assemblee Separate è stata distribuita una versione sintetica dello stesso. Nel 2014 in occasione delle Assemblee Separate di Bilancio si è svolto il rinnovo dei 48 Comitati Direttivi delle Sezioni Soci, preceduto dalla raccolta di autocandidature tra i Soci interessati.

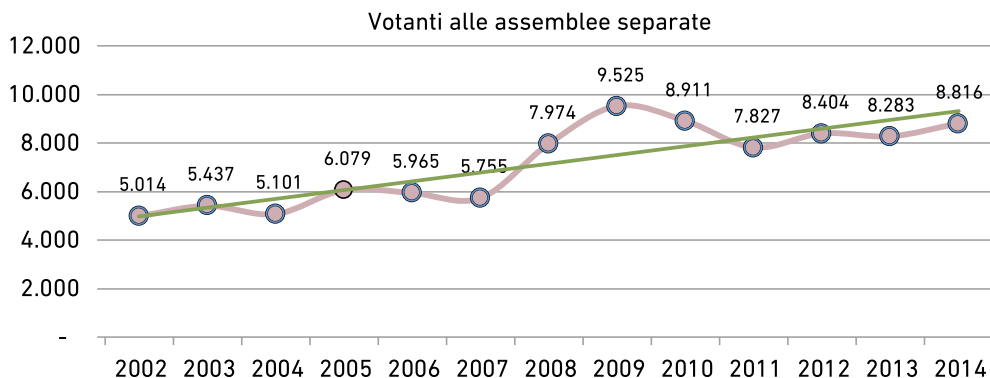
Complessivamente sono state presentate 774 candidature, approvate nel corso delle singole assemblee: 165 di queste (di cui un terzo donne) erano relative a Soci che per la prima volta si proponevano di partecipare attivamente alla vita della Cooperativa. Per il prossimo triennio i Direttivi avranno al loro interno un 20% di nuovi soci attivi.

Nelle Assemblee 2014 i Soci hanno valorizzato il lavoro svolto dalla Cooperativa, che ha portato a risultati positivi nonostante il contesto economico e sociale ancora difficile; si è manifestata l'esigenza di continuare a prestare forte attenzione alla gestione complessiva a garanzia di tutti i soci e dei soci prestatori. I soci che intervengono alle assemblee pongono poi domande tipiche dei consumatori e dei clienti Coop, affrontando



questioni relative a prezzi, assortimenti e servizio. Si mantiene alto l'interesse dei soci per i prodotti a ridotto impatto ambientale (ad esempio, detersivi sfusi e prodotti con imballaggi ridotti) e per quelli che valorizzano le tradizioni eno-gastronomiche locali (quali i prodotti Slow Food e Km zero). In quasi tutte le Assemblee sono intervenuti inoltre rappresentanti delle Istituzioni e delle Associazioni locali per testimoniare le ricche relazioni territoriali che i Direttivi delle Sezioni Soci sviluppano ad attivare con le loro iniziative.

**Grafico. 10 anni di partecipazione alle assemblee**





Nel 2014 le riunioni dei direttivi nelle sezioni soci sono state 303 e hanno permesso di organizzare un totale di **1.711 eventi complessivi**, tra cui iniziative ed eventi organizzate dalle Sezioni Soci da sole o in partnership con altri soggetti del territorio, degustazioni di prodotti Coop a punto vendita, corsi e incontri pratici.

**Tabella. L'attività dei soci**

	2012	2013	2014
Riunioni dei Direttivi	296	315	303
Soci attivi eletti	774	774	774
Soci volontari in attività della cooperativa (senza cariche istituzionali)	30	30	44
Eventi organizzati dalle sezioni soci	1.700	1.686	1.711



## La formazione



La partecipazione dei Soci all'attività sociale rappresenta un tratto peculiare del modello di impresa Cooperativa e la formazione continua dei soci è necessaria per garantire una partecipazione attenta, consapevole e matura sia nelle attività sociali, sia nella gestione della Cooperativa.

Il rinnovo dei Comitati Direttivi è stato spunto per avviare un percorso formativo rivolto in specifico a **165 nuovi soci volontari**. Dopo aver raccolto le opinioni e le aspettative in materia da parte dei Presidenti delle Sezioni Soci è stato organizzato un primo incontro presso la nuova sede di Vercelli. Utilizzando dinamiche partecipative i soci presenti hanno avuto occasione di approfondire tematiche fondamentali come il ruolo del volontario in Coop e la gestione dei rapporti con il territorio, le politiche commerciali, il prestito sociale e il bilancio civilistico, il prodotto Coop.

Nel primo semestre sono stati organizzati momenti formativi in collaborazione con l'associazione "**Telefono Amico**" finalizzate al miglioramento delle capacità di ascolto e comunicazione da parte dei Soci volontari coinvolti.

**Tabella. La formazione dei Soci attivi**

	2012	2013	2014
Soci coinvolti	250	300	290
Costo totale della formazione	€ 4.000	€ 12.000	€ 10.000

# ipercoop



CO  
pres  
men





## Prestito sociale

Scegliendo il prestito sociale, i soci possono contribuire allo sviluppo della Cooperativa e, al tempo stesso, usufruire di servizi aggiuntivi e vantaggiosi.

Nova Coop offre le migliori garanzie sulla corretta e trasparente gestione delle risorse che le vengono affidate dai soci. Infatti, a piena garanzia dei soci prestatori, il prestito sociale è sottoposto ad una complessa regolamentazione determinata sia dalla normativa generale, che da regole interne definite da ANCC (Associazione Nazionale delle Cooperative di Consumatori) e sottoposte ad un puntuale controllo da parte del Collegio Sindacale della Cooperativa. Questa forma di deposito, riservata esclusivamente ai soci della Cooperativa, differisce dai classici strumenti di investimento, in quanto:

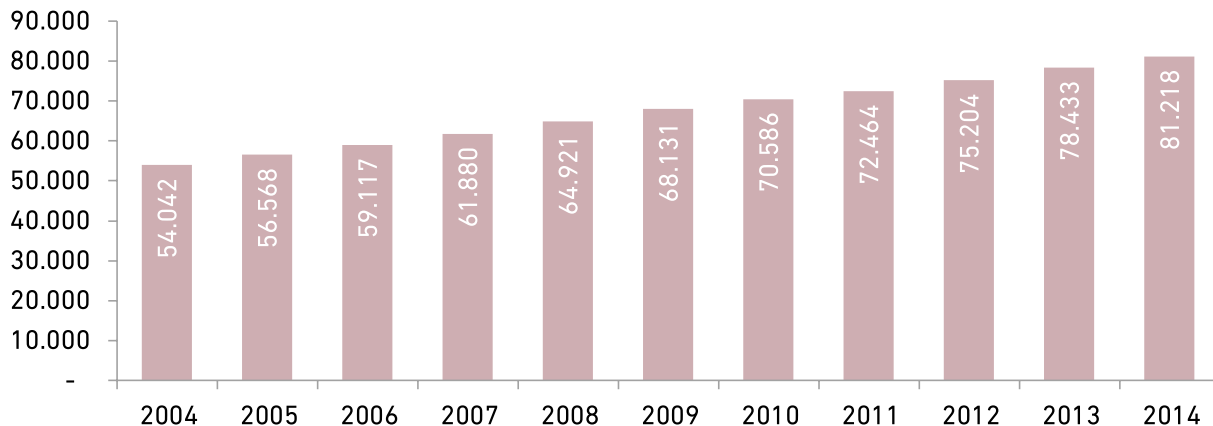
- offre una remunerazione in linea con il mercato dei titoli di Stato a breve termine;
- non prevede spese aggiuntive per la tenuta del libretto e per le operazioni ad esso connesse.

**Il saldo del prestito sociale** al 31 dicembre 2014, considerando le capitalizzazioni degli interessi, ha raggiunto i **748 milioni di euro**, con un **incremento di circa 12 milioni di euro** rispetto al 2013.

Nel corso del 2014 la Cooperativa ha riconosciuto ai soci **interessi sul prestito** per un valore di **10,36 milioni di euro**, corrispondente a un tasso d'interesse medio di remunerazione pari all'1,4%.

	Udm	2012	2013	2014
Soci prestatori	(num)	75.204	78.433	81.218
Nuovi soci prestatori	(num)	4.010	3.229	2.711
Ammontare del prestito sociale	(mln di €)	669	736	748
Incremento del prestito sociale	(%)	-2,07%	10,08%	1,6%
Valore del deposito medio	(€)	8.893	9.387	9.216
Interessi distribuiti ai soci attraverso il prestito	(€)	12.659.914	13.116.465	10.364.203
Remunerazione media del prestito	(%)	1,9%	1,9%	1,4%
Numero libretti chiusi nell'anno	(num)	1.207	1.456	1.044
Pdv coperti dalla promozione finanziaria	(num)	61	59	61

Nel corso del 2014 i **soci finanziatori sono aumentati di 2.711 unità**, arrivando ad essere 81.218. Questo importante risultato è dovuto anche al costante impegno ed all'attenzione della rete degli informatori del prestito che hanno svolto la loro attività volta a consolidare i rapporti e proporre nuove iniziative.



Nel 2014 è proseguita l'attività del servizio di **informazione e promozione del prestito sociale**, affiancata dalla proposta di utilizzo della carta "**SocioCoop Valore**" che rappresenta per i soci un'ulteriore possibilità di utilizzare i vantaggi riservati ai soci prestatori.

È proseguita la vendita delle carte prepagate ri\_MONEY ed è iniziata la vendita di prodotti assicurativi e bancari a condizioni di maggior risparmio per i soci e soci prestatori.



## L'ascolto e il coinvolgimento dei soci

Presso le strutture commerciali della Cooperativa, i soci hanno la possibilità di dare un contributo all'evoluzione delle politiche sociali e commerciali del sistema Coop, venendo coinvolti in ciò che concerne il prodotto Coop non solo come semplici consumatori, ma anche come efficaci testimonial e promotori, nonché parte attiva nel processo di scelta e valutazione dei prodotti.

### Approvato dai Soci

Il progetto "Approvato dai Soci" rappresenta il mezzo attraverso cui i soci Nova Coop sono chiamati ad esprimere la propria opinione sui prodotti a marchio Coop. Quest'attività è gestita dai soci dei Direttivi, coinvolti nell'organizzazione pratica e nella gestione dei test, sulla base delle rigorose procedure definite da Coop Italia. Con queste iniziative, inoltre, Coop è in grado di misurare, e quindi migliorare, la qualità percepita dei prodotti a marchio, certificandone la bontà.

**Tabella. Approvato da Soci**

	2012	2013	2014
Numero di soci coinvolti nei test	2.000	1.500	1.500
Numero di soci volontari coinvolti nell'organizzazione dei test	150	150	150
Numero di test a punto vendita	36	30	30

### Iniziative informative e promozionali da parte dei Soci attivi

Le più tradizionali e diffuse attività di promozione del prodotto Coop sono le degustazioni e presentazioni dei prodotti a marchio, che nel 2014 hanno coinvolto circa 29.000 consumatori. Il prodotto a marchio Coop è poi protagonista di corsi di cucina organizzati nelle diverse sale punto di incontro o in altri locali individuati dalle Sezioni Soci in collaborazione con il territorio.

Grazie alla rete di relazioni attivate con il territorio, inoltre, nel corso dell'anno i rappresentanti di Coop hanno partecipato a 255 incontri e conferenze organizzati da enti pubblici, università o associazioni per presentare il prodotto a marchio.

## Informazione e comunicazione verso i soci

Garantire un'informazione puntuale e completa sulle scelte e su quanto accade quotidianamente nella vita della Cooperativa è fondamentale per assicurare la partecipazione dei soci. A tal fine, Nova Coop si è dotata di numerosi strumenti di comunicazione.

Sono sostanzialmente due le riviste indirizzate ai soci: **"Consumatori"** e **"Nova Coop Informa"**. La prima è la rivista nazionale realizzata bimestralmente da Nova Coop insieme ad altre sei cooperative del sistema Coop che riporta informazioni e notizie riguardanti sia Coop in generale, che le attività della Cooperativa (viene spedita a tutti i soci che abbiano fatto la spesa almeno una volta nei quattro mesi precedenti la spedizione); la seconda è il bimestrale informativo interno dedicato ai dipendenti ma anche al corpo sociale attivo della Cooperativa.

**Tabella. Strumenti di comunicazione**

	2012	2013	2014
Copie di "Consumatori"	2.600.031	2.579.356	2.480.061
Copie di "Novacoop Informa"	33.319	32.680	33.480





## Facebook e il sito internet "www.e-coop.it"

Il 2014 ha rappresentato un anno di forte crescita e di consolidamento per la pagina Facebook di Nova Coop che è passata dai circa 9.000 followers del 2013 agli attuali oltre 15.000. Il numero di persone che ha visualizzato le attività della pagina è in forte crescita. La media delle visualizzazioni nei diversi periodi è stata di circa 8.000 persone al giorno contro le 2.500 del 2013.

### Tabella. Numero utenti su Facebook

	2012	2013	2014
Followers della pagina Facebook di Nova Coop	4.515	9.153	15.000



**coop**  
Novacoop

**coop**  
per la  
**Scuola**  
Raccogli i bollini e regala  
alla tua scuola materiale  
informatico e didattico  
**EDIZIONE 2014**

Usa l'applicazione   Ti piace   Messaggio

Diario   Informazioni   Foto   Adotta una scuola   Altre

Post   Foto/video   Rivolgi una domanda

**coop** Nova Coop ha aggiornato la sua immagine di copertina.  
16 ottobre 2014 · Modificato

Diamo una mano alle nostre scuole con l'iniziativa Coop per la scuola! Per ogni 10 euro si spesa si riceverà un bollino da portare alle scuole del nostro territorio le quali potranno convertire i bollini in ricchi e utili premi. Per info, per consultare la lista delle scuole iscritte e il catalogo premi ecco il link

100 volti contro lo spreco  
Domani alle 18.30  
123 partecipanti

Ricevi gli aggiornamenti

POST SULLA PAGINA

Massimo Zucchetti



Usa l'applicazione | Ti piace | Messaggio

Diario | Informazioni | Foto | Adotta una scuola | Altre



EVENTI IN PROGRAMMA

**100 volti contro lo spreco**  
 Domani alle 18.30  
 123 partecipanti

Ricevi gli aggiornamenti

POST SULLA PAGINA

**Massimo Zaccheddu**  
 6 maggio alle ore 23.45

La Sardegna in cartellone a Biella con un film di Davide Mocci Saba...Continua a leggere

Mi piace · Commenta

Post | Foto/video | Rivolgi una domanda

**Nova Coop** ha aggiunto 13 nuove foto all'album: **Raccolta straordinaria "Una mano per la scuola"**.  
 15 settembre 2014

Raccogliamo in questo album le foto della raccolta di materiale scolastico per famiglie meno abbienti avvenuta sabato 13 settembre in tutto il territorio piemontese presso i nostri punti vendita. La raccolta è andata benissimo, ci teniamo a ringraziare tutti i soci e i volontari delle associazioni intervenuti.





ULTIME NEWS

Le ricette della risto: flan di zucchini



Analizzando il profilo degli utenti emerge che, nel 2014, le donne (68%) sono più del doppio degli uomini (32%). La curva delle classi d'età appare concentrata nella fascia compresa tra i 25 e i 54 anni (51% del totale).

Durante il 2014 l'attività più rilevante è consistita nel supporto tramite la pagina Facebook della **campagna "Coop per la scuola"**, approccio che ha consentito di incrementare sensibilmente il numero delle visualizzazioni sulla pagina.

Novità dell'anno 2014 è stata la realizzazione, a novembre, del **sito "www.vivicoop.it"** dedicato alla comunicazione delle attività sociali sul territorio, dei progetti e delle promozioni dedicate ai soci. Il nuovo sito permetterà di creare dinamiche con le quali soci e consumatori, potranno interagire direttamente tra di loro.

Ad aprile 2014 si è attivato un profilo Twitter della Cooperativa " @Nova\_Coop" che ha fatto registrare nel corso del 2014, 1.587 followers, 17.429 visualizzazioni, 249 interazioni grazie alla diffusione di 1.483 tweet e di 749 foto/video.

Per quanto riguarda il sito internet "**www.e-coop.it**" si è continuato il lavoro di aggiornamento e di rotazione degli argomenti per le pagine della Cooperativa. In particolare i temi sono stati l'informazione sul prestito sociale, le adesioni a socio, la comunicazione dei servizi e delle convenzioni loro dedicati, le diverse attività sociali e le promozioni commerciali. Il numero degli utenti è cresciuto costantemente nel corso dell'anno ed è passato dagli 8.371 di inizio anno ai 24.159 di fine 2014 con una media di 13.492 utilizzatori mensili. Inoltre sono aumentate anche le visualizzazioni medie delle pagine per utente, passate dalle 2,2 nel 2013 alle 3,0 nel 2014.

**I CONSUMATORI**



	2012	2013	2014
Promozioni e tagli prezzo (milioni di €)	90,2	119,0	124,5
Incidenza delle vendite di prodotti a Marchio Coop	24,1%	25,4%	26,51%
Ore di formazione erogate su qualità, sicurezza alimentare	4.093	1.892	2.282

## La convenienza

Anche nel 2014 i consumatori italiani hanno dovuto prestare molta attenzione alle proprie scelte d'acquisto, riducendo gli sprechi, le scorte e i prodotti non indispensabili.

Il consumatore peraltro ha cercato di mantenere, per i propri acquisti alimentari, un livello qualitativo alto attraverso un utilizzo più frequente di prodotti in offerta; ricercando alternative ai prodotti di marca più cari, sostituendoli con prodotti meno cari; ma soprattutto indirizzando le proprie scelte sui prodotti della marca dell'insegna degli stessi distributori (private label) quale alternativa alle marche leader, in grado di assicurare un prezzo più basso ad una qualità garantita. In anni di contrazione di consumi sono cresciute le vendite di queste referenze a marca di insegna degli stessi distributori. E' il caso del **prodotto Coop**, in tutte le sue espressioni, **che risulta in crescita sia in valore che in quantità**, anno dopo anno, e rafforza la fidelizzazione all'insegna.

Nell'ultimo triennio le variabili chiave considerate per valutare la convenienza dei punti di vendita da parte dei clienti sono state:

- Il prezzo dei prodotti e il rapporto qualità/prezzo;
- La proposta promozionale;
- La vicinanza/comodità del pdv per un risparmio di tempo/costi;
- I servizi erogati e la loro qualità.

La Cooperativa, per dare sostanza agli obiettivi statutari ha, come sempre, cercato attraverso un'attenta politica di prezzo di competere con tutte le insegne presenti nel territorio, ricercando nella competitività

una posizione da leader o co-leader nei confronti delle insegne concorrenti presenti sul territorio.

Una delle leve principali attraverso cui veicolare la convenienza è la realizzazione di iniziative promozionali.

**L'investimento totale promozionale sostenuto è stato circa di 124,5 milioni di euro** (+0,73% rispetto al 2013, pari a 5,5 milioni di euro), superiore a quanto preventivato del +1,18% (pari a 8,6 milioni di euro).

**Tabella. Promozioni e tagli prezzo (€)**

	2012	2013	2014
Totale	90.173.528	119.000.000	124.500.000

Nel solo settore grocery, che rappresenta il 55,78% dell'intera rete vendita, nel 2014 si è registrato nelle promozioni un incremento di pezzi venduti pari al +10,04% rispetto al 2013.

Nel canale Iper, la cui pressione promozionale è stata del 31,34% (+2,44% rispetto al 2013), i pezzi venduti in più sono stati quasi 6.700.000 pari a +11%. Nel canale Super la pressione promozionale è stata del 25,78% (+3,48% rispetto al 2013) con circa 5.000.000 di pezzi in più, pari a +15%.

**Nelle vendite promozionali il prodotto a marchio Coop si conferma il prodotto più venduto, con una percentuale che supera il 33%.**

Il prodotto a marchio riveste un ruolo centrale nella proposta di qualità al giusto prezzo che Coop porta avanti, e per Nova Coop gli investimenti in questo ambito hanno dato risultati evidenti.

Il prodotto a marchio COOP rafforza il suo ruolo, segnando, in quantità, nel canale Iper un'incidenza del 30,5%, contro il 29,9 % dell'anno precedente e nei Super del 32,3% contro il 31,4%. I pezzi venduti di prodotti Coop sono stati circa 382.000 in più.

**Tabella. Incidenza del Prodotto a Marchio Coop sul totale delle vendite Nova Coop**

	2012	2013	2014
Incidenza in termini di valore	24,1%	25,40%	26,51%
Incidenza in termini di quantità	29,9%	30,50%	31,17%



**coop** Ben'Essere

PRODOTTI PROIBITICI  
SALUTE E BENESSERE  
PRODOTTI PER CELIACI  
**3**





coop  
Salute

FARMACI

VETERINARIA  
OMEGAPATIA

ipercoop

farmaci  
coop



Comect Lens  
20 lenti  
€ 55,90



PERCHÉ COMPRARE  
IN UN SUPERMERCATO?

0,79

PREVENZIONE  
DELLA SALUTE

# Nuovi ambiti di risparmio

## Coop Voce

Soci e clienti, recandosi nei punti vendita Coop, possono anche attivare il servizio “Coop Voce” di telefonia mobile; Coop ha voluto introdurre ulteriore concorrenza in questo mercato a vantaggio dei consumatori, attraverso soluzioni semplici, trasparenti e accessibili su una spesa sempre più importante per le famiglie. A fine 2014 le utenze attive erano 56.604, con una crescita di 13.801 rispetto al 2013. Complessivamente sono state 136.282 le utenze attivate in Nova Coop, di cui 26.038 nel 2013.

Importante l'ammontare di ricariche erogate ai Soci tramite bonus o punti:

- 451.140 euro con Bonus Traffico Gratuito
- 483.185 euro con Ricariche Premiate / Autoricariche.

## Coop Salute

In 16 punti vendita Iper sono presenti i corner Coop Salute, nati con l'intento di difendere il potere d'acquisto dei soci e consumatori anche nel mercato farmaceutico. Oltre a 2.500 prodotti (di cui 1900 circa sono parafarmaci), è possibile acquistare in esclusiva presso Coop Salute tre prodotti a marchio Coop:

- l'Acido acetilsalicilico + ascorbico;
- il Paracetamolo, che consente un risparmio di circa il 60% rispetto al prezzo medio in farmacia del prodotto a marchio equivalente;
- due integratori alimentari da intendersi come supporti nutrizionali da affiancare in particolari momenti di carenze marginali agli alimenti tradizionali.

Nel corso dell'anno sono stati implementati spazi dedicati al “Parafarmaco” non assistito in undici supermercati: Arona, Vercelli, Tradate, Piossasco, Chivasso, Rivoli, Susa, Oleggio, Trecate, Omegna e Torino Corso Molise ed aree specialistiche destinate a prodotti salutistici e probiotici in dieci punti vendita: Arona, Vercelli, Tradate, Piossasco, Chivasso, Rivoli, Oleggio, Omegna, Torino Corso Molise e Luino al fine di allargare l'offerta merceologica con categorie in forte sviluppo e molto richieste ed apprezzate dai soci e clienti. Nel 2015 ci sarà un'ulteriore estensione nel canale di queste famiglie merceologiche.

## EnerCoop

Con il Piano di sviluppo Enercoop, Nova Coop ha approvato nel 2013 l'apertura di un nuovo filone di business relativo all'attività di distribuzione carburante.

Il 2014 è stato il primo anno pieno della stazione carburanti di Biella e di **apertura della stazione di Pinerolo** nel mese di novembre.

La politica commerciale di Nova Coop riferita ai carburanti è, come cita lo statuto della Cooperativa, "acquistare e rivendere beni di buona qualità a prezzi vantaggiosi per i propri soci e più in generale ai consumatori".

Questo obiettivo è stato perseguito attraverso 4 linee di azione, che hanno consentito di esprimere la maggior convenienza possibile rispetto al territorio di riferimento.

I prezzi competitivi nelle stazioni EnerCoop sono resi possibili grazie alla società di acquisto dei carburanti ENERGYA, che le cooperative del sistema COOP hanno costituito con Energy Group, anch'essa società Cooperativa specializzata nella gestione dei carburanti, affinché si possano cogliere opportunità di acquisto migliori, così da riversare ulteriori vantaggi economici sui nostri soci e clienti.

A questo si affianca l'attenzione rigorosa ai costi interni e di filiera, che incidono in modo significativo sui prezzi dei carburanti.

La massima efficienza nell'organizzazione e nella gestione degli impianti, impiegando le migliori soluzioni tecnologiche, insieme a un format di stazione attentamente studiato, garantisce un servizio al cliente sempre efficiente ed efficace.

I prezzi al pubblico esprimono una convenienza di oltre il 10% sui prezzi praticati sul territorio. Questo si traduce economicamente con un risparmio di 8/10 euro ogni pieno di carburante; in un anno il risparmio ottenuto può superare i 200 euro.



# Nuovi servizi, canali e strumenti con il supporto della tecnologia

## iCoop

Con l'APP ufficiale di Coop, rinnovata e con più servizi disponibili, è possibile trovare il negozio più vicino e controllare orari e servizi di Supermercati e Ipermercati Coop. Scaricando l'App gratuita è possibile creare la propria lista della spesa, informarsi sui prodotti, sfogliare il catalogo premi, consultare le promozioni in corso, scegliere la convenienza dei prodotti in offerta, includendoli direttamente nella "tua lista della spesa" e scoprire tutti gli altri servizi pensati per il consumatore.

Ogni socio inoltre può verificare il proprio saldo punti in ogni momento. Le novità della nuova versione sono:

- Nuova veste grafica;
- Possibilità di controllare aggiornamenti e notifiche, condividere l'applicazione con i propri amici e modificare le impostazioni del proprio profilo in pochi passaggi;
- Opportunità di creare la propria lista della spesa cercando i prodotti preferiti nel catalogo e condividerla con altri aggiungendo o eliminando prodotti o modificandone le quantità;
- Possibilità di fare acquisti su [www.cooponline.it](http://www.cooponline.it), dove trovare migliaia di prodotti per la casa e il tempo libero.



## Coop on line

Per l'e-commerce è stato il primo anno di gestione completo, un anno di messa a punto della macchina operativa, in particolare sugli assortimenti, sulle modalità di pagamento e consegna, in generale di tutti gli aspetti gestionali operativi che il sistema on line richiede.

Nova Coop ha realizzato € 615.210 di vendite su questo canale; l'impegno per il 2015 sarà rivolto a migliorarne la redditività, mettendo a frutto i forti investimenti fatti per far conoscere il servizio e renderlo attrattivo con forti promozioni.

## Etichette elettroniche

Nel 2014 è proseguito il percorso di installazione di etichette elettroniche segnaprezzo, che riducono la possibilità di errore nell'informazione ai clienti, estendendo lo strumento ad altri 5 supermercati e 3 ipermercati, pertanto il totale in azienda è una copertura di 7 super e 5 iper.

## Qualità e Sicurezza

Per Nova Coop qualità e sicurezza dei prodotti sono considerati elementi strategici, in linea con le politiche del Sistema Coop.

A seguito della riorganizzazione aziendale del 2014, il Servizio Qualità dipende funzionalmente dal Direttore Commerciale, con un riconoscimento della sua natura volta all'integrazione di diversi aspetti che compongono la qualità della "spesa"

**Adriana Ricca** è la Responsabile del Servizio Qualità; la incontriamo in un ipermercato, a margine di una riunione per la ristrutturazione dello stesso; il suo lavoro, infatti, si svolge per una buona parte direttamente nella rete di vendita.

*Che anno è stato il 2014 per il Servizio Qualità?*

*"È stato un anno importante in quanto sono entrate in vigore nuove importanti normative di carattere europeo, focalizzate ad una sempre maggior tutela del Consumatore, che hanno richiesto consistenti adeguamenti nell'ambito dell'etichettatura e della tracciabilità. Abbiamo per questo realizzato un lavoro congiunto con il Settore Freschissimi della direzione Commerciale, per rendere fruibili al cliente tutte le informazioni in etichetta e/o nei libri ingredienti.*

*Da sempre la qualità richiede capacità di integrazione dei diversi aspetti: per vendere ci vuole un luogo pulito e salubre, i prodotti devono essere buoni e sicuri, le persone devono conoscere le buone pratiche e saper individuare i rischi nei processi produttivi."*

*Gli aspetti operativi, necessari a garantire quanto descritto precedentemente, non sono diversi da quelli degli anni precedenti: il gruppo della Qualità, formato, oltre ad Adriana, da 2 assistenti ed un presidio in sede, gestisce le visite ispettive, le procedure di Autocontrollo, i prodotti difettosi e i casi critici, partecipa a team e gruppi di lavoro (es. progettazione, temperature, etichettatura e tracciabilità).*

*"Grande impegno viene sempre profuso nella formazione: solo attraverso il coinvolgimento costante delle persone che lavorano sulla rete – conclude Adriana – che operano quotidianamente a contatto con le merci e con i clienti, possiamo recuperare e valorizzare le conoscenze ed il mestiere, indirizzandoli alla garanzia di igiene e sicurezza."*





**Tabella. Ore di formazione erogate**

	2012	2013	2014
Ore di formazione erogate su qualità (da servizio e a punto vendita)*	4.093	1.892	2.282

*\*La differenza tra le ore di formazione erogate nell'ultimo biennio 2013-2012 è conseguenza diretta del progetto formativo "Maestri di Mestiere", che ha visto coinvolti molti capi reparto del canale Supermercati e che si è concluso nel 2012. I nuovi progetti prevedono infatti un'ottimizzazione del numero di ore per persona attraverso interventi più puntuali e mirati nell'ambito del progetto formativo Face to Face.*

Il numero di controlli degli organi pubblici (veterinari, igiene, NAS, Ministero Politiche agricole, capitaneria di porto, ecc.) presso i punti vendita, pur in calo rispetto al 2013, si mantiene alto: eventuali sanzioni e prescrizioni vengono utilizzate per migliorare le condizioni igieniche, la gestione delle merce ma soprattutto i processi lavorativi. Il tema della sicurezza alimentare sta diventando sempre più complesso e oggetto di attenzioni diffuse, anche da parte dei clienti; è quindi necessario alzare i propri standard e attivare tutti i possibili strumenti per garantire sicurezza. Nel 2014 per questo sono stati gestiti 2.082 reclami e segnalazioni a punto vendita, relativi per la maggior parte a prodotti alimentari.

**Tabella. Sicurezza merci**

	2012	2013	2014
Controlli sulla qualità ("Fatti da noi")	369	364	370
Tamponi su superfici di lavoro nei punti vendita	2.600	2.600	2.680
Ispezioni esterne con check list sui punti vendita	76	76	78
Ispezioni interne con check list sui punti vendita	366	366	368



**Tabella. Sopralluoghi e ispezioni**

	2012	2013	2014
Veterinari	123	151	94
SIAN*	51	67	26
NAS	20	34	32
MIPAAF**	33	13	11
Altri	44	45	34
Totale	271	310	197

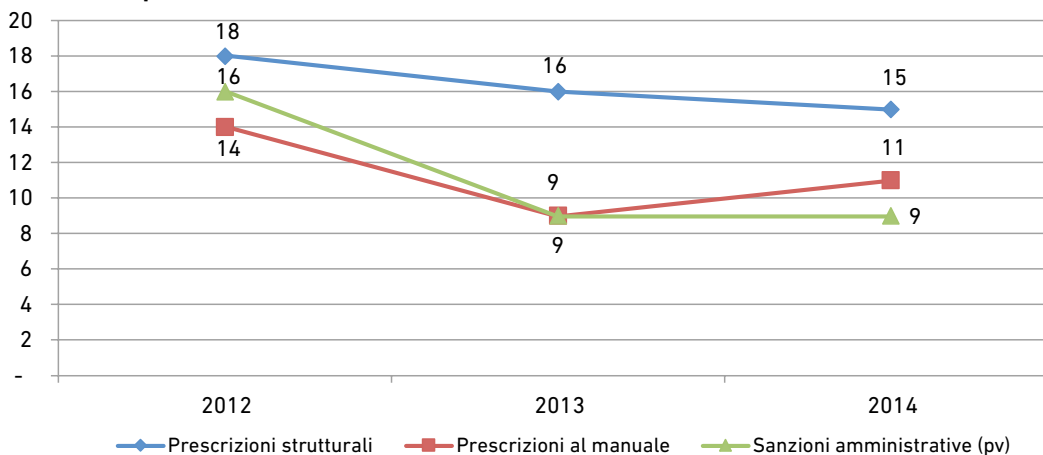
\* Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione

\*\* Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali



Il calo di visite ispettive nel 2014 è dato dovuto drastica riduzione di visite per il controllo di ritiro dalla vendita di prodotti oggetto di allerta alimentare (104 nel 2013 e solo 15 nel 2014).

**Grafico. Verbali di prescrizione e sanzioni amministrative**





# Trasmettere valori attraverso i prodotti

## Il prodotto a marchio Coop

I Prodotti a Marchio Coop realizzano concretamente i valori di azienda Cooperativa e rappresentano il nucleo centrale dell'offerta commerciale di Nova Coop, che ne promuove la conoscenza e convenienza attraverso iniziative promozionali e informative al fine di valorizzarne le caratteristiche di prodotto sano e sicuro, buono e di qualità, rispettoso dell'ambiente, solidale ed eticamente garantito, realizzato da fornitori altamente qualificati secondo le specifiche definite da Coop Italia.

I prodotti a marchio Coop devono rispettare 5 valori fondamentali.

### Figura. Il valore del prodotto a marchio Coop

#### Sicuro

Ogni anno vengono condotte migliaia di analisi e ispezioni nei laboratori Coop e presso i fornitori per garantire elevati standard qualitativi.

#### Buono

I prodotti a marchio Coop sono testati da consumatori scelti tra i Soci delle maggiori cooperative.

#### Conveniente

I grandi volumi all'acquisto garantiscono il mantenimento di un elevatissimo rapporto qualità prezzo a tutela dei consumatori.



#### Eticamente garantito

Coop è certificata SA8000 ed i suoi fornitori hanno sottoscritto un codice di condotta etico.

#### Rispettoso dell'ambiente

Il packaging dei prodotti Coop cerca di ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente e, quando possibile, è costituito da materiali riciclabili.





## I Mondi Coop

Per soddisfare le diverse esigenze e bisogni dei consumatori, Coop raggruppa l'offerta a proprio marchio in 7 diverse linee o mondi: alla tradizionale linea "Tutela" si affiancano specifiche linee dedicate, ognuna delle quali è caratterizzata da un elemento distintivo, quali i processi di produzione impiegati (es: a basso impatto ambientale), oppure la fascia di mercato (prodotti per l'infanzia e per i più giovani).

Tali linee rappresentano un'ampia gamma di prodotti in grado di soddisfare ogni bisogno di consumo: dai prodotti freschi confezionati agli alimentari confezionati, dalla carne e pesce ai surgelati, dai prodotti per la detergenza al tessile, fino ai casalinghi e ai prodotti per la cura del corpo.

Di seguito alcuni approfondimenti su linee di prodotto Coop che hanno realizzato importanti risultati nel 2014:

La linea **ViviVerde**, concepita per realizzare concretamente un'economia sostenibile, si rivolge a coloro che desiderano vivere all'insegna del rispetto dell'ambiente, della sostenibilità e di una vita più sana. Si compone essenzialmente di 3 aree: alimentazione, casa e cura della persona.

- **ALIMENTAZIONE:** nel comparto food tutti i prodotti sono biologici e, oltre al rispetto del regolamento europeo, Coop ha deciso di escludere da tutti i prodotti i grassi tropicali e gli aromi, anche se naturali.
- **CASA:** comprende i prodotti col marchio di qualità ecologia europea Ecolabel (detergenti per la pulizia domestica, prodotti in carta riciclata 100%) e i prodotti che hanno un plus ecologico oggettivo che li qualifica inequivocabilmente come "rispettosi dell'ambiente" (es. le linee pile ricaricabili e i detersivi sfusi, i piatti e bicchieri monouso in PLA ingeo, la linea cancelleria realizzata con materiali riciclati, i sacchi per rifiuti umidi compostabili in Mater-Bi®, la caraffa filtrante, etc ...).
- **CURA DELLA PERSONA:** comprende la linea cosmetica - costituita da prodotti che vantano formule realizzate con ingredienti che non derivano dal petrolio e sono a base di principi attivi di origine vegetale provenienti da agricoltura biologica - e prodotti per l'igiene della persona, lanciati nel 2013 in seguito alle numerose richieste fatte da consumatrici attraverso il numero verde e i diversi blog.

ViviVerde è la **linea a marchio Coop più rilevante** in termini di **numero referenze, di cui il 50% è costituito da prodotti freschissimi, carni avicole e ortofrutta.**

Il numero complessivo delle referenze ViviVerde disponibili è di 378 (il biologico a marchio comprende inoltre 34 referenze Crescendo, 4 referenze Bene.Si, 14 referenze Solidal, 1 referenza Fior Fiore).





La linea **Bene.sì** accoglie tutti quei prodotti rispondenti a diverso titolo ad una domanda di salute in senso lato (non terapeutico) destinata ad un target sempre più ampio di consumatori sensibili e consapevoli dello stretto legame esistente tra alimentazione e benessere. È trasversale ed include al suo interno fondamentalmente 2 tipologie di prodotti cosiddetti funzionali:

- CON PARTICOLARI INGREDIENTI che contengono qualcosa “in più” rispetto ai prodotti convenzionali (ad esempio: probiotici, steroli vegetali, eccetera).
- SENZA SPECIFICI INGREDIENTI allergenici o sensibilizzanti o semplicemente indesiderati per scelta alimentare (incorporando i prodotti SENZA GLUTINE, precedentemente gestiti attraverso una linea dedicata).

Il mondo Bene.sì ha registrato un trend di fatturato molto positivo nel 2014, con il suo assortimento di 92 referenze di cui 24 senza glutine, a conferma di una domanda crescente di prodotti con specifiche caratteristiche funzionali.







Il Meglio della Cultura Gastronomica



fiorfiore  
coop

Il Meglio della Cultura Gastronomica

## DOPPIO MALTO CHIARA

birra italiana

La birra doppio malto chiara Fiorfiore Coop è ottenuta con lunghi tempi di fermentazione e di maturazione. Questo lento affinamento le conferisce il tipico sentore di malto e di luppolo, un corpo deciso e rotondo, un gusto pieno ed equilibrato.

MALTO D'ORZO  
100% ITALIANO

33cl x 3 - alc. 6,7% vol.

fiorfiore  
coop

Il Meglio della Cultura Gastronomica

## DOPPIO MALTO CHIARA

birra italiana

La birra doppio malto chiara Fiorfiore Coop è ottenuta con lunghi tempi di fermentazione e di maturazione. Questo lento affinamento le conferisce il tipico sentore di malto e di luppolo, un corpo deciso e rotondo, un gusto pieno ed equilibrato.

MALTO D'ORZO  
100% ITALIANO

33cl x 3 - alc. 6,7% vol.

fiorfiore  
coop

Il Meglio della Cultura Gastronomica

## DOPPIO MALTO CHIARA

birra italiana

La birra doppio malto chiara Fiorfiore Coop è ottenuta con lunghi tempi di fermentazione e di maturazione. Questo lento affinamento le conferisce il tipico sentore di malto e di luppolo, un corpo deciso e rotondo, un gusto pieno ed equilibrato.

MALTO D'ORZO  
100% ITALIANO

33cl x 3 - alc. 6,7% vol.



La chiave di lettura del successo **FiorFiore** è questa: buon cibo reso accessibile a tutti sia in termini di reperibilità sul mercato sia di contenimento di prezzo. Oggi la gamma conta oltre 359 referenze e anche nel prossimo anno si arricchirà di nuove specialità gastronomiche, ricercate approfondendo la conoscenza dei territori e delle specialità che offrono.

Queste le principali caratteristiche che rendono i prodotti FiorFiore di alta qualità:

- la materia prima: ingredienti di pregio, provenienza da territori vocati, le varietà migliori per una determinata tipologia di prodotto, lunghe stagionature, tagli nobili;
- le ricette: recupero della tradizione ma anche originalità e reinterpretazione in chiave moderna della stessa;
- i processi di lavorazione: la capacità di coniugare artigianalità e tecnologia;
- i progetti di filiera: nati da partnership che generano un indotto valoriale virtuoso e prodotti unici (es. suini allevati all'aperto).

Un'altra importante differenza (e fondamentale criterio di selezione) è determinata dall'impegno e dalla passione di chi produce, premiata anche nel 2014 da risultati di vendita eccellenti.

Ai primi posti per vendite alcuni "classici" della linea quali il prosciutto cotto, l'olio extravergine di oliva nuovo raccolto, il Parmigiano Reggiano, il salmone selvaggio affumicato, il prosciutto San Daniele, la mozzarella di bufala, il prosciutto di Parma, i filetti di tonno; in crescita significativa anche prodotti di più recente introduzione come la birra doppio malto, il burro, l'olio extravergine di oliva non filtrato, i cuori di filetto di salmone surgelati e il maxi hamburger.

### La rivista FiorFiore in Cucina

Una citazione tra i prodotti FiorFiore di successo merita la rivista Fiorfiore in Cucina, nata proprio con l'obiettivo di rafforzare la vocazione alimentare di Coop e di testimoniare l'autorevolezza e la grande competenza in tema di buon cibo. Obiettivo centrato, come dimostrano i numeri: **più di 1.250.000 copie vendute** nell'anno in corso, che posizionano FiorFiore in cucina in cima alla classifica delle riviste di cucina premium più vendute.

Coop è stata inoltre l'unica impresa della grande distribuzione italiana che ha preso parte anche quest'anno al **Salone del Gusto di Torino**. Una partecipazione che data da 7 edizioni all'insegna di un comune sentire su tematiche affini e che nel 2014 ha avuto come protagonista esclusivo proprio FiorFiore.







La linea di prodotti a marchio Coop **Solidal** è realizzata secondo principi coerenti con i criteri del commercio equo-solidale: tutti i prodotti alimentari e la maggior parte dei prodotti non food Solidal hanno il marchio di certificazione a garanzia del commercio equo e solidale FAIRTRADE (il marchio etico più conosciuto al mondo), gestito da Fairtrade Italia.

Il sistema di certificazione Fairtrade garantisce il pagamento di un prezzo equo e stabile alle organizzazioni di produttori del sud del mondo (Fairtrade Price) e assicura un margine di guadagno aggiuntivo da investire in progetti di sviluppo a favore delle comunità, come la costruzione di scuole, ospedali, corsi di formazione e borse di studio per i figli dei produttori (Fairtrade Premium).

Alla linea Solidal appartengono anche prodotti provenienti da specifici progetti, promossi da Coop come garante di principi di solidarietà e auto-sviluppo.

Complessivamente nel 2014 le referenze della Linea Solidal sono 80.

### **Progetti Tessili Solidal**

Dopo il lancio del primo shopper in cotone certificato Fairtrade nel 2013, a fine 2014 è arrivata la nuova grafica per lo shopper in cotone Solidal Coop, che nasce da un laboratorio didattico avviato attraverso la collaborazione tra l'Istituto Professionale Statale Artigianato e Servizi I.P.S.A.S. Aldrovandi Rubbiani di Bologna e Coop, finalizzato allo studio, sviluppo grafico e design dei prodotti etici e solidali.



**La borsa per la spesa in cotone Solidal Coop**, racconta una storia di lavoro, emancipazione e dignità, che attraverso la trama del cotone sostenibile, unisce l'India e l'Italia, coinvolgendo tanti protagonisti: piccoli agricoltori di cotone indiani certificati Fairtrade, donne impiegate in una piccola fabbrica tessile in India, l'Istituto delle suore Francescane di S. Elisabetta da tempo attivo in India in attività di sostegno verso le fasce più deboli della popolazione, una scuola italiana l'I.P.S.A.S. Aldrovandi Rubbiani di Bologna che nell'ambito di un laboratorio didattico ha realizzato l'immagine grafica e naturalmente Coop, che propone questo prodotto unico ai propri Soci e consumatori.



## Il Bouquet Solidal unisce il Sud al Nord

Il 2014 è stato il secondo anno di test per i Bouquet di fiori misti, in parte certificati Fairtrade e in parte provenienti da vivai italiani. L'obiettivo di Coop è di creare un legame solidale tra i produttori Fairtrade africani e i floricoltori italiani, messi in difficoltà dalla crisi. Questo intento trova concretezza nel bouquet realizzato con fiori «belli e giusti» coltivati in modo equo ed etico, al sud come al nord.

Il bouquet è composto per il 50% da rose solidal Fairtrade provenienti dal Kenia e per l'altro 50% da fiori e fogliami italiani. La composizione mazzo varia in funzione della stagionalità dei prodotti italiani. Ogni mese è proposta una composizione di fiori differente. Nel 2014, il bouquet Solidal ha contribuito al consolidamento del giro d'affari della linea superando i 2,15 milioni di euro di vendite.

*L'azienda Everton produce, nello stabilimento di Tagliolo Monferrato, preparati per dessert e tè solubili. Ha inoltre uno stabilimento in India, in cui vengono prodotti tè in filtri, tisane e infusi.*

*La collaborazione con Coop nasce molti anni fa con la produzione di tisane funzionali e tè e si arricchisce nel 2014 con la linea del tè Solidal: "Si tratta di tè biologico – spiega **Maria Moraschi** del Settore ricerca e sviluppo – raccolto nella piantagione Korakundah, in India, che si trova ad altitudine elevata e conferisce al tè il tipico aroma. Viene prodotto e confezionato in India, mentre in Italia vengono effettuati tutti i controlli per garantire che il prodotto sia sicuro e rispondente ai requisiti di qualità del capitolato Coop, particolarmente severo."*

*Il progetto Solidal ha poi l'obiettivo di promuovere lo sviluppo economico e sociale della popolazione locale: una parte congrua del ricavato va alle persone che lavorano nelle piantagioni, per garantire loro una migliore qualità della vita.*

*"Con Coop abbiamo in comune l'attenzione alla qualità. – conclude Maria Moraschi – Ci auguriamo per il futuro di intensificare il rapporto di reciproca fiducia, mantenendo il controllo diretto sulla filiera produttiva e sulle piantagioni al fine di ottenere risultati sempre migliori."*





Completano l'offerta dei mondi Coop le linee Crescendo e Club 4-10 dedicate all'infanzia.



### I prodotti freschi e freschissimi

Coop conosce le esigenze dei consumatori rispetto a quello che mangiano, e che si manifestano con particolare evidenza quando si tratta di prodotti freschi:

- rispetto delle norme igienico-sanitarie;
- conoscenza dell'origine del prodotto e dei suoi componenti (rintracciabilità completa);
- garanzie sul prodotto, dall'origine al confezionamento.

L'impegno di Coop si manifesta ormai da molti anni nella costruzione di filiere dei prodotti freschi che possano fornire in primo luogo una piena tracciabilità.

Le caratteristiche richieste ai fornitori attraverso i Capitolati Coop sono approfondite nel capitolo 5, focalizzato sulla relazione di Coop con le proprie filiere.

### Per conoscere “a fondo” i prodotti Coop: la campagna Origini trasparenti

Con “Origini trasparenti” Coop ha avviato una campagna mirata a tracciare e diffondere informazioni sull'origine dei prodotti che utilizziamo quotidianamente, con riferimento all'intero assortimento di prodotti Coop.

Dal 2013 è disponibile un sito dedicato dove il consumatore, digitando il nome del prodotto o il codice a barre che ogni prodotto reca sulla confezione, ha disponibili le suddette informazioni, permettendo così di approfondire temi e dettagli che riguardano una materia così nuova e complessa come quella delle origini delle materie prime dei prodotti che arrivano sulla nostra tavola.

DA OGGI PUOI SCOPRIRE  
L'ORIGINE DELLE MATERIE PRIME  
DEI NOSTRI PRODOTTI:

SOLO COOP LO FA.

**coop**  
LA COOP SEI TU.

COOP  
yogurt  
alla banana  
COOP  
INTERO

## Sapore di legalità

Presenza importante sugli scaffali Nova Coop è costituita dai prodotti **"Libera Terra"**, realizzati in terreni confiscati alle mafie coinvolgendo soggetti e associazioni "sani" sui diversi territori.

Libera Terra riunisce nove cooperative sociali che, guidate da Libera (l'Associazione creata da Don Luigi Ciotti), gestiscono strutture produttive e centinaia di ettari di terreno sottratti alle mafie in Sicilia, Puglia, Calabria e Campania. Il marchio Libera Terra è nato nel 1994 ed è coerente con i valori e la missione di Coop in quanto coniuga il valore etico e sociale del progetto con la qualità di prodotti alimentari. La pasta, il vino, le marmellate e il limoncello sono alcuni dei prodotti realizzati da Libera Terra per riscoprire i sapori tipici del territorio e valorizzare al tempo stesso le qualità nutrizionali e i profili organolettici delle migliori materie prime provenienti da agricoltura biologica. Ad oggi, con 155 referenze, è la catena della grande distribuzione che più si impegna nel mettere a disposizione dei clienti questi prodotti.

Per sostenere Libera nel 2014 Nova Coop, ha promosso diverse iniziative, fra cui ricordiamo:

- l'organizzazione di numerose iniziative di raccolta fondi a favore del progetto di ricostruzione di "Cascina Graziella", negli ultimi due anni;
- uno sconto del 20% sui prodotti a marchio Libera Terra, nella rete dei propri punti vendita, in concomitanza della ricorrenza del 21 marzo "La Giornata della Memoria e dell'Impegno" in ricordo delle vittime delle mafie;
- l'organizzazione di campi estivi, in collaborazione con Libera Piemonte.



## I prodotti solidali dal valore etico

Oltre alla linea Solidal, testimonianza dell'impegno di Coop in questo settore, Nova Coop nel corso degli anni ha sostenuto prodotti portatori di valori etici e rispondenti agli obiettivi del commercio equo e solidale. Ad oggi nei punti vendita della Cooperativa sono presenti:

- il caffè, il pane e la birra prodotti dalla Cooperativa "Pausa caffè" nelle carceri di Torino, Alessandria e Saluzzo;
- i biscotti del progetto "Banda Biscotti", realizzati dai detenuti del carcere di Verbania;
- le piantine (aromatiche e ornamentali) della Cooperativa sociale "Bettolino" di Reggiolo (RE);
- il miele della Cooperativa sociale "Il Pungiglione", legata all'associazione Giovanni XXIII.
- confetture e succhi di piccoli frutti della Cooperativa Insieme, prodotti dalle donne di Bratunac e Srebrenica, in Bosnia.

*La Cooperativa PAUSA CAFÈ lavora su due fronti: con i produttori nel sud del mondo (Guatemala, Messico, ...) e con i detenuti di alcune Case Circondariali del Piemonte.*

*L'obiettivo è uno: favorire un processo di sviluppo sociale ed economico equo, sostenibile e partecipativo.*

*"Concretamente – ci spiega **Luciano Cambellotti**, Vice Presidente di Pausa Cafè – significa l'acquisto diretto delle materie prime (cacao, caffè, ...) dai produttori locali, la lavorazione delle stesse completamente in proprio negli istituti penitenziari in laboratori certificati e la successiva commercializzazione. Fin dalla nascita della nostra Cooperativa si è sviluppata la collaborazione con Coop che vende nei suoi punti vendita i nostri prodotti." Il 2014 ha visto l'avvio di un nuovo progetto: la produzione di pane nel carcere San Michele di Alessandria: "I detenuti lavorano il pane a mano – ci dice Luciano – utilizzando farine biologiche macinate a pietra e lievito madre lievitato naturalmente e cotto in forni a legna. Tutte le farine sono certificate da agricoltura biologica ed il laboratorio rispetta le norme igienico sanitarie definite in collaborazione con Coop." L'istituto è vicino alla piattaforma di distribuzione Coop che consegna il pane ai punti vendita di Piemonte, Liguria e Lombardia. Pausa Cafè è un esempio concreto di economia inclusiva: Cambellotti sottolinea come il coinvolgimento dei detenuti riduca significativamente la probabilità di recidiva e fornisca reale acquisizione di competenze professionali. È bene ricordare che tutti i detenuti coinvolti sono regolarmente assunti dalla Cooperativa.*

*Un altro elemento cruciale è la qualità del prodotto: "Se vogliamo stare sul mercato il nostro prodotto deve essere ottimo. La qualità fa recuperare l'orgoglio del fare bene e si innesta sul percorso complessivo di miglioramento e di recupero delle persone reclusi." Il laboratorio ha una capacità produttiva di 2.500 chilogrammi di pane a fermentazione naturale al giorno e può occupare sino a 15 addetti.*







### **I prodotti slow food**

Un accordo con Coop Italia garantisce la presenza nei punti vendita Coop di alcuni prodotti dei Presidi Slow Food, che sono un punto di riferimento per molti piccoli produttori e per molte comunità del cibo di tutto il mondo.

I Presidi Slow Food hanno contribuito a salvare numerose razze animali, specie vegetali, formaggi, pani e salumi che rischiavano l'estinzione, a salvaguardia della biodiversità; essi hanno aiutato centinaia di produttori affinché potessero proseguire la propria attività, favorendo il contatto tra consumatori interessati alla qualità e disponibili a pagare un prezzo equo e remunerativo; rappresentano un bacino molto importante di saperi ed esperienze, che i Presidi mettono a disposizione di altri produttori tramite scambi e collaborazioni, costituendo pertanto alcuni dei nodi fondamentali della grande rete Slow Food. Sugli scaffali dei punti vendita Nova Coop si possono trovare numerose referenze di ortofrutta e di gastronomia, oltre alle tradizionali paste di Meliga del Monregalese.

# Il coinvolgimento e la sensibilizzazione dei consumatori sui temi ambientali

## Le certificazioni ambientali

Coop è impegnata da sempre nella tutela dell'ambiente, per garantire benessere e qualità della vita ai consumatori e alle generazioni future. Un'attenzione che si traduce nello sviluppo di prodotti capaci di aderire a quanto richiesto dai più esigenti standard europei e a iniziative internazionali volte alla tutela dell'ecosistema. Oltre a quanto già trattato in altre sezioni della pubblicazione, tra gli impegni più rilevanti troviamo:



© **Certificazione FSC:** per i prodotti Coop interessati - tra cui fazzoletti, tovaglioli, carta igienica e da ufficio, etc... - sono stati definiti e risultano applicati i criteri definiti dal Forest Stewardship Council (FSC) in relazione alla gestione forestale sostenibile per quanto riguarda: la protezione della popolazione indigena che vive a ridosso delle foreste, il rispetto della biodiversità degli ecosistemi forestali, l'attenzione agli impatti sociali ed ambientali, il non utilizzo di piante OGM, con restrizioni nell'uso di specie esotiche, pesticidi e fertilizzanti.



**Ecolabel:** è un marchio Europeo di qualità ecologica concesso ai prodotti che rispettano severi criteri ecologici previsti da apposite direttive CEE. Si tratta in gran parte di prodotti in carta riciclata (igienica e per la casa, fazzoletti, tovaglioli, risme da ufficio), prodotti per la detergenza a basso impatto ambientale (pastiglie per lavastoviglie, polvere per lavatrice, detersivo per pavimenti e piatti), articoli di cancelleria realizzati in materiale riciclato.





**Dolphin safe:** continua il monitoraggio dell'intera filiera del tonno ed il rapporto di collaborazione con Earth Island Institute su questo importante capitolo dell'impegno di Coop per la tutela dei delfini. Coop è stata la prima catena distributiva italiana ad essere inserita nell'elenco ufficiale delle aziende Dolphin-Safe: dal 2001 le confezioni di tonno a marchio Coop riportano il logo "Dalla parte dei delfini" e dal 2012 sono state inserite alcune informazioni aggiuntive sull'approvvigionamento del tonno all'interno del cartoncino che avvolge le scatolette.



**Progetto Friend of the sea:** con tale progetto Nova Coop vuole promuovere politiche di pesca ecologicamente e socialmente sostenibili. I prodotti ittici devono essere pescati secondo i seguenti criteri: in aree dove la risorsa è gestita in maniera sostenibile, con metodi selettivi e non dannosi per l'ecosistema e nel rispetto del "Codice di condotta per la pesca responsabile" della FAO. Coop, prima azienda europea, distributiva e non, ad aver ottenuto la validazione da parte di Earth Island Institute a partecipare a tale iniziativa, ha aderito a tale progetto richiedendo alle aziende fornitrici interessate di impegnarsi formalmente, sottoscrivendo una dichiarazione e dando evidenza adeguata del rispetto dei criteri suddetti, oltre a consentire le necessarie verifiche.





## Dalla parte degli animali

Il benessere animale e la tutela delle specie a rischio sono temi di gran rilevanza per il mondo Coop, a cui ha cercato di dare risposte concrete, tenendo conto dell'interesse forte e sempre in crescita dei consumatori su questi argomenti.



**Benessere degli animali:** Coop è impegnata a garantire buone pratiche di allevamento e adeguate condizioni di salute per gli animali. Per questo motivo Coop ha deciso di escludere completamente dalla vendita le uova di galline allevate in batteria. Inoltre, per quel che riguarda i polli a proprio marchio, ha effettuato importanti interventi sulla gestione quali densità minore, illuminazione naturale e arricchimenti ambientali. Sempre a salvaguardia del benessere animale Coop ha deciso di eliminare qualsiasi sistema di produzione potenzialmente lesivo per gli animali come, per quanto riguarda i propri prodotti a marchio, la commercializzazione di pellicce naturali, il cibo per animali e i cosmetici testati sugli stessi e prodotti che utilizzino spiumatura a vivo; Coop inoltre non intende utilizzare, per i propri prodotti a marchio, carni provenienti da animali clonati.

**Tutela delle specie a rischio:** dal 2007 Coop ha eliminato dalla vendita il tonno rosso, a rischio di estinzione, comunicando i motivi della scelta ai consumatori tramite cartelli affissi nei punti di vendita, riviste ai soci e informazioni sul sito. Viene, in ogni caso, garantita la vendita del tonno a pinna gialla (Yellow fin), nonché di specie simili (Alalunga, Tombarello e Tonnetto), che il consumatore assimila al tonno rosso. È stato calcolato che, grazie a questa scelta, ogni anno almeno 6.000 esemplari di tonno rosso rientreranno nel ciclo riproduttivo.



## Gli imballaggi

Coop continua il suo impegno per realizzare imballi leggeri e meno impattanti sull'ambiente; dal 1996 implementa interventi sul packaging in linea con le due direttrici strategiche di riduzione a monte del consumo di risorse (materiali, energia) e riduzione a valle della produzione di rifiuti. Coop ha individuato precise linee di azione secondo il principio delle 3 R: ridurre, riciclare e recuperare.

Coop ha inoltre realizzato il progetto "etichettaggio informativo dei prodotti Coop"; ove gli spazi lo consentono in etichetta viene segnalata la composizione dei vari materiali che compongono l'imballaggio (carta, plastica, etc...), nonché in quale circuito della raccolta differenziata vadano riposti.





# ecodetergenti per il pulito di casa vostra detersivi self-service

Compra il flacone una volta sola  
e riutilizzalo le volte successive.  
In questo modo acquisti solo il detersivo,  
risparmi sul contenitore  
e non produci rifiuti.



1 Posiziona il tuo flacone  
sotto il detersivo desiderato

2 Premi  
il pulsante per il riempimento  
(non innoverai il flacone durante l'uso)

3 Ritira  
lo scontrino e applicalo  
sul prodotto



La goccia amica del pulito e  
dell'ambiente.

ecogoccia vi offre una gamma di detersivi a base  
naturale per il pulito di casa vostra nel rispetto  
dell'ambiente.

Info su EcoGoccia su  
[www.ecogoccia.it](http://www.ecogoccia.it)



pulito e dell'amb

vi offre una gam  
base naturale n  
ambiente.

acco  
ralato

# L'ascolto dei Consumatori

Le Cooperative di consumo hanno uno strumento privilegiato di ascolto, ossia il confronto con la base sociale nei diversi momenti strutturati di incontro che si svolgono nell'anno. A queste preziose considerazioni e indicazioni si sono aggiunti strumenti di ascolto rivolti insieme a soci e consumatori: il progetto "Il tuo negozio Coop" e il Filo Diretto.

Continua la realizzazione degli incontri pubblici realizzati nei supermercati della rete Nova Coop, incontri in cui i Soci e clienti possono liberamente intervenire segnalando le proprie opinioni, aspettative e critiche nei riguardi del punto vendita, ricevendo pubblicamente risposte da parte dei relatori (rappresentanti della direzione commerciale e della direzione soci).

Questi incontri sono soprattutto serviti per monitorare direttamente il grado di soddisfazione dei soci e prendere conoscenza delle problematiche in modo da migliorare l'offerta e cogliere i suggerimenti che possono essere sviluppati nei singoli punti di vendita, con attenzione alla compatibilità economica.

Il servizio di "**Filo Diretto**", attraverso il numero verde o l'invio di una mail, è un fondamentale momento di ascolto e dialogo con soci e clienti della Cooperativa, per segnalazioni e reclami, ad integrazione delle attività di ascolto fatte direttamente nei punti vendita. Nell'anno 2014 si è rilevato un incremento di oltre 600 contatti rispetto al 2013 e contestualmente si è ravvisato un lieve aumento della richiesta di informazioni e una flessione di osservazioni e reclami.

**Tabella. Filo Diretto**

	2012	2013	2014
Contatti con Coop (prevalentemente tramite numero e indirizzo mail Filo Diretto)	3.435	3.341	3.985
Percentuale di reclami sul totale di contatti	24,3%	21,6%	20,9%

Per diversi mesi il servizio Filo Diretto è stato ampliato nel suo utilizzo fornendo supporto e assistenza alle scuole nelle varie fasi di registrazione e prenotazione premi per il progetto Coop per la Scuola. Molti contatti con la clientela hanno avuto ad oggetto la promozione del prodotto Coop . La nuova modalità promozionale è stata sicuramente apprezzata, ma in alcuni casi è stato necessario fornire informazioni e chiarimenti sullo svolgimento della promozione. Filo Diretto inoltre ha rinnovato le sue procedure interne raggiungendo una positiva integrazione con il Servizio Qualità.

Come negli anni precedenti, il cliente che utilizza il servizio è prevalentemente socio Coop, con un'età compresa tra i 46 e i 65 anni, e lo strumento di contatto preferito resta il telefono. Viene apprezzato il servizio gratuito, con un operatore cui si possono fare più domande nella medesima telefonata e soprattutto, nella maggior parte dei casi, si ricevono risposte immediate. In ogni caso il tempo medio con cui si risponde alle questioni poste e si risolvono eventuali problemi è di due giorni.



**I LAVORATORI**

	2012	2013	2014
Totale dei lavoratori	4.652	4.690	4.754
Lavoratori a tempo indeterminato sul totale	92,67%	94,00%	92,45%
Ore totali di formazione	48.342	43.838	44.427
Indice di frequenza degli infortuni (esclusi quelli in itinere)	23,03	23,51	23,04

Il 2014 ha rappresentato un anno importante per i lavoratori Nova Coop per due motivi fondamentali:

- Nel 2014 è stato pienamente operativo il trasferimento di tutti i lavoratori di sede, prima suddivisi tra Leinì e Galliate, nell'unico edificio di nuova costruzione a Vercelli. La nuova sede, progettata con criteri orientati a migliorare la qualità del lavoro e della vita in azienda, ha rappresentato l'occasione per rendere più efficienti ed efficaci le modalità di lavoro, facilitando gli scambi e la progettazione comune. Le attività di supporto e facilitazione hanno reso più agevole il cambiamento di sede di lavoro per tutti i dipendenti coinvolti.
- La riorganizzazione aziendale, deliberata a fine del 2013, è diventata pienamente operativa nel 2014, coinvolgendo una parte importante dell'organizzazione con particolari effetti sull'area Commerciale. Questa azione, e il cambiamento culturale che comporta, ha contribuito in modo significativo a migliorare la gestione sia in termini di efficacia delle azioni che di contenimento dei costi, con effetti positivi sui risultati economici a fine anno.



## Composizione e Consistenza

I lavoratori costituiscono una risorsa fondamentale per rispondere alla Missione della Cooperativa e garantire l'erogazione di servizi di qualità. Per questo, la Cooperativa è impegnata a offrire ai suoi dipendenti buone condizioni di lavoro, un ambiente sicuro, qualificato e motivante, nel pieno rispetto delle normative e dei contratti di lavoro.

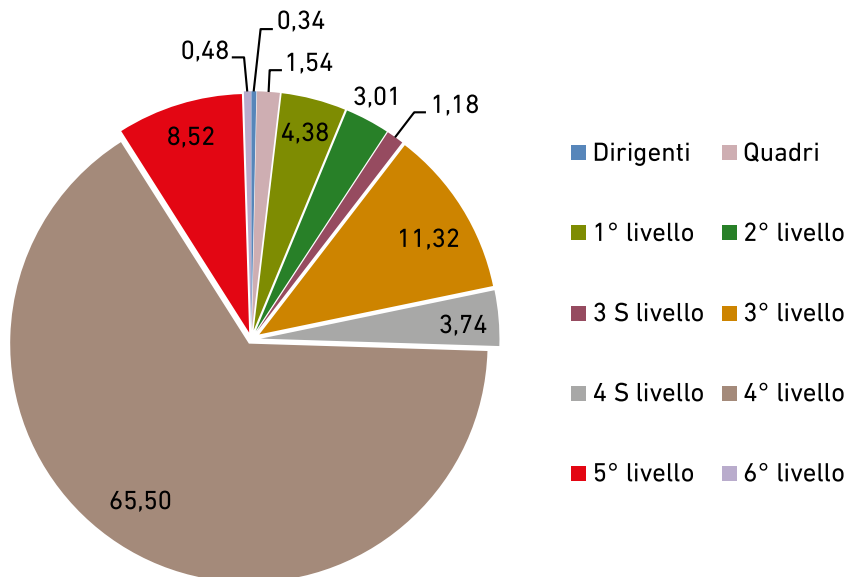
**Nonostante la contrazione dei consumi e il conseguente calo dei volumi di vendita, Nova Coop non ha messo in pratica alcuna riduzione degli organici:** anzi si rileva un significativo aumento all'inizio del secondo semestre. Dalla lettura del dato relativo all'organico al 31 dicembre si rileva un incremento di personale occupato pari a 64 lavoratori.

Pressoché il 76% dei lavoratori totali sono donne. La popolazione femminile rappresenta circa il 15% dei quadri e dirigenti della Cooperativa ed il 39% degli impiegati direttivi.

**Tabella. Lavoratori per genere**

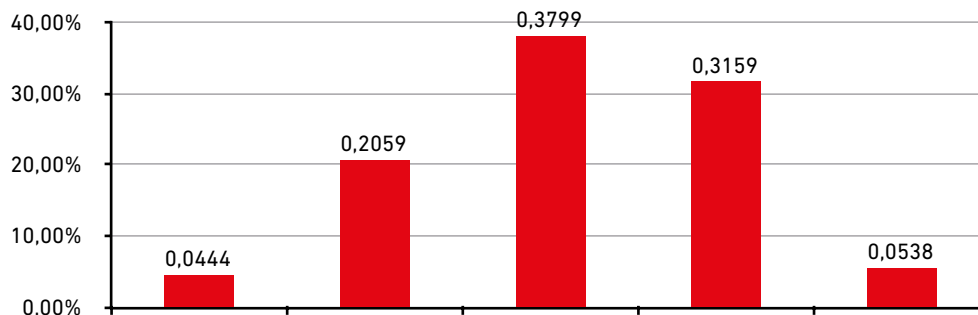
	Udm	2012	2013	2014
Percentuale di lavoratori donne	(%)	76,44%	75,91%	75,96%
Donne quadri e dirigenti	(%)	11,27%	15,00%	14,61%
Donne Impiegati direttivi	(%)	40,82%	39,00%	38,46%

**Grafico. Distribuzione dei lavoratori per livello**

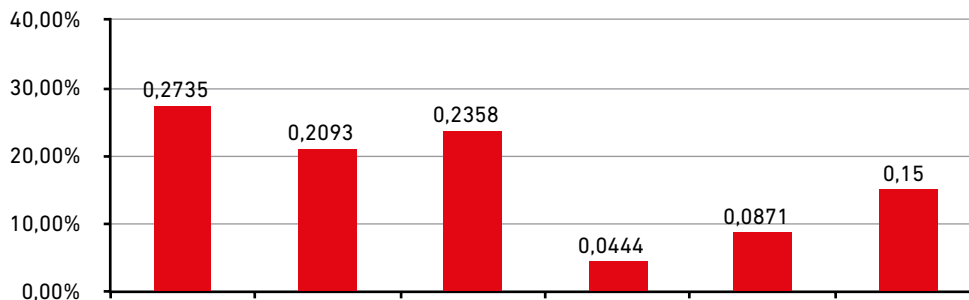




**Grafico. Distribuzione lavoratori per fascia d'età**



**Grafico. Anzianità media**



Nella lettura dei dati dei dipendenti possiamo evidenziare che la media degli occupati al di sotto dei 45 anni di età è del 63% - di cui il 79% è rappresentato da donne - e che circa il 48% dei dipendenti non ha più di 10 anni di anzianità.

Questi dati indicano come Nova Coop, negli ultimi 10 anni, abbia offerte ampie opportunità occupazionali, investendo sullo sviluppo del territorio in cui opera.

Anche nel 2014 è continuata la proficua collaborazione con diversi **Enti sul territorio piemontese** - tra i quali Centri per l'Impiego, ASL, Centri di Formazione Professionale, Scuole Superiori e Università - per l'attivazione di stage e tirocini, che sono stati complessivamente 51.

Di particolare rilievo **due tirocini attivati in collaborazione con la Cooperativa Sociale Progetto Tenda** (all'interno del Progetto SPRAR) **per l'integrazione di rifugiati e richiedenti asilo politico**. Il Progetto ha l'obiettivo di aiutare persone che si sono allontanate dai Paesi di origine, per ragioni di guerra o di reale pericolo, ad avvicinarsi al mondo del lavoro, acquisendo conoscenze e competenze spendibili nella ricerca di un'occupazione. Grazie a questa collaborazione, sono stati inseriti in tirocinio due giovani extracomunitari, per apprendere le competenze di base per il ruolo di addetto alle vendite. Ad entrambi i giovani è stata proposta una proroga del tirocinio di altri tre mesi.

Con l'adesione al **Progetto Garanzia Giovani Piemonte**, che facilita l'accesso dei giovani al mondo del lavoro - con la conseguente riduzione del fenomeno della disoccupazione giovanile - Nova Coop ha attivato un tirocinio con un neolaureato presso il Servizio Prevenzione e protezione della sede di Vercelli.

Infine, tre tirocini di persone appartenenti alle categorie protette si sono trasformati in un rapporto di lavoro, così come quattro stage attivati con Centri di Formazione Professionale.









## La Gestione e i Contratti

L'anno 2014 ha fatto registrare da un lato un continuo **consolidamento degli organici** e dall'altro un **incremento dell'occupazione** al 31 dicembre dell'esercizio.

Il primo fattore è l'esito di un percorso già avviato negli scorsi anni che ha fatto registrare un ulteriore incremento del numero di lavoratori che hanno visto consolidare il proprio rapporto di lavoro sia attraverso conferme a tempo indeterminato sia attraverso conferme di contratti d'apprendistato. Si tratta quindi di un indice di grande serietà di Nova Coop che ha saputo mantenere fede agli impegni occupazionali assunti senza scaricare sui lavoratori le conseguenze della difficile congiuntura.

Il secondo fattore riguarda l'incremento dell'occupazione complessiva che ha fatto segnare un più 64 lavoratori rispetto alla fine dello scorso anno. A favorire questo andamento c'è sicuramente l'apertura dell'ipermercato di Collegno e la riapertura a settembre del supermercato di Torino C.so Molise, che hanno aiutato a compensare gli interventi di contenimento degli organici determinati dal processo di efficienza della rete e anche della sede, che ha visto l'andata a regime dell'unificazione e dell'eliminazione delle ridondanze generate dalla duplicazione delle realtà amministrative.

Sicuramente queste due aperture hanno permesso di operare sugli organici delle strutture del torinese, un po' in sofferenza, di mantenere ed anzi incrementare l'occupazione in un momento in cui molte altre strutture della grande distribuzione stanno avviando percorsi di uscita anticipata dei lavoratori.

Le nuove aperture ed il trasferimento della sede di Nova Coop a Vercelli, hanno consentito anche di soddisfare alcune richieste di trasferimento e di avvicinamento alla propria abitazione, nonché di inserimento in **percorsi di riqualificazione professionale** sia trasversali ai due canali di vendita sia tra rete e sede. E questo fatto ha rappresentato un elemento di importante cambiamento rispetto al passato in cui le crescite ed i percorsi professionali seguivano principalmente l'area di appartenenza iniziale.

Per ciò che concerne le **diverse tipologie contrattuali** presenti in organico si rileva come **il contratto a tempo indeterminato abbia il 92,45%** di incidenza rispetto alle altre tipologie contrattuali e congiuntamente al contratto di apprendistato conferma la volontà di Nova Coop di prediligere occupazione stabile e risorse umane qualificate. Dal 2014 non sono più presenti i contratti di inserimento in quanto tale tipologia è stata abrogata e i contratti in essere sono giunti a scadenza.

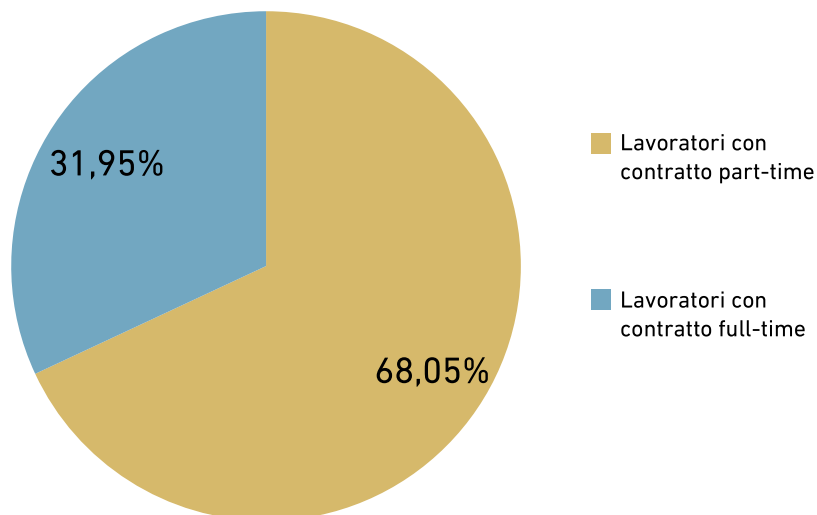
I contratti a tempo determinato rappresentano solamente il 6,75% della forza lavoro. Ciononostante è rilevabile una leggera crescita di contratti a termine rispetto al dato dell'anno precedente, dovuta alle due nuove aperture del secondo semestre 2014 che produrranno effetti di consolidamento nell'organico solo nel corso dei prossimi esercizi.

**Tabella. Contratti**

	2012	2013	2014
Contratto a tempo indeterminato	92,67%	94,00%	92,45%
Contratto di apprendistato	1,76%	1,26%	0,80%
Contratto a tempo determinato	4,56%	4,49%	6,75%
Contratto di inserimento	1,02%	0,25%	0,00%

**Tabella. Distribuzione part-time per genere**

	2012	2013	2014
Lavoratori con contratto part-time	67,18%	66,59%	68,05%
Donne	61,36%	60,82%	61,34%
Uomini	5,82%	5,77%	6,71%
Lavoratori con contratto full-time	32,82%	33,41%	31,95%
Donne	15,33%	15,62%	14,62%
Uomini	17,49%	17,79%	17,33%

**Grafico. Distribuzione part time/full time**

## Tabella. Contratti di apprendistato

	2012	2013	2014
Numero di contratti di apprendistato trasformati in contratti a tempo indeterminato	26	29	25
Percentuale di stabilizzazione	81,25%	93,55	92,59%

I Contratti di Apprendistato andati in scadenza nel corso dell'anno 2014 e che sono stati trasformati in occupazione stabile sono stati 25 sfiorando il 93% delle conferme ben oltre la soglia dell'80% previsto dal contratto nazionale.

Inoltre, 33 sono stati i contratti – tra inserimento e lavoratori a termine – che hanno visto trasformato il loro contratto a tempo indeterminato malgrado la difficile situazione del mercato evidenziata nel corso dell'anno.



# La Formazione

## La formazione a punto vendita

Nel 2014 si è continuato a lavorare sulle capacità di gestire al meglio il capitale umano, coinvolgendo le persone nella ricerca delle soluzioni ai problemi e nel confronto sui temi oggetto di attività formativa. L'attività formativa ha coinvolto complessivamente 3.273 lavoratori, per un totale di **oltre 44.000 ore di formazione** sia in aula che sul campo, a dimostrazione della scelta di Nova Coop di continuare ad investire in modo preponderante sulla formazione del personale.

Nel 2014 sono proseguiti i progetti di addestramento, istruzione, sviluppo e potenziamento delle professionalità attivati negli anni precedenti. In particolare, nel canale supermercati è stato realizzato un importante **Progetto sul Servizio al Cliente e sulla vendita** che ha coinvolto tutti i lavoratori di 10 punti vendita. L'apertura del nuovo superstore di Torino corso Molise è stata preceduta da un ricco percorso formativo destinato ai dipendenti storici e ai neoassunti: tutti si sono confrontati sulle aspettative aziendali, sui temi formativi di legge, sul lavoro di squadra, sul servizio al cliente e sul piacere di vendere.

Sul versante "**Formazione Manageriale**" è stato attivato con la collaborazione di una società esterna un percorso formativo in forma di Laboratorio, destinato a Quadri e Dirigenti della Cooperativa, per potenziare e affinare le competenze necessarie per ricoprire ruoli di responsabilità.

Oltre agli interventi ormai consolidati destinati al personale in percorso di crescita, sono stati realizzati corsi finalizzati al consolidamento delle procedure a livello di Consorzio e di Cooperativa, corsi di approfondimento sui prodotti a marchio, progetti formativi finalizzati ad offrire a soci e clienti un servizio ancora più ampio e mirato rispetto alle proprie esigenze, corsi destinati ad affinare le competenze di vendita di nuovi prodotti, corsi sul tema sicurezza destinati alle diverse figure presenti nei punti vendita e in sede. In una logica di sensibilizzazione e di facilitazione della conoscenza tra vari comparti aziendali, per agevolare la comunicazione e rendere più fluidi i processi, sono state organizzate per i partecipanti al corso per capi reparto senior di supermercato due visite ai magazzini di Vercelli e di Rivalta Scrivia.

Durante l'anno ha assunto una sempre maggiore importanza la formazione e-learning, che, come nel caso dell'apprendimento delle nuove procedure legate alla Gestione del Prestito Sociale (GPS), ha consentito di coinvolgere una vasta platea di lavoratori direttamente nei rispettivi punti di vendita.

Per quanto riguarda il canale supermercati, tra le molte iniziative di formazione si ritiene opportuno citare le seguenti:

- formazione ai capi reparto senior, volta non solo allo sviluppo/consolidamento delle competenze di tipo professionale ma anche all'approfondimento del loro ruolo di responsabilità all'interno del punto vendita. Nell'ambito di tale percorso, per agevolare il confronto tra i partecipanti "al di fuori dell'aula" è stata realizzata una piattaforma on line che ha garantito l'accesso ai materiali di studio e la discussione sui temi oggetto della lezione;
- formazione operativa per addetti e macellai dei punti vendita coinvolti dalla realizzazione dei banchi al taglio- carni integrati. Sempre nell'ottica di offrire un migliore servizio a soci e clienti, è stata realizzata un'ampia riprese formativa sulle carni, destinata a tutte le addette della gastronomia dei negozi in cui negli anni precedenti erano stati inseriti i banchi integrati.

Nel 2014 è stato realizzato un Progetto formativo che ha coinvolto 10 negozi del canale supermercati; un percorso che, attraverso i principi di Programmazione Neurolinguistica, ha permesso di lavorare sul senso di responsabilità individuale nella relazione commerciale con il socio e il cliente, al fine di proporre e garantire un servizio sempre migliore.

**Monica Pietrobelli**, capo negozio del super di Omegna, racconta: *“La proposta dell’azienda di costruire un progetto di lavoro che coinvolgesse tutti i colleghi del negozio, avendo come obiettivo finale la soddisfazione del socio e del cliente mi ha colto di sorpresa, ma mi ha subito entusiasmato. È un pacchetto grosso la PNL! Ti tocca nel profondo, ti spinge a lavorare su te stesso per imparare a “metterti nei panni dell’altro”, che sia un collega, un collaboratore o un socio – cliente, e a percepire e riconoscere i suoi bisogni. Ci siamo sentiti tutti coinvolti, dai più giovani ai più “anziani” di azienda. Per me che ero appena arrivata ad Omegna il Progetto di formazione ha rappresentato uno strumento utile per coinvolgere il gruppo di lavoro, costruendo un nuovo linguaggio comune, centrato sul cliente. L’effetto finale del percorso di formazione? una maggiore collaborazione tra i Capi Reparto e tra ogni Capo Reparto e il suo gruppo di lavoro, una rinnovata disponibilità a mettersi in gioco per offrire un servizio sempre migliore, l’attenzione per ciò che accade in tutto il punto vendita e non soltanto nel proprio reparto. E i soci e i clienti hanno percepito il nuovo clima, sono aumentate le occasioni in cui ci manifestano apertamente soddisfazione. Davvero un successo di tutti, perseguito con impegno e responsabilità.”*





Sul versante ipermercati sono proseguite/avviate le seguenti iniziative:

- è stata portata avanti l'esperienza del meeting di punto vendita, evento atteso e apprezzato da tutti i dipendenti, in quanto il coinvolgimento delle persone si realizza concretamente attraverso modalità scelte dai partecipanti stessi, che quindi rendono "unica" ogni edizione;
- nell'iper di Casale Monferrato è stato attivato, in collaborazione con una Società di consulenza, un Progetto sui "Colloqui di attività" che ha coinvolto tutti i Capi reparto. Questi hanno seguito un percorso per prepararsi ai momenti di dialogo formale e confronto con i propri collaboratori, per migliorare le proprie abilità di dare feedback, confrontarsi su aspettative reciproche e condividere eventuali azioni di miglioramento.

### Il valore di essere differenti, ma insieme

*"Il Meeting di Crevoladossola è stato organizzato con un forte orientamento al coinvolgimento di tutti i dipendenti e i soci." – ci dice il Direttore del punto vendita **Vincenzo Napolitano** – "L'obiettivo era aumentare il senso di partecipazione e rafforzare lo spirito di squadra, valorizzando i singoli contributi e quindi le persone. Abbiamo chiesto a tutti i nostri collaboratori di raccontare attraverso una metafora come vedono l'ipermercato. I gruppi di lavoro, costituiti da colleghi di reparti diversi e dai soci, hanno prodotto dei disegni che sono stati poi raccontati in plenaria: un momento divertente in cui tutti i lavori sono stati molto apprezzati.*

*Le metafore elaborate si sono dimostrate significative e sentite; il filo conduttore era il valore aggiunto che elementi diversi possono dar al risultato finale: gli ingredienti di una torta, le note di una sinfonia, i componenti del formicaio, ognuno contribuisce al benessere di tutti.*

*Il coinvolgimento dei dipendenti è stato percepito da tutti come elemento di riuscita della serata, come ci confermano i questionari compilati in seguito. Ciò ha contribuito a rendere l'ambiente di lavoro ancora più sereno, grazie al fatto che persone che normalmente non operano insieme si sono incontrate e hanno collaborato ad un progetto: è aumentata la conoscenza e la stima reciproca e lo spirito di squadra si è consolidato."*



Per il 2015 proseguirà il percorso formativo delle persone con **ruoli di responsabilità in rete** con la collaborazione della Direzione del Personale. In particolare nel canale Super partirà un progetto sulle tecniche di vendita e comportamentali orientate al cliente che coinvolgerà tutto il personale di 15 punti vendita, pari a oltre 500 dipendenti. Tutti i negozi del Canale saranno coinvolti in questo progetto nel triennio 2015/2017.

Nel Canale Iper, in relazione alla riorganizzazione della Direzione commerciale e della conseguente centralizzazione di alcune attività, si svolgeranno degli incontri che coinvolgeranno tutti i Direttori e Capi Settore dei 16 Ipermercati, finalizzati all'analisi delle nuove aspettative dei ruoli e delle possibili conseguenti azioni formative.

*“Nell’ambito dei “mondi” del prodotto COOP la linea Fiorfiore rappresenta l’espressione della nostra offerta di fascia qualitativa più elevata, ad un prezzo competitivo.” – racconta **Enrico Ottobri**, Responsabile Sviluppo Vendite Freschissimi – “In essa sono rappresentate numerose eccellenze della produzione alimentare italiana, partendo dai pregiati Prosciutti di San Daniele, per arrivare alle olive taggiasche, all’aceto balsamico di Modena ed alle numerose referenze appartenenti ai reparti freschissimi, basti pensare al pregiato bovino piemontese ed all’assortimento di ortofrutta fresca.*

*La capacità di valorizzare questo importantissimo segmento di offerta, che garantisce una distintività di valore assoluto nel mercato in cui operiamo, rappresenta un elemento fondamentale nelle competenze del personale ed in particolare dei Responsabili di Reparto.*

*Anche quest’anno, all’interno del corso per Capi Reparto Senior del Canale Supermercati, sono state realizzate due edizioni dell’intervento formativo dedicato al “Piacere di Vendere”: le testimonianze di produttori e fornitori hanno condotto i partecipanti in un percorso di riscoperta ed approfondimento della cultura, delle caratteristiche e delle modalità di presentazione di prodotti alimentari d’eccellenza focalizzandosi sull’assortimento a marchio Coop presente nei nostri negozi ed in particolare sul vasto mondo “Fior fiore COOP”.*

*L’intento è stato quello di fornire anche spunti di riflessione sulla storia che ogni prodotto si porta dietro e sulla cura impiegata nel realizzarlo, sviluppando competenze professionali utili per porsi nella vendita in modo propositivo e stimolante nei confronti del cliente.*

*Nel campo dei formaggi, è stata raccontata un’affascinante storia di tutela del territorio e rispetto delle tradizioni: il latte impiegato per la produzione della Toma Maccagno FiorFiore è prodotto unicamente da una razza bovina autoctona, la “pezzata rossa d’Oropa”, presente nel territorio biellese fin dal quinto secolo, una garanzia di qualità e autenticità per il consumatore.*

*Durante l’intervento formativo ha trovato spazio anche un importante momento su un altro dei Mondi Coop che ci distinguono: la linea Solidal Coop. Ricordiamo che il progetto più importante in questo ambito è quello delle BANANE SOLIDAL COOP. Nova Coop nel 2010 per prima in Italia nel mercato della GDO ha intrapreso la commercializzazione di banane sfuse provenienti dal commercio equosolidale, rafforzando l’adesione della propria offerta commerciale ai valori fondanti della mission Cooperativa”.*



**Tabella. Formazione**

	Udm	2012	2013	2014
Ore di formazione erogate	(num)	48.342	43.838	44.427
Numero di lavoratori formati	(num)	3.843	3.456	3.273
Costi sostenuti	(€/000)	362	430	360
Formazione erogata da personale esterno	(%)	5%	35%	22%
Ore di formazione sui progetti "Maestri di mestiere" e "Face to Face"	(num)	736	305	542

**La formazione in Scuola Coop**

Anche per il 2014 Nova Coop ha deciso di avvalersi dei percorsi formativi offerti dalla Scuola di Formazione Nazionale Coop quale luogo di incontro e confronto di valori, conoscenze e cultura d'impresa Cooperativa, in cui si studia, si fa ricerca e formazione al servizio di chi lavora nelle Cooperative di consumo

Molto apprezzati i corsi incentrati sulla tematica della comunicazione: **cambiare prospettiva sulle "cose" e imparare tecniche semplici per comunicare più efficacemente** con gli altri, che rappresentano solo due dei focus su cui si sono basati i corsi progettati.

Un valore aggiunto dei corsi è stato rappresentato dallo scambio tra i partecipanti delle diverse Cooperative.

**Tabella. Partecipanti e corsi Scuola Coop**

	2012	2013	2014
Lavoratori coinvolti nei corsi di Scuola Coop	86	74	86
Numero di corsi frequentati	35	41	34



## La Salute e Sicurezza

Per garantire la tutela e la sicurezza del personale, Nova Coop investe fortemente per mantenere luoghi di lavoro sicuri e confortevoli e svolge un'attività di formazione continua e di sensibilizzazione dei rischi presenti sul punto vendita. La prevenzione è tale quando entra nelle scelte e nelle azioni quotidiane, che possono rappresentare un fondamentale contributo sia a prevenire infortuni e malattie professionali sia a ridurre i costi complessivi dell'organizzazione.

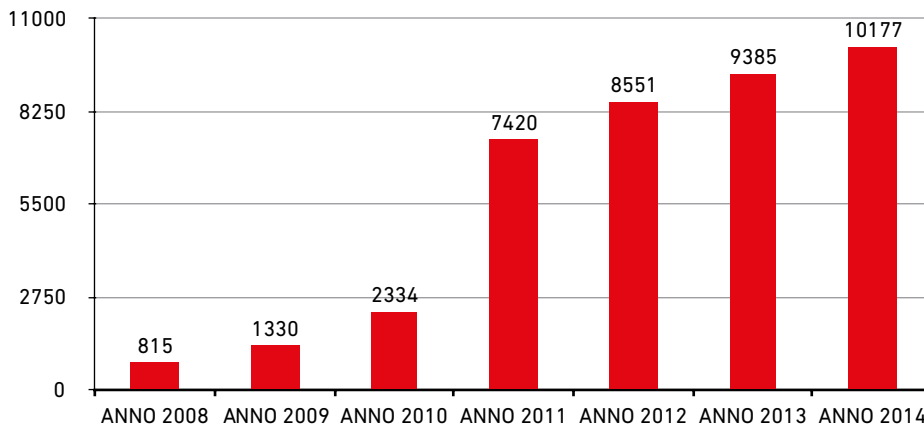
L'anno 2014 è stato caratterizzato dall'aggiornamento del **Documento di Valutazione del Rischio**, da un'intensa **attività formativa sulla sicurezza sul lavoro** che ha coinvolto un elevato numero di lavoratori e da un'**attività di coordinamento** rivolta alle ditte esterne che hanno operato presso e filiali della Cooperativa.

Per quanto riferito alle attività formative, sono stati organizzati **corsi di aggiornamento per circa 850 persone già in forza** da diversi anni e che non frequentavano corsi in materia di sicurezza da almeno cinque anni; parallelamente sono proseguiti i corsi di **formazione generale e specifica**, in collaborazione con le agenzie di somministrazione, destinati al personale da inserire all'interno dei punti vendita, in particolare lavoratori studenti e stagionali. L'attività del Servizio Prevenzione è consistita nell'erogazione del modulo specifico di 4 ore a circa 1.000 persone delle quali ne sono state inserite circa 450.

Nel corso del 2014 è stato inoltre avviato l'utilizzo della **piattaforma e-learning** per l'erogazione della formazione generale. Circa 100 persone hanno seguito tale corso che prevede l'erogazione del test in modalità tradizionale tramite il Servizio Prevenzione e Protezione. A punto vendita sono proseguite le **attività addestrative su rischi specifici e sulle attrezzature**, tenute da capi negozio e capi reparto, che hanno coinvolto circa 150 lavoratori. La formazione ha permesso di adempiere agli obblighi di legge affrontando con i lavoratori i temi fondamentali della sicurezza nelle attività di lavoro quotidiano.

Una parte cospicua delle **attività formative è stata dedicata alle squadre di emergenza**: circa 210 persone hanno seguito i corsi antincendio e circa 240 persone hanno seguito quelli di primo soccorso. Grande importanza è stata data in entrambi i corsi alla parte pratica con esercitazioni e simulazioni di situazioni di pericolo.

Tabella. Formazione su salute e sicurezza









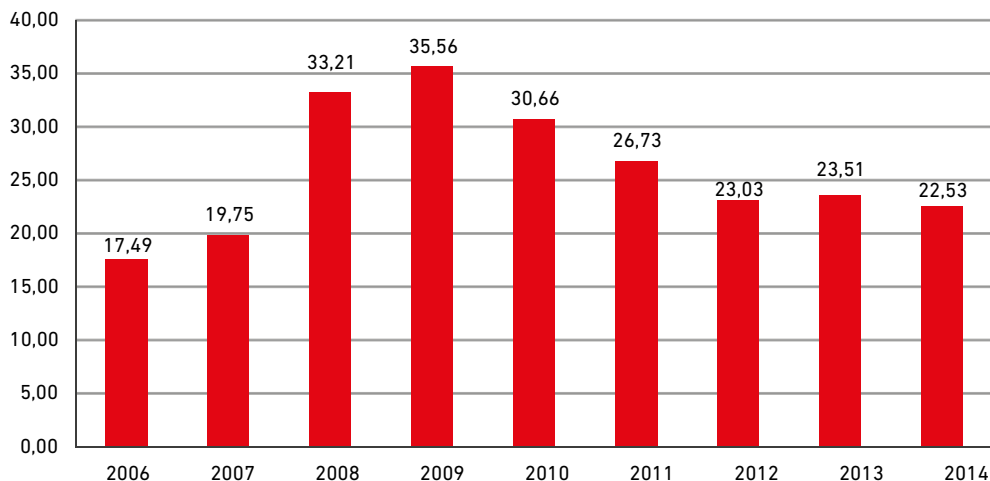
Le ore di formazione in materia di sicurezza **sono aumentate di circa il 9% rispetto al 2013**, a testimonianza del profondo impegno di Nova Coop nel promuovere attività che favoriscano il rispetto delle procedure in ambito salute e sicurezza sul lavoro.

Sono proseguite le attività del Servizio Prevenzione per la **gestione delle interferenze** nei casi di attività svolte all'interno dei punti vendita da parte di aziende esterne con la predisposizione dei DUVRI (Documento di Valutazione del Rischio da Interferenze) ed il conseguente coordinamento con le aziende esterne, per ridurre al minimo i rischi interferenziali.

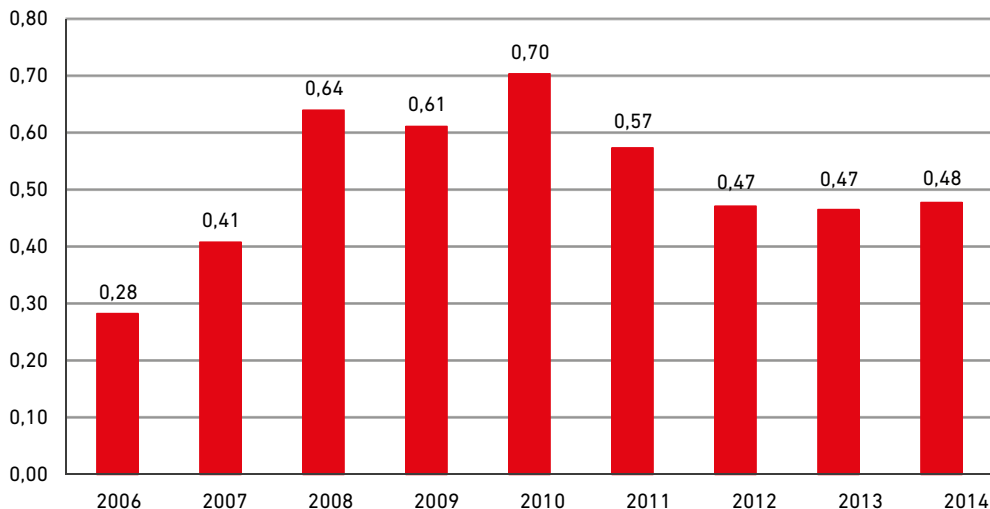
L'attività è stata svolta per tutti gli interventi ordinari (manutenzioni, servizi e merchandising) e per quelli straordinari. Per questi ultimi sono stati organizzati sopralluoghi congiunti per definire nel dettaglio le modalità operative finalizzate a garantire il rispetto delle normative sulla sicurezza; gli interventi di questa tipologia sono stati circa 100.

Nel 2014 si sono registrati **indici infortunistici in lieve flessione** rispetto a quelli dell'anno precedente ovvero i più bassi mai registrati in Nova Coop che collocano la Cooperativa tra le migliori a livello nazionale, a dimostrazione non solo della bontà delle politiche della sicurezza realizzate ma anche della professionalità dei lavoratori coinvolti. Si sono verificati 133 infortuni sul lavoro, contro 142 nel 2013; i giorni di assenza a causa di infortuni sono stati 2.817 (nel 2013 erano stati 2.809). Anche gli indici infortunistici, che pongono in relazione numero di infortuni e giorni di assenza da essi causati con le ore lavorate, sono in lieve diminuzione: Indice di Frequenza 22,53 e Indice di Gravità 0,48.

**Grafico. Indice di frequenza degli infortuni avvenuti sul luogo di lavoro (escluso infortuni in itinere)**



**Grafico. Indice di gravità degli infortuni avvenuti sul luogo di lavoro (escluso infortuni in itinere)**



Analizzando gli infortuni avvenuti nel 2014, si osserva che due sono le tipologie con maggiore incidenza percentuale: le ferite da taglio con il 40% e le contusioni, derivanti da attività di movimentazione (caduta di oggetti, movimenti sbagliati, scivolamenti, ecc.) che pesano per il 39% del totale; una parte significativa, circa l'14% del totale, è costituita da dolori muscolari, strappi, distorsioni; resta particolarmente bassa la percentuale di ustioni e di infortuni da agenti chimici pari a circa l'1%.

L'obiettivo per il 2015 è quello di migliorare gli indici infortunistici lavorando su una **maggiore sensibilizzazione di tutti i lavoratori**: addetti, squadre di emergenza, preposti, dirigenti; obiettivo da raggiungere tramite una formazione ancora più precisa e puntuale che possa agevolare la conoscenza ed il rispetto delle procedure di sicurezza nonché attraverso attività di audit da parte del Servizio Prevenzione e Protezione.

Nel corso del 2015 il Servizio Prevenzione si dedicherà al **completamento del modello di organizzazione e gestione per la sicurezza**, previsto dall'art. 30 del D. Lgs. 81/08, che permetterà un ulteriore miglioramento degli standard di sicurezza.

## L'Informazione e Comunicazione

Anche nel 2014 Nova Coop ha mantenuto fede al proprio impegno di comunicare regolarmente e in modo trasparente con tutto il personale. Accanto ai consolidati strumenti di informazione destinati ai dipendenti "NovaCoopInforma" e "CoopFlash", la Cooperativa ha garantito momenti continui e biunivoci di comunicazione.

Nel 2014 ha preso avvio il Progetto di Welfare aziendale, che ha previsto importanti momenti di ascolto dei lavoratori. Sono stati realizzati quattro focus group che hanno coinvolto 40 dipendenti dei punti vendita e della sede ed è stato distribuito un questionario a tutti i dipendenti per individuare le iniziative ed i servizi utili a migliorare la qualità della vita dei lavoratori della nostra Cooperativa. A seguito della fase di ascolto e grazie agli spunti ricevuti, è entrata nel vivo la fase di progettazione del nuovo Welfare Nova Coop.

È proseguito l'investimento della Cooperativa sulla formazione dei lavoratori che si occupano di comunicazione rivolta ai dipendenti e ai soci, sempre in collaborazione con Scuola Coop.



I FORNITORI

## L'Approccio Coop alla catena di fornitura

L'approccio del sistema Coop alla catena di fornitura è orientato a stabilire rapporti collaborativi, fondati sulla fiducia reciproca e finalizzati alla creazione di valore condiviso e allo sviluppo di conoscenza da entrambe le parti: per questa ragione Coop predilige instaurare con i propri fornitori accordi di lungo periodo.

Questa impostazione strategica ha particolare valore per i fornitori dei prodotti a marchio Coop, per i quali la relazione risulta essere più complessa ed articolata rispetto ai fornitori degli altri prodotti in assortimento.

Coop sottopone a regolari controlli l'intero assortimento a marca propria, mettendone in luce le eventuali criticità. In collaborazione con alcune organizzazioni, Coop si impegna a garantire condizioni di lavoro eque e a migliorare la tutela ambientale negli stabilimenti di produzione. Coop garantisce anche il rispetto di standard sociali ed ecologici lungo tutta la filiera di fornitura.

Coop Italia, come centrale di acquisto e marketing delle cooperative associate, cura il controllo della sostenibilità sociale all'interno delle filiere di produzione in Italia e all'estero. Si segnala in particolare la lotta contro lo sfruttamento dei lavoratori clandestini nelle filiere ortofrutticole del sud.

Alla fine del 1998 Coop Italia ha deciso di adottare, prima in Europa e in Italia, lo standard SA8000, certificabile da un soggetto esterno, che norma un comportamento eticamente corretto delle imprese verso i lavoratori.

Esso si basa sulle Convenzioni dell'ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro), sulla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e sulla Carta dei Diritti del Fanciullo, chiedendo il rispetto di requisiti fondamentali quali il divieto di sfruttamento del lavoro minorile, la definizione di un orario di lavoro massimo settimanale e divieto di eccesso di lavoro straordinario, la garanzia che stipendi e salari siano calcolati nel rispetto della legge.

L'obiettivo è stato fin dall'inizio quello di stimolare un processo a catena di adeguamento da parte di fornitori e sub-fornitori che ne influenzi il comportamento, ne accresca la qualità etica e sociale e contribuisca a diffondere un atteggiamento corretto.

Il principio fondamentale dell'iniziativa è quello di mettere a disposizione la forza commerciale di Coop per cercare di dare un contributo verso il miglioramento della qualità della vita dei lavoratori, con particolare riferimento alle categorie più deboli.

A oggi tutti i fornitori, in particolar modo per tutti quelli dei prodotti a marchio Coop, hanno sottoscritto questi impegni con Coop ed è stata avviata la fase di controllo che prevede audit periodici al fine di verificare il rispetto di quanto definito: i fornitori di fatto sottoscrivono dei capitoli di intesa, si sottopongono alle verifiche e qualora fossero individuati comportamenti non conformi, il fornitore deve impegnarsi a formalizzare un piano di miglioramento.

In questo quadro di sistema, i rapporti con i fornitori da parte di Nova Coop sono improntati a relazioni di correttezza ed eticità, a partire dai rapporti quotidiani; questo riguarda sia i fornitori di beni che quelli di servizi.



*Il Caseificio Rosso di Biella è stato fondato nel 1894 dalla bisnonna degli attuali proprietari. I formaggi locali, che attualmente vengono prodotti, seguono ancora la tradizione di allora.*

*Incontriamo **Riccardo Rosso** nello stabilimento di stagionatura a Pollone: "Riceviamo quotidianamente il latte da 30 stalle della provincia di Biella che allevano una razza particolare: la pezzata rossa di Oropa. Questo ci garantisce un latte molto ricco, adatto ai nostri formaggi. Ne produciamo varie tipologie – Maccagno, Toma, .... – ma in ogni caso solo caratteristici del territorio."*

*Per Coop il caseificio Rosso produce la toma Maccagno FiorFiore: "È un formaggio semi grasso tipico biellese, prodotto con il latte di una sola munta; questo lo rende soffice e dolce. Viene stagionato su assi di abete bianco per 30/60 giorni, marchiato e quindi consegnato ai centri di distribuzione Coop. Il nostro prodotto viene così venduto su tutto il territorio nazionale. Questo è stato un gran vantaggio per noi, perché ha fatto conoscere il nostro formaggio tipico in tutta Italia.*

*Un altro vantaggio della collaborazione con Coop – prosegue Riccardo Rosso – riguarda il disciplinare di produzione definito da Coop ed in generale le buone prassi di lavorazione che già adottavamo, ma che abbiamo ulteriormente migliorato. I controlli di qualità a cui siamo soggetti da parte dei tecnici sono per noi uno stimolo continuo a raggiungere standard di qualità sempre più alti."*



## I fornitori di beni

Le relazioni tra Nova Coop ed i fornitori sono gestite, per quanto riguarda la parte nazionale e distrettuale, dal Consorzio Coop Nord Ovest (CCNO) a cui compete sia la fase di individuazione che quella di contrattazione, mentre per la parte locale compete a Nova Coop l'individuazione dei fornitori del territorio, lasciando la contrattazione al CCNO.

Il 2014 rappresenta un anno di continuità dei progetti e delle iniziative presenti sul territorio e la gestione del rapporto con i fornitori, particolarmente quelli operanti a livello locale, confermano la volontà di Nova Coop di:

- valorizzare il territorio, garantendo anche una ricchezza diffusa grazie ai posti di lavoro creati;
- realizzare partnership trasparenti a livello locale, sia di Coop con i fornitori, sia dei fornitori fra di loro. Questo aspetto viene favorito dall'indispensabile aggregazione di realtà produttive per ottenere maggior massa critica e condivisione delle buone pratiche produttive e scelte varietali;
- porre attenzione alla tutela delle risorse ambientali;
- ottimizzare i costi, anche in un'ottica di garanzia di convenienza per i soci e i consumatori all'atto dell'acquisto.

Si è avviata la commercializzazione di prodotti piemontesi nel reparto carni: il "pollo di Piemonte" e il "suino di Piemonte", allevati, macellati e sezionati interamente in regione e contrassegnati da un marchio ad hoc che mette in evidenza questa caratteristica.





Il nuovo brand **“Orto Qui”**, nato nel 2013 e sviluppato nel 2014, pone l’accento sulla nuova linea di vicinato per frutta e verdura Coop e sulla vicinanza territoriale fra consumatori e agricoltori.

Esso è dedicato alle produzioni tipiche e locali dell’area del Nord Ovest e permette il completamento della gamma di denominazione di origine controllata. I prodotti arrivano sui punti di vendita entro 24 ore dalla raccolta grazie alla recente creazione della piattaforma unica del Consorzio Nord Ovest - con autosufficienza energetica su 45.000 metri quadrati a temperatura controllata – per garantire freschezza, riduzione dell’impatto ambientale e promuovere un’economia sostenibile a favore di consumatore e agricoltore, finalmente più vicini.

“Orto Qui” valorizza il patrimonio agricolo locale: è un marchio collettivo che risponde alla domanda di territorialità alimentare e raccoglie 15 fornitori tra cooperative e aziende agricole per un paniere complessivo di oltre 60 prodotti a rotazione stagionale.

A fronte del perdurare della crisi dell’agricoltura Coop ha scelto di lavorare direttamente con i produttori per valorizzare le tipicità dei territori in cui opera, aprendo il mercato della grande distribuzione a produzioni «minori» per quantità ma di elevata qualità.



## Le filiere dei prodotti freschi Coop

Il controllo di filiera è un processo che permette di ricostruire la storia del prodotto "dalla tavola all'allevamento", attraverso un sistema che utilizza le informazioni tracciate da tutte le aziende lungo tutta la filiera produttiva, le quali devono rispettare un insieme di regole (standard) che disciplinano i diversi passaggi che il prodotto subisce dal suo primo stadio naturale fino alla tavola.

Il Capitolato Coop è lo strumento principale che vincola i Fornitori al rispetto delle regole Coop:

- requisiti igienico sanitari di struttura, impianti e processo;
- anagrafica soggetti coinvolti (es. laboratori, sub-fornitori, ecc...);
- sottoscrizione di documenti contrattuali "a cascata";
- requisiti di rintracciabilità di prodotti finiti, materie prime, controlli e documentazione;
- caratteristiche chimiche, fisiche e microbiologiche di prodotti finiti e materie prime (nel caso delle filiere animali caratteristiche dei mangimi e delle materie prime utilizzate per produrli; es. no-ogm);
- piani di controllo e verifiche ispettive imposti su prodotti finiti, materie prime e subfornitori (formalizzazione e gestione di Piani Qualità validati).

Coop ha deciso di "dare contenuti" di garanzia di qualità e di sicurezza a tutti i livelli perseguendo l'obiettivo delle **Certificazioni di Filiera**.

Questo approccio riguarda innanzitutto le carni:

- la filiera delle carni bovine a marchio Coop conta **450 allevamenti**, con **265.000** capi di bestiame macellati e **25** macelli fornitori o di servizio. Sono inoltre coinvolti **480** piccoli allevamenti per le razze locali (chianina, piemontese, marchigiana, romagnola).



- per le carni di suino, Coop ha impiegato **27.000** capi provenienti da **4** allevamenti nazionali e **3** fra macelli e sezionamenti fornitori.
- Le filiere avicole hanno visto il coinvolgimento di **8** fornitori (con 18 impianti di macellazione e sezionamento), **6** mangimifici e **606** allevamenti.
- La filiera del cunicolo ha visto il coinvolgimento di **3** macelli fornitori, con **4** stabilimenti, **2** mangimifici e **53** allevamenti.

Anche sull'ittico a marchio Coop permangono le caratteristiche di **controllo di filiera del pesce**, che si sostanziano in:

- rintracciabilità
- mangimi con ingredienti animali di origine marina e senza utilizzo di OGM
- controlli igienico sanitari
- trote/spigole e orate con caratteristiche nutrizionali definite
- sostenibilità ambientale
- benessere animale.

Attualmente si contano nel complesso 19 impianti di acquacoltura. Agli impianti italiani vanno aggiunti quelli spagnoli per il rombo. Si registrano ad oggi: 9 fornitori, 12 piattaforme di distribuzione, 19 allevamenti e 13 mangimifici.

La gamma di **ortofrutta** a marchio Coop comprende frutta e verdura fresca da coltivazioni a produzione integrata e biologica, verdure pronte per l'uso, frutta e legumi secchi.





## I fornitori di servizi

Nova Coop intrattiene rapporti di fornitura per appalti edili ed impiantistici (per le attività di sviluppo della rete commerciale), acquisti di attrezzature ed impianti e per servizi vari (pulizie, manutenzione, etc ...).

La gestione dei fornitori e dei servizi è caratterizzata da: formulazione dei contratti e verifica delle idoneità ai fini contributivi dell'appaltatore e delle applicazioni delle norme in materia di sicurezza, controllo di tutte le attività svolte, gestione delle contabilizzazioni nel sistema gestionale SAP.

Nel 2014 sono stati portati a termine alcuni processi attivati nel 2013:

- conclusione del processo di introduzione dei fornitori consolidati nell'Albo Fornitori: inserimento di quelli nuovi e interfacciamento con i settori «cantieri» e «sicurezza» per la documentazione utile in caso di accertamenti degli Enti di gestione dell'Albo Fornitori Qualificati, database in cui sono raccolte tutte le informazioni generali e specifiche, relative alle aziende già operanti, o che intendono proporsi per la realizzazione di lavori, servizi o forniture;
- applicazione dei **modelli di contratto** diversificati in relazione all'entità, alle caratteristiche tecniche ed alla natura dei lavori da eseguire;
- applicazione del **"Listino prezzi unitari"**, costruito attraverso le analisi dei prezzi unitari, opportunamente storicizzati e classificati, effettivamente utilizzati nella esecuzione dei contratti; il listino inoltre presenta una nomenclatura e descrizioni di lavorazioni effettivamente conformi alle opere tipiche dei lavori.

Oltre alla sottoscrizione del Codice Etico di Nova Coop e alla compilazione del questionario contenente informazioni generali utili per inquadrare economicamente e tecnicamente l'impresa (zona operativa, numero di dipendenti, fatturato, elenco mezzi, referenze tecniche ed economiche, etc..), le aziende devono trasmettere anche attestati, certificati e documenti che **dimostrino i requisiti professionali, economici e morali dichiarati**. Tra i documenti presentati e considerati obbligatori per l'esito positivo dell'accreditamento figurano il Documento Unico di Regolarità Contributiva (DURC), attestante l'ottemperanza alle norme retributive e contributive nei confronti dei dipendenti, e il certificato di iscrizione alla Camera di Commercio riportante lo stato non fallimentare.

L'iscrizione all'Albo accredita le imprese quali "fornitori di fiducia" e dispone una classificazione per categorie merceologiche - che identificano l'ambito di fornitura di beni e/o servizi - e l'aggiornamento periodico dei dati e dei documenti inseriti; per i fornitori che assumono impegni contrattuali è prevista inoltre periodicamente una **valutazione del servizio** svolto.

L'accreditamento dei fornitori, la cui finalità è quella di migliorare l'efficacia, la sicurezza e la trasparenza nel processo di affidamento dei lavori, facilita la rotazione delle imprese da invitare alle trattative e individua le più idonee in base ai seguenti criteri:

- zona d'intervento;
- tipologia d'intervento;
- affidabilità dal punto di vista etico e del rispetto dei diritti dei lavoratori;
- collaborazioni positive pregresse.

Il fornitore può essere cancellato dall'Albo, oltre che per sua richiesta, anche per inadempimento nell'aggiornamento dei dati, reiterata non partecipazione alle trattative, inosservanza della normativa di sicurezza, negligenza o malafede in sede di svolgimento delle prestazioni contrattuali.

Nel 2014 l'Albo è andato definitivamente a regime incrementando il numero di fornitori abilitati e il numero di documenti inseriti:

- n. **236** fornitori abilitati;
- n. **3506** documenti inseriti.

Si è lavorato inoltre di concerto con il settore sicurezza per la distribuzione, sottoscrizione e archiviazione del **DUVRI** (Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenza) e documentazione collegata, nell'Albo.

Oltre alle finalità sopra indicate, l'Albo Fornitori ha prodotto anche i seguenti benefici:

- possibilità di rapportarsi con gli Enti di Controllo e Verifica (ASL) sulla base del Portale, che consente sempre di poter disporre di tutta la documentazione attestante l'avvenuta gestione della sicurezza di tutte le imprese contrattualizzate da Nova Coop;
- utilizzo del Portale per il prelievo immediato dei documenti (sempre aggiornati) necessari alla redazione dei DUVRI per gli interventi di manutenzione straordinaria ed utilizzo del portale per l'accesso ai documenti dai punti vendita (con appositi Link);
- uso del Portale per il rilascio immediato dei documenti necessari alla redazione di ordini e contratti di appalto.





## Il Codice Etico

Il Codice Etico racchiude le indicazioni comportamentali ai quali il Fornitore deve ispirare la propria condotta nel corso della trattativa e la negoziazione per l'affidamento dei lavori e la successiva fornitura e/o realizzazione.

I contenuti del Codice Etico riguardano la richiesta al fornitore di sottoscrivere un impegno a comportarsi con:

- **correttezza** (il fornitore dovrà agire nel rispetto della regola della buona fede e della correttezza professionale);
- **legalità** (il fornitore dovrà essere in regola con tutti gli obblighi contributivi e retributivi dovuti);
- **lealtà** (il fornitore dovrà agire nel rispetto della corretta concorrenza, partecipando lealmente ed a parità di condizioni, alle trattative).

Nova Coop, da parte sua, si riserva l'attività di controllo finalizzata ad evidenziare il comportamento scorretto dei fornitori che hanno sottoscritto tali impegni etici. Tali regole valgono per i fornitori, per gli appaltatori, per i subappaltatori e per chiunque intenda subentrare anche in parte, nei contratti di lavori, forniture e servizi.

L'accertamento di violazioni alle norme del Codice comporta l'esclusione dalla negoziazione o decadenza dall'aggiudicazione e, qualora la violazione sia accertata dopo la stipulazione del contratto, rappresenta causa di risoluzione dello stesso.

**L'AMBIENTE**

	2012	2013	2014
Impianti fotovoltaici terminati (N.)	6	14	17
Valore della riduzione del consumo energetico per mq di area vendita (€/mq)	12,48	60,35	9,43
Punti vendita con copertura banchi frigo (N.)	20	25	29
Rifiuti riciclati sul totale di quelli prodotti (%)	81%	80%	83%

## Il presidio degli impatti ambientali “alla fonte”: progettazione ecosostenibile e partecipata

Nova Coop opera in un settore che, pur non avendo impatti particolarmente nocivi per l'ambiente, è comunque in grado di influire sul suo stato, attraverso strumenti e comportamenti proattivi di buone pratiche ecologiche.

Coerentemente con quanto affermato nella propria Carta Valori, Nova Coop è da anni impegnata su più fronti per **ridurre il proprio impatto ambientale**: dalla progettazione ecosostenibile all'utilizzo di tecnologie sostenibili per i punti vendita, dalla scelta di fonti energetiche rinnovabili all'implementazione di procedure per un uso efficiente delle risorse ed una corretta gestione dei rifiuti.

Meritevole d'attenzione è l'approccio volto alla **progettazione ecosostenibile e alla riqualificazione del territorio**, portato avanti nel 2014 con la realizzazione della nuova sede della Cooperativa a Vercelli e con il completamento di due interventi commerciali: il Centro Commerciale a Collegno, realizzato nell'area ex Elbi, e il Supermercato a Torino in Corso Molise.

Per quanto riguarda la **nuova sede**, l'edificio è dotato di innovativi sistemi tecnologici volti al risparmio energetico: illuminazione a led; sistema BMS (Building Management System) di controllo di servizi quali riscaldamento, ventilazione e condizionamento d'aria; sistemi intelligenti di controllo per l'oscuramento e la protezione solare integrati in facciata; caldaie a bassa condensazione ed alto rendimento. Un impianto fotovoltaico soddisfa circa il 65% del fabbisogno energetico dell'edificio.



Il completamento del **Centro Commerciale “ex Elbi” a Collegno**, integrato da grandi piazze pubbliche, ha permesso di riqualificare una ex-area industriale dismessa in corrispondenza del capolinea della metropolitana Fermi; l'edificio commerciale all'interno del quale si trova un ipermercato di 4.500 mq di area vendita ha ricevuto, primo in Piemonte, l'attestato di sostenibilità ambientale secondo i criteri del **“Protocollo Itaca”** (approvato nel 2004 dalla Conferenza delle Regioni).



Tra gli interventi che hanno permesso di ricevere l'attestazione sono:

- Sistema BMS TREND per la gestione dei consumi ed automatizzazione degli impianti meccanici ed elettrici.
- Accorgimenti sull'illuminazione che vanno dall'ampio utilizzo dei LED alla dimmerizzazione nella zona freschi/ortofrutta che consente di regolare la quantità di luce con intensità determinate.
- Recupero di calore freddo alimentare per riscaldamento H2O sanitaria e riscaldamento riserva alimentare Iper.
- Teleriscaldamento che grazie a un sistema di produzione centralizzato consente delle notevoli riduzioni di consumi e sprechi per il riscaldamento invernale.

**Pasquale Cifani** è il Presidente della Cooperativa S. Pancrazio. Lo incontriamo a Collegno, nell'area in cui sono nati il nuovo Centro Commerciale e la nuova zona residenziale.

*Cifani ci spiega che la realizzazione della stessa è frutto della collaborazione tra Nova Coop e le Coop San Pancrazio e Di Vittorio che si occupano di edilizia residenziale: "È stato naturale lavorare insieme. Abbiamo condotto congiuntamente le trattative per l'area ed abbiamo ottenuto risultati importanti che certo non avremmo raggiunto singolarmente. Questo era un sito industriale occupato dalla fabbrica Elbi. L'intervento di riqualificazione è stato molto importante per il Comune di Collegno e per la cittadinanza. Si è realizzata una trasformazione urbanistica profonda con il Centro Commerciale, che presenta l'ipermercato Coop ed una galleria di negozi, e le abitazioni che si affacciano sulla Piazza."*

*Le Coop hanno costruito circa 157 alloggi, 50 in edilizia convenzionata, gli altri in edilizia libera, che sono stati quasi completamente assegnati. "È stata un'operazione soddisfacente per tutti – conclude Cifani – Abbiamo contenuto i costi e lavorato in tempi accettabili. Questo perché siamo aziende che mettono al centro il servizio e perché consideriamo gli utili il mezzo e non il fine."*



L'ultimazione del nuovo **supermercato di Torino Corso Molise** in sostituzione del vecchio punto vendita è avvenuta all'interno di un programma di **progettazione urbanistica partecipata** che ha coinvolto i Soci di riferimento e la Circoscrizione Vallette-Lucento. La realizzazione del supermercato è corredata dalla riqualificazione degli spazi pubblici circostanti diventati una vera e propria piazza di riferimento per tutto il quartiere.

*L'11 settembre 2014 ha riaperto lo storico supermercato di Corso Molise a Torino completamente ristrutturato.*

*Non solo il punto vendita è stato rimodernato secondo i più nuovi canoni commerciali aumentando i servizi per i clienti soci, ma anche il contesto territoriale intorno è stato oggetto di una ristrutturazione profonda: la piazza su cui affaccia, una volta dedicata al parcheggio, è ora un'area nuova e fruibile.*

*Questo è avvenuto attraverso il progetto STRAPIAZZATI, di cui ci parla **Sara Medici** dell'Associazione Cicsene: "È stato fatto un percorso di coinvolgimento della cittadinanza attraverso una progettazione partecipata: approfittando della ristrutturazione del punto vendita abbiamo ragionato sulla riqualificazione dello spazio pubblico circostante. Abbiamo realizzato diversi momenti di incontro con i residenti per raccogliere i loro desideri circa l'uso della piazza. C'è stata una stretta collaborazione tra Coop e i comitati e le associazioni della zona."*

*I progettisti di Coop hanno seguito la ristrutturazione sia del supermercato sia della piazza.*

*Una parte è stata allestita con tavolini e panche che consentono di chiacchierare, leggere, giocare a carte, ...; l'altra con sedute disposte a teatro per assistere ad eventi. Poi ci sono alcuni spazi verdi: di essi si occuperanno direttamente i cittadini interessati e formati appositamente che aderiranno al progetto "Adotta un'aiuola".*

*Sara ci spiega poi che il percorso non si è concluso con "l'apertura" della piazza, ma continua con una serie di eventi di animazione: "Abbiamo già fatto l'inaugurazione nel novembre 2014 e il Carnevale. Il prossimo appuntamento sarà in occasione della Fiera del libro e coinvolgerà anche la biblioteca di quartiere. Poi seguirà la festa dei vicini di casa."*

*Una piazza ed un punto vendita che rispondono alle reali esigenze delle persone rispecchia in pieno l'idea di integrazione di Coop.*



Dal punto di vista del rispetto dell'ambiente, il supermercato è dotato delle più innovative tecnologie volte al risparmio energetico, tra cui:

- facciate dotate di mascheramenti con funzione di frangisole per la riduzione dell'irraggiamento solare, riducendo l'energia necessaria per il raffrescamento estivo;
- impianto fotovoltaico per la produzione di energia elettrica che soddisfa circa il 12% del fabbisogno del punto vendita;
- banchi frigo chiusi che non disperdono energia e contribuiscono ad avere un microclima più confortevole nella zona dei freschi;
- impianto di illuminazione del punto vendita ed insegne realizzate con corpi illuminanti a LED, con consumi del 60% inferiori a quelli delle lampade di vecchia generazione (fluorescenti).



## I principali consumi e il loro controllo

Nello svolgimento delle sue attività, Nova Coop impiega le seguenti risorse: energia elettrica, gas metano e acqua. I consumi di queste risorse sono oggetto di un costante monitoraggio, dato che la politica di riduzione dei consumi energetici è una priorità assoluta per Nova Coop, sia per ragioni economiche sia in virtù della propria politica di responsabilità sociale e ambientale.

La Cooperativa è riuscita a diminuire i consumi energetici e il conseguente costo, sebbene ci sia stato un non trascurabile aumento delle tariffe energetiche o, più precisamente, della componente fiscale di queste. Per evitare di essere tratti in inganno nel confronto, dunque, un valore utile a comparare gli anni è quello dell'energia elettrica consumata al metro quadro che, come è possibile notare dalla relativa tabella, prosegue anche nel 2014 il suo trend decrescente. Pertanto, il dato omogeneo dei consumi conferma e accentua la diminuzione in corso negli anni.

**Tabella. Consumo complessivo di energia elettrica\***

	Udm	2012	2013	2014
Impiego in termini di GWh	(GWh)	110,3	101,9	99,4
Impiego in termini di TEP (Tonnellate Equivalenti di Petrolio)	(TEP)	27.819	25.700	25.070
Emissioni di CO <sub>2</sub>	(ton)	52.301	48.318	47.133

\*Consumo complessivo di energia elettrica da parte della Cooperativa (Sede + Punti vendita)

**Tabella. Consumo di energia elettrica al metro quadro**

	Udm	2012	2013	2014
Energia elettrica consumata al metro quadro*	(kwh per mq)	689,25	628,90	619,47

\* Energia elettrica consumata per metro quadro di area di punti vendita destinato all'attività commerciale (sola area di vendita)

**Riduzione del consumo energetico**

	Udm	2012	2013	2014
Riduzione dei consumi	(kwh)	614.000	10.303.000	2.500.000
Costi sostenuti per energia elettrica	(€)	17.049.491	16.232.892	16.104.352
Valore della riduzione del consumo energetico	(€)	94.740	1.674.238	405.000
Valore della riduzione del consumo energetico per mq di area vendita	(€/mq)	12,48	60,35	9,43

**Tabella. Consumo di metano**

	Udm	2012	2013	2014
Impiego in termini di mc	(mc)	3.192.330	2.984.661	2.776.111
Impiego in termini di TEP (Tonnellate Equivalenti Petrolio)	(TEP)	2.617	2.447	2.276
Emissioni di CO <sub>2</sub>	(ton)	2.864	2.678	2.491
Costi sostenuti per Gas per riscaldamento e teleriscaldamento	(€)	1.919.320	1.829.824	1.487.387

La diminuzione dei consumi idrici è conseguenza di una diversa attenzione di Nova Coop a questo tema. Sono stati installati dei misuratori di consumi idrici (acquedotto) collegati al sistema di controllo di ciascun edificio e al sistema di produzione di acqua calda sanitaria centralizzata (ove esistente). I dati rilevabili dal monitoraggio continuo dei consumi consentono un'azione immediata per il loro contenimento e, al contempo, anche la possibilità di verificare l'attendibilità delle bollette degli Enti Fornitori.

**Tabella. Consumi di acqua**

	Udm	2012	2013	2014
Consumi di acqua	(mc)	387.391	371.700	365.366
Costi sostenuti per Acqua	(€)	583.628	611.584	806.699

Al fine di mantenere sotto costante controllo l'andamento dei consumi è stata resa pienamente operativa la **Control Room** ed è stata affiancata ad essa l'**Intelligent map**.

La Control Room consiste in una piattaforma informatica centralizzata capace di raccogliere, codificare e storicizzare tutti i dati di funzionamento dei principali sistemi tecnologici dei punti vendita: climatizzazione, frigo alimentare, illuminazione ecc., nonché i dati relativi alle condizioni ambientali di temperatura e umidità e le misure dei consumi elettrici.

Accanto alla Control Room si è sviluppata una seconda piattaforma, denominata Intelligent map, nella quale sono archiviati e classificati tutti i dati rilevati dello stato di fatto dei punti vendita, sia di tipo progettuale (piante, sezioni, lay-out e unificare impianti) che relativi a tutte le principali attrezzature e macchine presenti.

L'insieme di questi dati, per ogni punto vendita, viene poi utilizzato in Control Room per creare degli "allarmi" basati sulla interpolazione di dati eterogenei, come anche per analisi di funzionalità ed efficienza degli impianti; gli stessi dati si rendono inoltre disponibili per diverse attività di progettazione, gestione manutentiva e amministrativa.

È continuata anche l'attività di **riduzione dei consumi di energia elettrica** per illuminazione degli ambienti (in accordo al **protocollo GreenLight**) nell'ambito dei lavori di ristrutturazione nelle unità di vendita esistenti ed in quelle di nuova realizzazione, provvedendo all'installazione di nuovi impianti di illuminazione più performanti energeticamente (installazione di reattori elettronici e sistemi di illuminazione a LED nei punti vendita di Torino Corso Molise, Collegno e Borgaro Torinese). Sono stati installati degli **economizzatori energetici** in 11 ipermercati e 10 supermercati, per cui si è stimato un risparmio di circa 906 MWh.



## Illuminazione sostenibile

Gli interventi attivati ed i risultati raggiunti da Nova Coop nel 2014 su questo tema sono sintetizzati nello schema sottostante:

<b>Installazione di sensori di presenza in aree comuni</b>	Tecnologia installata solo su nuovi negozi di recente costruzione.
<b>Tecnologia LED</b>	Sostituzione di lampade tradizionali con altre a LED (Borgaro Torinese, Torino Corso Molise e Collegno).
<b>Utilizzo luce naturale a punto vendita</b>	Tecnologia presente solo su alcune gallerie commerciali non gestite direttamente da Nova Coop.
<b>Insegne</b>	Dal 2007, con adesione al progetto "Mi illumino di meno", in tutti i negozi spegnimento insegna a chiusura negozio e accensione con sensore crepuscolare telegestito.
<b>Installazione lampade a risparmio energetico</b>	Presso tutti i negozi installate lampade a fluorescenza e neon. Solo in alcuni punti vendita e per particolari tipologie di illuminazione presenti ancora lampade "a filamento".

**Tabella. Opere di riqualificazione con illuminazione LED (Canali Super e Iper)**

	Udm	Biennio 2011-2012	2013	2014	Totale
Lampade installate	(num)	6.950	1.189	*115	8.139
Investimento complessivo	(€)	1.308.299	196.000	57.600	1.561.899

\*Soltanto il PdV di Borgaro



## Le Energie rinnovabili

Parallelamente alle azioni di riduzione dei consumi si è portata avanti la politica di diversificazione delle fonti di approvvigionamento energetico. Si è quindi proseguito nella realizzazione, laddove se ne siano riscontrate le condizioni tecniche ed economiche, di **impianti fotovoltaici** (ad oggi ne sono stati realizzati 17). In particolare, la progettazione e l'installazione di pannelli fotovoltaici ha riguardato i supermercati di Pinasca (TO), Collegno (TO) e Torino Corso Molise (TO), con un investimento di oltre 658 mila euro.

Ad oggi gli impianti installati, nel loro complesso, hanno **una capacità produttiva di oltre 4 milioni di kWh**. Tali impianti operano in regime di scambio sul posto e questo consentirà di sopperire, almeno in parte, al fabbisogno energetico e alla necessità di prelievo diretto dalla rete di distribuzione. Ciò comporterà anche un alleggerimento della bolletta energetica per un valore che, si stima, dovrebbe aggirarsi attorno ai 657.000 euro. A questo risparmio deve essere poi aggiunto il contributo erogato dal Gestore dei Servizi Energetici per tale produzione.

**Tabella. Investimento complessivo per l'installazione di impianti fotovoltaici**

	Udm	2012	2013	2014
Investimento complessivo	(€)	2.283.811	658.144	569.200

**Tabella. Produzione elettrica degli impianti fotovoltaici**

	Udm	2012	2013	2014
Produzione elettrica degli impianti	(kwh)	2.742.000	3.677.431	4.054.883

**Tabella. Riduzione dei costi di fornitura elettrica a seguito della produzione degli impianti attivi**

	Udm	2012	2013	2014
Riduzione dei costi elettrici	(€)	423.090	597.582	656.891



## Tecnologie sostenibili sui banchi frigo

Presso i punti vendita di Arona e Domodossola piazza Matteotti sono stati sostituiti gli impianti frigoriferi con altri aventi **capacità energetiche più efficienti**, dove tutti i banchi frigoriferi sono chiusi e dispongono di illuminazione a LED; gli impianti di bassa temperatura dei punti vendita di Arona, Domodossola, Torino Corso Molise e Iper Collegno adoperano un gas refrigerante naturale a zero impatto ambientale.

**Tabella. Espansione impianti a refrigerazione sostenibile nei punti vendita**

Udm	2012	2013	2014
Numero di punti vendita dotati di impianto di refrigerazione a circuito secondario	1	1	1
Numero di punti vendita dotati di impianto di refrigerazione a espansione diretta	60	60	60
Numero di punti vendita dotati di copertura dei banchi frigo	20	25	29



## La Gestione dei rifiuti

Nova Coop ha adottato nel tempo, coerentemente alla propria politica di sostenibilità ambientale, corrette pratiche di gestione dei rifiuti al fine di trovare soluzioni significative di riduzione del loro impatto ambientale. Fra queste, l'attenzione crescente verso la raccolta differenziata ha contribuito a ridurre notevolmente la quantità di rifiuti indifferenziati, ossia quelli che non possono essere riciclati e sono destinati allo smaltimento in discarica. Se mischiati tra loro, infatti, i rifiuti – anche se riciclabili – non possono più essere avviati al recupero. Se invece vengono differenziati, è possibile far sì che buona parte dei rifiuti prodotti venga recuperata, venga cioè riutilizzata o riconvertita in qualcosa di utile e non inquinante, evitando così uno spreco di materie prime e riducendo la necessità di reperire nuovi siti per l'apertura di discariche tradizionali.

Al fine di rendere più agevole comprendere l'impegno di Nova Coop su questo tema, si è tradotto in cifre quella parte di rifiuti differenziata e avviata a nuove forme di riutilizzo.

**Tabella. Rifiuti avviati al recupero - Quantità (uffici compresi)**

	2012	2013	2014
Imballaggi carta e cartone	6.508.190	6.312.588	6.483.805
Imballaggi in plastica	393.552	353.814	343.740
Imballaggi in legno	349.017	296.890	201.560
Oli e grassi commestibili	75.890	71.355	65.490
Ferro e acciaio	54.450	33.446	34.190
Imballaggi in vetro	39.770	56.750	55.220
Speciali non pericolosi (toner, pile alcaline, ...)	340.416	227.300	271.698
Pericolosi	13.399	17.881	16.481
Organico	2.263.199	333.710	348.230
Organico non recuperato	1.832.309	1.655.943	1.775.740
Materiali di categoria 3 (pesca, carne, latte e derivati)	1.431.739	1.267.762	1.231.307
Totale	11.469.62	10.627.439	10.827.461



Nel 2014 l'attività della Cooperativa ha prodotto circa 10.900 tonnellate di rifiuti delle quali **oltre l'83%, ovvero 9.052 tonnellate, è stato oggetto di raccolta differenziata ed avviata al recupero.**

In particolare sono state recuperate 6.484 tonnellate di carta e cartone, 343,7 tonnellate di plastica e 201,5 tonnellate di legno. Gli scarti delle macellerie e pescherie e dei derivati del latte, circa 1.232 tonnellate, sono state destinate in parte al riutilizzo e in parte alla trasformazione in farine. Nel confronto con l'esercizio precedente, le variazioni negative sono giustificate dalle contrazioni delle vendite.

Sotto l'aspetto economico, l'approccio attento ai diversi aspetti di questa gestione e la rendicontazione puntuale dei rifiuti speciali avviati al trattamento e smaltimento, in conformità alla normativa vigente, ha consentito di ottenere benefici per complessivi euro 436.197, di cui **euro 294.000 circa per riduzioni TARI e euro 294.000 per la cessione di materiali di recupero** a soggetti autorizzati.

L'attività di recupero ha anche un beneficio sociale per la collettività. È stato calcolato che l'insieme di tutte le azioni di recupero effettuate nell'anno dalla Cooperativa ha determinato, a livello generale, un risparmio in termini di minor spreco equivalente a circa 32.530.000 kWh, 17,12 miliardi di litri di acqua, la distruzione di una foresta di oltre 100.000 alberi e l'abbattimento di una mandria di circa 845 capi bovini.

**Tabella. Riduzioni TARSU/TIA**

	Udm	2012	2013	2014
Valore delle riduzioni per effetto della raccolta differenziata	(€)	467.315	450.407	293.564





**LE COMUNITÀ**

	2012	2013	2014
Partecipanti alle iniziative sul territorio promosse dalla Cooperativa	304.800	278.000	275.000
Numero iniziative	1.703	1.686	1.711
Ragazzi coinvolti in attività di educazione al consumo	25.000	26.450	26.500
Valore merce donata per "Buon Fine"	2,5 milioni €	2,8 milioni €	2,9 milioni €

Tra gli obiettivi della Cooperativa c'è quello di contribuire alla crescita socio-economica delle realtà in cui è presente, sostenendo la coesione sociale e la creazione di benessere generale per tutta la comunità. Va in questa direzione l'impegno di Nova Coop per essere un attore presente, proattivo e qualificante nei territori dove opera, in coerenza con la propria missione di Cooperativa di consumo.

Anche nel 2014 il contributo di Nova Coop alla vita delle comunità si è caratterizzato attraverso **attività sociali che ricomprendono diversi ambiti**: educazione al consumo consapevole, formazione ed informazione dei consumatori, solidarietà e supporto all'associazionismo, attività di aggregazione per il tempo libero, partecipazione ad iniziative ed eventi del territorio, valorizzazione della cultura e delle tradizioni locali.

Il legame con il mondo della scuola è un esempio concreto e misurabile di questo impegno; a fianco delle tradizionali e apprezzate attività di educazione al consumo, nel 2014 Nova Coop è intervenuta direttamente a sostegno delle scuole del territorio con due progetti impegnativi: **"Adotta una scuola"** e **"Coop per la scuola"**. Entrambi i progetti hanno visto il coinvolgimento attivo di Amministrazioni locali e scuole e beneficiato del supporto delle Sezioni Soci; anche grazie al coinvolgimento del personale dei punti di vendita, la risposta da parte di Soci è stata estremamente positiva.

# Le relazioni con le comunità

## Adotta una scuola

Il progetto "Adotta una Scuola" è stato lanciato nel 2013, scaturito dalla consapevolezza dei forti problemi economici cui le istituzioni scolastiche devono far fronte. Nova Coop ha deciso di integrare l'offerta formativa, storicamente affidata all'Educazione al Consumo Consapevole, con un sostegno diretto alle scuole pubbliche primarie e dell'infanzia situate nei territori in cui sono presenti ipermercati e supermercati Nova Coop. Sono state contattate tutte le Amministrazioni locali, cui è stata illustrata la proposta che prevedeva **l'inserimento di progetti scolastici di loro definizione all'interno del collezionamento 2013/2014**, con la possibilità di trasformare i punti raccolti dai Soci in sostegno economico ai progetti proposti. Nova Coop si è impegnata a raddoppiare con il suo contributo quanto donato dai Soci.

I progetti scolastici inseriti nel collezionamento hanno riguardato principalmente attività legate a laboratori musicali, teatrali, di comunicazione, per la tutela dell'ambiente; reti wireless; strumentazione didattica; percorsi di educazione alla cittadinanza; attività di gioco e sport; lingue straniere; orti scolastici e tappeti erbosi, progetti di conoscenza dei genitori verso i figli; progetti di divulgazione dell'arte. Complessivamente è stata raggiunta la cifra di **170.000 euro**. A questo risultato hanno contribuito le Sezioni Soci che, con grande senso di appartenenza alla Cooperativa e di servizio alla Comunità, hanno organizzato una pluralità di iniziative finalizzate alla raccolta di fondi, tra cui 40 cene di solidarietà, un centinaio di corsi (cucina, informatica, ballo), 25 camminate, 20 concerti.

Alle iniziative delle sezioni soci e alle donazioni punti, si sono aggiunte nei punti vendita di erogazioni dirette tramite coupon.

Sempre legata al mondo della scuola è stata l'iniziativa "**Una mano per la scuola**", ovvero una raccolta di materiale di cancelleria per i bambini delle famiglie in condizioni di difficoltà. L'iniziativa si è svolta in 48 supermercati ed ipermercati ed ha visto il coinvolgimento delle principali Onlus dei territori.

## Coop per la Scuola

Il percorso di supporto alle scuole prosegue nell'anno scolastico 2014 / 2015 con l'iniziativa "Coop per la scuola", attraverso cui la relazione con le comunità si è intersecata strettamente con le attività promozionali. Per ogni 10 euro di spesa tutti i clienti hanno ricevuto, da settembre a dicembre, bollini da consegnare alle scuole del territorio che hanno aderito all'iniziativa, più di mille. Un ricco catalogo di premi ha consentito così alle scuole di ottenere complessivamente **premi per un milione di euro** a sostegno sia dell'innovazione tecnologica (computer, tablet, proiettori, lavagne multimediali, stampanti), sia delle normali attività didattiche o di gestione degli edifici scolastici (risme di carta, materiale per la pulizia, etc...).

La raccolta dei bollini è stata spunto per iniziative in punto vendita, con bambini e genitori impegnati a sollecitare le donazioni dei bollini stessi.

**Paola Zambruno** è la Dirigente dell'Istituto comprensivo "Italo Calvino" di Galliate che comprende le scuole per l'infanzia, la scuola primaria e la secondaria di primo grado, per un totale di 1200 alunni.

Ci racconta che attraverso il **progetto "Coop per la Scuola"** il suo istituto ha ricevuto in regalo varie attrezzature e materiale di consumo per un valore di 20.392 euro. "L'iniziativa ha coinvolto, oltre agli alunni e ai loro genitori, tutto il personale, insegnante e non. Particolare è stata la disponibilità di alcune mamme che per 4 volte alla settimana, di mattina, affiancavano i membri della sezione soci per promuovere il progetto. In questo modo abbiamo potuto dotarci di materiale di grande valore, come gli impianti audio e le lavagne luminose, che erano indispensabili ma troppo costose per il nostro bilancio."

"Per il prossimo anno – continua la Preside – proporrei di modificare alcuni premi, inserendo ad esempio articoli legati all'arredamento delle aule. Oltre a questo progetto, l'Istituto di Galliate collabora con Nova Coop da circa 25 anni nell'ambito dell'Educazione al Consumo ed ha partecipato all'iniziativa "Adotta una scuola".

Anche l'Istituto comprensivo De Amicis di Omegna ha preso parte ai diversi progetti offerti da Coop.

Il Preside **Alberto Soressi** si sofferma in particolare su **"Adotta una scuola"**: "Attraverso il finanziamento ricevuto abbiamo avuto la possibilità di estendere l'attività musicale a tre classi della scuola primaria: 3°, 4° e 5°. Questo ci ha consentito di ottenere dal Ministero dell'Istruzione il riconoscimento del percorso musicale, che quindi ora è permanente, e di utilizzare il finanziamento comunale per le gite scolastiche. Nel 2015 abbiamo intenzione di proseguire con la ristrutturazione del cortile, creando una zona di giochi didattici adatti alle varie fasce d'età."

Il progetto **"Coop per la scuola"** ha invece dato alla De Amicis la possibilità di dotarsi di lavagne multimediali: "Le abbiamo utilizzate in particolare per lo studio delle lingue comunitarie. – continua il Preside – Infatti crediamo che la tecnologia possa dare una grande mano ai ragazzi, se ben usata. Abbiamo, ad esempio, promosso il gemellaggio elettronico che ha avuto molto successo."

Soressi ci parla di un'altra iniziativa molto importante per la sua scuola, che è frequentata da molte famiglie con gravi difficoltà economiche: **"Una mano per la scuola"**, che consente di distribuire materiale scolastico di base a chi ne ha bisogno.



L'istituto San Giuseppe di Rivoli (To) è una grande scuola paritaria, comprende scuola primaria, secondaria di primo grado, liceo classico e liceo scientifico. Ha aderito con entusiasmo all'iniziativa "Coop per la scuola": "Quando ci siamo resi conto della disponibilità delle famiglie a collaborare" – ci racconta **Massimo Finotello**, educatore dell'istituto – abbiamo lanciato l'obiettivo LIM: erano necessari 15.000 punti, ne abbiamo totalizzati quasi 30.000. Quindi non solo abbiamo ricevuto la LIM, ma anche alcuni proiettori. I più partecipi sono stati i bambini della scuola primaria, e infatti il materiale sarà destinato a loro. Sono progetti importanti per la scuola perché supportano concretamente le attività ed aiutano a migliorare la collaborazione con le famiglie."

Possiamo quindi concludere che Coop mette la scuola in primo piano e che per dirla con la Preside Zambruno: "L'importante è partecipare, vincerà così l'intera SCUOLA".





## Educazione al Consumo Consapevole

L'Educazione al Consumo Consapevole è la più strutturata e impegnativa attività che Nova Coop rivolge gratuitamente alle scuole del suo territorio attraverso una ricca proposta di percorsi di educazione al consumo consapevole, coinvolgendo innanzitutto i bambini e i ragazzi - i **consumatori del futuro** - con lezioni animazioni, laboratori didattici e visite ai punti vendita.

Sono più di 1.000 le classi coinvolte in percorsi didattici di educazione al consumo consapevole, corrispondenti a **circa 25.000 bambini e ragazzi**. Ogni anno i numeri delle attività educative promosse da Nova Coop testimoniano l'estrema attenzione che la Cooperativa ha per la formazione delle giovani generazioni.

Dietro questi numeri c'è una struttura organizzativa altrettanto significativa: un centro educazione ai consumi a Beinasco, sede della segreteria operativa e punto di riferimento per animatori ed insegnanti; un sito internet ([www.saperecoop.it](http://www.saperecoop.it)) gestito in collaborazione con Coop Liguria e Coop Lombardia; due cooperative di animazione (Pandora e Vaina) con una ventina di animatori coinvolti e appositamente formati; quasi tutti i punti vendita e le Sezioni Soci come sedi di attività ed iniziative; una pubblicazione (Saperecoop) diffusa ogni anno tra più di duemila insegnanti. Il tutto garantisce un'offerta formativa di livello, aggiornata in base ai programmi scolastici e completamente gratuita per le classi coinvolte.

Nova Coop propone ogni anno un articolato catalogo di percorsi didattici predefiniti sui temi del consumo consapevole, declinati in base all'età delle classi e agli interessi dei docenti. A richiesta è anche possibile realizzare progetti speciali, adattando ed integrando le iniziative proposte con le esigenze delle scuole e del territorio. Al centro delle attività proposte nel 2014 il rapporto tra alimentazione, ambiente e spreco alimentare secondo lo slogan della prossima Expo di Milano **"Nutrire il pianeta, energia per la vita"**.





**Tabella. Educazione al consumo consapevole**

	2012	2013	2014
Numero di animazioni	1.200	1.058	1.050
Numero di comuni coinvolti	120	158	150
Numero di scuole coinvolte	300	343	351
Numero di classi coinvolte	1.200	1.058	1.050
Numero di ragazzi coinvolti	25.000	26.450	26.500
Numero di punti vendita coinvolti	40	42	42
Costi complessivi	€ 200.000	€ 250.000	€ 250.000

## **Iniziative formative per consumatori adulti**

L'articolo 4 dello Statuto di Nova Coop pone tra gli obiettivi della Cooperativa la **“tutela degli interessi dei consumatori, della loro salute e sicurezza anche accrescendone e migliorandone l'informazione e l'educazione attraverso apposite iniziative”**.

Attraverso una pluralità di canali (Consumatori, Facebook, materiale a punto vendita, campagne sui mezzi di informazione, ...), il sistema Coop porta avanti in modo congiunto attività informative sui temi del consumo consapevole (corretta alimentazione, riduzione degli sprechi, rispetto dell'ambiente, adozione di sani stili di vita).

Nel 2014 è continuata la campagna **“Origini trasparenti”** finalizzata ad informare soci e clienti sulle origini delle principali materie prime di tutti i prodotti a marchio Coop confezionati. Ad oggi Coop è l'unica catena della grande distribuzione a mettere a disposizione queste informazioni e ad aver scelto questa strategia di piena trasparenza.

Sempre nel 2014 Coop è stata partner del progetto **“Eco-Courts – Cortili ecologici”** promosso dall'Unione Europea, un'iniziativa finalizzata alla costituzione di comunità fisiche o virtuali unite per adottare buone abitudini e soluzioni intelligenti al fine di risparmiare energia e acqua e ridurre i rifiuti domestici, limitando allo stesso tempo le spese di casa. Due soci Nova Coop sono stati selezionati per avere adottato scelte particolarmente sostenibili ed innovative per le proprie abitazioni.

Nell'autunno 2014 si è ripetuta l'iniziativa commerciale **“lo faccio la spesa giusta”**, un'occasione non solo per promuovere i prodotti **Solidal Coop** ma anche per avvicinare nuovi clienti a questa particolare tipologia di prodotti e, più in generale, al mondo del commercio equo e solidale.

Tali iniziative hanno avuto un ottimo riscontro da parte della base sociale sia in termini di partecipazione numerica sia come valutazione per la qualità degli interventi. Il merito di questo buon risultato è da attribuire in larga parte ai soci volontari che con la loro operosità nel diffondere il materiale di comunicazione e nel raccogliere le adesioni ai singoli eventi, e con l'attenzione al dialogo con soci e clienti, hanno creato le condizioni per intercettare le aspettative della base sociale e dato risposta a dubbi e curiosità.

## Casa Oz

Nel corso del 2014 Nova Coop ha avviato una collaborazione con la Onlus torinese CasaOz, impegnata nel sostegno e nell'accoglienza delle famiglie con bambini ricoverati negli ospedali cittadini.

L'avvio di questo dialogo costruttivo con CasaOz rientra nello spirito cooperativo di solidarietà e mutualità nei confronti di quelle famiglie disorientate nell'affrontare le patologie dei figli e bisognose di ritrovare un nuovo equilibrio che consenta loro di fronteggiare meglio la malattia.

Il progetto, estremamente complesso per la molteplicità di problemi che si vengono a creare, specie per le famiglie provenienti da fuori città, è stato sostenuto in primo luogo grazie ad una campagna di comarketing realizzata insieme a Procter & Gamble, campagna che ha consentito di raccogliere 9.200 euro.

Nova Coop inoltre ha sostenuto l'avvio del progetto MagazziniOz, uno spazio di aggregazione in centro città i cui proventi sono destinati al sostegno diretto dei progetti di CasaOz. La ristorazione di MagazziniOz, rivolta in particolare ai ragazzi delle scuole e delle università torinesi, utilizza in parte prodotti donati da Coop.





## Iniziative delle Sezioni Soci

Le numerose attività sociali, culturali, di educazione al consumo – nei punti vendita e non solo – di solidarietà e sostegno promosse dalle Sezioni Soci sono una testimonianza concreta del radicamento di Nova Coop nel territorio in cui opera. Qui sono fondamentali i rapporti con il territorio, in particolare con gli Enti Locali, le associazioni, le scuole.

La tabella illustra l'impegno e l'importante lavoro realizzato dai soci attraverso riunioni di direttivi (303 nel corso dell'anno), incontri, conferenze, manifestazioni e presenze nei negozi: **1.711 iniziative**. Particolare attenzione in queste iniziative è posta a temi quali la promozione della legalità, la solidarietà verso il territorio, la promozione dell'adesione alla Cooperativa e l'informazione per il consumo consapevole e la corretta alimentazione, il tempo libero e l'aggregazione.

**Tabella. Iniziative sul territorio suddivise per tipologia di intervento**

Aree di intervento	2012	2013	2014
Istituzionali (assemblee, riunioni Direttivi)	370	370	357
Promozione Coop	303	462	255
Socializzazione	710	725	794
Solidarietà	320	129	305
Totale	1.703	1.686	1.711

Tra le numerose iniziative realizzate e promosse dalle Sezioni Soci è possibile evidenziarne alcune significative per i contenuti innovativi, l'impatto sul territorio e le collaborazioni consolidate:

- Casale Monferrato, Chieri – Sagra del Giusto: **tre giorni dedicati alla promozione della legalità** con il coinvolgimento dei Centri Commerciali "La Cittadella" di Casale e "Il Gialdo" di Chieri, di Libera Piemonte e di fornitori e associazioni del territorio con promozioni commerciali, incontri, degustazioni, concerti e presentazioni di libri.
- Novara – **Sicurezza stradale e mobilità sostenibile**: in collaborazione con la Fondazione Unipolis e il Comune di Novara, due giorni di iniziative coinvolgenti presso il complesso architettonico medioevale del Broletto.
- Ossola – Iperlibro: workshop e laboratori organizzati presso il Centro Commerciale "Val d'Ossola" per avvicinare quante più persone possibili al mondo della cultura. Tema di questa prima edizione **"Tradizione e innovazione, due facce della stessa medaglia"**.
- Pinerolo – **Spreco meno un quarto**: al termine di un articolato percorso didattico realizzato in collaborazione con l'ACEA di Pinerolo, un **flash mob** nella galleria del Centro Commerciale "Le due valli" è diventato occasione per coinvolgere scuole di ogni ordine e grado, ma anche soci e clienti mentre facevano la spesa.



- Torino – **Baby Run:** nel cuore della città **una corsa dedicata alle famiglie con bambini piccoli**, ma anche una coloratissima piazza di stand e **laboratori per divertire**, coinvolgere, informare e sensibilizzare le giovani famiglie.
- Torino – **Pensare il cibo:** negli spazi del Castello del Valentino tre incontri per riflettere sul **rapporto tra cibo e pensiero** grazie agli interventi di esperti autorevoli ed alla prestigiosa collaborazione con il Circolo dei Lettori. La presenza di Nova Coop è stata supportata anche dai ragazzi dell'Istituto Alberghiero Colombatto di Torino che hanno gestito professionalmente i momenti di break.
- Verbania, Cusio, Ossola – **Io lavoro:** si è svolta, presso il Centro Commerciale "Val d'Ossola" di Crevoladossola, questa manifestazione finalizzata a far incontrare domanda e offerta di lavoro. L'iniziativa ha fatto incontrare, negli spazi del nostro centro commerciale di Crevoladossola, imprese del territorio e centinaia di giovani.

**Francesco Corvasce** è il Presidente della Sezione Soci che fa capo all'Ipermercato di Torino Via Livorno.

*Il numero dei Soci della Sezione è davvero importante : circa 56.000 , di cui 3.000 nuovi iscritti nell'anno 2014. " E' un risultato straordinario – ci dice Francesco – Facciamo una media di 300 nuovi soci al mese , non facciamo solo iscrizioni di nuovi soci, ma cerchiamo di introdurre nuove persone ai valori della Cooperativa. Il nostro compito è proprio questo : spiegare cosa fa la coop oltre che a vendere, informare sulle iniziative, essere un punto di riferimento per i consumatori. Questo è un valore aggiunto che ha solo Coop e che rende Coop unica nel panorama della distribuzione: noi cerchiamo ogni giorno di trasmettere tutto questo ai clienti."*

*I soci attivi, tutti volontari, sottolinea Francesco, sono 12 e sono , a turno, sempre presenti nell'ipermercato. Oltre alla promozione delle adesioni alla Cooperativa, sono molteplici le attività che svolgono : iniziative ed eventi organizzati anche in partnership con altri soggetti del territorio, degustazioni di prodotti Coop a punto vendita, corsi e incontri pratici.*

*"Alcuni corsi – continua Francesco - sono stati organizzati e svolti completamente da noi : il corso di tango argentino, quello sull'uso del pc ed anche il corso di cucito. Anche questo è un aspetto importante perché le competenze di ognuno sono riconosciute ed utilizzate concretamente. Insomma – conclude il Presidente – noi siamo volontari e diamo molto a Coop , in termini di tempo ed impegno. Ma di certo Coop dà molto a noi : il nostro tempo ed il nostro impegno sono valorizzati e spesi davvero bene "*



Tra i progetti che hanno coinvolto più in generale il territorio in cui Nova Coop ha partecipato è possibile menzionare:

- **Festival della tv e dei nuovi media** – quattro giorni a Dogliani (CN) per un laboratorio a cielo aperto in cui pensare **la televisione di oggi e quella del futuro**, con una attenzione particolare al mondo dei nuovi media. Un'occasione per Coop per presentare la propria attenzione per la tematica e per confrontarsi con altre realtà.
- **Salone del Gusto** – tradizionale manifestazione realizzata a Torino da Slow Food. Coop era presente con un proprio stand e numerose iniziative informative, così come soci e dipendenti Nova Coop sono stati coinvolti nelle relative attività.
- **Una buona occasione** – campagna promossa dalla Regione Piemonte per **sensibilizzare i consumatori in relazione agli eccessivi sprechi di alimenti**. Alcuni supermercati di Torino e provincia sono stati sede di iniziative e diffusione di materiale informativo ad integrazione delle numerose iniziative che Nova Coop già autonomamente propone sul tema.



## La legalità

Mantenere alta l'attenzione e rinsaldare il valore della legalità e della lotta a tutte le mafie è un tema che Coop porta avanti ormai da anni, con la sua filosofia del fare e dell'agire in concreto, non solo promuovendo i prodotti che originano da strutture produttive sottratte alle mafie, ma anche attraverso iniziative puntuali di realizzazione di laboratori e proposte di testimonianze di giornalisti, magistrati, familiari di vittime di mafia, cooperative che gestiscono beni confiscati, associazioni di categoria. Si tratta di azioni volte a favorire, soprattutto nei giovani, riflessioni ed esperienze in grado di rafforzare il senso di legalità necessario a riconoscere e contrastare i comportamenti mafiosi più vicini e quotidiani di quanto non si creda. In occasione del "Giorno della memoria e dell'impegno per le vittime delle mafie", che ricorre il 21 marzo, sono state predisposte promozioni commerciali di prodotti Solidal Coop e Libera Terra, ad evidenziare a soci e clienti l'importante ricorrenza offrendo anche l'opportunità a molte Sezioni Soci di organizzare iniziative di informazione e sensibilizzazione, particolarmente significativa la Sagra del Giusto di Chieri, conclusasi con un intervento di Don Luigi Ciotti.

Nell'estate del 2014, in collaborazione con Libera, Nova Coop ha promosso un campo estivo per giovani soci Coop (o figli di soci), coinvolgendo per una settimana 26 ragazzi e ragazze ospiti di Cascina Caccia a San Sebastiano da Po (TO), un bene confiscato alle mafie e dedicato alla memoria del magistrato torinese Bruno Caccia.

*La cascina intitolata a Bruno e Carla Caccia è stata confiscata alla mafia nel 1999 e si trova a San Sebastiano da Po. Solo nel 2008, con la collaborazione tra l'Associazione Acmos e Libera e con l'insediamento di alcuni residenti appartenenti all'associazione stessa, la Cascina inizia la sua avventura.*

*Incontriamo **Noemi Tacconi**, attualmente residente, in una giornata di sole splendente; la struttura domina il territorio dall'alto e consente di controllare facilmente il movimento nell'area circostante: proprio per questo il sito era stato scelto dalla famiglia mafiosa.*

*Noemi ci spiega invece l'utilizzo attuale della Cascina: "Vengono svolti laboratori e percorsi di formazione sul fenomeno mafioso soprattutto nel Nord Italia e sugli strumenti per contrastarlo. Accogliamo e formiamo studenti di tutte le età, dai piccoli della scuola per l'infanzia fino ai giovani delle superiori. Nel periodo estivo realizziamo veri e propri campi della durata di una settimana."*

*Il progetto **E!STATE LIBERI** prevede una speciale collaborazione con Coop: una settimana è dedicata in modo esclusivo ai figli dei Soci e dei dipendenti di Nova Coop. Sono disponibili 25 posti per ragazze e ragazzi dai 14 ai 17 anni; poiché l'iniziativa ha avuto parecchio successo, nel 2015 le settimane diventeranno 2.*



*La Cascina ha intorno un ettaro di terreno che comprende un noccieto, un apiario ed un orto.*

*“Durante la settimana di campo” prosegue Noemi “i ragazzi svolgono con noi le quotidiane attività agricole. Lavorano anche nel nostro nuovo laboratorio in cui viene prodotto e smielato il miele delle nostre api. E alla fine della settimana vendiamo insieme i barattoli con un banchetto alla Coop di Chivasso.”*

*Il miele è etichettato con il marchio “Libera Terra”: “Purtroppo la nostra produzione di miele non è sufficiente per consentirci di commercializzarlo nella grande distribuzione”. Noemi ci ricorda però che molti sono i prodotti di “Libera Terra” e che questi vengono venduti, nel circuito della grande distribuzione, solo in Coop.*

In collaborazione con Libera Piemonte e l'Associazione Rinascita di Asti, Coop ha sostenuto **la raccolta fondi per la ristrutturazione di Cascina Graziella, un podere confiscato alla mafia** nell'astigiano. L'obiettivo è quello di realizzare un centro di accoglienza per donne e di documentazione sui problemi della legalità in memoria di Graziella Campagna, una ragazzina uccisa in Sicilia dalla mafia a metà degli anni ottanta. Le sezioni soci Coop hanno raccolto quasi 50.000 euro a sostegno di questa iniziativa.







MERCERIA  
ONLUS

MERCERIA  
MERCERIA DESTINATA  
ALLE ONLUS

MERCERIA  
ONLUS



**Tabella. "Buon Fine"**

	2012	2013	2014
Numero delle associazioni coinvolte	57	63	63
Valore della merce donata (in migliaia di euro)	2.508	2.764	2.914
Numero dei negozi che partecipano alla raccolta	61	59	61
Numero Supermercati	45	43	44
Numero Ipermercati	16	16	17

Con il progetto Buon Fine Nova Coop dona alle Onlus del territorio prodotti non più vendibili ma ancora consumabili, tramite apposite procedure interne che definiscono quali prodotti possano esser donati e con quali modalità.

Grazie alle associazioni coinvolte e alla loro attività questi prodotti sono di aiuto alle numerose persone che attraversano momenti di difficoltà e che, tramite mense sociali o consegne dirette da volontari, possono usufruirne gratuitamente. La donazione di queste merci produce l'ulteriore beneficio di ridurre la quantità di rifiuti prodotta quotidianamente nei punti vendita Coop.

I rapporti con le singole Onlus sono regolati da convenzioni che definiscono le modalità di gestione e utilizzo della merce donata: per l'intera rete di Nova Coop sono operative 63 convenzioni differenti. Per tutti i supermercati e ipermercati sono stati definiti nel tempo rapporti con le realtà locali: alcune Onlus collaborano con più punti vendita (ad esempio il Gruppo Abele o il Banco Alimentare), così come in alcuni ipermercati i prodotti vengono conferiti a più Onlus, a seconda del giorno della settimana.

Nel corso del 2014 grazie a questo progetto è stata donata merce per un **valore complessivo di 2.914.000 euro, con un incremento di circa 150.000 euro** rispetto all'anno precedente. L'aumento è dovuto ad una crescente attenzione per questa iniziativa tra il personale dei supermercati ed ipermercati Nova Coop, la quantità complessiva di merce invenduta per rotture, avarie e scadenze è infatti rimasta sostanzialmente invariata rispetto all'anno precedente.

Una ricerca realizzata da Nova Coop nel 2014 tra tutte le Onlus coinvolte ha confermato e quantificato inoltre il positivo impatto sociale: **14.000 persone aiutate** ogni anno (e 500 cani e gatti), **1.500 volontari coinvolti** nel processo, possibilità per le Onlus di risparmiare risorse, da destinare così ad altre iniziative, ma anche miglioramento della dieta proposta e aumento delle persone aiutate. Si può stimare come i prodotti donati da Coop abbiano consentito **l'erogazione gratuita, nel corso del 2014, di circa 600.000 pasti.**

*La mensa dei frati francescani opera da molti anni nel centro di Torino ed offre quotidianamente un pranzo completo a 200 persone. "La nostra mensa – racconta **Frate Pietro** – dispone di 100 posti quindi, ogni giorno, mangiano seduti a tavola 100 utenti, ma per rispondere alle numerose richieste confezioniamo altrettanti pasti da asporto. A partire dalle 10.00 circa del mattino distribuiamo un numero affinché non si creino problemi nella fila in attesa. Alcuni utenti sono registrati: sono quelli che frequentano la mensa in maniera più costante e che accompagnamo in un percorso complessivo di sostegno insieme al nostro Centro d'Ascolto."*

*Frate Pietro ci spiega che i loro ospiti sono persone di tutti i tipi: uomini, donne, giovani, anziani, stranieri, ma anche molti italiani. Tutti accomunati da difficoltà economiche, a cui spesso si aggiunge la difficoltà di trovare relazioni sociali "confortevoli". Ecco allora che il passaggio alla mensa ha un valore molto più grande del consumo di un pasto. Proprio per questo la domenica il pranzo è sostituito da una grande merenda che prevede anche giochi e animazione e che permette di trascorrere insieme il pomeriggio.*

*Il cibo offerto arriva da vari canali: "Il **progetto Buon Fine** di Coop per noi è molto importante perché ci permette di avere **frutta, verdura e latticini freschi**. Ritiriamo dall'ipermercato di Via Livorno ogni martedì e giovedì il cibo fresco invenduto e altro scatolame non vendibile (ad esempio pacchi di pasta danneggiati...); questo ci permette di offrire un pasto completo e vario. Riceviamo cibo anche dal Banco Alimentare, dal Comune e una parte lo acquistiamo grazie al ricavato delle offerte dei privati".*

*La mensa è gestita da un responsabile, Alessandro, da un cuoco e da circa settanta volontari che a turno preparano i tavoli, accolgono gli ospiti, servono il pranzo. Alessandro sottolinea l'importanza della relazione con le persone: "I volontari offrono ascolto, conforto. Le persone in difficoltà hanno bisogno di questo per riuscire a continuare e a ripartire con una nuova progettualità."*

*Anche la **Caritas Diocesana** di Cuneo da parecchi anni condivide con Coop il progetto Buon Fine.*

***Claudio Mezzavilla**, il direttore, ci racconta che molte sono le famiglie che vengono supportate attraverso le parrocchie. E ci ricorda che il contributo di Coop, oltre al cibo, negli ultimi anni è stato importante anche per il materiale scolastico.*

## La raccolta fondi a fini solidali

Nova Coop interpreta la sua missione all'interno delle comunità in cui direttamente opera e dell'intero sistema Paese anche attraverso azioni di solidarietà, in relazione con una pluralità di esperienze, realtà associative, persone e storie. Queste attività sono anche l'occasione per rafforzare i rapporti con soci e clienti, cui spesso viene richiesto un supporto diretto, con le Associazioni beneficiarie e con altri stakeholder territoriali.

Anche nel 2014 sono stati proposti alcuni progetti di solidarietà all'interno del catalogo di collezionamento, dando così ai soci la possibilità di donare il proprio contributo, rinunciando a premi e sconti sulla spesa.

Il collezionamento 2013/2014 si è concluso con **2.579.300 punti devoluti in solidarietà, pari a 51.586 euro di donazioni**. Ad una devoluzione di 500 punti corrisponde un valore di 5 euro, cifra che, vista la destinazione solidale, viene raddoppiata dalla Cooperativa.

Il risultato è estremamente significativo, con un largo raddoppio del quantitativo di punti donati rispetto all'anno precedente. L'esito positivo è legato alla tipologia dei progetti selezionati da Coop che cerca di rispondere alle differenti sensibilità ed attenzioni dei soci.

In questo caso i contributi dei soci sono stati destinati principalmente ad "Adotta una scuola", ovvero al sostegno dei progetti delle scuole del territorio (40.356 euro), a Libera Piemonte per il progetto Cascina Graziella (7.480 €) e alla fondazione Vialli e Mauro per la Ricerca e lo Sport (3.560 €)

## La promozione della cultura e i rapporti con il mondo accademico

Nova Coop ritiene che il sostegno alla cultura e la collaborazione con il mondo accademico da parte di una grande impresa del territorio siano occasione di crescita per tutti gli attori coinvolti.

Un'iniziativa importante è stata realizzata nel contesto dell'apertura dell'Iper a Collegno.

*Il comune di Collegno ha affiancato nel corso del 2014 Nova Coop nel Progetto di Ricerca **"Può nascere legame sociale dal consumo?"**, in collaborazione con il professor Paolo Bianchini del Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università di Torino.*

*Ci racconta le caratteristiche di tale progetto **Matteo Cavallone**, Assessore alle politiche educative, alla cultura, sport e giovani: "La ricerca era finalizzata ad analizzare scientificamente il territorio del quartiere Borgata Paradiso dove si andava a collocare il nuovo Centro Commerciale di Nova Coop, con l'obiettivo di realizzare la massima integrazione con il tessuto sociale circostante. Il Comune si è impegnato a organizzare incontri e interviste con i rappresentanti delle associazioni sociali e sportive, con i commercianti, con i centri per anziani, con i centri civici. La collaborazione ha funzionato molto bene, per cui si è riusciti a raccogliere la reale percezione dei cittadini. Si sono fatti i ragionamenti importanti per quanto si riferisce al pensiero sociale grazie anche alle attività organizzate da Coop con l'antropologo di fama mondiale Miguel Benasayag. La partecipazione dell'Università di Torino ha*

*garantito di utilizzare il corretto approccio metodologico e di trarre il miglior contributo possibile dalle informazioni raccolte.*

*“Questa attività è stata particolarmente vantaggiosa” – continua l’Assessore – “perché ci ha fatto capire che la progettazione degli spazi urbani deve nascere attraverso un vero coinvolgimento dei cittadini. Si è iniziato un percorso di dialogo con la popolazione che vive o ha attività in questo territorio che ci ha portati anche a organizzare una passeggiata intorno al quartiere per visitare i luoghi più rappresentativi o disponibili e per capire come potrebbero diventare nel futuro, per soddisfare meglio le esigenze degli abitanti.*

*La ricerca sociale prosegue anche nel 2015: “Vorrei che ora dalle analisi si potesse passare veramente alle azioni, progettando le diverse attività e i servizi necessari al quartiere insieme ai nostri cittadini. Vorrei poter declinare il nostro vecchio slogan “Collegno impegno comune” in questo nuovo: “Paradiso impegno comune”.*

Tra le modalità per contribuire alla cultura del territorio, Nova Coop da anni pratica la diffusione delle conoscenze e competenze sviluppate dalle sue persone, come arricchimento concreto per i giovani che stanno portando avanti i loro percorsi di studio. Questo nel 2014 è avvenuto ad esempio attraverso interventi e testimonianze del Responsabile dell’Area Progettazione Antonio Audo ed il Project Manager Stefano Bianchi al corso di Economia ed organizzazione della progettazione, aventi ad oggetto “Le Nuove forme del lavoro dell’architetto”.

La collaborazione con il mondo dell’Università si è consolidata anche attraverso il supporto alla realizzazione di tesi di laurea o interventi in lezioni e seminari per presentare la case history Nova Coop. Per la prima volta si è coinvolta anche l’Università di Aosta per un’iniziativa sui temi dello spreco alimentare.

Nova Coop ha sostenuto nel 2014 due importanti musei torinesi: il **Museo dell’Ambiente** e il **Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e delle Libertà**. Presso il Museo dell’Ambiente sono presenti installazioni realizzate con il contributo, scientifico ed economico, di Coop, mentre al Museo Diffuso Nova Coop ha sostenuto, oltre all’attività generale, la realizzazione della mostra sul lavoro minorile “L’infanzia rubata - Lewis Hine, le immagini che sconvolsero l’America”.

Nel corso del mese di novembre Nova Coop è stata partner, in collaborazione con il Circolo dei Lettori, dell’iniziativa **“Pensare il cibo”**, un ciclo di incontri al Castello medioevale del Valentino sui rapporti tra filosofia ed alimentazione.



## “Può nascere il legame sociale dal consumo?”

Progetto Collegno Giovani e Nova Coop.





bilancio di sostenibilità  
2014

Finito di stampare Maggio 2015



**Novacoop**

**NOVA COOP**  
SOCIETÀ  
COOPERATIVA

Sede legale e operativa  
Via Nelson Mandela, 4  
13100 Vercelli  
telefono 0161 299111



[www.e-coop.it](http://www.e-coop.it)



**novacoop**