



Una
storia
di Valore
condiviso

BILANCIO DI CONDIVISIONE 2018

coop

Novacoop

#ValoreCondiviso

*Una
storia
di Valore
condiviso*

BILANCIO DI CONDIVISIONE 2018

Il Bilancio di Sostenibilità di Nova Coop





Sommarrio



LETTERA DEL PRESIDENTE

p.4

CARICHE ISTITUZIONALI

p.6



01 *Nova Coop in sintesi*

p.8

IDENTITÀ E VALORI
UNA COOPERATIVA DI CONSUMO
LA PRESENZA SUL TERRITORIO
LA MISSION DI NOVA COOP
IL PIANO STRATEGICO DI NOVA COOP
LO SCENARIO DI RIFERIMENTO
I TEMI CHE CI RACCONTANO



03 *Una base di regole comuni*

p.50

PER LA NOSTRA ORGANIZZAZIONE INTERNA
PER COMUNICARE
PER RELAZIONARCI CON LA BASE SOCIALE
PER SELEZIONARE I NOSTRI FORNITORI



04 *Il Valore condiviso*

p.72

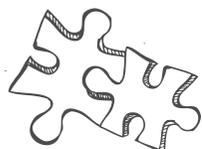
I NOSTRI RISULTATI
LA PRESENZA SUL TERRITORIO
CONDIVIDERE VALORE ATTRAVERSO I PRODOTTI
SERVIZI AI SOCI
LA TUTELA DELL'AMBIENTE
INNOVAZIONE



05 *Nota metodologica*

p.112

INDICE DEI CONTENUTI GRI

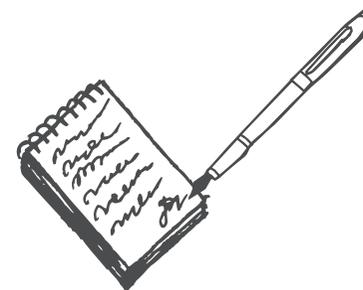


02 *Inclusione e partecipazione*

p.24

ASCOLTO E COINVOLGIMENTO
DEGLI STAKEHOLDER NOVA COOP
LA CENTRALITÀ DEL SOCIO E DEL CLIENTE
ATTENZIONE AL DIPENDENTE
E FORMAZIONE
COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO

Lettera del Presidente



CARI STAKEHOLDER,

la Cooperativa per l'esercizio 2018 presenta l'ennesimo bilancio positivo ed è sicuramente fonte di grande soddisfazione per il gruppo dirigente di Nova Coop e per il suo Consiglio di Amministrazione, giunto al termine del suo mandato. Nel 2018 i risultati, sotto il profilo della gestione commerciale i migliori degli ultimi anni, si sono consolidati grazie a politiche commerciali capaci di manifestare compiutamente il ruolo positivo che vogliamo agire nel mercato e nella società esaltando quindi la nostra distintività, a partire dal ruolo che svolge il **prodotto Coop**, vero testimone della nostra capacità di tutelare al meglio i Soci e i clienti nei loro diritti elementari: salute, sicurezza e qualità ed eticità dei prodotti che acquistano nella nostra rete. Questo elemento è stato indispensabile per poter gestire al meglio la nuova stagione di sviluppo che è iniziata con l'apertura dell'**Enercoop a Vercelli** e del nostro nuovo **superstore di Torino**, in via Botticelli, un'ulteriore tappa nel percorso di **innovazione**, non solo strutturale, ma anche in termini di qualità e modello di offerta, avviata dalla Cooperativa e necessaria, oggi, per rispondere alle mutate **esigenze** di consumo che ci pone il nuovo consumatore.

In un contesto comunque di difficoltà dovuta alla crescente tensione sociale ed economica registratasi nel Paese dopo le elezioni politiche che ha portato ad una forte contrazione della propensione all'acquisto, fenomeno che è stato registrato da tutta la grande distribuzione organizzata, già duramente provata dalla crescita dell'online e dall'aumento della presenza di operatori specializzati che hanno determinato un significativo decremento dei volumi di venduto dunque, il risultato di bilancio che consuntiviamo è davvero rilevante ed è qualitativamente importante, perché produce un Ebitda che supera abbondantemente i 60 milioni, che al netto degli ammortamenti genera un Ebit gestionale di circa 19 milioni di euro.

La capacità di produzione della ricchezza da parte della gestione caratteristica ci consente, in ossequio al principio di prudenza e trasparenza che abbiamo sempre utilizzato nelle nostre politiche di bilancio, di non far ricorso al decreto che consentirebbe di svalutare i titoli, ma di mantenerli a bilancio al valore di carico e quindi il bilancio della Cooperativa, dopo le politiche di accantonamento prudente che realizzeremo, chiuderà in area positiva, pur svalutando la gestione finanziaria di oltre 27 milioni.

È dunque un risultato importante, frutto del lavoro sinergico e positivo realizzato dalle lavoratrici e dai lavoratori della Cooperativa, della capacità di iniziativa prodotta nel nostro Consorzio Distrettuale e determinato dalla, storica per Nova Coop, attenzione alla gestione dei costi e dell'efficienza gestionale. Un buon esercizio quindi quello del 2018, che ci vede proseguire nel percorso di miglioramento costante dell'equilibrio finanziario di Nova Coop, avere ottimi risultati derivanti dalla gestione commerciale e continuare il processo di rafforzamento patrimoniale della nostra Cooperativa. Un insieme di fattori pertanto che ci consente di guardare al futuro con serenità e fiducia, consapevoli del molto che già abbiamo fatto e del molto che ancora c'è da realizzare.

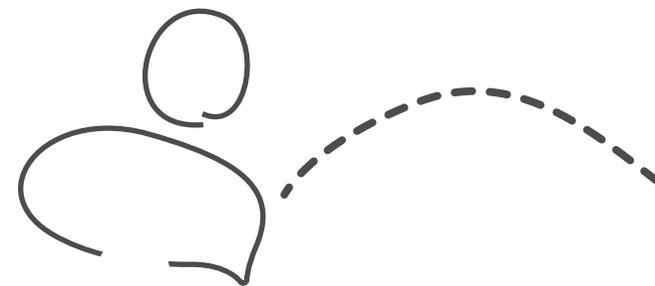


Ernesto Dalle Rive
Presidente Nova Coop

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ernesto Dalle Rive'.



Cariche Istituzionali



* CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente

Ernesto Dalle Rive

Vice Presidente

Giuseppe Nicolo

Vice Presidente

Lucia Ugazio

Consiglieri

Giuliana Agio

Erik Barone

Antonietta Barrina

Daniela Blengio

Mario Bocchetta

Enrica Carabelli

Luca Ciurleo

Piergiuseppe Coero Borga

Marinella Cosenza

Armando Costelli

Rossana Dalla Vittoria

Damiano De Paoli

Michele Di Lella

Sergio Fiorello

Renato Germiniani

Fabrizio Gillone

Giancarlo Gonella

Rosa Iseppi

Francesco Naggi

Benedetto Perotto

Gisella Piazza

Claudio Pistolesi

Roberto Rinaldi

Rita Schipani

Patrizia Speranza

Katia Venturi

Gianlorenzo Viarengo



 **COLLEGIO SINDACALE**

Presidente Collegio Sindacale

Stefano Pietro Beltritti

Sindaco Effettivo

Carola Bosetto

Sindaco Effettivo

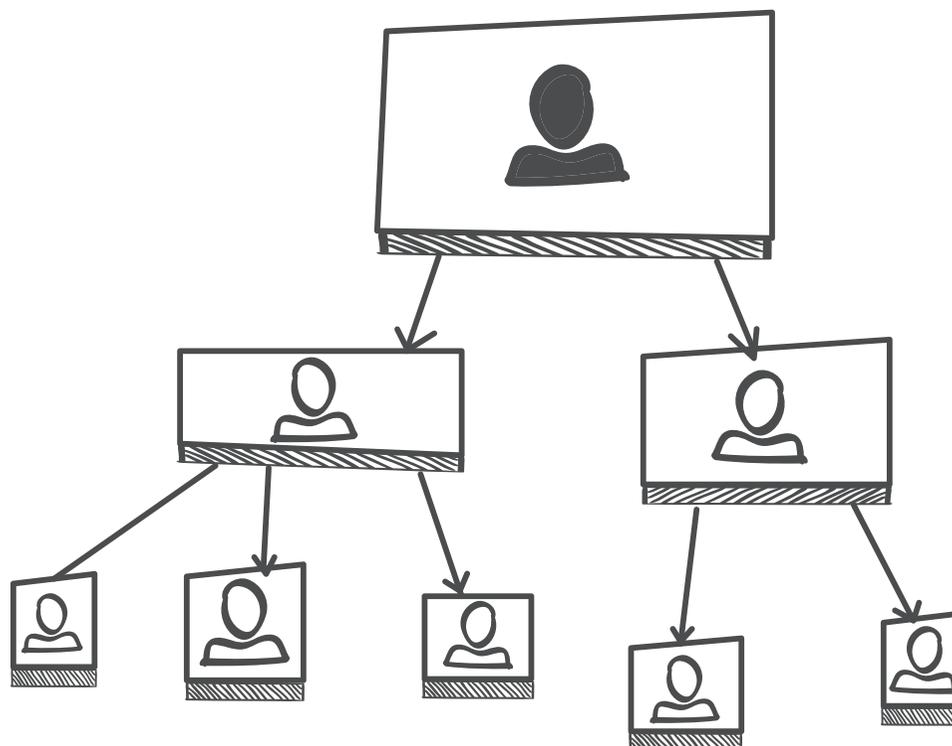
Pierluigi Passoni

Sindaco Supplente

Gabriella Geromin

Sindaco Supplente

Gian Carlo Ogliaro





01 Nova Coop in sintesi

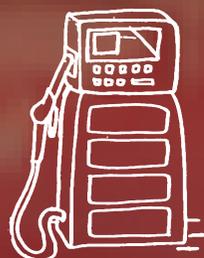
17
ipermercati



45
supermercati



1 Fiorfood



4 distributori

594.736

Soci



4.784

dipendenti



1.051.628.088

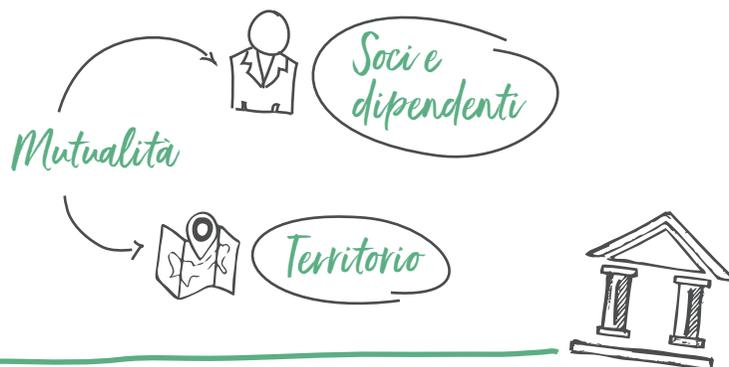
Totale **valore** della **produzione** 2018



Identità e valori

NOVA COOP SI ISPIRA AI VALORI FONDANTI DELLA COOPERAZIONE DEFINITI, FIN DAL 1844, DAI "PROBI PIONIERI DI ROCHDALE", I QUALI DIEDERO VITA ALLA PRIMA COOPERATIVA DI CONSUMATORI.

QUESTI VALORI, ANCORA ATTUALI, SI CONCRETIZZANO OGGI NELLA MUTUALITÀ INTERNA VERSO I SOCI ED I DIPENDENTI E NELLA MUTUALITÀ ESTERNA VERSO IL TERRITORIO OSPITANTE.



DALLO STATUTO RIPORTIAMO I TRATTI SALIENTI DELLA MISSION DI NOVA COOP

Art. 1

La Cooperativa persegue la funzione sociale, lo scopo ed i principi mutualistici, senza fini di speculazione privata previsti dall'art. 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 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

Una Cooperativa di consumo

NOVA COOP

UNA COOPERATIVA DI CONSUMO È UN TIPO DI SOCIETÀ CHE HA COME OBIETTIVO QUELLO DI ACQUISTARE E RIVENDERE BENI DI QUALITÀ A PREZZI VANTAGGIOSI AI PROPRI SOCI, CHE HANNO ANCHE IL RUOLO DI CONSUMATORI.

NOVA COOP È UNA COOPERATIVA DI CONSUMO NATA NEL 1990 DALLA FUSIONE TRA COOP PIEMONTE E CPL (CASA DEL POPOLO LAVORATORE) DI GALLIATE, ISCRITTA ALL'ALBO DELLE COOPERATIVE NELLA SEZIONE COOPERATIVE A MUTUALITÀ PREVALENTE.

LA SEDE LEGALE E GLI UFFICI SI TROVANO IN VIA NELSON MANDELA 4 13100 VERCELLI.



La Cooperativa è presente sul territorio piemontese e in parte di quello lombardo.



La presenza sul territorio

- IPERMERCATI
- DRIVE
- SUPERMERCATI
- SUPERSTORE
- FIORFOOD
- ENERCOOP

* Nuove aperture 2019

Piemonte

Lombardia




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 **Cirié (TO)** - Via Robassomero, 99
- 8 **Crevaldossola (VB)** - Via Garibaldi, 4
- 9 **Cuneo** - Via Cascina Colombaro, 26/A
- 10 **Cuornè (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, 14


DRIVE

- 1 **Beinasco (TO)** - Strada Torino, 34/36
- 2 ✳ **Torino** - Corso Rosselli, 181/A

• fino al **31/12/2018** Ipermercato
dal **01/01/2019** Supermercato


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 **Carmagnola (TO)** - Via del Porto, 21
- 10 **Casale Monferrato (AL)** - Piazza Aldo Moro, 15
- 11 **Castano Primo (MI)** - Via Trieste, 1
- 12 **Chivasso (TO)** - Corso Galileo Ferraris, 191
- 13 **Collegno (TO)** - Via Roma, 57 - 57A - 57B
- 14 **Domodossola (VB)** - Piazza Matteotti, 10/11
- 15 **Domodossola (VB)** - Via Cassino, 12
- 16 **Gattinara (VC)** - Corso Garibaldi, 146
- 17 **Luino (VA)** - Via Ghiringhelli, 1
- 18 **Nichelino (TO)** - Piazza Aldo Moro, 50
- 19 **Novara** - Via Fara, 43
- 20 **Novara** - Via XXIII Marzo, 200
- 21 **Oleggio (NO)** - Via Novara, 99/A
- 22 **Omegna (VB)** - Piazza Nobili de Toma, 13
- 23 **Orbassano (TO)** - Via Cervetti Cesare, 22
- 24 **Pinasca (TO)** - Via Sestriere, 73 Loc. Castelnuovo
- 25 **Piossasco (TO)** - Via Torino, 54
- 26 **Rivoli (TO)** - Via Nizza, 15/A
- 27 **San Mauro Torinese (TO)** - Via Trieste, 20/22
- 28 **Santhià (VC)** - Via Galileo Ferraris, 21E/21F
- 29 **Savigliano (CN)** - Via Duccio Galimberti, 10/12

- 30 **Settimo Torinese (TO)** - Via Fantina, 20/L
- 31 **Strambino (TO)** - Via Circonvallazione, 33
- 32 **Susa (TO)** - Via Donatori di Sangue, 21
- 33 **Torino** - Corso Belgio, 151/D
- 34 **Torino** - Piazza Respighi, 8
- 35 **Torino** - Corso Molise, 7
- 36 **Tortona (AL)** - Via Tommaso Campanella, 5
- 37 **Tradate (VA)** - Via Monte San Michele, 69
- 38 **Treccate (NO)** - Via Galileo Ferraris, 38
- 39 **Trino Vercellese (VC)** - Corso Galileo Ferraris, 3
- 40 **Trivero (BI)** - Frazione Ponzone, 173
- 41 **Verbania (VB)** - Via Colombo ang. F.lli Cervi
- 42 **Vercelli** - Largo Chatillon, 10
- 43 **Villadossola (VB)** - Via Campo Sportivo, 1
- 44 **Volpiano (TO)** - Via Trento, 135



- 1 **Torino** - via Botticelli, 85
- 2 ✳ **Giaveno** - via della Cartiera, 4/A

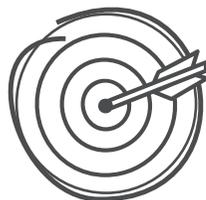


- 1 **Torino** - Galleria S. Federico, 26



- 1 **Biella**
- 2 **Pinerolo**
- 3 **Cuneo**
- 4 **Vercelli**

La mission di Nova Coop



Prodotti e servizi di qualità, alle migliori condizioni possibili: è questo l'impegno che ci prendiamo ogni giorno nei confronti dei consumatori. E lo facciamo attraverso politiche commerciali mirate e iniziative volte a tutelare i loro interessi, a partire dalla promozione di una maggior consapevolezza dei consumi e degli impatti ad essi correlati. Questo è reso possibile anche dalla natura della nostra azienda, che, in quanto Cooperativa, destina gli utili e le riserve allo sviluppo della società e al miglioramento dei prodotti e dei servizi destinati ai Soci e ai clienti.

Il mercato di riferimento è quello della grande distribuzione, dei carburanti, dell'e-commerce, della telefonia e dal 2017 del settore energia, fornendo gas metano ed elettricità attraverso la partecipata Nova AEG.

SISTEMA NAZIONALE COOP

NOVA COOP È TRA LE MAGGIORI COOPERATIVE DI CONSUMATORI ITALIANE ADERENTI AL SISTEMA NAZIONALE COOP CHE È COMPOSTO DA:

✓ **ANCC ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELLE COOPERATIVE DI CONSUMATORI** la quale ha funzione di tutela e rappresentanza delle cooperative di consumatori.

✓ **LEGACOOP**, la Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue. Nova Coop, Coop Liguria e Coop Lombardia.

✓ **CCNO Consorzio delle Cooperative del Nord Ovest (Nova Coop, Coop Lombardia, Coop Liguria)** nato con lo scopo di sviluppare 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.

✓ **COOP ITALIA**, il consorzio nazionale per gli acquisti e le politiche di marketing e per il presidio del Prodotto a Marchio Coop.

✓ **INRES** è l'Istituto Nazionale Consulenza, Progettazione, Ingegneria che progetta le strutture di vendita Coop.

✓ **SCUOLA COOP** è il consorzio che svolge attività di formazione, ricerca e innovazione con l'obiettivo di diffondere la cultura cooperativa.



Nova Coop si ispira ai valori fondanti della cooperazione definiti, fin dal 1844 dai "Probi Pionieri di Rochdale", i quali diedero vita alla prima **Cooperativa di consumatori**. Questi valori, ancora attuali, si concretizzano oggi nella mutualità interna verso i Soci e i dipendenti e la mutualità esterna verso il territorio ospitante (**articolo 1 e 4 dello Statuto**).

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. Lo Statuto ed i regolamenti di cui Nova Coop si è dotata definiscono le modalità di conduzione della Cooperativa e l'insieme degli istituti che consentono ai Soci di esercitarne il governo.

I Soci esercitano la proprietà attraverso gli strumenti e le modalità di partecipazione definiti. I Soci sono chiamati ad approvare:



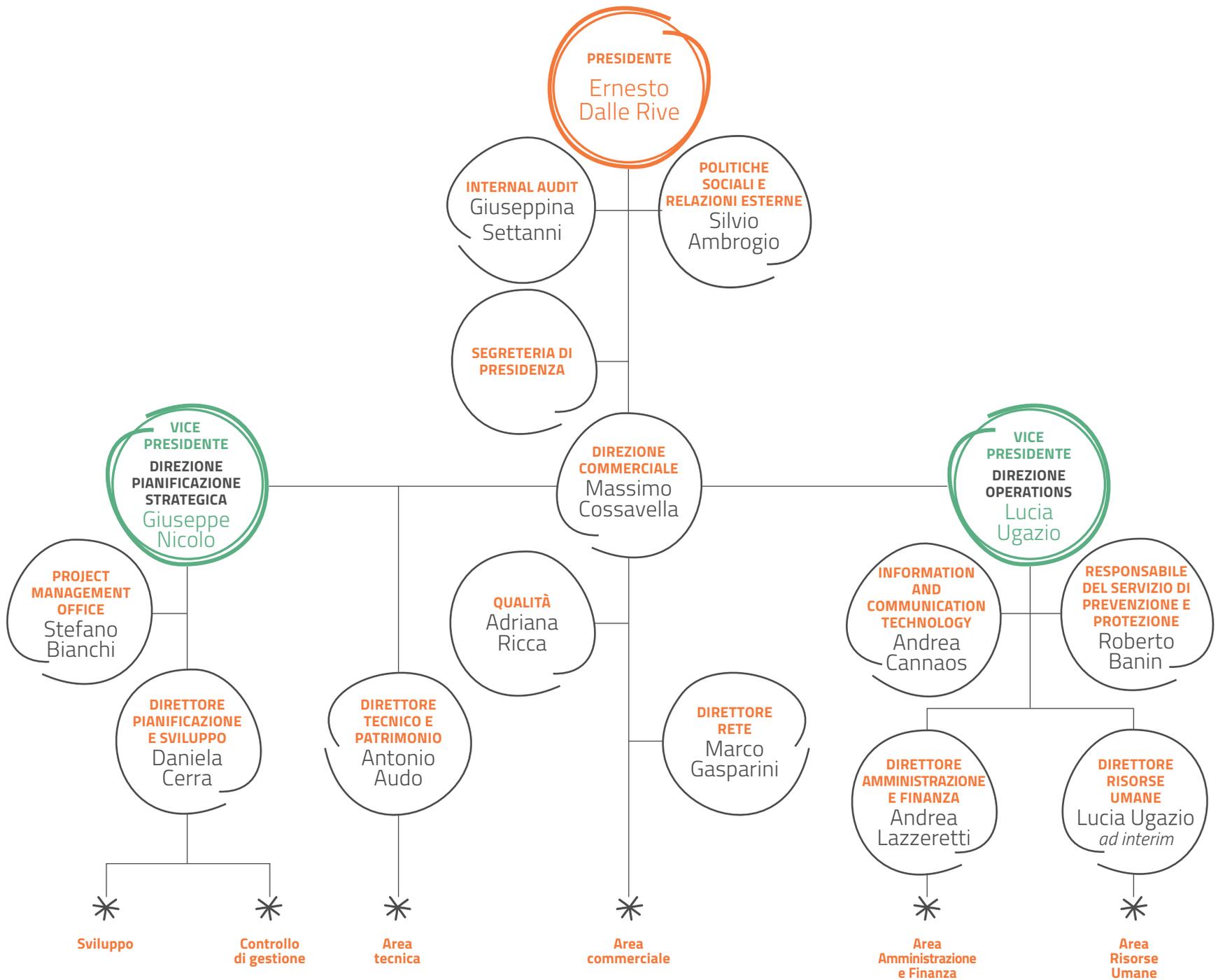
L'elemento fondante dell'intera governance è rappresentato dalle **Assemblee Separate di Bilancio** alle quali possono partecipare tutti i Soci iscritti a Libro Soci. In quelle sedi vengono eletti i delegati da inviare all'Assemblea Generale.

Nel 2016 è stato eletto il **Consiglio di Amministrazione**, composto da 30 consiglieri, con mandato triennale. Esso ha un ruolo di indirizzo e di controllo, assume le decisioni strategiche ed è garante della tutela degli interessi dei Soci e dei valori della Cooperativa.

Il **Collegio sindacale** è l'organo societario che vigila sulla corretta amministrazione, in particolare sull'adeguatezza dell'assetto amministrativo e contabile adottato dagli amministratori, sul suo concreto funzionamento e sul costante rispetto delle leggi.

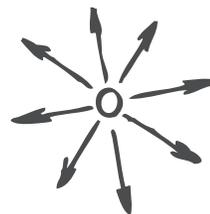
Infine il **Comitato di Direzione** è l'organo operativo di alta direzione, che verifica costantemente l'andamento della gestione, definisce i correttivi, esamina e valuta le iniziative provenienti dalle diverse aree di lavoro, istruisce le proposte per le deliberazioni del C.d.A.

La **Presidenza** è infine il vero e proprio snodo fra la base sociale ed il management aziendale.





Il piano strategico di Nova Coop



Dal 2015 la nostra Cooperativa si è dotata di uno strumento fondamentale per guidare le scelte e le politiche messe in campo: Il Piano Strategico 2015/2020.

Il **Piano Strategico** è uno strumento di lavoro vivo, che deve essere riletto e aggiornato ogni qual volta se ne ravvisi la necessità, in conseguenza dei cambiamenti di mercato, di sistema e degli scenari di riferimento.

La consapevolezza che tutto ciò che abbiamo messo in campo in questi anni è molto, ma purtroppo non è sufficiente, ci ha convinti un anno fa ad avviare un percorso di riflessione che ha coinvolto le figure apicali della Cooperativa (sia sede che rete), del Consorzio Nord Ovest, di Coop Italia e di Inres, oltre che di un gruppo di giovani colleghi (under 35).

Da questi momenti seminariali ne è conseguito uno sforzo progettuale che ha portato all'approvazione di ben 15 studi di fattibilità, alcuni dei quali si sono già tradotti in attività di test o di progettazione definitiva.

I 15 team di progetto hanno lavorato con entusiasmo e grazie all'impegno di tutti ed al supporto dell'area **Project Management** di Cooperativa  sono riusciti a superare le difficoltà, a coniugare il rispetto dei tempi e dei costi e a garantire un'ottima qualità progettuale.

Il filo conduttore sul quale si incardinano tutti i progetti si può sintetizzare in: **centralità del cliente, distintività, efficienza e miglioramento continuo.**

Di questo lavoro abbiamo già parzialmente tenuto conto nella definizione del budget 2019, ma entrerà a pieno titolo nella revisione del Piano Strategico e del Piano Triennale che guiderà il nostro lavoro nei prossimi anni.


Si veda
pagina
111



Lo scenario di riferimento

Da oltre un trentennio Coop indaga l'economia, i consumi e gli stili di vita degli italiani, e fa il punto sull'evoluzione del sistema distributivo a livello nazionale ed europeo realizzando ogni anno il **Rapporto Coop**, curato dall'Ufficio Studi dell'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori (Ancc-Coop) con la collaborazione scientifica, nel corso degli anni, delle principali società di ricerca economica.

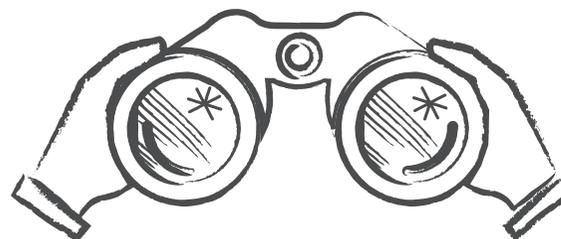
Il rapporto è consultabile integralmente in rete all'interno del sito www.italiani.coop.

Nel mondo globalizzato si avvicinano le sorti dei paesi emergenti e di quelli già industrializzati, ma aumentano a dismisura le distanze sociali interne e tornano a fare capolino istanze del passato (il neo-protezionismo commerciale e migratorio, la protesta anti-élite, vecchi e nuovi populismi) a fianco di minacce già conosciute e sempre più urgenti (la sovrappopolazione e i cambiamenti climatici). L'Italia è un caso emblematico, dopo quasi 5 anni, la sempre più lenta ripresa (+1,2% la variazione attesa del Pil nel 2018 contro 1,5% effettivo del 2017), va a vantaggio di pochi, non risolve le sorti della classe media e addirittura spinge ancora più in basso le condizioni delle famiglie in maggiore difficoltà. In sostanza chi è povero rimane tale: il 62% degli italiani che si trova nel 20% inferiore nella distribuzione del reddito è tale anche dopo 4 anni, una percentuale superiore di 5,5 punti percentuali rispetto alla media dei 36 Paesi Ocse. Da premesse simili arrivano dati non incoraggianti sui consumi. L'Italia resta il fanalino di coda in Europa con una riduzione dei consumi delle famiglie rispetto al 2010 di oltre il 2% (-2,2%) a fronte di un solido +12,7% tedesco, di un +10,2% francese e di una sostanziale stabilità spagnola (0,1%). E anche nell'ultimo anno il dato italiano (+0,7%) è il più basso tra le grandi economie europee.



Le famiglie benestanti spendono 4 volte di più rispetto a quelle con bassa capacità di spesa e tra una famiglia trentina e una calabrese il differenziale all'anno è pari a 17.000 euro.

Polarizzati e divisi, gli italiani adottano comportamenti diversi a seconda delle disponibilità economiche, ma anche del luogo in cui vivono, dell'età e dell'occupazione che hanno, del livello di istruzione e del loro stesso approccio alla vita. Il 17% degli italiani (18-65enni) sono "esploratori". Espressione piena della società postmoderna hanno comportamenti – e spesso valori – liquidi, si trovano a loro agio in una sperimentazione continua del nuovo, qualche volta senza un concreto, reale costruito.



Alla polarità opposta si collocano i “nostalgici” (26% del campione) che, complice una condizione economica più incerta, mostrano una netta insoddisfazione per il lavoro e la vita in generale. Contemporanei almeno quanto gli esploratori, sono parte della classe media che ha sperimentato gli effetti più duri della crisi. Nel mezzo sta il Paese: un magma fluido ancora incerto sull’indirizzo da prendere. A unificare un Paese così teso e frantumato i valori di sempre (la famiglia, il lavoro, la salute, il cibo) e le nuove priorità (l’ambiente e internet).

Quanto a coscienza verde gli italiani non sono secondi a nessuno. 9 italiani su 10 ritengono che vivere in un ambiente salubre è condizione fondamentale per conseguire una elevata qualità della vita (83% in Francia e solo 72% in Germania). E nel carrello i prodotti ecologici e responsabili hanno raggiunto nel primo semestre 2018 quota 2 mld di euro nelle vendite (contro i 3,6 mld di tutto il 2017).

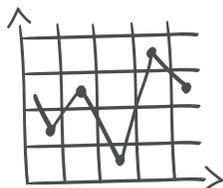


Internet e più in generale tutto ciò che attorno ad esso ruota, estendendo il concetto alla tecnologia digitale, sono ancora in cima ai pensieri degli italiani che però mostrano se non scetticismo certo una maggiore consapevolezza nel loro uso. Non è un caso che un italiano su 3 riconosca di aver contratto una forma di dipendenza dal suo smartphone (peraltro i consumi continuano a crescere: +3,6%). E che sui social la piazza piccola ma sicura di WhatsApp abbia superato la ben più affollata Facebook (82,9% vs 68,8% la percentuale di utilizzo quotidiano).

In fatto di cibo gli italiani confermano la loro indiscutibile supremazia. Primi per spesa alimentare in Europa e nel mondo (19% la quota di spesa destinata a cibo e bevande, il massimo dell’ultimo decennio), sono stati anche precursori verso una dieta bilanciata e salubre e ancora oggi privilegiano gli acquisti di frutta e verdura (+8,6% la crescita a volume dell’ortofrutta confezionata), pane e cereali rinunciando sempre più a zuccheri e grassi. Il salutismo, trend vincente degli ultimi anni a tavola, mostra però i primi segni di rallentamento dovuti con buona probabilità a una saturazione raggiunta almeno in certi segmenti di mercato: il carrello della “salute” cresce ancora nel primo semestre di un +2,3% ma era del +5% nel 2017. E anche tra i veg & veg che fino a poco tempo fa sembravano essere un trend dominante in fatto di cibo compaiono i primi pentiti: a fronte di un 8,3% ancora allineato, il 9,7% dichiara di esserlo stato e di averci rinunciato.

Il fenomeno del momento in fatto di cibo è sicuramente il “ready to eat” (pronto da mangiare). Non è un caso che tra i carrelli, il pronto faccia registrare un +6% e che l’e-food sia sempre più un’alternativa diffusa tra gli italiani. Solo nei primi tre mesi del 2018, 3,5 milioni di italiani (+80% rispetto al 2017) sono ricorsi al food delivery, +34% gli acquisti alimentari online nei primi 6 mesi dell’anno. Modernità che va ancora una volta di pari passo con la tradizione, il senso di appartenenza che continua a indirizzare i consumatori italiani verso prodotti italiani (+3%), privilegiando i piccoli brand (+4,3%) alla grande marca. Solo l’apposizione della scritta “100% italiano” fa schizzare le vendite di un +9%.

I temi che ci raccontano



Lo strumento che permette di individuare i temi che hanno un impatto significativo per l'impresa e per i suoi portatori di interesse è l'analisi di materialità: un processo di selezione e valutazione dei temi rilevanti che, secondo l'approccio del Global Reporting Initiative (GRI), parte dall'analisi delle istanze delle parti interessate e delle strategie aziendali.

Il Bilancio di Condivisione 2018 è stato realizzato tenendo in considerazione i temi materiali definiti da Nova Coop, che rappresentano le aree con impatti più significativi per l'organizzazione e per i suoi portatori di interesse.

Il processo che ha portato alla definizione dei temi materiali ha visto l'integrazione tra il lavoro svolto per il Bilancio di Condivisione 2017, che andremo a riepilogare, e l'analisi dei temi più rilevanti come emersi nel corso del 2018 dagli incontri con i Presidi Soci, dalle segnalazioni ricevute dal servizio Filo Diretto e dagli interventi in assemblea, nonché dal confronto personale con i principali stakeholder territoriali.

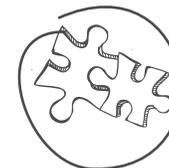
Il processo che ha portato alla definizione dei temi, svolto nel 2017, si è articolato in 3 fasi.

- **Identificazione dei temi rilevanti** o potenzialmente significativi, a seguito dell'analisi del contesto svolta seguendo le indicazioni dei principali standard internazionali (GRI), i temi proposti alle organizzazioni internazionali per il settore (Sustainability Accounting Standards Board, RobecoSAM) e la compliance normativa, oltre che i risultati del benchmark sulle comunicazioni di sostenibilità di un panel di player del settore.
- **Definizione della rilevanza dei temi identificati** sulla base di un'analisi interna della documentazione, delle policy aziendali e di interviste alle diverse funzioni aziendali, oltre che di incontri con alcuni rappresentanti delle principali categorie di portatori di interesse (capi negozio, Presidi Soci) per la valutazione delle loro opinioni e principali aspettative.

- **Identificazione dei temi materiali.** Una volta definiti, i temi sono stati posizionati sulla matrice in considerazione della loro rilevanza e della valutazione dei loro effetti economici, ambientali e sociali per Nova Coop e per tutti i portatori di interesse. La valutazione dei temi presi in considerazione nella matrice ha portato all'identificazione di quelli materiali, che sono stati oggetto di rendicontazione.

Nella tabella di seguito sono descritti i temi materiali individuati:

* Inclusione e partecipazione



Tema	Descrizione
Ascolto e coinvolgimento	Iniziative che l'azienda promuove per ascoltare e dialogare con tutte le parti interessate, al fine di mantenere un costante contatto con il contesto esterno nel rispetto dei valori fondanti della cooperazione
Centralità del consumatore	Attività rivolte alla soddisfazione dei bisogni del consumatore e alla sua fidelizzazione
Attenzione al dipendente e formazione (salute e sicurezza)	Importanza che l'azienda rivolge verso la promozione del benessere delle proprie persone, la garanzia di un ambiente che permetta a tutti di esprimere al meglio le proprie potenzialità e l'offerta di corsi di formazione per permettere un'adeguata crescita professionale
Promozione della sostenibilità ed educazione del consumatore	Impegno da parte dell'azienda di promuovere il concetto di sostenibilità attraverso iniziative dedicate e di educare il consumatore ad una scelta consapevole dei prodotti

* Una base di regole comuni



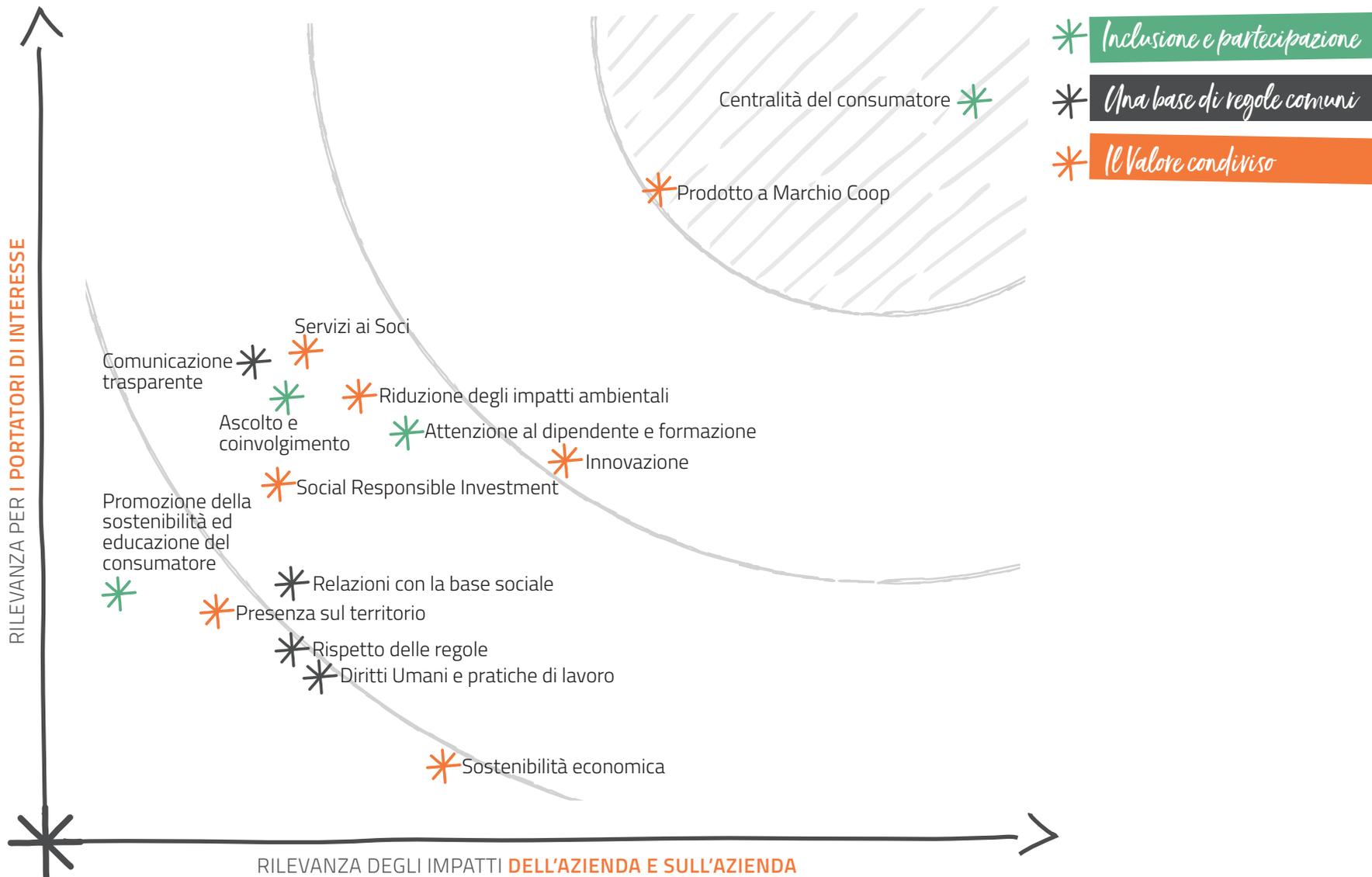
Tema	Descrizione
Rispetto delle regole	Importanza del rispetto delle normative legislative vigenti e delle regole imposte internamente per la gestione responsabile delle attività aziendali
Comunicazione trasparente	Importanza nel garantire la diffusione di un'informazione completa e veritiera sia internamente sia verso l'esterno
Relazione con la base sociale	Instaurazione di un rapporto solido e di fiducia con i Soci in modo da garantire la fidelizzazione di chi è già parte del mondo Nova Coop e al tempo stesso puntare a costruirsi e mantenere un'ottima reputazione che permetta di attrarre nuovi Soci
Diritti Umani e pratiche di lavoro	Attenzione posta alla tutela dei Diritti Umani e delle pratiche di lavoro lungo tutta la filiera produttiva

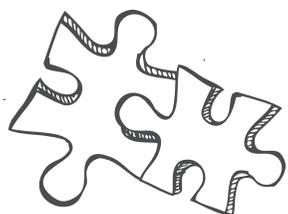
* Il Valore condiviso



Tema	Descrizione
Sostenibilità economica	Modalità con cui l'azienda gestisce la propria attività di business per garantirsi risultati economici nel lungo periodo e mantenere una posizione strategica all'interno del mercato di riferimento
Social Responsible Investment	Responsabilità da parte dell'azienda nella scelta dei propri investimenti (ricorso a criteri che vadano oltre il semplice ritorno economico) e alla trasparenza nella rendicontazione
Presenza sul territorio	Iniziative implementate da Nova Coop a supporto dello sviluppo delle comunità locali e del territorio al fine di compensare gli impatti che subiscono a causa dell'attività dell'azienda (includere sponsorizzazioni e iniziative benefiche)
Prodotto a Marchio Coop	Attenzione e dedizione dell'azienda a garantire sempre al consumatore l'offerta di prodotti di alta qualità, con particolare attenzione a offrire un prodotto sano e salutare e di informare il consumatore attraverso certificazioni che accertino la sicurezza di tale prodotto (es. origine degli alimenti, possibili allergeni)
Servizi ai Soci	Importanza di introdurre e garantire vantaggi e servizi nuovi e di qualità ai Soci Nova Coop, col fine ultimo di offrire loro opportunità di risparmio
Riduzione degli impatti ambientali	Impegno dell'azienda a monitorare i propri impatti ambientali con la conseguente implementazione di progetti e iniziative volte alla loro riduzione (es. utilizzo di energia da fonte rinnovabile, attività di recupero e riciclaggio dei rifiuti, ecc.)
Innovazione	Investimenti orientati allo sviluppo e alla produzione di prodotti innovativi

ANALISI DI MATERIALITÀ





02 Inclusione e partecipazione

24.800
nuovi Soci

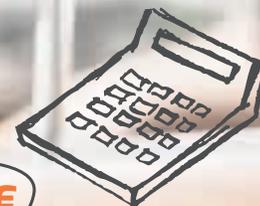
Circa



1.062 milioni di €
vendite lorde rete totale

93 milioni di €

risparmio complessivo per i Soci





1.300.000

di euro risparmiati da dipendenti e familiari Nova Coop grazie al **Welfare aziendale**

57.138

ore di **formazione** erogate



4.784

dipendenti



Ascolto e coinvolgimento degli stakeholder Nova Coop

GLI STAKEHOLDER (PORTATORI DI INTERESSE)

SECONDO LA STORICA DEFINIZIONE DI R. EDWARD FREEMAN:
 "I PORTATORI DI INTERESSE (STAKEHOLDER) SONO INDIVIDUI
 O GRUPPI CHE INFLUENZANO O SONO INFLUENZATI DA
 UNA ORGANIZZAZIONE E DALLE SUE ATTIVITÀ"



Il coinvolgimento degli stakeholder si configura come un processo strategico molto importante per realtà come la nostra, che pone l'ascolto dei propri interlocutori principali come aspetto centrale del suo agire.

Negli ultimi anni l'ascolto è diventato sempre più un processo inclusivo e interattivo, un dialogo soprattutto sui temi legati alla sostenibilità, fino ad attivare anche processi partecipativi di progettazione condivisa.

La nostra è una delle più importanti realtà della grande distribuzione piemontese. Ci occupiamo di consumo ma, in linea con i nostri principi statutari, lo facciamo proponendoci come un soggetto responsabile, influente e inclusivo, un soggetto che vuole da una parte sensibilizzare i Soci e i clienti ad un consumo consapevole, dall'altra presentarsi sul territorio attivamente nel **condividere valore con le comunità**. Condividiamo valore **nei punti di vendita** attraverso la nostra proposta delle linee del **Prodotto a Marchio**, dei valori veicolati da esse e attraverso i servizi per Soci e clienti. Lo pratichiamo sul territorio attraverso le **iniziative sociali** e i progetti realizzati per le comunità, le realtà locali, i cittadini.

Per noi cooperazione è anche questo, avere la certezza che le organizzazioni da sole non siano in grado di identificare le soluzioni alle grandi sfide della società attuale, soprattutto in termini di sviluppo sostenibile.

La creazione e la condivisione di valore per tutti coloro che sono coinvolti nell'impresa è essenziale per la costruzione di uno scopo comune e per approcciare le complesse questioni di uno scenario in continuo mutamento. Questo permette inoltre una migliore gestione del rischio, un aumento della **reputazione** ed una maggiore comprensione dell'ambiente in cui l'impresa opera.

Un documento come questo Bilancio di Condivisione si pone anche l'obiettivo di proporci come **soggetto trasparente** verso i nostri portatori di interesse, cercando di rendicontare nel modo più preciso possibile le nostre attività e gli impatti in un'ottica di miglioramento continuo.

I nostri principali interlocutori sono naturalmente i nostri Soci, i nostri clienti e i dipendenti, nei confronti dei quali abbiamo un approccio che ne sottolinea **la centralità e il senso di appartenenza**, anche con l'obiettivo di consolidare, accrescere e rinnovare la nostra base sociale.

I nostri principali interlocutori



I CLIENTI

Sono coloro i quali vengono posti al centro dell'offerta commerciale e sociale della Cooperativa, coniugando convenienza, qualità e valore percepito, per rispondere ad esigenze di consumo sempre più elevate e consapevoli.



I SOCI

Sono la proprietà della Cooperativa, al cui governo partecipano secondo quanto previsto dallo Statuto e dai regolamenti, ne eleggono gli organi direttivi, approvano i bilanci annuali.



I LAVORATORI

Sono una componente essenziale della Cooperativa e sono gli elementi decisivi per la creazione del rapporto di fiducia che si instaura con Soci e clienti.



LE COMUNITÀ LOCALI

Sono quei soggetti del territorio con i quali la Cooperativa collabora attraverso progetti e iniziative sociali: istituti scolastici e universitari, istituzioni pubbliche e private, il mondo dell'associazionismo e del terzo settore.



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 clienti nell'ottica di un miglioramento costante della nostra offerta commerciale.



IL MOVIMENTO COOPERATIVO

Nova Coop collabora con l'insieme del sistema cooperativo perseguendo efficacemente gli obiettivi mutualistici e sociali statutariamente definiti, con l'obiettivo di perseguire politiche sempre più integrate tra i vari soggetti del sistema.



LE NUOVE GENERAZIONI

Target importante perché saranno i potenziali Soci e cittadini del futuro. La Cooperativa attiva numerosi progetti e percorsi a loro dedicati sia per promuovere valori universali che per sensibilizzarli ad un consumo consapevole.

ASCOLTO E COINVOLGIMENTO DI SOCI E CLIENTI

Come sottolineato nel precedente paragrafo, la Cooperativa pone al centro delle sue scelte strategiche, tra l'altro, l'ascolto e il coinvolgimento dei clienti, dei Soci e dei dipendenti. Questo a maggior ragione in un contesto socio economico in continua e rapida evoluzione, nel quale appare decisivo perseguire politiche volte alla creazione di un senso di appartenenza che è anche storicamente anima del movimento cooperativo mondiale.

I canali di contatto tradizionali della Cooperativa con i Soci e clienti sono stati: il numero verde **Filo Diretto**, **segnalazioni al Servizio Qualità**, **contatto e segnalazioni in punto vendita**, **i social**.



Nel 2018 al numero verde **"Filo Diretto" (800 238380)** sono arrivate 1.823 segnalazioni, di cui il 65% sono richieste di informazioni e il 35% reclami. Il canale attraverso il quale Filo Diretto gestisce le segnalazioni è principalmente il telefono (circa 1.500 segnalazioni), seguito dalle mail (circa 300 segnalazioni) e infine le risposte ai post di Facebook (circa 50 segnalazioni). Altre segnalazioni sono arrivate nei punti vendita.

Numero verde
800238380

Per un totale di
2.162
segnalazioni

I temi principali sono: richieste di informazioni; richieste di contatti di altre cooperative, contatto ri-money e contatti telefonici dei pdv; informazioni su adesione sociale e procedure Soci; informazioni su prestito sociale e modalità di prelievo/versamento; richieste di inserimento prodotti in assortimento; supporto per accesso a concorsi/servizi online, reclami su problemi di accesso ai siti internet di Cooperativa o su prodotti mancanti in Punto vendita.

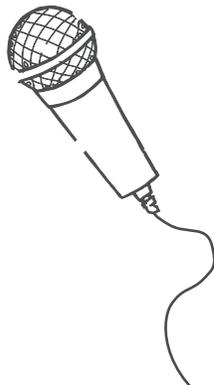
Un altro importante momento di ascolto dei nostri Soci, nonché occasione di valutare la qualità della nostra proposta di Prodotti a Marchio Coop è **l'Approvato dai Soci**.

Un importante elemento di distintività di Coop è infatti dare ai Soci la possibilità di esprimere un giudizio sui Prodotti a Marchio che trovano sui nostri scaffali. Il progetto **"Approvato dai Soci"** consiste nell'invitare i Soci a sedersi ad un tavolo per assaggiare un Prodotto a Marchio Coop. Al termine della degustazione si fa compilare una "scheda di gradimento", il cui risultato è decisivo per la vendita o meno dei prodotti testati. Nel caso in cui il voto non superi la soglia minima fissata, il prodotto in questione viene riformulato. Se invece l'esame è superato allora sul prodotto verrà posto lo specifico logo "Approvato dai Soci".

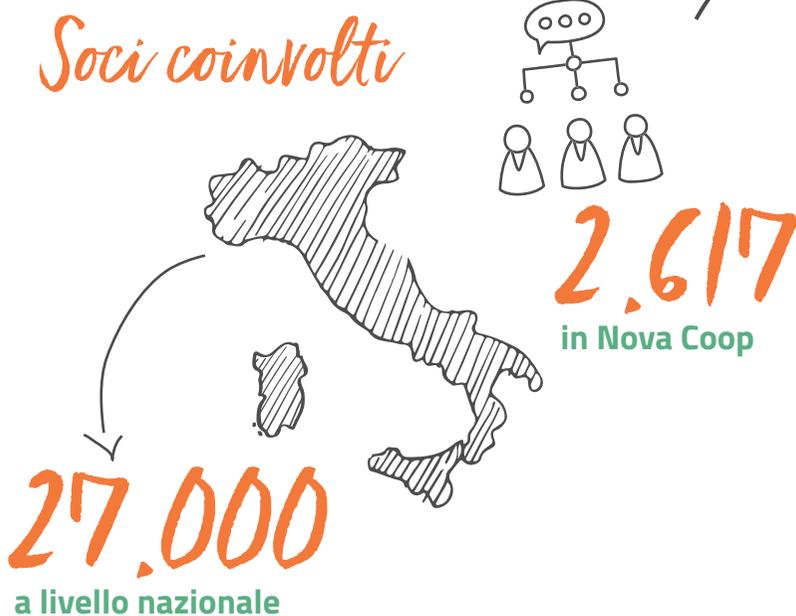


Dati 2018

Prodotti testati	182
Interviste	53.740
Prodotti approvati	179



Nel 2018, nell'ambito delle attività volte a ricordare i **70 anni del Prodotto a Marchio Coop**, tra il 4 e il 13 ottobre in 174 punti vendita Coop in tutto il territorio nazionale, è stato realizzato l'Approvato dai Soci con una formula speciale e in spazi appositamente allestiti. Nova Coop ha svolto l'attività il 6 ottobre, **coinvolgendo 12 Ipermercati più Fiorfood**. Per l'intera giornata è stato proposto, a chiunque volesse cimentarsi come assaggiatore, di testare il prodotto attribuito su un paniere definito di una ventina di Prodotti a Marchio. I risultati ottenuti sono stati molto importanti:



Analoga attenzione viene rivolta agli interventi dei Soci in occasione delle **54 Assemblee Separate di Bilancio**, durante le quali i dirigenti e responsabili della Cooperativa rispondono direttamente alle domande poste dai partecipanti. In questa occasione i Soci possono porre anche quesiti specifici non inerenti ai temi all'ordine del giorno, ai quali verrà data risposta dal Consiglio di Amministrazione in occasione dell'Assemblea Generale.



Nel 2018 oltre ai canali tradizionali trattati sopra, abbiamo aggiunto ulteriori strumenti di ascolto e sono partiti tavoli di lavoro per crearne altri nel 2019.

Per esempio abbiamo dotato alcuni punti vendita, in via sperimentale, di un sistema informatico per gestire le segnalazioni, integrandole con quelle che arrivano dai canali tradizionali principali visti sopra.

Un'altra nuova modalità di interazione è stata l'invio di questionari via e-mail ai Soci abituali frequentatori degli ipermercati, per dare la possibilità di valutare la loro esperienza di acquisto e fornirci indicazioni sui reparti, sugli assortimenti e raccogliere suggerimenti volti a migliorare il servizio dei punti vendita di riferimento.

27.000

questionari inviati



9.000

(il 33%)

risposte dei Soci

AMPLIAMENTO DELLA BASE SOCIALE

La promozione all'adesione alla Cooperativa è portata avanti nelle attività quotidiane dei nostri dipendenti e dei nostri Soci Volontari, svolte sia all'interno dei punti vendita, sia attraverso le numerose attività sul territorio, organizzate dall'Area Politiche Sociali.

L'adesione a Nova Coop prevede il deposito di una quota una tantum pari a 25 €, costo che facilmente può essere recuperato grazie all'omaggio di 5 buoni sconto del 10% (ciascuno valido su una spesa massima di 50 €) e alle molteplici promozioni riservate ai Soci. Aderendo alla Cooperativa se ne diventa co-proprietari acquisendo numerosi diritti, ad esempio la possibilità di votare il bilancio civilistico, e vantaggi economici legati a promozioni e sconti dedicati.

Particolare attenzione è stata dedicata alla campagna di promozione sociale "**Settimane del Socio**", durante il mese di novembre, grazie all'impegno dei Soci Volontari, supportata da materiale di comunicazione ad hoc e omaggi specifici.

Nel corso del 2018 sono stati

24.800

i nuovi Soci che hanno aderito a Nova Coop!



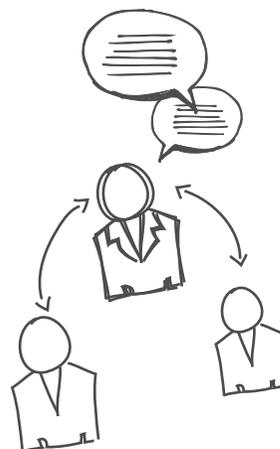
Dal 2017 Nova Coop si è adeguata all'evoluzione della normativa (art. 17 bis del d.l. 81/2014, integrato dal d.m. MISE del 18.09.2014), recepita dal nostro Statuto con l'art. 12 bis, che prevede l'esclusione dalla Cooperativa dei Soci inattivi, ovvero di chi nel corso dell'anno solare:

- a) non abbia partecipato all'Assemblea e agli organismi territoriali;
- b) non abbia acquistato beni o servizi in Nova Coop o in altre cooperative di consumo aderenti a Coop Italia;
- c) non abbia intrattenuto con la Cooperativa rapporti finanziari quale, ad esempio, il Prestito Sociale.

ASCOLTO E COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

Nel 2018 è proseguito il progetto della Cooperativa "Come saremo a partire da me": a seguito dell'indagine di clima ed engagement realizzata nel 2017 su tutta la popolazione aziendale, i responsabili di tutte le unità organizzative aziendali hanno partecipato ad attività formative specifiche per approfondire i concetti di coinvolgimento e motivazione dei propri collaboratori. In apposite sessioni individuali sono stati successivamente supportati per elaborare progetti lavorativi mirati a conciliare il raggiungimento di obiettivi commerciali con il massimo coinvolgimento della propria squadra.

Il progetto sul coinvolgimento dei dipendenti punta in particolare a potenziare, tra le altre, **la competenza dell'ascolto** che diventa a tutti gli effetti una leva gestionale che i capi Nova Coop utilizzano per raccogliere e valorizzare i contributi del proprio gruppo di lavoro.



GLI ADDETTI, CHE ESERCITANO QUOTIDIANAMENTE L'ASCOLTO DEL CLIENTE, TROVANO COSÌ IL PROPRIO SPAZIO DI CONFRONTO ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE, PROPRIO A PARTIRE DAI LORO CAPI.

La centralità del Socio e del cliente



LA CONVENIENZA

Garantire l'impegno per un'offerta commerciale conveniente e di altissima qualità fa parte da sempre della missione delle cooperative di consumo, come dichiarato nell'art. 4 del nostro statuto. La nostra offerta si traduce soprattutto nella proposta del nostro **Prodotto a Marchio** e nei valori che veicola: sicurezza, convenienza, eticità e qualità, tutela dell'ambiente, trasparenza.

Nel 2018 abbiamo intensificato la nostra capacità di presidiare il mercato incentrando le nostre politiche commerciali sulla **convenienza**, su un forte **ampliamento dell'offerta** relativa al nostro Prodotto a Marchio e sulla sua valorizzazione all'interno dei nostri punti vendita, alla luce del fatto che abbiamo festeggiato il suo **70° anniversario**.



NEL 2018, COME NEGLI ANNI PRECEDENTI, SONO CONTINUATE CON SUCCESSO LE CAMPAGNE SCEGLI TU CHE HANNO DATO L'OPPORTUNITÀ A SOCI E CLIENTI DI SCEGLIERE SU QUALI PRODOTTI DELLE GRANDI MARCHE E DELLE LINEE DEL PRODOTTO A MARCHIO COOP RICEVERE LO SCONTO, IN AGGIUNTA AL NORMALE PIANO PROMOZIONALE.

Questo risultato è stato ottenuto anche grazie ad un dialogo sempre più inclusivo con i nostri Soci e clienti, attraverso canali di ascolto e comunicazione in continua implementazione e attraverso la capacità di fornire risposte strategiche adeguate ai rapidi cambiamenti degli scenari socio economici degli ultimi anni, che richiedono una sempre maggiore reattività nel fornire servizi all'altezza dei nuovi bisogni emergenti.

L'attenzione delle politiche di convenienza è rivolta in modo particolare **verso i nostri Soci**, i quali anche nel 2018 sono stati i principali fruitori delle numerose offerte, alcune delle quali a loro esclusivamente dedicate come si evince dai dati riportati.

* **Valore delle vendite ai Soci sul totale**

772.612.217

euro di vendita a Soci su

492.606.009

euro di vendite totali



* **Numero scontrini ai Soci sul totale**

21.945.409

scontrini di Soci su

34.884.376

scontrini totali



* **Promozioni, tagli prezzo e altri sconti**

93.315.768

di sconti ottenuti dai Soci su

108.641.728

di sconti totali



* **Sconti usufruiti in offerte dedicate ai soli Soci**

25.715.668



Grazie ai punti accumulati sulla tessera Socio è possibile usufruire di numerosi sconti proposti sul catalogo Soci "Solo per Te".

Valore dei punti catalogo

5.658.077



**I NOSTRI SOCI HANNO POTUTO
COSÌ AVERE UN RISPARMIO
COMPLESSIVO NEL 2018 DI**



93.315.768
EURO!

ALTRI SERVIZI E AMBITI DI RISPARMIO

Coopvoce



CoopVoce è il servizio di telefonia mobile che permette a Soci e clienti di accedere a pacchetti promozionali molto competitivi, anche per la navigazione sul web. Per i Soci Coop inoltre è possibile ricaricare la SIM con i punti della carta Socio.

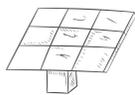
Interessante è anche l'applicazione gratuita "ViviBici" utilizzabile per tracciare l'attività motoria, che permette di convertire i Km percorsi in bici o a piedi in minuti di chiamate nazionali verso tutti e in MB di traffico internet nazionale gratuito.

Nova AEG



A settembre 2018 nascono i marchi EnerCasa Coop e EnerImpresa Coop di Nova AEG.

EnerCasa Coop è il marchio tramite il quale Nova AEG S.p.A. si pone al servizio della clientela domestica per la fornitura di luce e gas. Le proposte commerciali di **EnerCasaCoop** sono ispirate agli stessi principi di chiarezza, trasparenza, convenienza e presidio degli impatti ambientali, sui quali Nova Coop si fonda. L'offerta di servizi di elevata qualità a prezzi vantaggiosi è dedicata in particolare ai Soci e i Soci Prestatori, che considerano l'ambiente un bene comune, da salvaguardare e preservare con senso di responsabilità per le generazioni future.



850 milioni di kilowattora di Energia Verde equivalente al fabbisogno energetico annuo di 315.000 appartamenti



Oltre 10.000 utenze domestiche attive nel 2018, la quasi totalità da parte dei Soci e Soci Prestatori!



100% da fonti rinnovabili

EnerCasa Coop è presente nei punti vendita Nova Coop, Coop Lombardia e Coop Liguria, con corner dedicati e con i suoi informatori, a disposizione dei Soci e dei clienti interessati.

IL ROADSHOW DI ENERCASA COOP



DA SETTEMBRE 2018 È PARTITO IL PROGETTO ROADSHOW DI ENERCASA COOP, PENSATO PER UNIRE LA PRODUZIONE DI ENERGIA VERDE AL SUPPORTO DELLE REALTÀ DEL VOLONTARIATO E DEL TERZO SETTORE ATTIVE SUL TERRITORIO IN AZIONI DI SOSTEGNO ALLA PERSONA E DI CONTRASTO A FENOMENI DI POVERTÀ ED ESCLUSIONE SOCIALE.



La campagna ha coinvolto **11 centri in Piemonte**: Avigliana, Biella, Casale Monferrato, Chieri, Collegno, Crevoladossola, Nichelino, Novara, Pinerolo, Torino e Vercelli. Ad ogni tappa sono state montate all'interno dei punti vendita **due bici-generatori** in grado di convertire l'energia cinetica generata. Tantissimi i Soci e i clienti che hanno contribuito a generare energia pedalando sulle bici. Ai kw prodotti si aggiungono quelli donati da EnerCasa Coop e successivamente devoluti alle onlus sotto forma di una fornitura gratuita di energia elettrica.

✓ **4.000 pedalatori** volontari

✓ raccolti **197.000 kilowattora**, pari al fabbisogno energetico annuale di 80 abitazioni familiari.



Enercoop



Nel 2018, ai precedenti impianti di Cuneo, Biella e Pinerolo si aggiunge la nuova apertura del distributore di Vercelli, raggiungendo il numero di 4 impianti a nostro marchio sul territorio piemontese.

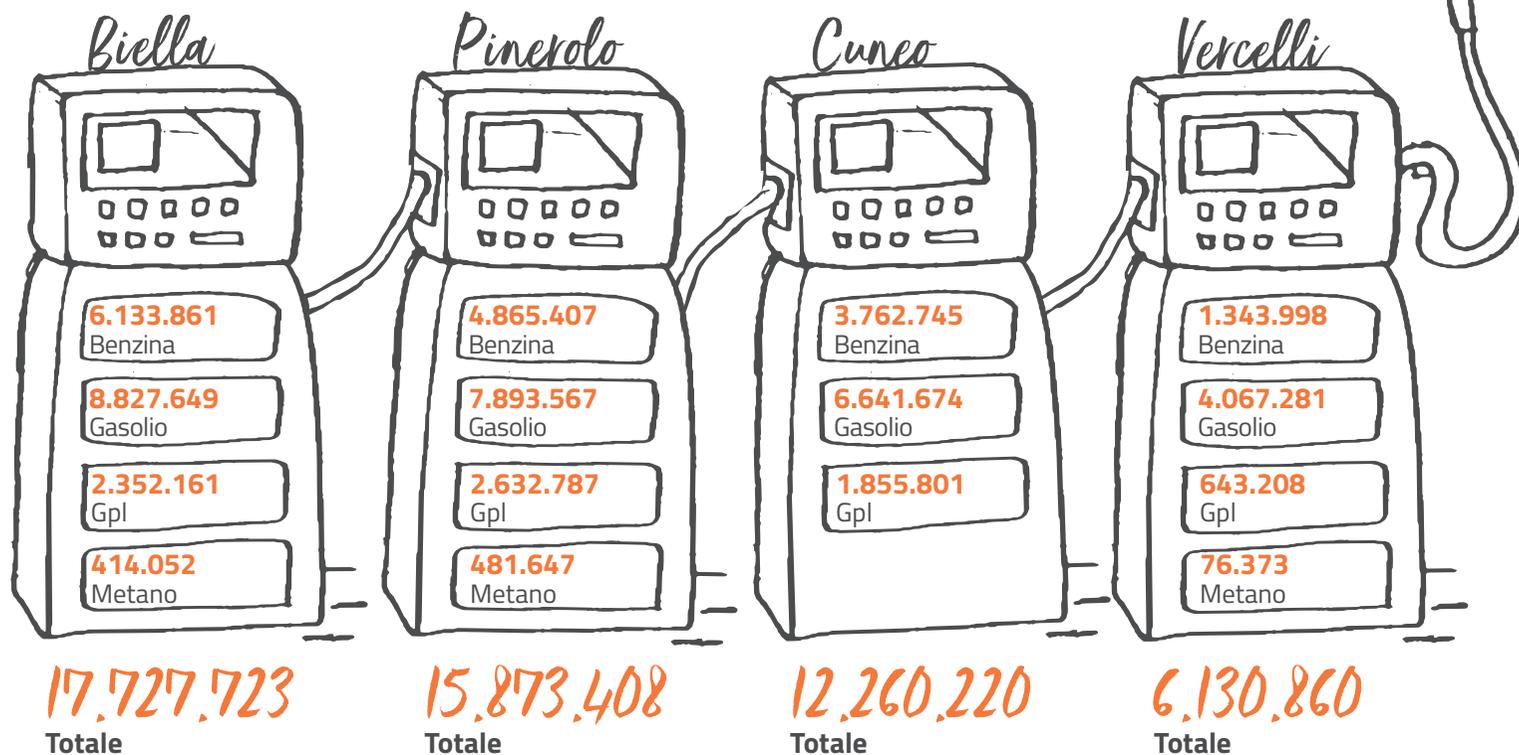
I distributori offrono alla clientela un servizio Self H24, con presenza di personale con orario continuato dal lunedì al sabato dalle 7.30 alle 19.30 e la domenica dalle ore 8 alle ore 13.

La presenza di Enercoop sul territorio ha contribuito a calmierare i prezzi, posizionandosi sempre al di sotto dei concorrenti diretti grazie ad una gestione efficiente e agli acquisti centralizzati in una società specializzata.

Totale litri
51.992.212

Litri erogati NEGLI IMPIANTI Enercoop NEL 2018

(apertura Vercelli aprile 2018)



Convenzione con la Regione Piemonte per il rimborso dei buoni per celiaci



Sono stati **7.939** nel corso del **2018** i **clienti celiaci** che hanno potuto spendere nei punti vendita della rete Nova Coop i buoni mensili erogati dalle ASL per l'acquisto di prodotti dietetici senza glutine, coerentemente con quanto definito dal Ministero della Salute e dalla Regione Piemonte, per un totale di **24.122 buoni utilizzati per un valore di 585.431 euro**.

Analoga possibilità è in vigore anche nei tre supermercati Nova Coop della Lombardia. In Piemonte Nova Coop è l'unica catena della grande distribuzione che offre questo tipo di servizio.



Social Card

Dal 2013 è stata introdotta in Italia la social card che consente, agli aventi diritto, un sostegno economico per l'acquisto di beni di prima necessità. Nova Coop ha aderito a questa iniziativa e nei nostri punti vendita è possibile fare la spesa con la social card.



Pagamento Bollette

Un servizio che ormai da anni offriamo ai nostri Soci e clienti è la possibilità di pagare le bollette alle casse di numerose società convenzionate, con condizioni particolarmente agevolate per i Soci e più convenienti rispetto alle tradizionali modalità di pagamento. Il servizio viene utilizzato in prevalenza per il pagamento di utenze domestiche quali luce, gas, acqua, telefonia e polizze assicurative.

Ecco un riepilogo delle bollette pagate alle casse dei supermercati e ipermercati Nova Coop, nel 2018:



Voucher Scuola



Nova Coop aderisce al progetto della Regione Piemonte che accompagna il percorso educativo dei ragazzi delle scuole statali, paritarie (elementari, medie e superiori) e delle agenzie formative, per sostenere il loro percorso educativo, a tutela del diritto allo studio. Gli studenti possono acquistare con questo voucher libri di testo, materiale didattico, dotazioni tecnologiche funzionali all'istruzione.

Carta del Docente



La Legge di Riforma del sistema nazionale di istruzione e formazione e delega per il riordino delle disposizioni legislative vigenti (L.107 del 13.7.2016), al fine di sostenere la formazione continua degli insegnanti e di valorizzarne le competenze professionali, ha previsto l'assegnazione di un bonus di euro **500,00** ai docenti, compresi quelli in formazione e prova, attraverso un'applicazione web che consiste nella generazione di buoni spesa utilizzabili, anche nei nostri punti vendita, per l'acquisto di determinati articoli per l'aggiornamento professionale, come libri e riviste.



NUOVI SERVIZI E STRUMENTI

PER FACILITARE E RENDERE PIÙ PIACEVOLE L'ESPERIENZA DI ACQUISTO DEI NOSTRI SOCI E CLIENTI, SIA IN PUNTO VENDITA CHE ONLINE, NEGLI ULTIMI ANNI NOVA COOP HA IMPLEMENTATO STRUMENTI E SERVIZI ATTRAVERSO LE NUOVE TECNOLOGIE:

- ✓ **iCoop** è l'app ufficiale gratuita di Coop con numerose funzionalità che permettono per esempio di trovare il negozio Coop più vicino e di verificarne orari e servizi. Altre funzionalità permettono di vedere le promozioni in corso e scegliere la convenienza dei prodotti in offerta, includendoli direttamente nella **"Lista della spesa"** virtuale. (Questo servizio è attivo per i soli clienti di Nova Coop, Lombardia e Liguria). I Soci inoltre possono verificare il proprio saldo punti con i dettagli per singolo acquisto.



- ✓ **Coop online** è il portale per l'e-commerce dei prodotti non alimentari. Si ha la possibilità di acquistare online e di scegliere tra il ritiro in punto vendita e la consegna a domicilio. Tra i vari servizi ci sono i cosiddetti **"Gruppi di Acquisto"**, una modalità di acquisto che consente di ottenere ottimi prezzi, grazie all'elevato numero di acquirenti concentrati in un periodo di tempo limitato.



- ✓ **coopDrive** laspesachenonpesa **Coop Drive** è il servizio gratuito per fare la spesa online e ritirarla in negozio comodamente in automobile, nell'apposito punto di ritiro, senza fatica e scegliendo l'orario più comodo. È attivo a partire dal 1° gennaio 2017 presso l'Ipercoop di Beinasco (Torino). Per usufruirne basta collegarsi al sito www.laspesachenonpesa.it da pc, cellulare o tablet.

- ✓ Le **Etichette elettroniche** sono presenti in tutti i punti vendita Nova Coop: consentono la variazione dei prezzi da remoto senza dover cambiare manualmente le etichette e una maggiore leggibilità delle stesse.

- ✓ Le **Casse automatiche** e le **Casse Salva Tempo** dedicate ai Soci sono presenti in quasi tutti i punti vendita Nova Coop per ridurre i tempi di attesa alle casse tradizionali e rendere il pagamento della spesa più veloce.



In particolare i dispositivi **Salva Tempo**, attivabili con la carta Socio Coop, offrono la possibilità ai nostri Soci di ridurre ulteriormente i tempi di spesa, scannerizzando il codice a barre dei prodotti prima che vengano riposti nel carrello. In ogni momento è possibile modificare le quantità dei prodotti acquistati, verificarne il singolo importo e il totale della spesa.



SALVA TEMPO

socialcoop

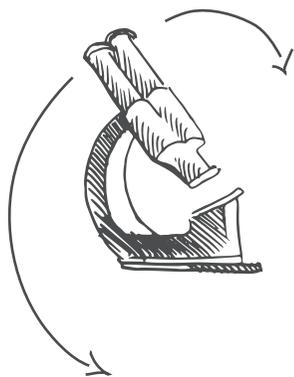


IL NOSTRO IMPEGNO PER LA QUALITÀ

In questo paragrafo raccontiamo attraverso i numeri il nostro impegno per la qualità, vale a dire come garantiamo igiene e sicurezza nei prodotti che proponiamo in vendita.

Ripercorriamo il sentiero che ci porta alla tutela della salute dei Soci e dei clienti.

Si parte dalla merce: prima di arrivare sui banchi Coop Italia e CCNO si sono occupati dei fornitori. Lo fanno attraverso il **Progetto Qualità** che prevede che i fornitori vengano selezionati e qualificati con procedure consolidate e l'utilizzo di laboratori esterni che effettuano visite ispettive presso gli stabilimenti per appurare la bontà delle lavorazioni e per analizzare i prodotti, con particolare attenzione alle merceologie più critiche (pesce, carne e gastronomia, ortofrutta).



Coop Consorzio Nord Ovest

Fornitori	676
Ispesioni	221
Campioni analizzati	375

Per Coop

Fornitori	445
Ispesioni	17
Campioni analizzati	1.055

Anche i prodotti preparati a punto vendita, il ghiaccio utilizzato nei reparti pescheria e nei ristoranti e l'acqua utilizzata nei vari reparti, vengono analizzati attraverso campionamenti che ne verificano l'idoneità (rispondenza ai criteri di sicurezza definiti dalle normative) e ne controllano l'igiene dei processi di lavorazione.

Controlli SULLA qualità (FATTI DA NOVA COOP)



* 778
2016

* 768
2017

* 695
2018

A punto vendita i controlli avvengono in ogni reparto di lavorazione. Sulle attrezzature e sulle superfici a contatto con gli alimenti vengono effettuati tamponi che devono risultare idonei dopo un'analisi in laboratorio. In questo modo si verifica che la procedura di pulizia e sanificazione sia stata applicata correttamente in modo che i luoghi siano adatti ad ospitare le attività di manipolazione, lavorazione, stoccaggio e vendita degli alimenti.

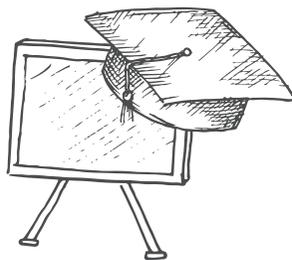
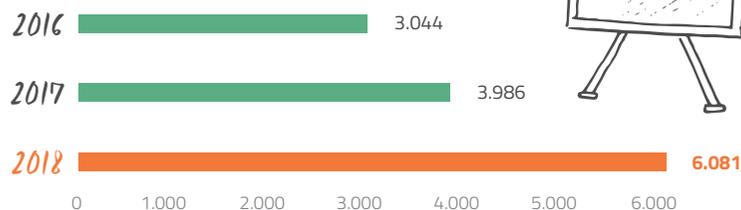
Le analisi sono affidate a laboratori esterni che affiancano all'attività analitica anche la compilazione di **check list** per verificare le condizioni di igiene e dello stato manutentivo dei locali nonché delle buone pratiche di lavorazione da parte del personale.

(num)	2016	2017	2018
Tamponi su superfici di lavoro a punto vendita	2.870	2.790	2.820
Ispesioni esterne con check list sui punti vendita	80	80	80
Ispesioni interne con check list sui punti vendita	360	372	372

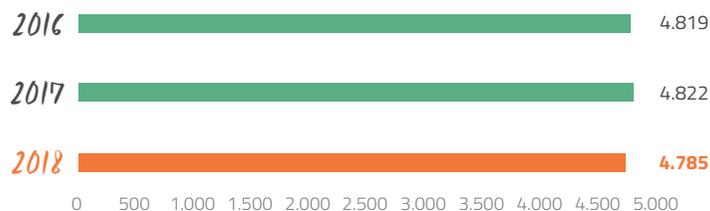
Dopo la merce e il luogo "punto di vendita" il sentiero che ci porta alla garanzia di sicurezza arriva alle persone: gli attori più importanti di tutto il processo. **Ripetiamo da anni che solo attraverso persone preparate e consapevoli si fa Qualità.** Le check list di verifica effettuate dai laboratori esterni accanto a quelle effettuate in punto vendita, sono uno degli strumenti per permetterci di cogliere situazioni ed aspetti che potrebbero comportare rischi per la salute dei consumatori e per la qualità dei prodotti.

La **formazione** riveste quindi un ruolo importante: l'orientamento è quello di costruire moduli formativi che mettano insieme teoria e pratica e il punto di vista commerciale con la garanzia di sicurezza alimentare. Quindi sono sempre più numerose le riunioni "sul campo" con tutte le persone operanti nel proprio contesto di reparto, mettendo in risalto le criticità e i punti di forza.

Ore di formazione erogate su qualità, sicurezza, merci e luoghi (num.)



Totale dei lavoratori (num.)

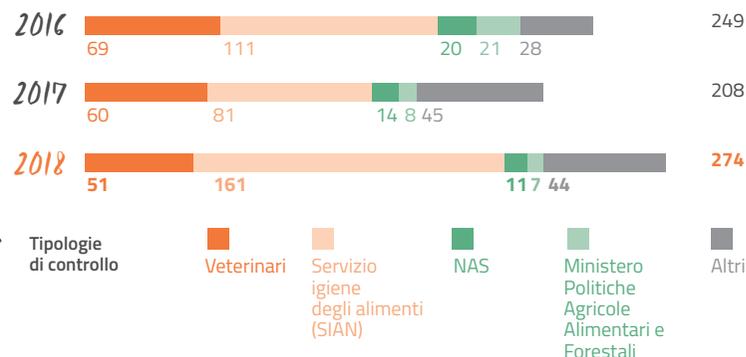


di cui **formati in materia**

Anno	Formati in materia
2018	2.373
2017	3.039
2016	1.511

Anche nel 2018 i controlli degli enti esterni si confermano con un numero di rilievo. Etichettatura degli alimenti, tracciabilità dei prodotti, gestione delle allerte alimentari, stato igienico delle strutture e analisi dei documenti e delle procedure restano gli ambiti più indagati. In aumento i prelievi di prodotti alimentari e non alimentari, gli esiti risultano tutti conformi per quanto riguarda le nostre produzioni.

Visite ispettive degli Enti esterni presso i punti vendita (num.)



Anche la gestione di difettosità dei prodotti è ambito verificato dagli enti esterni di controllo. Da qualche anno tutte le segnalazioni dei clienti, così come quelle dei colleghi dei punti vendita, vengono gestite con un sistema informatico: in questo modo rapidamente il sistema Coop è in grado di sapere se vi sono sul mercato prodotti non idonei o non sicuri e attuare provvedimenti di ritiro coinvolgendo i fornitori.

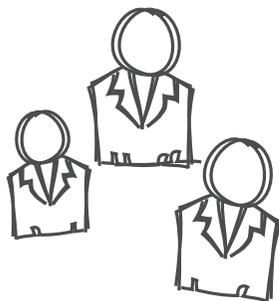
Nel 2018

1.630 totale reclami food e no food



1.967 nel 2017
2.448 nel 2016

Attenzione al dipendente e formazione



Nel corso degli ultimi anni sempre più intensa è stata l'attenzione della Cooperativa nei riguardi dei nostri dipendenti, in termini di organizzazione del lavoro, formazione, tutela e vantaggi dedicati.

L'ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO E LE POLITICHE INDUSTRIALI DEL 2018

In ambito di organizzazione del lavoro, nel corso del 2018 è proseguito il consolidamento nel canale ipermercati ed è continuato anche lo sviluppo nel canale supermercati dei nuovi progetti. Nelle diverse direzioni aziendali non solo sono proseguiti i progetti avviati nel 2017 ma, compresa la logica sottostante le metodologie utilizzate dall'organizzazione del lavoro, hanno preso avvio nuove attività orientate all'**ottimizzazione dei processi**, con il duplice obiettivo di lavorare sulla distribuzione delle ore e delle attività nel nastro orario e di fornire dati aggiuntivi sul livello di servizio offerto.

Il progetto avviato nel 2017, per fornire alla rete commerciale supermercati strumenti per il miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia, è proseguito nel 2018 con la costruzione di un cruscotto dati che consente ai punti vendita di monitorare gli andamenti dei propri negozi, confrontarsi con i dati degli altri punti vendita e poter così procedere con l'individuazione delle azioni di miglioramento.

Le attività avviate confermano che la modalità di **collaborazione tra la Direzione Risorse Umane e le altre Direzioni coinvolte** risulta essere centrata rispetto ad un contesto che ormai presenta il cambiamento come caratteristica di continuità e la capacità di adattarsi ad esso come leva di successo.

L'anno 2018 ha visto il completamento del progetto di ristrutturazione degli ipermercati con l'intervento effettuato nel primo semestre presso l'iper di Gravellona. Anche in questo caso, come già avvenuto per le strutture ridimensionate negli scorsi anni, non si sono generate né problematiche di relazioni sindacali né disagi per gli organici e i lavoratori interessati. La costante informazione e il continuo **coinvolgimento delle persone** ha permesso di completare il progetto nei tempi previsti e con un leggero risparmio rispetto all'investimento previsto.

Le azioni di confronto con i rappresentanti dei lavoratori nei diversi territori della Cooperativa sono state sempre improntate alla volontà di aggiornare ed informare sulle specifiche scelte aziendali.

Nei singoli punti vendita sono stati affrontati con trasparenza e positivo confronto i temi per affrontare tutti gli interventi organizzativi necessari. Si sono effettuati incontri relativi agli orari, alla morfologia degli organici e ai nuovi servizi via via inseriti nei negozi.

IL CLIMA IN TUTTE LE REALTÀ
DELLA COOPERATIVA
PUÒ ESSERE DEFINITO
DECISAMENTE POSITIVO.



A livello nazionale, anche nel corso del 2018, le trattative per il rinnovo del Contratto Collettivo di Lavoro hanno confermato la battuta d'arresto già segnalata nell'esercizio precedente.

Nonostante le fattive proposte delle cooperative, che hanno nuovamente chiarito la loro disponibilità a sottoscrivere un contratto della Distribuzione Cooperativa ma con l'obiettivo di ridurre il gap con la concorrenza privata e rendere così più equo il confronto sul mercato, le Organizzazioni Sindacali non hanno dato fino ad ora spiragli di una soluzione condivisa. Ancora una volta però la mancanza di una risposta unica ed unitaria da parte sindacale ha impedito alla delegazione trattante di ANCC di valutare soluzioni alternative per andare verso una chiusura della trattativa.

Pertanto le aspettative riposte lo scorso anno per una ripresa matura del confronto nel corso del 2018, non sono state soddisfatte e solo a fine anno, grazie alla precisa volontà delle cooperative di dare una soluzione di rinnovo contrattuale ai 56.000 lavoratori della Distribuzione Cooperativa, si sono riaccese le speranze di un rinnovo nei primi mesi del 2019.

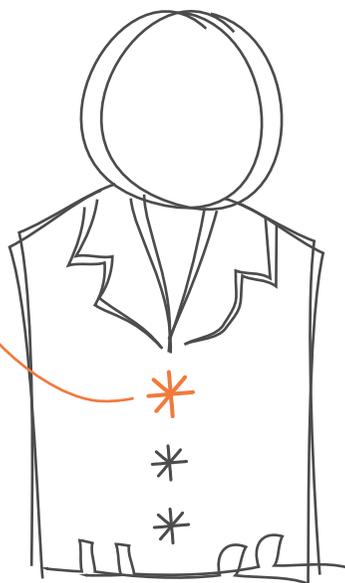
Composizione dell'organico

Totale dei lavoratori  

4.784
2018

4.822
2017

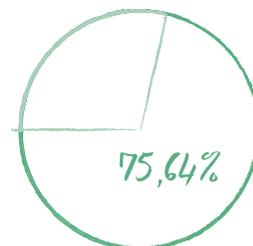
4.819
2016



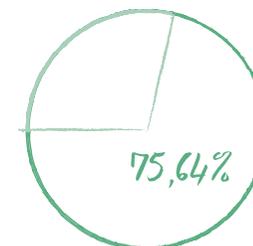
LAVORATORI PER GENERE

Percentuale di lavoratori **donne** 

2016



2017



2018



donne quadri e dirigenti

15,12% 15,29%

donne impiegati direttivi

37,96% 36,97%



2016

2017

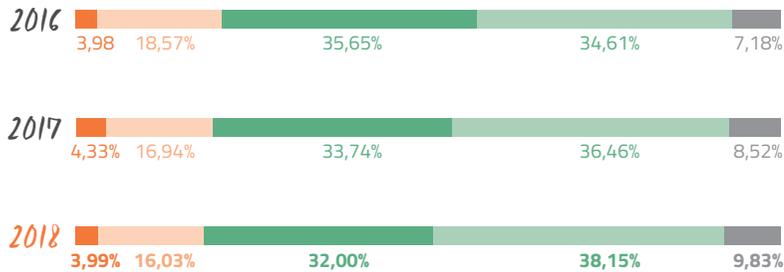
2018

Distribuzione dei lavoratori per livello (%)



Dirigenti
 Quadri
 1° livello
 2° livello
 3° S livello
 3° livello
 4° S livello
 4° livello
 5° livello
 6° livello

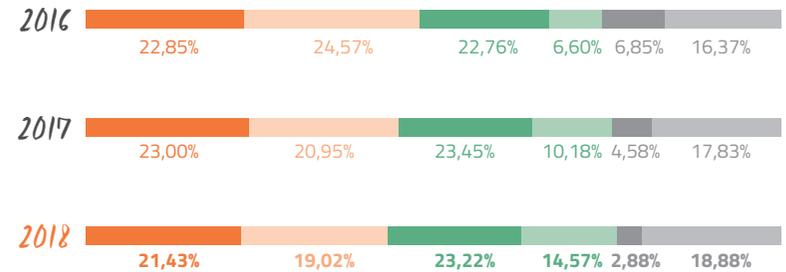
Lavoratori per fasce di età (%)



Fasce di età



Anzianità media (%)

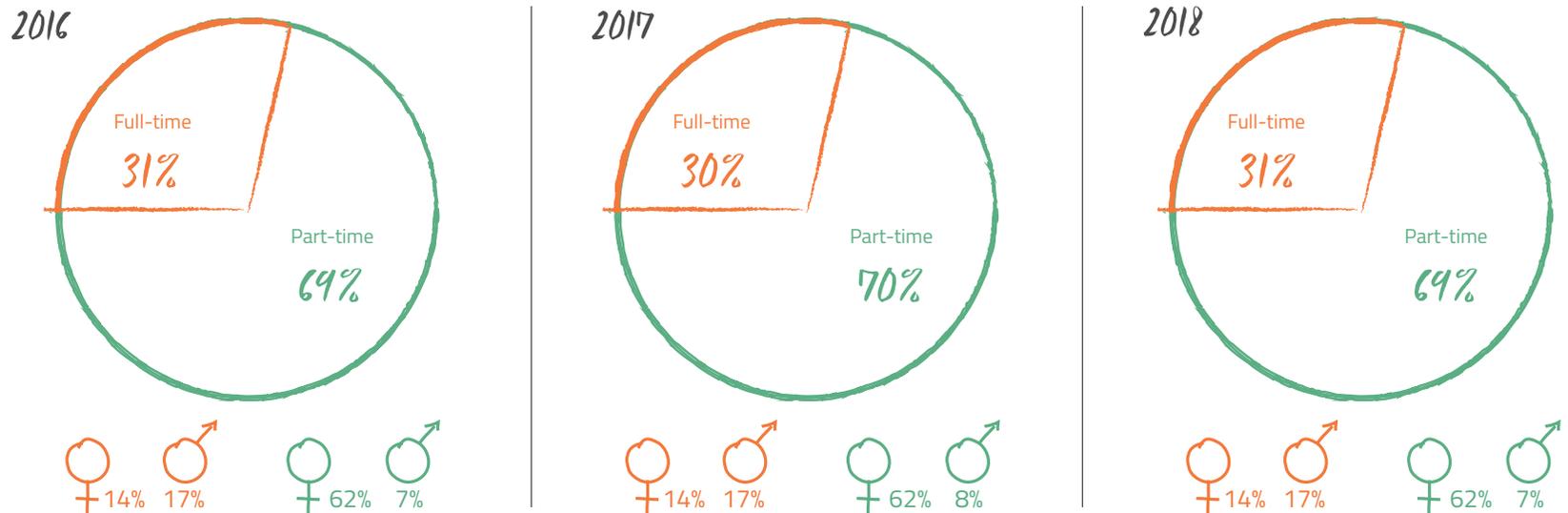


Anni di servizio

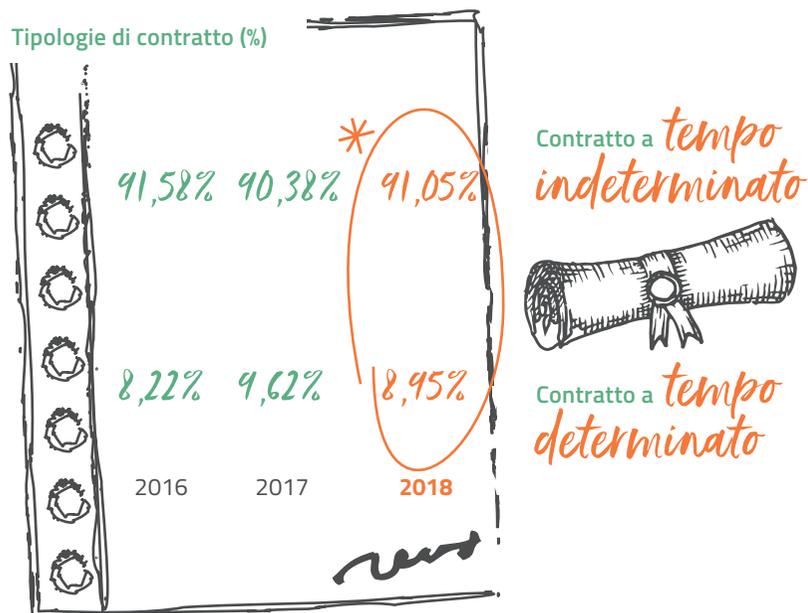


GESTIONE E CONTRATTI

Distribuzione del **part-time** per genere (%)



Tipologie di contratto (%)

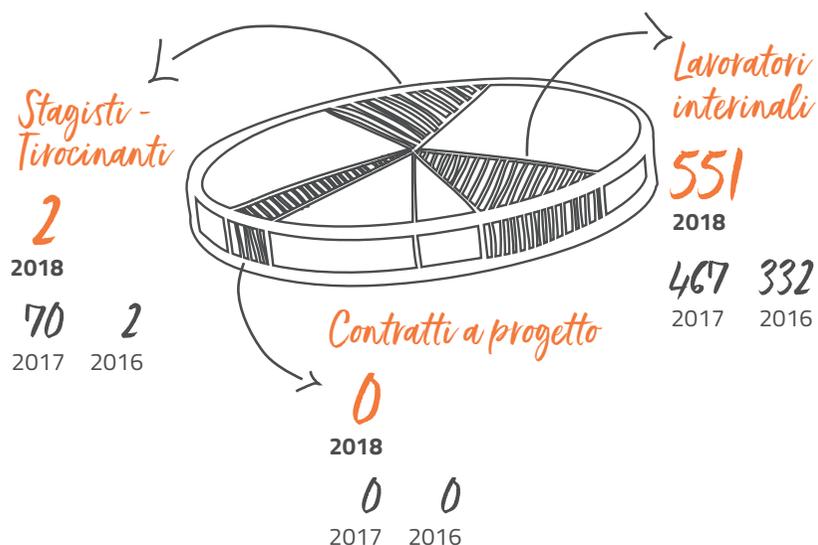


Contratto a tempo
indeterminato



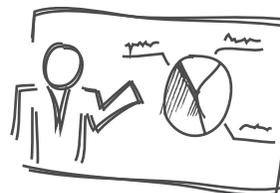
Contratto a tempo
determinato

ALTRI LAVORATORI NON DIPENDENTI: suddivisione per tipologia di contratto



FORMAZIONE E INFORMAZIONE

Il 2018 si è caratterizzato per un importante investimento formativo sulla popolazione della rete vendita, realizzato in ottica di professionalizzazione delle risorse, al fine di offrire un servizio sempre più qualificato e gradito a Soci e clienti. **Per la prima volta è stato messo a punto un percorso formativo dedicato al personale che opera nei bar dei nostri punti ristoro**, progettato a seguito di un input di Coop Italia e con la collaborazione di Scuola Coop. Il percorso, che ha previsto il coinvolgimento delle tre cooperative del Distretto Nord Ovest, aveva l'obiettivo di incrementare le competenze tecniche e metodologiche del personale dedicato, per fornire al cliente un servizio di elevata qualità.



Con il proseguire della collaborazione con la Scuola di Alta Cucina IFSE, è stato realizzato un corso di formazione dedicato ai referenti gastronomia e ai capi reparto macelleria del canale ipermercati, per migliorare la capacità di valorizzare le eccellenze alimentari in vendita.

Importanti e "personalizzati" gli interventi di team building che hanno coinvolto le figure di responsabilità dei punti vendita di Chieri, Pinerolo, Biella e Torino via Botticelli, al fine di incrementare lo spirito cooperativo e il senso di squadra.

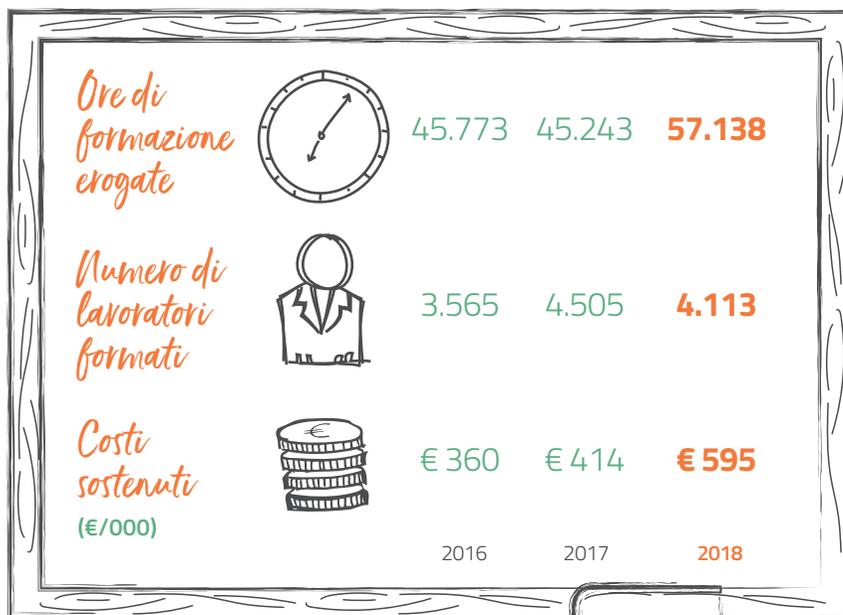
Tutti i lavoratori del **superstore di via Botticelli**, realizzato con un nuovo format progettato in Cooperativa, hanno partecipato ad un percorso formativo ricco e variegato, per prepararsi con professionalità alla nuova esperienza.

In coerenza con i risultati ottenuti nell'anno precedente, il **Progetto di Vendita Attiva alle Casse**, finalizzato alla possibilità di diffondere e approfondire la conoscenza del Prodotto a Marchio Coop tra Soci e clienti, è stato esteso a tutti i punti vendita del canale ipermercati.

Sono stati avviati inoltre due nuovi progetti, il primo orientato ad un gruppo di capi negozio del canale supermercati con l'obiettivo di fornire nuovi strumenti per migliorare l'organizzazione in punto vendita, il secondo, sperimentato in un punto vendita del canale ipermercati, finalizzato ad individuare ed apprendere nuove modalità di coinvolgimento e facilitazione nella trasmissione di conoscenze e competenze.

Nel 2018 è proseguito l'investimento nella formazione riguardante la storia, i valori cooperativi, il Prodotto a Marchio, la formazione di legge, la formazione alle nuove tecnologie e la formazione al ruolo per capi di area vendita.

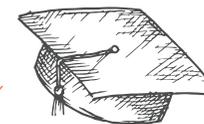
I lavoratori di Nova AEG hanno partecipato ad un percorso di conoscenza della Cooperativa e dei suoi valori, dei progetti commerciali e delle opportunità offerte da sistema welfare aziendale.



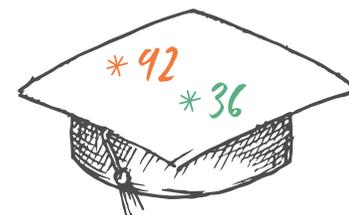
Anche nel 2018, Scuola Coop ha fornito un contributo importante, sia dal punto di vista manageriale che valoriale, nella formazione delle figure di responsabilità della nostra Cooperativa.

Formazione realizzata in Scuola Coop

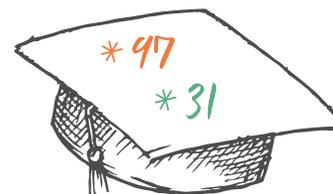
* Numero lavoratori coinvolti nei corsi di Scuola Coop



2016



2017



2018

* Numero di corsi frequentati

"NOI NOVACOOP" IL WELFARE DI NOVA COOP



Il piano di welfare aziendale "NOI NOVACOOP" si conferma uno strumento efficace nel rispondere ai bisogni dei dipendenti e nel perseguire gli obiettivi aziendali indicati nel Piano Strategico. Gli

indicatori di partecipazione confermano anche per il 2018 una crescente adesione alle iniziative proposte e un sempre maggiore coinvolgimento dei dipendenti negli obiettivi aziendali: crescono infatti il numero dei dipendenti Soci, dei dipendenti Soci prestatori e la spesa effettuata da questi nei nostri punti vendita.

Grazie alle iniziative presenti nelle **4 aree** che formano il piano di welfare (**Persona, Risparmio, Famiglia, Salute**) i dipendenti hanno risparmiato oltre **1.300.000 di euro**, cifra che deriva principalmente dalle seguenti iniziative:



* sconto del 5% sulla spesa fino a
4.000 euro l'anno



* **110 Borse di Studio** per il valore di
50.000 euro l'anno
per i figli dei dipendenti

* **3** buoni sconto
del **10%** l'anno

* **micro-prestito** personale fino a
3.000 euro

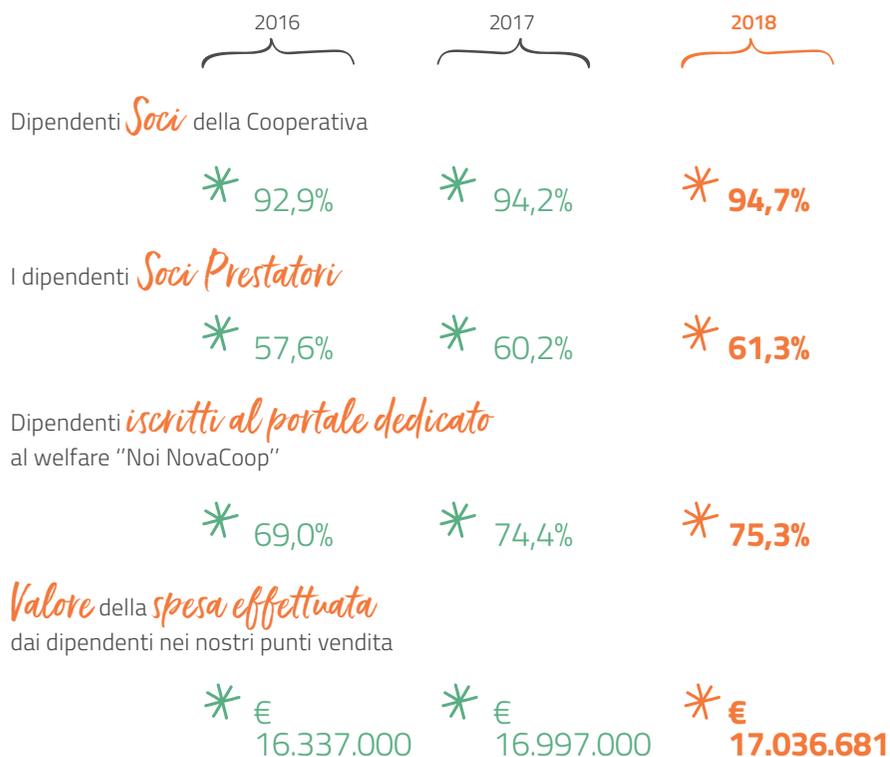
* **convenzioni dedicate**
(compresa quella con **Nova AEG**
per l'attivazione di contratti
di fornitura luce-gas)

* **omaggio natalizio** di
prodotti FiorFiore Coop

* **rimborsi di prestazioni sanitarie**
erogati da **Coopersalute**

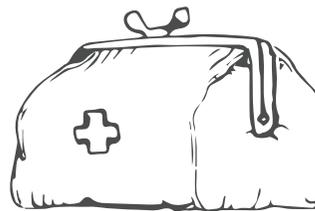
Nel 2018 inoltre è proseguita la collaborazione con la **Fondazione Edo ed Elvo Tempia di Biella** per l'organizzazione della campagna medica di prevenzione, dedicata quest'anno ai tumori al seno e alla prostata. La possibilità di usufruire di una visita senologica gratuita e di un prelievo di sangue per il dosaggio PSA è stata colta da oltre 650 dipendenti.

Borgomanero e Gravelona Toce sono state le sedi di due "Open day famiglie", eventi durante i quali i dipendenti hanno potuto far visitare, grazie alla guida dei capi reparto, il "dietro le quinte" dell'ipermercato ai loro famigliari; questi eventi sono apprezzati in modo particolare da bambini e ragazzi che possono partecipare a laboratori di pasticceria e videoriprese.



SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Il **Servizio Prevenzione e Protezione** della Cooperativa nell'arco del 2018 ha realizzato diversi progetti di miglioramento delle pratiche di sicurezza nelle attività e negli ambienti di lavoro. Vediamo i principali.



Realizzazione sistema di protezione anticaduta

Il sistema di protezione anticaduta realizzato nel corso del 2018 è stato applicato presso tutti i 41 punti vendita le cui aree di scarico sono dotate di ribalta. Il sistema proposto ed approvato consiste in una sbarra sollevabile installata lungo il bordo della ribalta ad un'altezza in posizione chiusa di circa 110 cm, in modo tale da interdire l'avanzare degli addetti lungo la ribalta, riducendo così drasticamente il rischio di caduta.

Aggiornamento del DVR (Documento di Valutazione del Rischio)

Per quanto riguarda il documento di valutazione del rischio, nel corso del 2018 il Servizio Prevenzione ha completato **l'aggiornamento delle parti relative al rischio da rumore e da campi elettromagnetici**, secondo quanto disposto dal D.Lgs. 81/2008. Per entrambi i rischi, l'esito della valutazione ha restituito una situazione di rischio non rilevante.

Valutazione rischio fulminazione

Il Servizio Prevenzione ha sviluppato e ulteriormente approfondito l'argomento relativo al rischio da fulminazione per le strutture dei punti vendita, già presente all'interno del DVR. La valutazione del rischio è stata condotta seguendo le linee guida proposte da INAIL, ritenute idonee per la nostra realtà, congiuntamente a quanto prescritto dalla normativa CEI EN 62305-2.



Nel suo complesso, la valutazione del rischio da fulminazione ha restituito un **esito che rientra nel rischio tollerabile**, che corrisponde ad un **esito positivo senza la necessità di installare ulteriori specifiche strutture di protezione contro i fulmini**.

18.386
ore di formazione
in materia di sicurezza



Formazione dei dipendenti

In occasione della nuova apertura del **superstore di Torino via Botticelli**, il Servizio Prevenzione ha dato ulteriore spinta e rilevanza alle attività formative. I corsi organizzati per il nuovo superstore hanno coinvolto tutto il personale assunto, con circa **80 presenze** per i corsi di Sicurezza Generale e Specifica, e di Aggiornamento, e circa **27 presenze** per i corsi rivolti agli addetti delle squadre di emergenza. In particolare, la loro formazione ha previsto l'addestramento al Primo Soccorso, e l'addestramento **Antincendio a Livello Elevato**, secondo lo stesso criterio di sicurezza e formazione utilizzato per gli Ipermercati.

Per tutto il personale di Cooperativa sono stati inoltre effettuati i corsi di **formazione rivolta ai lavoratori, che hanno coinvolto circa 980 persone**; sono stati **realizzati corsi** rivolti a persone da inserire all'interno dei nostri punti vendita che hanno coinvolto **più di 500 persone** per le quali il Servizio Prevenzione ha erogato direttamente il **modulo specifico di 4 ore**. Inoltre, il Servizio Prevenzione ha provveduto a garantire l'erogazione del modulo Sicurezza Generale, per un totale di circa **175 persone**.

Nel corso del 2018 è proseguito inoltre l'utilizzo della **piattaforma e-learning** per l'erogazione della formazione generale a lavoratori non coinvolti nell'attività tradizionale: circa **50 persone** hanno seguito tale corso.

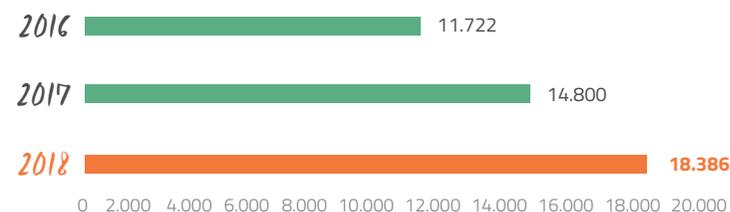
Parallelamente è proseguito a punto vendita **l'addestramento su rischi specifici e sull'utilizzo in sicurezza delle attrezzature** tenuti da capi negozio e capi reparto e che ha coinvolto circa **200 lavoratori**.

Le squadre di emergenza hanno ricevuto un significativo picco di aggiornamenti: circa **450** persone hanno seguito i **corsi antincendio** e circa **460** hanno seguito quelli di **primo soccorso**.

Un importante obiettivo, legato sia alle attività formative che alle modifiche organizzative, è stato quello di effettuare in tutti i punti vendita la riunione di coordinamento della squadra di emergenza e della **prova di evacuazione**.

Complessivamente le **ore di formazione** sulla sicurezza sono state **circa 18.400**, in aumento rispetto a tutti gli anni precedenti.

Confronto ore di formazione in materia di sicurezza

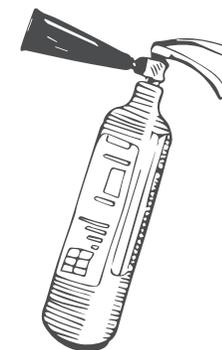


Numero ore di formazione ed informazione sulla sicurezza sul lavoro erogate da Nova Coop

Analisi degli infortuni

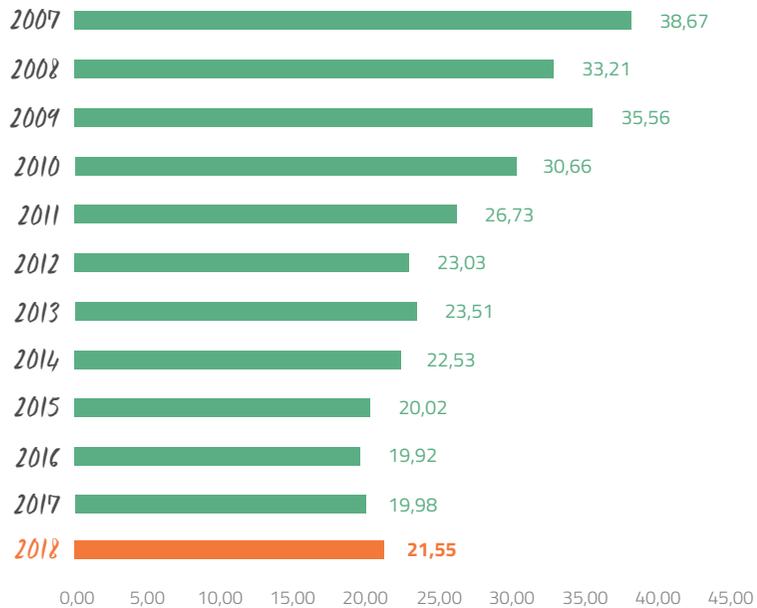
Gli **infortuni** nel corso del 2018 sono stati **130**, mentre i **giorni di assenza** sono stati **3.022**: il dato indica che si sono verificati alcuni infortuni particolarmente lunghi. Nel 2017, i giorni di assenza totali erano stati 2.860.

Gli **indici infortunistici**, ovvero quegli indicatori che pongono in relazione il numero di infortuni e i giorni di assenza da essi causati con le ore lavorate, hanno fatto registrare un **aumento dell'indice di Frequenza** che è stato pari a **21,55** nel 2018 (era stato 19,98 nel 2017) e un **aumento dell'Indice di Gravità** pari a **0,49** (contro lo 0,45 nel 2017), dati che comunque collocano Nova Coop al livello delle migliori cooperative.



INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI (2007-2018)

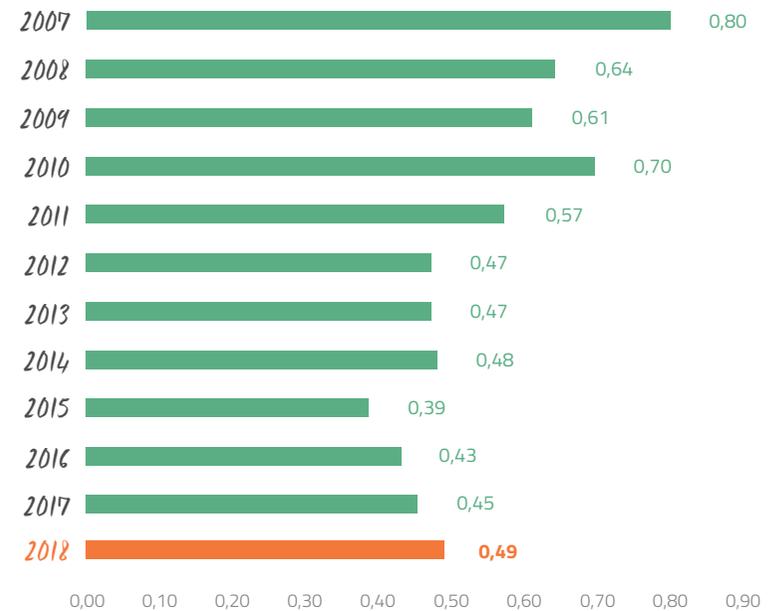
Totale Nova Coop escluso infortuni in itinere



Come si osserva dai grafici precedenti, entrambi gli indici hanno subito un incremento rispetto ai valori registrati nel 2017. L'indice di frequenza rappresenta il rapporto tra il numero di infortuni ed il totale delle ore lavorate. Un aumento dell'indice di frequenza degli infortuni può essere associato ad una diminuzione dell'attenzione che i lavoratori prestano nell'applicare, o nel tenere presenti, le prescrizioni operative su cui vengono formati. L'aumento registrato rappresenta un dato da considerare, soprattutto in relazione alla dinamica degli infortuni: molti di quelli registrati partono da cause/agenti tipiche della nostra realtà (per esempio ferite da taglio).

INDICE DI GRAVITÀ DEGLI INFORTUNI (2007-2018)

Totale Nova Coop escluso infortuni in itinere

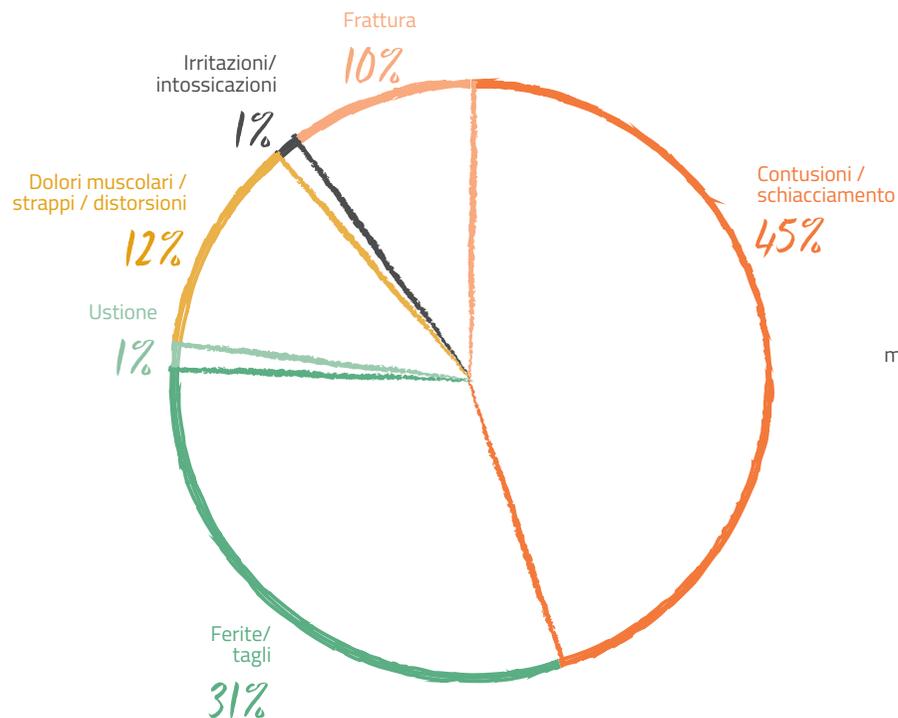


È emersa, nel complesso, la necessità di sensibilizzare ulteriormente gli addetti rispetto alla dinamica degli infortuni e alla loro correlazione con la soglia di attenzione al lavoro. Il Servizio Prevenzione ha disposto un metodo di analisi degli infortuni che sfrutta gli strumenti messi a disposizione dal Sistema di Gestione Aziendale (procedura di analisi degli infortuni), attuando un confronto diretto con i referenti e in alcuni casi anche con gli infortunati stessi, ogniqualvolta si verifica un infortunio sul lavoro. L'obiettivo è far comprendere alle persone interessate che la dinamica dell'infortunio è determinata da fattori quali la soglia di attenzione e consapevolezza al proprio lavoro, l'utilizzo dei Dispositivi di Protezione Individuale, il rispetto delle procedure aziendali condivise.

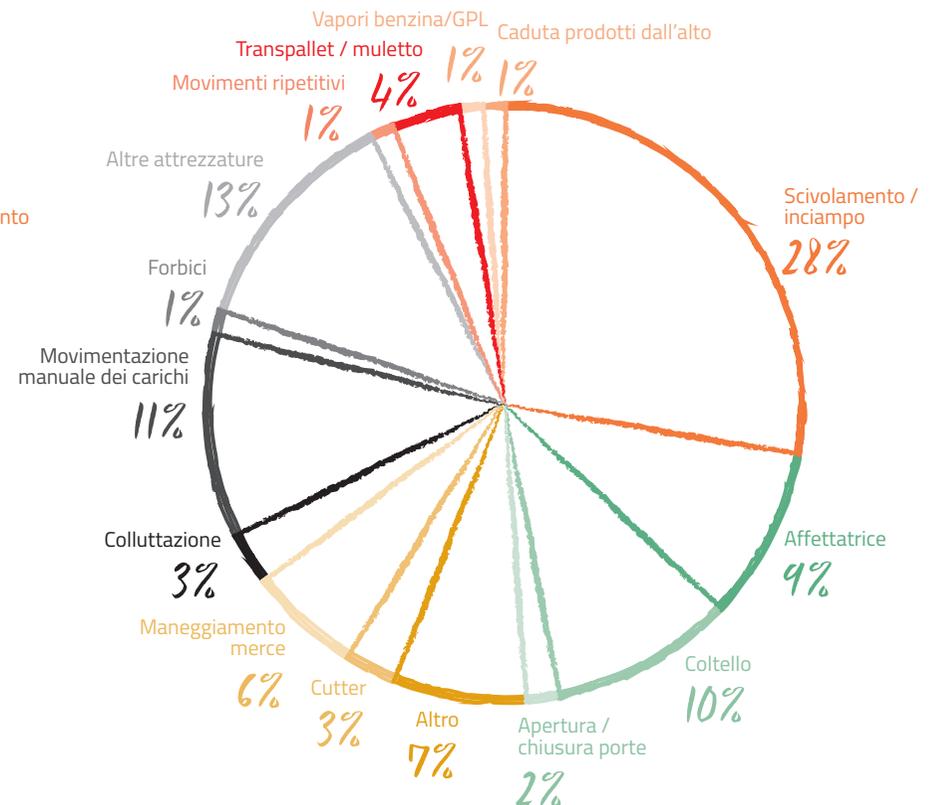
Per quanto riguarda l'indice di gravità, questo rappresenta il rapporto tra i giorni totali di infortunio e le ore complessive lavorate. Il dato è quindi in funzione della durata dell'infortunio; pochi infortuni di lunga durata possono determinare un alto indice di gravità. Nel nostro caso il peso degli infortuni di breve durata (fino a 14 giorni) è rilevante rispetto a quelli di lunga durata (più di 30 giorni). Mediamente, un infortunio di breve durata è associato a lesioni o danni di gravità relativamente bassa. Un indice di gravità in aumento, ma correlato ad un maggior numero di infortuni di breve durata, delinea quindi una situazione che può essere corretta più facilmente anche attraverso la sensibilizzazione dei lavoratori rispetto alle misure di prevenzione dagli infortuni.

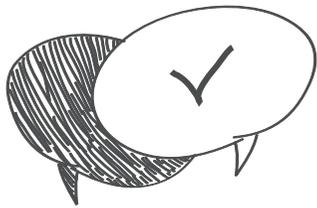


CAUSE DI INFORTUNIO IN NOVA COOP (2018)



AGENTI DI INFORTUNIO IN NOVA COOP (2018)





03 Una base di regole comuni



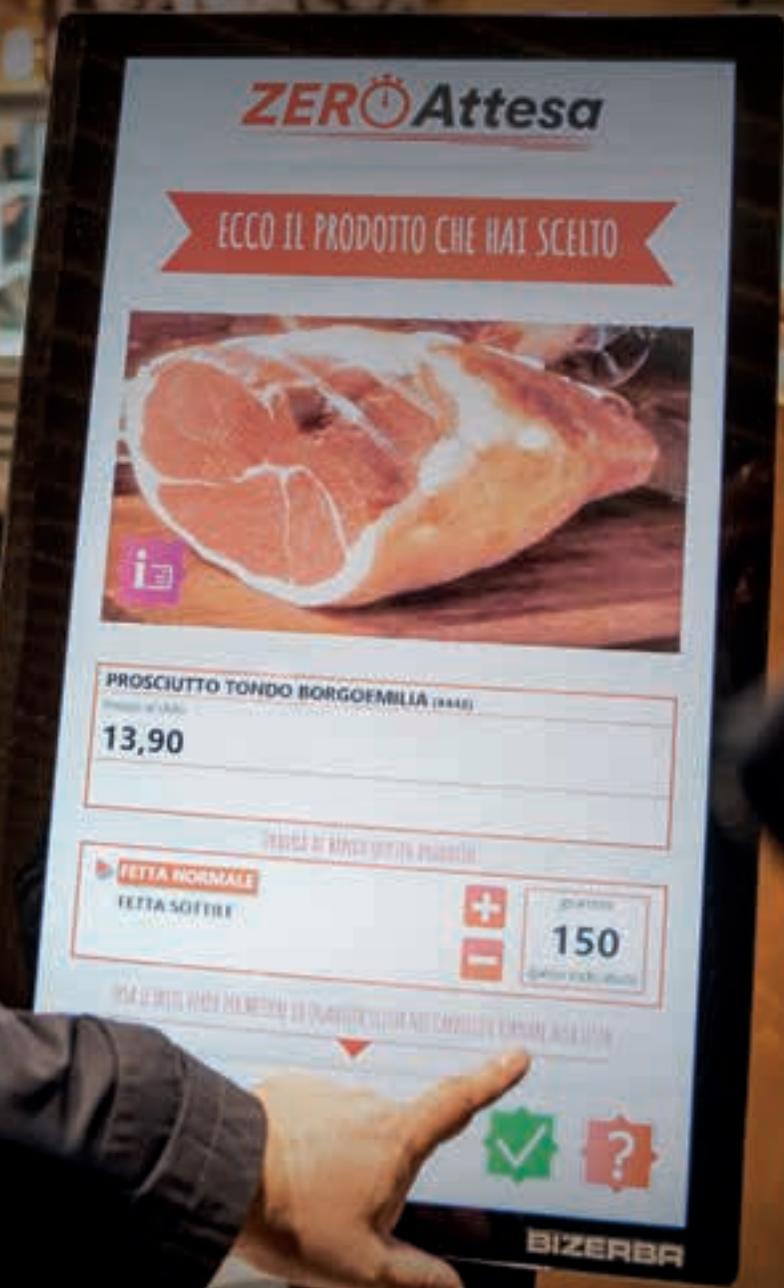
1.766.637

copie di **Consumatori**
distribuite

9.840

partecipanti alle
**Assemblee di
Bilancio**





0,86
rapporto **Prestito/**
Patrimonio Nova Coop

594.736

Soci



1.800

ispezioni ai fornitori
per il progetto
"Buoni e Giusti"



Per la nostra organizzazione interna

Il dotarsi di regole comuni e rispettarle è certamente nel DNA della cooperazione. Per garantire il rispetto delle regole e delle normative in vigore, la nostra Cooperativa si è dotata da tempo di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, di un Organismo di Vigilanza che ne verifica il rispetto e, negli ultimi anni, di una funzione di Internal Audit. Ulteriori organi e meccanismi di controllo sono dati dall'attività del Collegio Sindacale e dal Controllo Contabile.

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

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 inerente la "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica". 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 stesso, 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** incaricato di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello e di promuoverne l'aggiornamento. L'Organismo di Vigilanza attualmente in carica è stato nominato in data 7 ottobre 2016.

Nel corso del 2018 la Cooperativa ha concluso il progetto di aggiornamento del MOG volto a recepire gli effetti delle modifiche organizzative intervenute, i necessari adeguamenti normativi e l'adozione di nuove procedure riferibili al Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro. La versione aggiornata del Modello è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione nel mese di aprile 2018.

Nel 2018 l'Organismo di Vigilanza ha effettuato scambi di informazioni e verifiche in vari ambiti (Commerciale e Controllo Qualità, Amministrativo, Risorse Umane e Servizio Prevenzione e Protezione, Area Politiche Sociali).

INTERNAL AUDIT



La funzione di "Internal Audit" è stata costituita nel 2015 con l'approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione e per garantirne l'indipendenza risponde direttamente al Presidente e allo stesso Consiglio di Amministrazione. La funzione svolge, tramite la definizione ed esecuzione del Piano di Audit, un duplice ruolo di:

- **Assurance:** valutando con ragionevole certezza l'adeguatezza e l'affidabilità del controllo interno presidiato dal management operativo;
- **Consulenza:** fornendo supporto e suggerimento, dietro specifica richiesta del management, finalizzato al miglioramento del sistema di controllo interno, relazionandosi con i vari attori: Consiglio di Amministrazione, Collegio Sindacale, Organismo di Vigilanza, management coinvolto in sede di valutazione delle attività per la parte di propria competenza.



LA FUNZIONE INTERNAL AUDIT È ORGANIZZATA E AGISCE IN CONFORMITÀ ALLE PRASSI PROFESSIONALI E NEL RISPETTO DEI PRINCIPI ETICI E DI CONDOTTA, DEFINITI NEL MANDATO.

COLLEGIO SINDACALE

Il Collegio Sindacale è l'organo societario che vigila sulla corretta amministrazione, in particolare sull'adeguatezza dell'assetto amministrativo e contabile adottato dagli amministratori, sul suo concreto funzionamento e sul costante rispetto delle leggi. Composizione, poteri e doveri del Collegio Sindacale sono definiti dagli articoli 44, 45 e 46 dello Statuto di Nova Coop.

CONTROLLO CONTABILE

Lo Statuto di Nova Coop definisce come il Controllo Contabile sia esercitato da un Revisore contabile o da una Società di revisione iscritta al registro istituito dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, cui l'Assemblea della Cooperativa, sentito il Collegio Sindacale, conferisce l'incarico, che ha durata di tre esercizi. Il soggetto cui è attribuito il controllo contabile:

- verifica, almeno ogni tre mesi, la regolare tenuta della contabilità sociale e la corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili;
- verifica altresì se il bilancio di esercizio e il bilancio consolidato corrispondono alle risultanze delle scritture contabili e degli accertamenti eseguiti e se sono conformi alle norme che li disciplinano;
- esprime un giudizio sul bilancio di esercizio e consolidato con apposita relazione; il soggetto che esercita il controllo contabile può chiedere al Consiglio di Amministrazione documenti e notizie utili al controllo e può procedere ad ispezioni. Il Collegio sindacale e il soggetto incaricato del controllo contabile si scambiano tempestivamente le informazioni rilevanti per l'espletamento dei relativi compiti.

L'Assemblea di Bilancio 2017 ha deliberato di conferire per un triennio l'incarico di Certificazione di Bilancio a **Ria Grant Thornton**.



NOVA COOP HA VINTO ALLA 20° EDIZIONE DEL PREMIO QUADROFEDELE (QF 2018)

IL PREMIO "BEST" 11^{MA} EDIZIONE PER I "MIGLIORI BILANCI D'ESERCIZIO E SOCIALE" CONGIUNTAMENTE CONSIDERATI È STATO ATTRIBUITO A NOVA COOP DA PARTE DELL' AIRCES (ASSOCIAZIONE ITALIANA REVISORI LEGALI DELL'ECONOMIA SOCIALE), CON IL PATROCINIO DI COOPFOND E IN COLLABORAZIONE CON LEGACOOP.

Il premio è stato consegnato alla cerimonia di premiazione nell'ambito del 40° Congresso Nazionale di Legacoop in data 17 aprile 2019 a Roma. Il premio "QUADROFEDELE" ha l'obiettivo di valorizzare e promuovere i principi di trasparenza, leggibilità, completezza e rigosità nella redazione dei bilanci delle cooperative aderenti a Legacoop e Nova Coop vi ha partecipato con la consapevolezza del ruolo svolto dal bilancio per il raggiungimento di tale finalità.



Per comunicare

COMUNICAZIONE CON I DIPENDENTI

La comunicazione con i dipendenti di sede e di rete diventa sempre più uno strumento importante di **collaborazione e innovazione**. La Cooperativa ha mantenuto attivi i diversi canali di comunicazione con i dipendenti già in uso negli anni precedenti. Nelle pubblicazioni Nova Coop Informa (6 numeri/anno) e Coop Flash (6 numeri/anno, anche online) è stato dedicato ampio spazio alle principali tematiche inerenti la vita di Cooperativa e ai temi e alle opportunità legate al Welfare aziendale. Sempre in tema di Welfare, tutti i lavoratori iscritti al portale "**NoiNovacoop**" hanno ricevuto periodiche newsletter con aggiornamenti sulle opportunità a loro disposizione. **Nel corso del 2018 si è consolidato l'uso della intranet aziendale** a livello di sede, uno strumento in crescita per condividere conoscenze e risorse personali e collettive sia a livello documentale che progettuale. L'intranet si presenta come un sistema di comunicazione online interno, un luogo definito dove poter reperire e depositare materiali e contenuti utili allo svolgimento del lavoro a livello collettivo.

COMUNICAZIONE CON SOCI E CLIENTI

Per il 2018 l'idea guida, dopo aver consolidato flussi e strumenti negli anni precedenti, è stata di sviluppare azioni di comunicazione integrate che permettano di valorizzare ogni singola attività dandone eco sui diversi strumenti con un'unica regia, un'unica voce nel rispetto delle specificità per facilitare la circolarità dell'informazione e la **creazione di valore dell'identità**.

Si è perseguita la strategia della gestione di occasioni di dialogo per farsi proponenti delle posizioni di Nova Coop, anche a livello locale e con l'avvallo di partner credibili, valorizzando in termini di copertura stampa l'affidabilità di marca, a servizio dell'organizzazione intera. **L'ufficio stampa** ha proseguito il suo lavoro di accreditamento con i media locali per una presenza sempre più tematica, propositiva e radicata sul territorio. Sono state organizzate 18 conferenze stampa, sono stati diramati inoltre 51 comunicati stampa in occasione delle principali iniziative istituzionali e sociali e altri per iniziative con partner con una rassegna stampa complessiva di 2.600 articoli.





1.766.637
copie
Rivista Consumatori



A livello di comunicazione si è voluto rendere sempre più viva e coinvolgente la partecipazione e lo sviluppo della **community** lavorando sull'ascolto per la creazione di un collegamento costante tra il mondo digitale e la realtà del negozio in modo che i Soci e i clienti trovino sempre i medesimi punti di contatto e riconoscano un'unica identità valoriale.

La razionalizzazione dei diversi gruppi/profili aiuta a bilanciare la comunicazione commerciale e la comunicazione corporate per avere tutti i canali di comunicazione mantenuti e aperti anche in casi di crisi. Importante la realizzazione di interviste e video sulle iniziative più significative, distribuite su tv private, locali e regionali, sul canale **YouTube Nova Coop Video**, oltretutto dirette streaming dei principali eventi istituzionali che hanno permesso anche a chi era più lontano di seguire i momenti più significativi della vita della Cooperativa come l'Assemblea Generale, la presentazione del Bilancio di Condivisione e l'inaugurazione del nuovo **superstore di via Botticelli a Torino**.

Le pagine web istituzionali di cooperativa dedicate alle iniziative e promozioni per i clienti e Soci sul sito nazionale www.e-coop.it sono affiancate dal blog www.vivicoop.it, che ha visto un importante restyling per poter essere sempre più vicino al Socio e offrirgli in modo sempre più diretto i servizi a lui dedicati.

www. 

RIVISTA SOCI CONSUMATORI

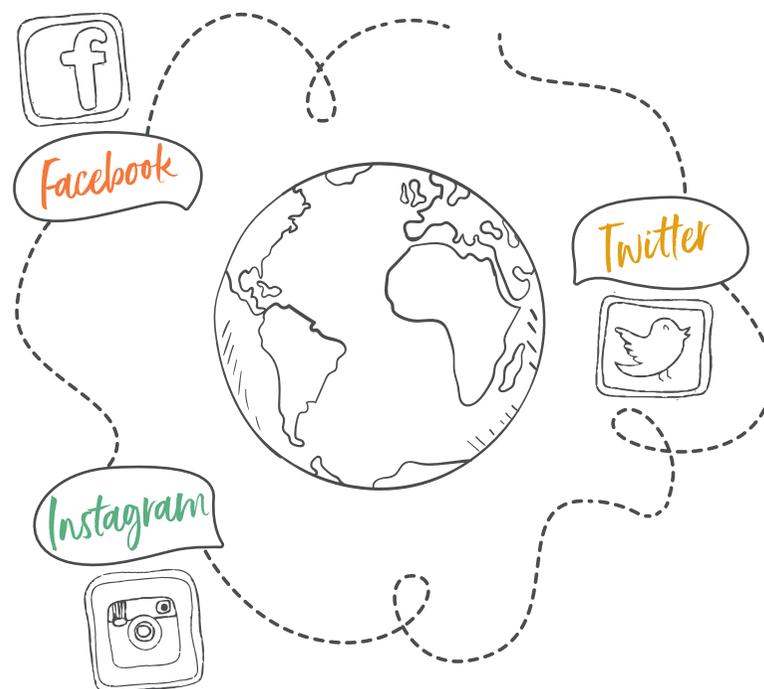
con

La rivista "**Consumatori**", principale strumento di comunicazione istituzionale con i Soci, è stata migliorata nella grafica e nelle modalità di distribuzione per poter offrire ai Soci un giornale più esaustivo, coinvolgente ed informativo. È una rivista di peso nazionale, edita in nove numeri all'anno. Nel corso del 2018 è stata cambiata la carta per una maggiore valorizzazione dei contenuti e dell'efficacia stessa dello strumento, sempre nel pieno rispetto dell'ambiente, coerentemente con i nostri valori.

La rivista "Consumatori", consegnata al Socio in negozio, comprende articoli su tematiche nazionali nelle pagine centrali, ma dedica in ogni numero un ampio spazio ad informazioni dedicate in specifico ai nostri Soci nelle prime quattro pagine di editoriali con i giovani del **Master di Giornalismo Giorgio Bocca** dell'università di Torino e temi di utilità nella seconda parte della rivista. Nel 2018 ne sono state realizzate 1.766.637 copie con un significativo efficientamento.

Tra le novità introdotte nel 2018 segnaliamo la sezione costantemente aggiornata e dedicata a tutte le convenzioni locali per i Soci, ai viaggi pensati per i Soci con Robintur Travel Partner e Falcini, con la novità del Catalogo consultabile online, la creazione di sezioni speciali dedicate ad uno spazio con cui offriamo nuovi servizi online relativi al Prestito Sociale e grazie ai quali il Socio è sempre più autonomo nella gestione del suo libretto, pur mantenendo alti standard di sicurezza. Infine è stato aggiunto il collegamento alla spesa online con il Drive di Beinasco.

Il sito www.fiorfood.it è il luogo virtuale dove i nostri clienti possono trovare i menù e le iniziative del negozio, del bistrot e del ristorante in Galleria San Federico a Torino.



Nova Coop ha delineato il proprio sistema di comunicazione social scegliendo di esser presente sia su **Facebook** (Novacoop) che su **Twitter** (Nova_Coop) e da luglio 2017 sul canale **Instagram** dedicato al cibo, per specializzare sempre più i diversi canali di comunicazione che presidia, offrendo la possibilità di una comunicazione omnicanale su Facebook, sia con il profilo Nova Coop che con il profilo Fiorfood, oltre che con un grande e minuzioso lavoro di Community Management con i Presidi Soci del territorio che stanno popolando, a partire del 2018, un'ordinata comunità di gruppi Facebook utili allo scambio e alla condivisione di informazioni, appuntamenti e novità dei negozi specifici; un taglio più giornalistico è quello scelto per il canale Twitter di Cooperativa e uno più estetico e giovanile su Instagram, sia per l'account Nova Coop, sia per l'account Fiorfood.

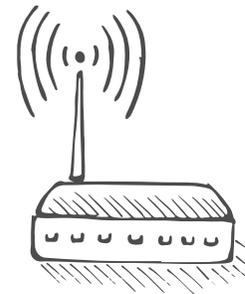
TUTELA DELL'UTENTE E SICUREZZA DEI CONTENUTI



Nell'ambito della produzione pubblicitaria e delle pubblicazioni editoriali dei magazine tematici Nova Coop si impegna a garantire che i contenuti e le fonti proposte all'interno degli stessi siano conformi alle normative e sicuri per i propri clienti ed utenti. In particolare, con l'implementazione di un efficiente sistema di regole e

controlli, Nova Coop si tutela dalla possibilità di divulgare notizie false (fake news) o messaggi e contenuti schierati ideologicamente, a carattere razzista, violenti, volgari, offensivi e sessisti. La Cooperativa è attenta inoltre a non trasmettere contenuti che abbiano riferimenti diretti a comportamenti e attività illegali quali la pedofilia, pornografia, gioco d'azzardo, download illegale e consumo di droghe e si impegna a non divulgare mai notizie che possano indurre ansia e depressione nelle persone o che generino una turbativa dell'ordine pubblico. Nova Coop nell'ambito delle pubblicazioni editoriali dei magazine tematici, adotta una linea editoriale che offre un servizio d'informazione utile, affidabile, rilevante e dotato di toni neutri e positivi, limitandosi a pubblicare contenuti d'informazione, attualità, intrattenimento, tutorial, curiosità e storie "feel-good". Ugualmente, per quanto riguarda le creazioni dei banner grafici e la pubblicazione di "post" sui social network (es. Facebook) questi sono a cura della redazione.

In generale, tutte le creatività sono realizzate nel rispetto delle policy di Google e di Facebook che non accettano immagini, testi ed in genere pubblicità con contenuti ad impatto negativo e che più in generale possano intendersi discriminatori per orientamento sessuale, politico o che incitino alla violenza. Per agevolare la minimizzazione dei rischi relativi alla conformità e sicurezza dei contenuti dei propri servizi e prodotti, la Società si avvale di piattaforme software di terze parti accreditate presso il Media Resource Council (MRC). Questi strumenti permettono l'analisi semantica automatica dei contenuti di ogni singola pagina proposta e ne segnalano il relativo livello di rischio e di brand safety. Qualora in alcuni momenti questi software non dovessero garantire una copertura totale dai suddetti rischi, Nova Coop ha una casella di posta elettronica pubblica dedicata e un sistema di Customer Care per raccogliere eventuali segnalazioni in materia da parte dei propri portatori di interessi (utenti, fornitori, clienti).



NOVA COOP HA IL PIENO
CONTROLLO SU TUTTA LA FILIERA
PRODUTTIVA CHE SI ORIGINA

DALLA DEFINIZIONE DEL PIANO
EDITORIALE E TERMINA CON

LA PUBBLICAZIONE ONLINE
DEI PROPRI CONTENUTI.

Per relazionarci con la base sociale

LA BASE SOCIALE

I Soci rivestono un ruolo fondamentale nell'impresa Cooperativa, in quanto costituiscono **la proprietà** effettiva di Nova Coop e contribuiscono alla sua gestione attraverso la partecipazione alle Assemblee Separate di Bilancio e con la gestione delegata, eleggendo ogni tre anni il Consiglio di Amministrazione, eletto nel 2016 e quindi da rinnovare con le Assemblee di Bilancio del 2019.



Nova Coop dedica il massimo impegno a **mantenere ed incrementare la base sociale** attraverso iniziative promozionali ed informative. In particolare nel 2018 con il lancio della **Carta ProvaCoop** si è offerta ai clienti interessati la possibilità di sperimentare i vantaggi dell'esser Socio Coop in modo gratuito e per un periodo di tempo limitato, al

termine del quale era necessario convertire la carta gratuita in una normale adesione alla Cooperativa o, in alternativa, decadere dai vantaggi.

I Soci sono inoltre i principali beneficiari delle attività di Nova Coop, sia di quelle prettamente commerciali (promozioni e sconti riservati, collezionamento), sia di quelle volte a garantire il radicamento sul territorio della Cooperativa e il benessere delle comunità.

La centralità del Socio, dei suoi bisogni ed aspettative, influenza ed orienta le scelte operative della Cooperativa, si tratta da un lato di rispondere ai reali interessi della proprietà, dall'altro di valorizzare i Soci come indicatori di ciò che oggi i consumatori chiedono al mercato, dando gli strumenti alla Cooperativa per rispondere efficacemente e tempestivamente.

COOP E I GIOVANI

IL TEMA DEI SOCI "GIOVANI" È PRIORITARIO PER LA COOPERATIVA, PUR IN UN MOMENTO IN CUI SEMPRE PIÙ TARDI I GIOVANI RAGGIUNGONO L'AUTONOMIA ECONOMICA E DIVENTANO PROTAGONISTI DEI PROPRI CONSUMI.

Per coinvolgere maggiormente le giovani generazioni sono stati avviati nel 2017 progetti innovativi in campo sociale e formativo come "Bella Meta" e "Coop Academy".

Si è inoltre avviato un progetto di studio sull'eventuale introduzione di una Carta Socio Coop Young, progetto che vede l'integrazione di approcci sociali e commerciali.



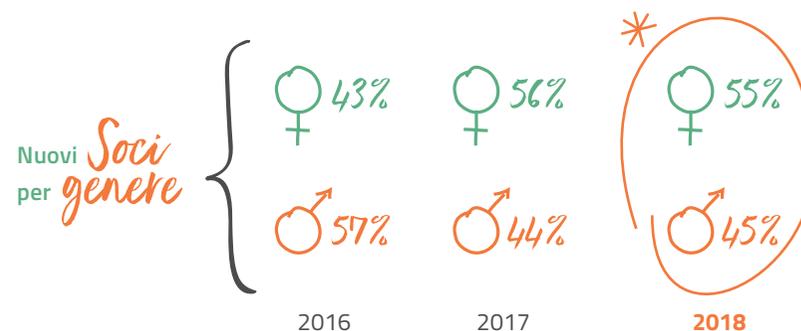
L'ESCLUSIONE DEI SOCI INATTIVI



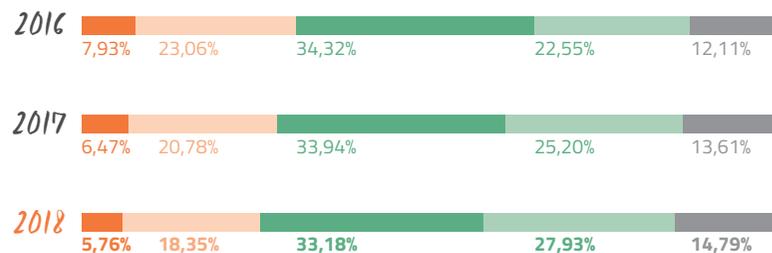
LA NORMATIVA SULLE COOPERATIVE CON PIÙ DI 100 MILA SOCI PREVEDE L'ESCLUSIONE DEL SOCIO CHE PER UN ANNO NON SI RELAZIONI IN ALCUN MODO CON LA COOPERATIVA.

Come disposto nello **Statuto di Nova Coop**, all'art. 12 bis, la nostra Cooperativa ha escluso i Soci che, **nel corso del 2017**, non hanno partecipato alle Assemblee dei Soci o alle attività degli organismi territoriali di Nova Coop, non hanno acquistato beni o servizi dalla Cooperativa o non abbia intrattenuto con la Cooperativa rapporti finanziari quale, ad esempio, il Prestito Sociale. Nonostante numerose iniziative dedicate e l'invio di una comunicazione personale ai singoli Soci, il primo consiglio di amministrazione del 2018 ha deliberato l'esclusione di più di 34.000 Soci. Ogni Socio escluso può richiedere, a seconda delle condizioni, il reintegro, la re-iscrizione o il rimborso.

Base Sociale



Nuovi Soci per fasce di età (%)



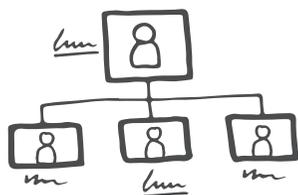
Fasce di età

18-25 26-35 36-50 51-65 oltre 65

LA PARTECIPAZIONE DEI SOCI

I Soci partecipano direttamente alla vita della Cooperativa non solo come clienti o fruitori di servizi, ma anche attraverso

- la partecipazione proprietaria
- la partecipazione sociale
- la partecipazione al governo della Cooperativa

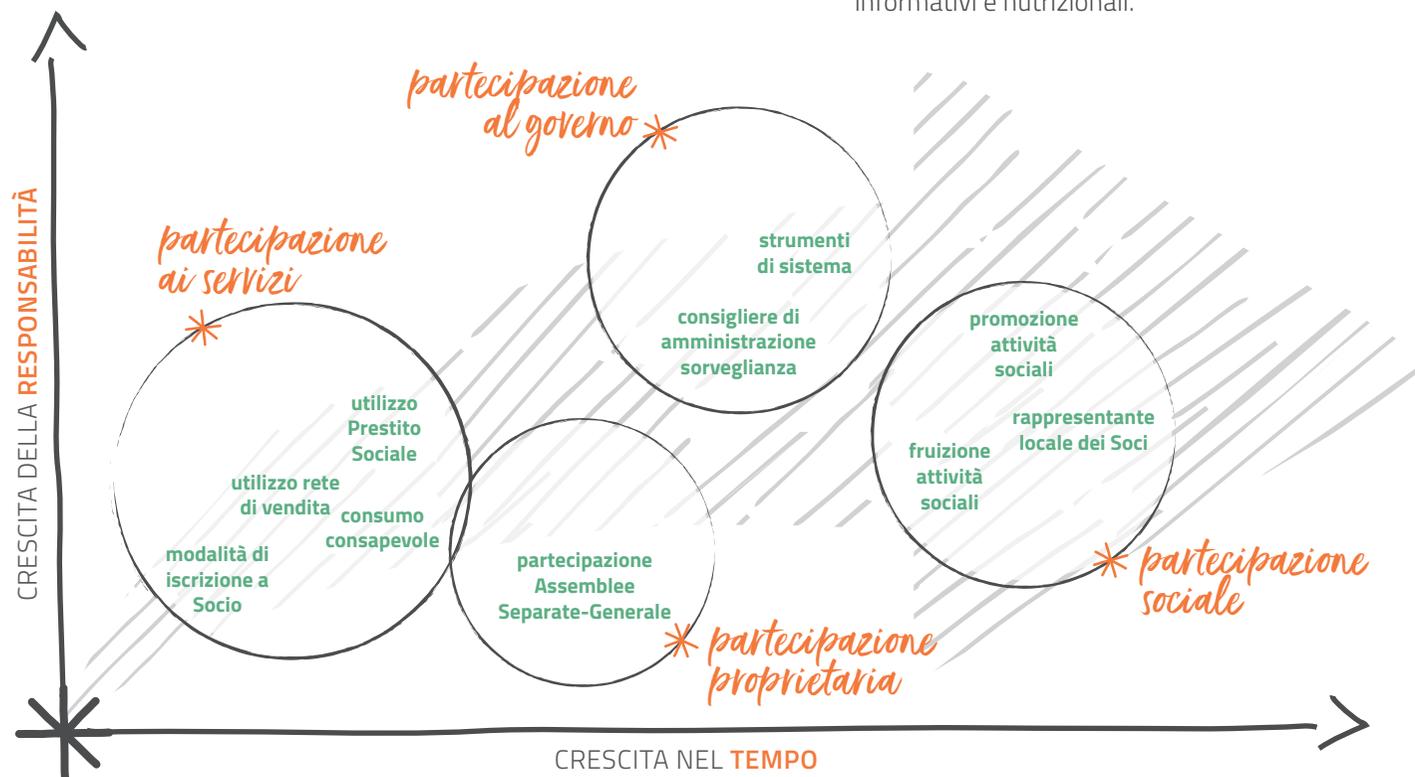


IL RUOLO ATTIVO DEL SOCIO NELLA VITA DELLA COOPERATIVA: DALL'ADESIONE ALLA PARTECIPAZIONE, FINO AL GOVERNO

PARTECIPAZIONE PROPRIETARIA

Cuore della partecipazione proprietaria sono le **Assemblee di Bilancio**, si tratta infatti di un momento di dialogo tra la base sociale e la dirigenza della Cooperativa, al fine di contribuire alla conoscenza più approfondita delle esigenze di Soci e consumatori ed alla condivisione delle scelte dell'impresa. Nel corso delle Assemblee di Bilancio tutti i Soci presenti possono porre domande ed esprimere valutazioni cui i Dirigenti presenti hanno cura di dare risposta. A tutti i Soci viene messo a disposizione il **Bilancio di Esercizio** integrale, in occasione delle Assemblee viene poi predisposta una versione più sintetica dello stesso e un video di presentazione.

Nel corso delle Assemblee Separate di Bilancio del 2018 oltre ad approvare il Bilancio di Esercizio del 2017 i Soci intervenuti hanno chiesto informazioni su svariati argomenti, in primo luogo inerenti l'attività caratteristica (prezzi, assortimenti, servizio, promozioni, personale) ma anche toccando temi di attualità come le politiche ambientali, la solidarietà territoriale o l'attenzione agli aspetti informativi e nutrizionali.



Nella quasi totalità delle Assemblee sono intervenuti rappresentanti delle Istituzioni, Enti, Onlus, Dirigenti Scolastici e docenti a testimonianza delle positive relazioni che Nova Coop instaura con il tessuto sociale del territorio in cui è insediata e che rappresentano il valore aggiunto per la comunità.

Per garantire la massima partecipazione nel 2018 sono state organizzate **54 Assemblee** di Bilancio cui hanno partecipato, di persona o per delega, **8.015 Soci votanti**, cui si aggiungono altri 1.825 presenti senza diritto di voto tra ospiti e Soci senza diritto di voto. Sono numeri che testimoniano l'interesse da parte della cittadinanza per questo importante momento di partecipazione e democrazia.



Analizzando i dati della partecipazione alle Assemblee di Bilancio si conferma anche per il 2018 come **i Soci prestatori siano presenti in numero maggiore rispetto ai Soci generici** (rispettivamente 56,3% e 43,7%) e analogamente si conferma una maggiore partecipazione del genere femminile (51,9% rispetto al 48,1% di maschi). Il 52% dei partecipanti è over 65, confermando il dato dell'anno precedente. Rimane invariata la partecipazione dei dipendenti alle Assemblee (circa l'8% dei partecipanti). Anche questo dato merita una riflessione in quanto evidenzia il senso di appartenenza nei confronti della propria cooperativa. La percentuale di ritorno dei Soci partecipanti è del 58%, in aumento di 4 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Nel quadro dell'indispensabile rinnovamento della base sociale, questo dato indica come la Cooperativa sappia ben attrarre nuovi Soci, ma anche l'impegno che deve essere profuso per stimolare e mantenere una efficace partecipazione.

PARTECIPAZIONE SOCIALE

Lo Statuto di Nova Coop prevede che i Soci della Cooperativa siano organizzati in Presidi Soci, allo scopo di

- * rafforzare tra i Soci il *vincolo associativo*
- * migliorare la *divulgazione* e il perseguimento dei *principi* ed obiettivi di Nova Coop
- * facilitare il *coinvolgimento dei Soci* e la più ampia partecipazione dei Soci alle Assemblee separate
- * predisporre iniziative a *sostegno della funzione sociale* della Cooperativa.

Operativamente i **Presidi Soci** eleggono ogni tre anni un Direttivo al cui interno vengono successivamente individuati un Coordinatore ed un Vice Coordinatore, i Direttivi si riuniscono in genere almeno una volta al mese. Oggi 708 Soci prestano così attività volontaria a favore della Cooperativa, ciascuno dando in forma gratuita parte del proprio tempo libero ma portando anche un insostituibile contributo in idee, progettazione, contatti territoriali e valori.

Alle molteplici ed eterogenee iniziative promosse dai Presidi Soci partecipano numerosi Soci e clienti a riconoscimento della validità delle proposte e della capacità dei Soci volontari di cogliere bisogni ed interessi della base sociale.

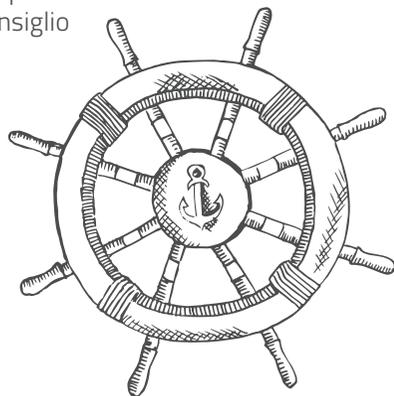
I Coordinatori dei Presidi compongono la **Conferenza dei Coordinatori**, riunitasi 2 volte nel 2018. Si tratta di un importante strumento partecipativo e di confronto tra Presidi Soci e Direzione Politiche Sociali e Relazioni Esterne.

Coordinatori, Vice Coordinatori e Segretari compongono invece il **Consiglio Generale**, convocato almeno una volta all'anno. Si tratta in questo caso di un organo cui lo Statuto conferisce un ruolo molto importante, in quanto ha il compito di esprimere valutazioni e indicazioni sull'andamento della Cooperativa ed in particolare in occasione della formazione del bilancio di previsione e del consuntivo, dei piani pluriennali di sviluppo, dei programmi di attività sociale.

PARTECIPAZIONE DI GOVERNO

*ENTRANDO A FAR PARTE DEL
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
I SOCI PARTECIPANO DIRETTAMENTE
AL GOVERNO DELLA COOPERATIVA.*

Il Consiglio di Amministrazione è composto da 30 consiglieri, ha un mandato triennale e viene eletto secondo una procedura definita dallo Statuto. Il Consiglio di Amministrazione ha un ruolo di indirizzo e di controllo, assume le decisioni strategiche ed è garante della tutela degli interessi dei Soci e dei valori della Cooperativa.

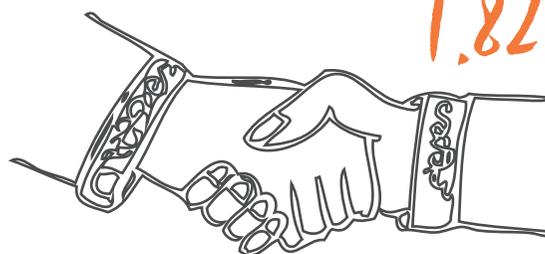


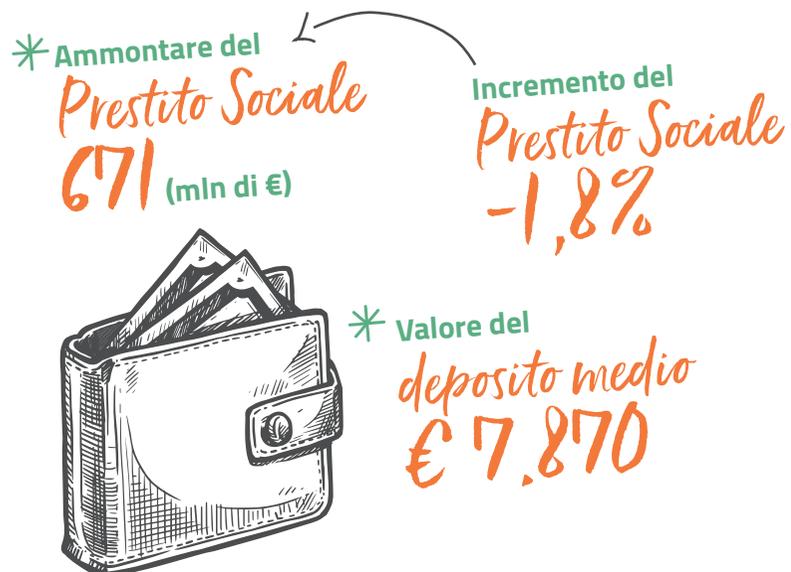
IL PRESTITO SOCIALE

Attraverso il Prestito Sociale i Soci possono contribuire allo sviluppo della propria Cooperativa e al tempo stesso ricevere su quanto depositato un tasso d'interesse competitivo. Il Prestito Sociale consente alla Cooperativa di investire nello sviluppo e nella modernizzazione della rete di vendita con ricadute in termini di migliore servizio ai Soci e clienti e di incremento occupazionale.

*Soci Prestatori
84.833

Nuovi Soci Prestatori
1.828





In Nova Coop Il Prestito Sociale è sicuro in quanto sottoposto ad una complessa regolamentazione determinata sia dalla normativa generale che da regole interne definite dall'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori. In particolare:

- 1) Nova Coop raccoglie il prestito in misura equilibrata e nel totale rispetto della legge. Il rapporto tra Prestito Sociale e patrimonio di Nova Coop è infatti pari a **0,86** rispetto a un valore medio nazionale Coop di **1,30**
- 2) Nova Coop mantiene sempre nella propria disponibilità i mezzi necessari per far fronte alla restituzione del prestito in tempi brevissimi (risorse liquide disponibili pari al **86,67%** dell'intero prestito raccolto – nemmeno un euro del Prestito Sociale utilizzato per investimenti in immobilizzazioni di lungo periodo)
- 3) Nova Coop investe in maniera equilibrata ricorrendo per la gran parte al proprio patrimonio (indice di struttura finanziaria pari **0,84** rispetto al valore obiettivo ottimale di 1)
- 4) Nova Coop è valutata da società di rating che le riconoscono un livello di alta affidabilità (Rating rilasciato da Cerved group =A3.1 equivalente a rating A- di S&P)

INFORMATORI DEL PRESTITO

PRESSO TUTTI I SUPERMERCATI E IPERMERCATI NOVA COOP OPERANO INFORMATORI DEL PRESTITO, PERSONE QUALIFICATE, FORMATE ED AUTORIZZATE PER L'ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE, PROMOZIONE E ASSISTENZA AI SOCI.



I promotori sono iscritti alla sezione E del Rui (Registro Unico degli intermediari assicurativi) e sono gli unici soggetti abilitati e autorizzati a svolgere attività assicurativa in Cooperativa. Gestiscono vari servizi assicurativi come assicurazioni sulla casa, sulla vita, infortuni.

Gli informatori promuovono a Soci e dipendenti il **Prestito Sociale** e la **Carta Socio Coop Valore**, supportano il punto vendita per la risoluzione di problematiche relative al prestito, propongono **prestiti personali Compass** e supportano i clienti nell'attivazione e nella ricarica delle carte **prepagate & Si Ri-money**. Con il lancio di **Enercasa Coop**, il marchio con cui Nova Coop attraverso la controllata Nova AEG propone luce e gas ai Soci e clienti, gli informatori del prestito sono in grado di fornire informazione e assistenza circa la stipula dei nuovi contratti.

Per selezionare i nostri fornitori



Tutelare gli interessi dei Soci, dei clienti, del territorio e dei fornitori in linea con valori Coop, questi sono gli aspetti decisivi alla base della nostra impostazione strategica nella gestione della catena di fornitura, soprattutto alimentare. In questo modo la Cooperativa si propone come attore **radicato e distintivo** che concorre allo sviluppo dell'economia nei territori in cui opera.

Per fare questo è necessaria una particolare cura nello stabilire rapporti di **stretta collaborazione con i fornitori** stessi, in modo da creare accordi di lungo periodo basati su valori condivisi. L'obiettivo è di dare e ricevere affidabilità e assicurare e migliorare costantemente le performance, per garantire continuità, tracciabilità effettiva, genuinità, italianità, legalità della filiera produttiva. Questo ha particolare valore per i fornitori del **Prodotto a Marchio Coop**.



LE RELAZIONI TRA NOVA COOP ED I FORNITORI

LE RELAZIONI TRA NOVA COOP ED I FORNITORI

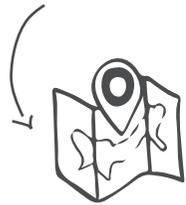
sono gestite, per quanto riguarda la parte nazionale e distrettuale, da **Coop Italia** e dal **Consorzio Coop Nord Ovest (CCNO)** a cui compete sia la fase di individuazione che quella di contrattazione, mentre per la parte locale compete a **Nova Coop** l'individuazione dei fornitori del territorio,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



I fornitori attivi di Coop sono circa 13.000, i tre quarti dei quali sono aziende di medie e piccole dimensioni che presentano una struttura produttiva tipica del sistema industriale italiano e il rimanente quarto è rappresentato da grandi aziende con prodotti in assortimento a livello nazionale.

La modalità di selezione

tiene conto di *tre aspetti* importanti:



l'attenzione
al "locale"



la particolare cura verso le
realità cooperative

lo sviluppo delle *piccole e medie*
imprese italiane



MARCHI DEL TERRITORIO

Orto Qui



linea di vicinato per frutta e verdura dell'area del Nord Ovest. I prodotti arrivano nei punti di vendita entro 24 ore dalla raccolta per garantire freschezza e riduzione dell'impatto ambientale.

Piemunto



identifica i prodotti lattiero-caseari derivanti esclusivamente da latte locale, proveniente cioè da allevamenti ubicati all'interno dei confini del Piemonte.

FORNITORI SOCIALI

Pausa Café



Cooperativa Sociale che offre percorsi di reinserimento sociale e lavorativo ad alcune persone detenute negli istituti penitenziari italiani. Caffè, cacao e birra sono realizzati presso gli istituti di pena di Torino e Saluzzo, il pane con lievito madre nel carcere di Alessandria.

Banda Biscotti



il progetto identifica una ricca scelta di biscotti prodotti nella Casa Circondariale di Verbania con zucchero, cacao e cioccolato provenienti dalle terre del sud del mondo e altri ingredienti provenienti dal territorio.

Il Bettolino



Cooperativa Sociale nata con lo scopo principale di perseguire l'integrazione sociale dei cittadini disabili e svantaggiati, attraverso lo sviluppo di esperienze di lavoro nei settori agricolo, industriale, commerciale e di servizi. La Cooperativa produce prodotti di ottima qualità, nei punti vendita Nova Coop è possibile trovare piante ornamentali e aromatiche prodotte dalla Cooperativa.

Cooperativa Insieme



In Bosnia Erzegovina ha realizzato il sogno di ricostruire la pace con i piccoli frutti della terra. Oggi la Cooperativa riesce a sostenere i contadini nella fase della produzione e si occupa della raccolta, della surgelazione, della trasformazione e della vendita di prodotti derivati da piccoli frutti in vendita, con il marchio "Frutti di Pace", sugli scaffali dei punti vendita Nova Coop.

Libera Terra

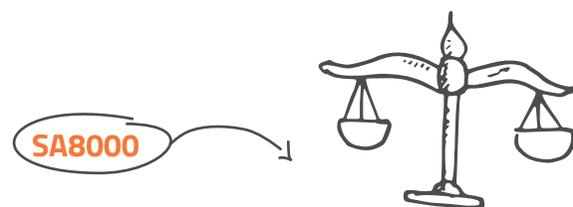


nasce con l'obiettivo di valorizzare territori liberati dalle mafie per ottenere prodotti di alta qualità attraverso metodi rispettosi dell'ambiente e della dignità della persona. Inoltre, svolge un ruolo attivo sul territorio, coinvolgendo altri produttori che condividono gli stessi principi e promuovendo la coltivazione biologica dei terreni.

Ad oggi i prodotti di Libera Terra sono più di settanta: dalla pasta ai legumi, dalle conserve dolci e salate ai vini DOC e IGT, dall'olio ai prodotti freschi come le arance rosse di Sicilia IGP o la mozzarella di bufala campana DOP. Circa il 70% della vendita totale dei prodotti Libera Terra avviene nella rete commerciale Coop.

L'ATTENZIONE AI DIRITTI UMANI

L'attenzione ai diritti umani e ai valori sociali sono un concreto impegno, importante soprattutto nel contesto attuale, che caratterizza le attività delle Cooperative del mondo Coop, anche per quanto riguarda la scelta dei fornitori i quali si impegnano a rispettare il Codice di comportamento Etico di Coop Italia. Esso si fonda sullo standard SA8000 del Social Accountability International (SAI), che si rifà alla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani (1948). Coop presidia con questo standard etico tutti i fornitori.



- * vieta lo sfruttamento del *lavoro minorile*;
- * impone norme efficaci in tema di *sicurezza e salubrità dell'ambiente di lavoro*;
- * vieta ogni tipo di *discriminazione* e qualsiasi pratica coercitiva;
- * protegge il diritto alla *contrattazione collettiva*;
- * stabilisce un *orario di lavoro* massimo settimanale e vieta l'eccesso di lavoro straordinario;
- * verifica che *gli stipendi e i salari* siano calcolati nel rispetto della legge;
- * richiede una *gestione dei fornitori* e il controllo dei loro comportamenti nei confronti delle comunità produttive.

Con le nostre politiche legate alla realizzazione del Prodotto a Marchio, sosteniamo con convinzione e determinazione il rispetto della legge, a favore di un'economia sana e ostacolando l'economia sommersa e promuovendo un'imprenditoria legale. Per garantire questo effettuiamo ispezioni e verifiche continue presso i luoghi di produzione, soprattutto nei punti critici delle filiere, e interviste anonime ai lavoratori.

Per le filiere particolarmente a rischio i controlli arrivano a coinvolgere anche le aziende agricole con un monitoraggio specifico. In caso di non-conformità alle tematiche in oggetto Coop chiede un immediato piano di miglioramento o, in relazione alla gravità, può anche decidere di escludere dalle forniture i fornitori/subfornitori coinvolti. In particolare questa azione avviene nelle filiere più a rischio, quelle ortofrutticole. Dal 2016 a questo proposito Coop ha lanciato la campagna **BUONI E GIUSTI** con l'obiettivo di promuovere la legalità sia per gli aspetti etici che di garanzia verso le frodi.

BUONI E GIUSTI

PRESIDIO ETICO SU CIRCA 500 FORNITORI DI PRODOTTO COOP
E UN MIGLIAIO DI SUBFORNITORI

✓ oltre 1.800 ispezioni
(dato a gen 2019 : 1.867 ispezioni)



tramite Enti di Terza parte accreditati sui fornitori/subfornitori PaM, alle quali fanno seguito

- * Discussione dei risultati con i fornitori
- * Richiesta dei relativi piani di miglioramento
- * Verifiche di follow-up

✓ dall'inizio del progetto
sospese 11 aziende agricole





I risultati della campagna Buoni e Giusti

- I risultati sono stati incoraggianti: **non sono state rilevate nella maggioranza delle verifiche non-conformità critiche** (caporalato, lavoro nero, lavoro minorile, violenza e discriminazione).
- Sono state individuate invece **problematiche relative alle norme sulla sicurezza** dei lavoratori. Ci siamo attivati per condividere formalmente con i fornitori le evidenze e definire un percorso per la risoluzione in tempi brevi delle non-conformità rilevate in relazione alla tipologia ed alla gravità.
- Le buste paga risultano regolari. I fornitori coinvolti sono stati tutti incontrati e sensibilizzati.



* FORNITORI/AZIENDE numero verifiche da inizio Progetto

✓ Orto Frutta (clementine, arance Navel, arance rosse, uva, melone, lattuga, finocchi, cavolfiore/cavoli, pomodoro, pomodoro pachino, fragole, patata novella, zucchine, ciliegie, anguria, cipolla tropea, fico d'india, patata novella e Sila (follow-up), clementine, arance e banane.

✓ Rossi da trasformazione

✓ Altre filiere food (succhi di arancia freschi, Vini F.F. e Assieme, olio Evo 100% italiano (Puglia e Sicilia), olio Evo 100% taggiasca, olive taggiasche, caffè Vietnam, macchina caffè)

✓ Nuovi fornitori prodotto Coop e fornitori prodotto Coop casi particolari

Totale
dic.2015/
gennaio 2019

Fornitori
coinvolti

Aziende
agricole/
industriali
visitare

228

460

15

135

32

77

23

23

298

695

TRASPARENZA

Coop è da sempre impegnata a garantire a Soci e clienti la massima trasparenza, anche andando oltre le prescrizioni normative. Sulle materie prime in particolare è l'unica catena della grande distribuzione italiana ad aver reso disponibile, già dal 2013, un'informazione completa direttamente sul sito istituzionale, www.e-coop.it/cooporigini, sull'app **Coop Origini** e ora anche sul [catalogo del Prodotto Coop \(www.catalogoprodotti.coop.it\)](http://www.catalogoprodotti.coop.it).

Grazie a questi strumenti, è possibile conoscere la provenienza delle materie prime agricole che caratterizzano tutti i prodotti alimentari Coop confezionati, in genere i primi due ingredienti che appaiono in etichetta o comunque quelli che più ne definiscono le caratteristiche. L'informazione è completata anche dall'indicazione del Paese dov'è situato lo stabilimento di produzione. **Coop da sempre privilegia, a parità di qualità e sostenibilità economica, i produttori e i prodotti nazionali**, ma ovviamente non tutto può essere prodotto con materie prime italiane. Per ragioni legate all'insufficienza della produzione nazionale, alla stagionalità o al costo le materie prime di molti prodotti vengono importate. Ciò non significa che siano meno sicure, infatti, per garantire la qualità del Prodotto a Marchio Coop dedica specifiche risorse per controllare, assieme ai nostri fornitori, anche gli approvvigionamenti delle materie prime estere.

L'80% dei nostri produttori Coop è italiano. Il 42% delle materie prime dei Prodotti Coop è esclusivamente di origine Italia; percentuale che sale al 60% se l'origine Italia è una delle possibili.



Informazioni aggiuntive in etichetta

La normativa europea sull'etichettatura degli alimenti con il Reg. (UE) N.1169/2011 ha in primis reso obbligatoria l'etichetta nutrizionale e l'indicazione del soggetto responsabile della presenza e della correttezza delle informazioni sugli alimenti. La normativa definisce anche le modalità di indicazione degli allergeni e molti altri aspetti su specifiche categorie di prodotti. Per quanto riguarda Coop, quasi tutte le indicazioni e le prescrizioni previste da questo regolamento sono già state applicate da anni, per molti aspetti andando anche oltre gli obblighi legislativi. Parliamo infatti di un **impegno preciso di Coop in favore della trasparenza e di un consumo consapevole** partito già nei lontani anni '70 e che ha avuto nel tempo numerose tappe evolutive:

- dal 2003: l'indicazione degli ingredienti composti che contengono sostanze allergeniche;
- dal 2007: le informazioni relative al materiale e allo smaltimento dei packaging;
- dal 2008: la tabella nutrizionale sui prodotti

In più Coop (ben prima che la norma europea lo imponesse) esplicita volontariamente l'indicazione dell'origine botanica dei grassi/oli utilizzati, non limitandosi alla frase generica "oli vegetali".

Sono tutte azioni concrete per rendere tutta la comunicazione Coop, ma in particolare quella in etichettatura, sinonimo di trasparenza verso un consumo consapevole e garanzia di un'informazione veritiera e scientificamente corretta.

Filiere controllate – tracciabilità

Coop è stata la prima, all'inizio degli anni 2000, a certificare l'origine e la tracciabilità di alcuni alimenti considerati a rischio, come olio, conserve di pomodoro, uova e latte. Tale attività si è consolidata nel tempo ed estesa ad altri prodotti come frutta e verdura, carni fresche, pesce, salumi e vino. Coop effettua controlli lungo tutta la filiera produttiva e tale attività è certificata da due Enti di controllo accreditati e indipendenti secondo lo schema di Certificazione di Servizio di Controllo.

Grazie alle Filiere controllate, Coop è in grado di ricostruire la storia di ogni prodotto, dall'identificazione delle aziende coinvolte alle singole fasi di trasformazione, e per alcuni prodotti sono previsti presidi aggiuntivi: ad esempio, nell'ortofrutta il capitolato prevede che i residui di fitofarmaci sul prodotto finito siano inferiori del 70% rispetto al residuo massimo ammesso per legge. Inoltre, i controlli sul rispetto dei diritti dei lavoratori sono estesi fino alla fase di raccolta in campo. Mentre nell'olio il controllo delle caratteristiche chimico fisiche (acidità, perossidi, assorbimento UV, etil esteri, cere) con limiti più restrittivi rispetto ai valori di legge



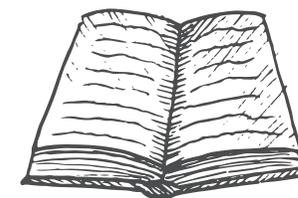


I FORNITORI DI SERVIZI

Nova Coop intrattiene rapporti di fornitura per appalti edili ed impiantistici per le attività di sviluppo della rete commerciale, per acquisti di attrezzature ed impianti e per diversi tipi di servizi quali manutenzione, pulizie ed altri ancora. La formulazione dei contratti e la verifica delle idoneità ai fini contributivi dell'appaltatore e delle applicazioni delle norme in materia di sicurezza, il controllo di tutte le attività svolte, la gestione delle contabilizzazioni fanno parte delle attività di gestione e controllo dei fornitori.

Si è ormai concluso il processo di introduzione dei fornitori consolidati nell'Albo Fornitori inserendo i nuovi fornitori in un processo ormai consolidato di interfacciamento con i settori "cantieri" e "sicurezza" per la documentazione utile in caso di accertamenti degli Enti di gestione dell'Albo Fornitori Qualificati. Si tratta di un database in cui sono raccolte tutte le informazioni relative alle aziende già operanti, o che intendono proporsi per la realizzazione di lavori, servizi o forniture. Le aziende devono trasmettere anche attestati, certificati e documenti che dimostrino i requisiti professionali, economici e morali, inoltre devono sottoscrivere il Codice Etico di Nova Coop e compilare un meticoloso questionario contenente informazioni generali utili per inquadrare economicamente e tecnicamente l'impresa.

L'accreditamento dei fornitori, che ha l'obiettivo di migliorare l'efficacia, la sicurezza e la trasparenza nel processo di affidamento dei lavori, è impostato a facilitare la rotazione delle imprese da invitare alle trattative. 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.



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 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 e 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.



04 Il Valore condiviso



5.000.000

costo **iniziative** in
favore dei **Soci**



9.269.183

utile **netto** Nova Coop
nel 2018



6.500.000

valore **iniziative** a
favore del **territorio**



29,9 %

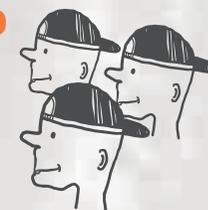
incidenza vendite

Prodotto a
Marchio Coop



15.636

ragazzi coinvolti nel
progetto **Educazione
al Consumo**



84%

oggetto di
**raccolta
differenziata**

4.699.363

euro di merce destinata
alle **Onlus del territorio**



I nostri risultati

Proposta destinazione dell'utile Nova Coop

Utile netto Nova Coop *

9.269.183,72 €

Proposta destinazione utile a Coopfond *

278.075,51 €

Proposta destinazione utile a riserva *

8.991.108,21 €



SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

Grazie agli utili netti generati nel corso del 2018, che ammontano ad un totale di **9.269.183,72 euro**, abbiamo destinato **278.075,51 euro al Fondo Mutualistico Coopfond**, che agisce al fine di rafforzare ed estendere la presenza cooperativa all'interno del sistema economico nazionale promuovendo nuove iniziative imprenditoriali, sostenendo progetti di sviluppo e ristrutturazioni nei diversi settori della cooperazione. **La restante parte è stata invece destinata a Riserva legale.**

Per un'analisi completa della situazione economica della Cooperativa si rimanda al Bilancio Civilistico 2018, in questo contesto riportiamo in sintesi:

PER UN'ANALISI COMPLETA DELLA SITUAZIONE ECONOMICA DELLA COOPERATIVA SI RIMANDA AL **BILANCIO CIVILISTICO 2018** IN QUESTO CONTESTO RIPORTIAMO IN SINTESI:



Dati di Bilancio Civilistico 2018

Totale valore della produzione*

€ 1.051.628.088

Risultati attività finanziaria

€ 1.895.294



Utile netto

€ 9.269.183

Cash flow

€ 54.545.038

Rendimento netto della gestione finanziaria*

€ 29.017.323

Svalutazioni del portafoglio finanziario

(€ 27.122.029)

Utile dalla gestione finanziaria

€ 1.895.294

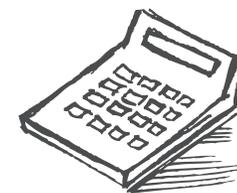
Patrimonio della Cooperativa

Patrimonio netto finale

€ 779.363.273

Patrimonio netto iniziale

€ 770.608.405



* Incremento patrimonio netto

€ 8.754.868

Vendite lordi rete totale 2018

€ 1.062.138.468

Incremento rispetto all'anno precedente

+ 8.406.245 €



Numeri scontrini

+ 37.184.162

Vendite e Consumi

Vendite e Consumi

347.234.874 €

Vendite lorde rete *supermercati*

+

639.221.784 €

Vendite lorde rete *ipermercati*

+

5.505.472 €

Vendite lorde *Fiorfood*

+

659.078 €

Vendite lorde *Drive*

+

68.957.556 €

Vendite lorde stazioni *Carburante*

+

559.704 €

Vendite lorde *E-Commerce*

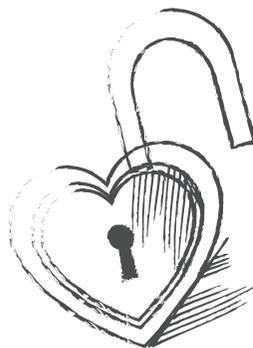
**Vendite del Prodotto a Marchio Coop*
(numero pezzi)
72.694.650



Prodotti

=
**Vendite lorde rete totale 2018*
€ 1.062.138.468





PRINCIPALI RISCHI E INCERTEZZE CUI LA NOVA COOP È ESPOSTA

Il rischio è insito in qualsiasi attività di impresa ed è rappresentato da qualsiasi evento che possa compromettere il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

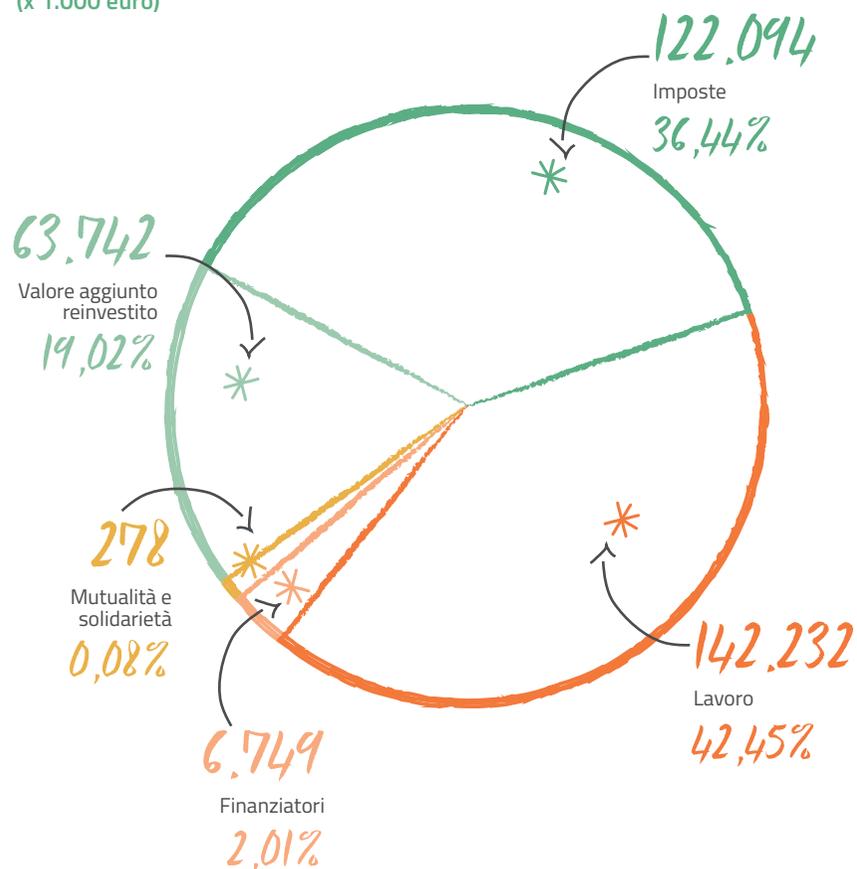
Nova Coop, già dal 2015, si è dotata di strumenti di pianificazione pluriennale. La loro elaborazione considera i rischi e le opportunità ai quali l'azienda è esposta, derivanti da fattori esterni (mercato, contesto politico – sociale, evoluzione tecnologica), interni alla Cooperativa (cultura aziendale, assetti organizzativi) e del sistema cooperativo. Tali strumenti mettono la Cooperativa nella condizione di poter valutare le prospettive ed eventualmente anche gli interventi da mettere in campo, ai fini della salvaguardia della solidità patrimoniale e dell'equilibrio finanziario ed economico. Tali strumenti sono stati nel tempo migliorati anche a seguito della costante implementazione della funzione di pianificazione strategica e controllo di gestione.

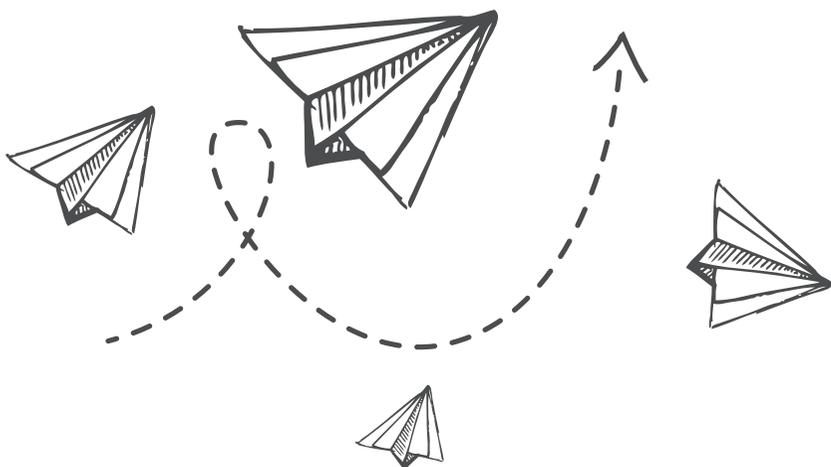
In generale, il presidio in via continuativa dei rischi è affidato ai Direttori, al Comitato di Direzione Aziendale e alla Presidenza. Il presidio dei rischi finanziari è affidato al Comitato di Pianificazione Finanza e Tesoreria, che vigila sul rispetto delle "Linee Guida delle Politiche di Investimento Finanziario e Mandato di Gestione di Nova Coop" approvate dal Consiglio di Amministrazione.

Inoltre gli organismi di vigilanza e di controllo vigilano sull'effettività delle regole definite nello Statuto, nei Regolamenti e nel Modello di organizzazione gestione e controllo ex D.Lgs. 231/2001, del quale Nova Coop si è dotata dal 2008, a seguito della valutazione e analisi dei rischi ed individuazione delle misure per prevenirli. Il Modello ex D.Lgs. 231/2001 è stato successivamente modificato e integrato. L'ultimo aggiornamento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione nel mese di aprile 2018, per recepire l'emanazione di nuove disposizioni normative e gli effetti dei processi riorganizzativi interni intervenuti dalla data dell'ultima versione del Modello.

Fatte queste precisazioni qui di seguito vengono riportati i principali rischi ed incertezze cui Nova Coop è esposta nello svolgimento della propria attività.

RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO (x 1.000 euro)





Rischi strategici

I rischi strategici sono legati alle possibili ripercussioni sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Cooperativa che potrebbero avere repentini cambiamenti del sistema economico e finanziario, scelte aziendali errate, inadeguata attuazione di decisioni aziendali e insufficiente capacità di reazione alle variazioni del contesto competitivo.

I rischi strategici sono costantemente monitorati attraverso le funzioni aziendali del controllo e della pianificazione strategica.

Il presidio di tali rischi è garantito dalla Cooperativa attraverso l'utilizzo di strumenti di pianificazione e di controllo, quali il Piano Strategico, il Piano Triennale ed il Piano di Sviluppo. Il Piano Strategico indica gli obiettivi e le prospettive di medio termine di Nova Coop; gli obiettivi strategici indicati dal Piano sono attuati mediante i piani industriali triennali ed i preventivi annuali. Inoltre vengono elaborati report gestionali, annuali e infrannuali, e analisi settimanali delle vendite.

La reportistica prodotta è strumento nelle mani dei direttori di funzione e della Presidenza, per consentire loro il monitoraggio costante della situazione economica e patrimoniale della Cooperativa.

Rischi di mercato

I rischi di mercato includono gli effetti che i cambiamenti nel mercato potrebbero avere sull'attività operativa e sono connessi alla capacità di Nova Coop di reagire adeguatamente.

La contrazione dei consumi e la progressiva saturazione del mercato portano ad una pressione concorrenziale sempre più spinta e agguerrita, in cui le politiche promozionali sono sempre più attente e complesse.

Nova Coop fronteggia tale rischio impegnandosi a realizzare la politica di convenienza e distintività definita nel Piano Strategico e, in particolare negli ultimi mesi, potenziando gli investimenti nel marketing e l'attenzione nella definizione delle politiche commerciali anche distrettuali e nazionali.

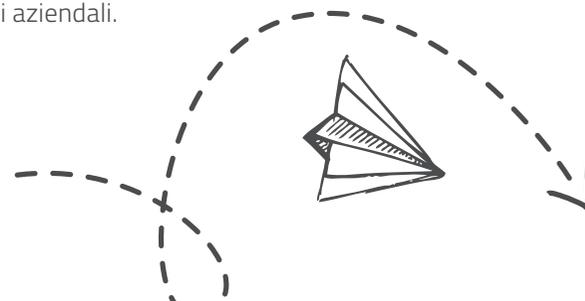
Inoltre il monitoraggio costante dell'andamento delle vendite, anche tramite gli strumenti adottati dal controllo di gestione, consente di operare ulteriori interventi a sostegno delle stesse.

Rischi operativi

I rischi operativi sono i rischi di perdite connaturati nella gestione corrente dell'attività, legati ai processi, all'organizzazione e ai sistemi.

La continua attività di revisione dei processi aziendali e dell'organizzazione del lavoro, oltre agli strumenti tipici di pianificazione e controllo, costituiti da piani pluriennali, budget annuali e report gestionali periodici, costituiscono elementi essenziali di monitoraggio che mirano a garantire la capacità di Nova Coop di agire nel contesto competitivo di riferimento.

Inoltre la Cooperativa è impegnata nel continuo miglioramento dei processi logistici e commerciali a livello distrettuale e nazionale del sistema Coop, al fine di garantire livelli di marginalità soddisfacente. Di fondamentale importanza anche il costante aggiornamento dei sistemi informativi aziendali, che rappresentano il sistema nervoso dell'operatività aziendale e una leva basilare per l'efficienza e la fluidità dei processi aziendali.



Rischi Immobiliari

I rischi immobiliari sono connessi alla valorizzazione del patrimonio immobiliare complessivamente detenuto da Nova Coop. Tali rischi sono gestiti tramite:

- un'attenta politica in fase di acquisto, rivolta alla ricerca dell'immobile il più possibile rispondente alle effettive necessità operative;
- un'attenta gestione degli immobili concessi in locazione, con determinazione dei canoni secondo principi di sostenibilità che consentano una ragionevole certezza nell'incasso e la continuità dei rapporti contrattuali in essere.

Rischi Finanziari

La gestione finanziaria di Nova Coop è fondata, sia per quanto riguarda le fonti sia per quanto riguarda gli impieghi, su criteri di estrema prudenza e vengono evitate operazioni speculative, con un grado di rischio non adeguato alla politica aziendale, da sempre improntata ad un basso profilo di rischio.

Il Consiglio di Amministrazione di Nova Coop ha approvato le "Linee Guida delle Politiche di Investimento Finanziario e Mandato di Gestione di Nova Coop", in cui vengono stabiliti i criteri e i limiti per l'operatività finanziaria della Cooperativa. Le linee guida sono coerenti con quanto previsto dal Regolamento del Prestito Sociale, in tema di limiti patrimoniali da rispettare. La struttura organizzativa a supporto del processo di monitoraggio dell'attività finanziaria, approvata dal Consiglio di Amministrazione, prevede la presenza di un Comitato di Pianificazione Finanza e Tesoreria, composto dal Presidente della Cooperativa, dai due Vice Presidenti, dal Direttore dell'area Amministrazione e Legale, dal Direttore del Controllo di Gestione e dal Gestore Operativo. Al Comitato può partecipare, in qualità di invitato e quando ritenuto utile dal Comitato stesso, anche un consulente esterno specialista di mercati finanziari.

Il regolamento è basato sulla definizione di massimali quantitativi e qualitativi, espressi in termini di rating, che mirano a limitare l'esposizione ai rischi tipici della gestione finanziaria. I contenuti del regolamento sono periodicamente rivisti in modo da garantire, anche a fronte di variazioni repentine delle condizioni dei mercati finanziari, una gestione finanziaria efficiente ed in linea con gli obiettivi prefissati. L'ultimo aggiornamento delle Linee Guida è avvenuto nel mese di novembre 2016.



Qui di seguito i rischi presi in considerazione per la definizione dei contenuti delle Linee Guida:

Rischio di mercato: si sostanzia nelle possibili perdite derivanti da variazioni avverse dei mercati finanziari e riguarda rischi di tasso d'interesse, rischi di prezzo relativo alla valutazione attribuita agli strumenti finanziari detenuti, rischi di cambio. Tale rischio è calmierato attraverso il calcolo del VAR (*value at risk*), in modo da poter determinare la massima perdita potenziale cui il portafoglio può essere soggetto, in un determinato periodo e con definiti livelli di probabilità.

Rischio di tasso d'interesse: è rappresentato dalla volatilità dei tassi di rendimento delle attività finanziarie, circoscritto da limitazioni della *duration* media ponderata massima dell'intera componente obbligazionaria del portafoglio titoli.

Rischio emittente: deriva dalla esposizione alla variazione avversa del prezzo di uno o più strumenti finanziari azionari o equivalenti emessi da un soggetto od un gruppo verso il quale sono in essere posizioni rilevanti. Tale rischio è limitato da limiti qualitativi e quantitativi di tali strumenti.

Rischio di credito: rappresentato dalla possibile perdita di valore derivante dall'eventualità che l'emittente non sia in condizione di assolvere agli obblighi di rimborso del capitale e/o al pagamento degli interessi; la limitazione di tale rischio è effettuata mediante parametri quantitativi (assoluti e relativi) e qualitativi (definiti dai *rating*) fissati dalle Linee Guida.

Rischio di controparte, che consiste nella possibile perdita derivante dalla inadempienza dell'intermediario controparte dell'operazione; è limitato dall'operatività svolta esclusivamente con controparti che rispettino i criteri stabiliti nelle Linee Guida.

Rischio di subordinazione: per la banca che emette un'obbligazione subordinata si concretizza con la possibilità di azzerare le passività soggette a bail-in e ricostituire successivamente il capitale necessario per poter continuare ad operare. È limitato dalla possibilità di acquistare soltanto obbligazioni bancarie subordinate emesse da istituti bancari e/o assicurativi di primario livello, nel rispetto di quanto definito dalle Linee Guida.

Rischio di cambio: è un tipo di rischio di mercato relativo alla possibilità che variazioni dei tassi di cambio tra due valute portino alla perdita del potere di acquisto della moneta detenuta e di conseguenza del valore dei titoli denominati in quella valuta. È limitato dalla copertura dei titoli espressi in valuta diversa dall'euro.

Rischi di Governance e compliance

I rischi di Governance e di compliance sono legati all'assetto organizzativo e all'insieme delle regole, degli organismi e dei sistemi che disciplinano la gestione della Cooperativa e alla capacità degli stessi di adeguarsi correttamente e tempestivamente ai cambiamenti delle norme che regolano le proprie attività.

I rischi di compliance sono connessi alla tempestiva applicazione delle modifiche normative in genere, nonché alle possibili sanzioni di cui alla disciplina della responsabilità amministrativa degli enti per la commissione dei reati ex D.Lgs. n. 231/2001.

Altri rischi significativi riguardano le possibili sanzioni conseguenti alla mancata conformità alle normative igienico-sanitarie, alle normative ambientali, in particolare in tema di gestione dei rifiuti, alle normative fiscali e alle normative sulla privacy.

Tali rischi sono presidiati in Nova Coop da apposite funzioni aziendali, che assicurano il rispetto delle vigenti normative e una costante attività di analisi e monitoraggio.

In particolare, in tema privacy è stato svolto nel 2018, ed è tuttora in corso, un importante lavoro di analisi delle attività e di adeguamento al nuovo GDPR UE 2016/679.

La complessità della Cooperativa ha richiesto un'evoluzione del modello di Governance, con l'istituzione di una funzione di Internal Audit. Nel 2016 tale funzione ha iniziato operativamente la sua attività sulla base del Mandato approvato dal Consiglio di Amministrazione nel dicembre 2015 e sta operando, svolgendo audit in sede e nei punti vendita, in esecuzione del Piano di Audit approvato dal Consiglio di Amministrazione.



Rischi informatici

I principali rischi informatici di Nova Coop sono legati ai seguenti aspetti:

- riservatezza: garanzia che le informazioni aziendali siano accessibili e modificabili unicamente ai destinatari autorizzati e specificati in base a ruoli e poteri;
- integrità: garanzia dell'accuratezza e della completezza delle informazioni e dei metodi di elaborazione;
- disponibilità: garanzia che le informazioni e le relative risorse siano accessibili alle persone autorizzate quando necessario.

La gestione dei sistemi informativi a livello di Consorzio Nord Ovest è rivolta ad un continuo aggiornamento verso i più evoluti standard di sicurezza di riferimento e ad una valutazione costante delle possibili azioni comuni di miglioramento.

In quest'ottica è stato svolto, nel corso del 2018, un lavoro di analisi finalizzato alla creazione all'interno dei sistemi informativi del Consorzio Nord Ovest di un gruppo di lavoro specifico, coordinato dalla nuova figura dell'IT Security Manager, per la valutazione e l'introduzione di ulteriori misure di sicurezza della rete e dei dati aziendali.

Rischi Di Reputazione

Il rischio di reputazione è legato alle possibili ripercussioni negative sulla percezione dell'immagine della Cooperativa da parte di Soci, clienti consumatori, controparti ecc. Trattasi di un rischio derivato, in quanto può essere una conseguenza dei rischi "primari" precedentemente descritti, che possono trasformarsi in un rischio di reputazione se non correttamente gestiti.

In generale, è fondamentale la capacità di gestire in maniera appropriata i processi di comunicazione verso l'esterno, al fine di evitare che si verifichino danni all'immagine della Cooperativa.

Nova Coop presidia tale rischio sia attraverso il complessivo sistema di gestione dei rischi "primari", sia attraverso risorse dedicate al monitoraggio degli strumenti di comunicazione online e offline (stampa, web, social network...) in termini di reputazione e ascolto.

La presenza sul territorio



La nostra Cooperativa si propone sui territori in cui è presente non solo come una realtà che si occupa di commercio, ma anche come soggetto radicato, distintivo e inclusivo, capace di produrre e **condividere valore**, un attore presente e protagonista nello sviluppo sostenibile della società.

La nostra azione si sviluppa a favore principalmente dei portatori di interesse: i Soci, i clienti, le varie realtà che operano sul territorio quali le scuole, gli enti pubblici e privati, le associazioni, le onlus, i fornitori, i cittadini in genere.

Inoltre, anche nel 2018, con la riqualificazione dell'area ex Alfa Romeo di Torino e l'apertura del nuovo superstore di via Botticelli, Nova Coop ha confermato la sua capacità di instaurare sinergie con le realtà locali, portando a compimento importanti azioni di **rigenerazione urbana**, come avvenuto negli anni passati con la riqualificazione della galleria San Federico in centro a Torino e l'apertura di Fiorfood.



LA REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ E DEI PROGETTI SUL TERRITORIO AVVIENE GRAZIE AL COINVOLGIMENTO ATTIVO E ALLA COLLABORAZIONE DEI NOSTRI SOCI VOLONTARI, DEI DIPENDENTI, DELLE VARIE FUNZIONI INTERNE DELLA COOPERATIVA, DEI NOSTRI CLIENTI FIDELIZZATI E DEI NUMEROSI PARTNER.

I PRESIDI SOCI



PER OGNI NOSTRO PUNTO VENDITA, È PRESENTE UN PRESIDIO SOCI COMPOSTO DA TUTTI I SOCI ISCRITTI NEL PUNTO VENDITA STESSO (SE NON INFERIORI AI MILLE). I SOCI ISCRITTI SONO RAPPRESENTATI DA ALCUNI SOCI VOLONTARI CHE ORGANIZZANO DI CONCERTO ALL'AREA POLITICHE SOCIALI E RELAZIONI ESTERNE DI NOVA COOP LE NUMEROSE INIZIATIVE.

I Soci attivi volontari si riuniscono inoltre una volta al mese in riunioni di direttivo e sono spesso presenti nei box Soci in punto vendita

»»» Maggiori info a pag 61

Vediamo nei particolari quali sono stati i progetti e le attività sociali più importanti nel 2018

INIZIATIVE A FAVORE DELLA COMUNITÀ

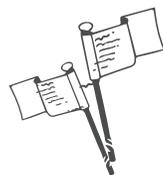
Le iniziative assunte dalla Cooperativa a favore dei territori rappresentano un ricco insieme di attività e progetti eterogenei.

Iniziative di solidarietà



Progetti di marketing sociale

Educazione al consumo consapevole



Contributi e sponsorizzazioni

Donazione di prodotti ancora edibili (Buon Fine)



Comunicazione e informazione su temi valoriali

Promozione di una corretta alimentazione



Nella tabella, a titolo di esempio, sono esposte alcune delle spese principali:

* Tabella degli investimenti

✓ COSTI

iniziative
Presidi Soci

185.248,53

✓ COSTI

educazione
al consumo

230.179,72

✓ COSTI

progetti
speciali

165.620,50

Il collezionamento

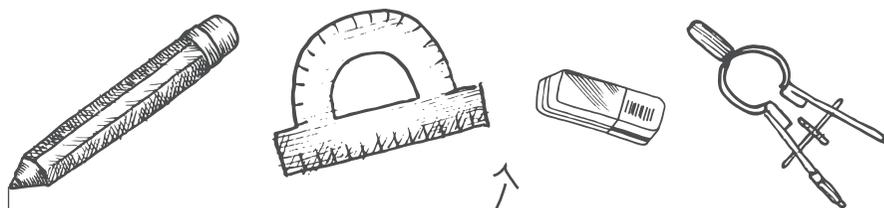
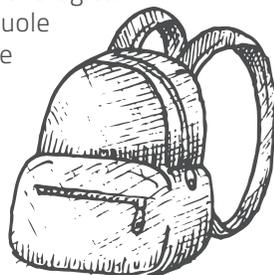
La raccolta di punti elettronici consente ai Soci Coop di usufruire di sconti e facilitazioni, ma anche di sostenere progetti di solidarietà selezionati dalla Cooperativa. A testimonianza del reale impegno di Nova Coop in questo campo il valore dei punti, nel caso della donazione per progetti solidali, viene raddoppiato. Ad integrazione delle donazioni di punti i Presidi Soci Coop organizzano varie iniziative di raccolta fondi (serate e cene) e devolvono la quota di iscrizione dei corsi organizzati.

Nel corso del 2018 i progetti proposti attraverso il collezionamento sono stati:

- * **CasaOz:** una Onlus nata nel 2005 da un gruppo di persone che hanno scelto di mettersi a disposizione delle famiglie in cui vi sia un bambino malato. CasaOz è una casa che accoglie i bambini e le famiglie che incontrano la malattia offrendo spazi, gioco e accompagnamento per ritrovare una quotidianità che cura.
- * **Alzheimer:** ad integrazione delle iniziative commerciali per la raccolta fondi a favore della ricerca scientifica contro l'Alzheimer, Nova Coop ha introdotto la possibilità di devolvere i propri punti anche a sostegno di questa iniziativa.

Coop per la scuola

Anche per il 2018 Nova Coop ha mantenuto l'iniziativa "Coop per la scuola", attraverso cui la relazione con le comunità si è intersecata strettamente con le attività promozionali. Ogni 15 euro di spesa tutti i clienti hanno ricevuto, da settembre a dicembre, bollini da consegnare alle 3.200 scuole del territorio che hanno aderito all'iniziativa. Un ricco catalogo di premi ha consentito così alle scuole di ottenere complessivamente premi per un valore settecentocinquantamila euro a sostegno sia dell'innovazione tecnologica che delle normali attività didattiche. Le scuole coinvolte hanno potuto inoltre partecipare al progetto educativo "L'acqua siamo noi", ricevendo materiale di approfondimento appositamente realizzato e partecipando ad un concorso a premi.



Una mano per la scuola

Ogni anno a settembre Nova Coop con "Una mano per la scuola" propone una raccolta di materiale di cancelleria scolastica a supporto dei bambini delle famiglie in condizioni di difficoltà. L'iniziativa vede coinvolti il personale dei supermercati e ipermercati Nova Coop, i Soci volontari, la clientela e la rete di associazioni che, nei singoli territori, supportano le differenti situazioni di difficoltà.

Raccolte alimentari

Soci e clienti nel corso del 2018 sono stati coinvolti nella tradizionale giornata della raccolta alimentare promossa a livello nazionale dal Banco Alimentare. Analoghe iniziative sono state organizzate direttamente dai Presidi Soci in collaborazione con le associazioni locali, in particolare a maggio ed ottobre. A giugno invece la raccolta ha coinvolto associazioni animaliste a supporto di canili e gattili. In queste occasioni ai settecento Soci volontari dei Presidi Soci si sono aggiunti oltre mille volontari delle associazioni territoriali.



Mance del Fiorfood

Le mance raccolte dal personale del Fiorfood, sia nel ristorante che al bistrot, sono devolute a favore di associazioni del territorio, individuate in collaborazione con tutti i colleghi del nostro punto vendita. Per il 2018 i progetti sostenuti sono stati quelli di Emergency, dell'Associazione Malattie Rare Infantili e della Fondazione TEDA che si occupa della tutela dei diritti civili ed il miglioramento della qualità della vita delle persone affette da autismo e/o sindromi correlate.



Educazione al consumo consapevole



La formazione e sensibilizzazione ad un consumo consapevole delle giovani generazioni è sempre stato un aspetto centrale nelle attività delle cooperative di consumo sin dai loro esordi.

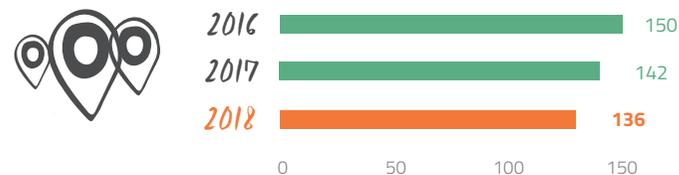
Anche oggi questo è un tema a cui si dedica una particolare attenzione. La nostra Cooperativa ha attivato anche nel 2018 una proposta gratuita di educazione al consumo consapevole eterogenea e moderna, rivolta a tutti gli istituti della scuola primaria e secondaria del territorio, definita in stretta collaborazione con professionisti del settore e al passo con le più moderne tendenze giovanili.

I percorsi prevedono incontri nelle classi e incontri laboratoriali nei nostri punti vendita. La struttura che sostiene questa imponente attività è composta da diversi attori e strumenti: il Centro Educazione ai Consumi con la funzione di punto di riferimento per animatori e insegnanti; le cooperative Pandora e Vaina che realizzano le attività di animazione e di laboratorio nelle scuole e nei punti vendita; i Soci volontari coinvolti in alcune fasi delle attività; il sito internet saperecoop.it; la pubblicazione della guida **Saperecoop** diffusa ogni anno tra oltre 2.000 insegnanti.

Numero di animazioni



Numero di comuni coinvolti



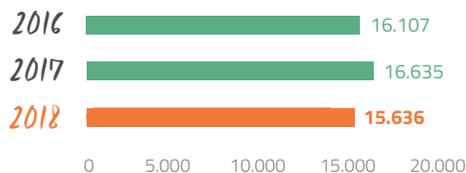
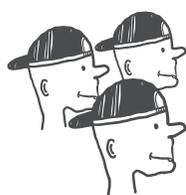
Numero di scuole coinvolte



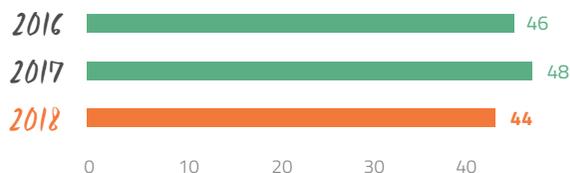
Numero di classi coinvolte



Numero di ragazzi coinvolti



Numero di punti vendita coinvolti



TEMI PRINCIPALI AFFRONTATI NEI PROGETTI SPECIALI:



legalità



cooperazione



alimentazione sana



sostenibilità ambientale



cittadinanza attiva

* Numero progetti speciali

26



* Numero classi coinvolte

138

* Numero ragazzi coinvolti

1.465



Oltre ai percorsi tradizionali Nova Coop propone anche dei progetti speciali dedicati ai ragazzi delle scuole di secondo grado. Tra i tanti quello più articolato è **#100volticontrolspresco** sul tema della lotta allo spreco alimentare, che prevede incontri laboratoriali svolti nelle classi e incontri nei punti vendita con interviste ai responsabili commerciali di Nova Coop sulle buone pratiche dei punti vendita per evitare lo spreco nella gestione delle merci. I ragazzi sono poi invitati a produrre dei video che partecipano ad un contest finale dove viene votato da tutti il video più efficace.

* **Iniziative organizzate dai Presidi Soci**
1.124 

Iniziative dei Presidi Soci

Perseguendo gli obiettivi del nostro **Piano Strategico, anche nel 2018** abbiamo cercato di dirigere le nostre azioni e attività con l'obiettivo di una sempre maggiore fidelizzazione e rinnovo della base sociale. La novità rispetto agli anni precedenti è che abbiamo inserito le varie attività in vere e proprie "**campagne**", periodi durante i quali in tutto il territorio si è parlato di un solo tema per volta. I temi affrontati sono stati in particolare: **lotta allo spreco alimentare, Etica e Legalità, Tutela dell'ambiente, Salute e benessere.**

In questo modo anche la comunicazione online e offline nei punti di vendita è risultata più coerente, chiara e riconoscibile.

Le iniziative organizzate dai Presidi Soci sono state 1.124, tra le quali sono comprese l'organizzazione e la gestione di 54 Assemblee di Bilancio, 60 test "Approvato dai Soci", 224 raccolte alimentari con le onlus del territorio, un centinaio di gite sociali.

Iniziative legate alla salute e al benessere

L'attenzione alla sicurezza e alla qualità rappresenta per Coop il primo aspetto su cui agire per garantire la salute e il benessere dei consumatori. Un impegno che si concretizza con continui investimenti in termini di risorse per i controlli previsti dagli accordi di produzione sui prodotti, dalla selezione delle materie prime e lungo il processo di produzione ed ispezioni presso i fornitori, ma anche in azioni di sensibilizzazione verso questi ultimi.

Oltre a questo nel 2018 abbiamo implementato la nostra linea di Prodotti a Marchio salutistici della linea **Bene.Sì** e organizzato numerose iniziative sul tema della **prevenzione e dei corretti stili di vita**, sia sul territorio che nei nostri punti vendita, spesso con partner di alto livello quali **Asl, Aziende Ospedaliere, Università, Istituti Alberghieri, associazioni.**

I vari progetti si sono sviluppati in particolar modo intorno a due filoni principali: **la corretta alimentazione e il movimento fisico per uno stile di vita sano** ed hanno previsto corsi, incontri, convegni, conferenze sul tema.

L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) considera infatti la cattiva alimentazione un problema drammatico e una delle cause principali dei problemi di salute pubblica per le aree più ricche e sviluppate del pianeta e il movimento fisico regolare è ormai riconosciuto essere un'attività che può prevenire numerose patologie legate anche ad abitudini di vita sempre più sedentarie.

info.food
 coop
CIBO E SAPERE

DA APRILE 2018 ABBIAMO ATTIVATO
 IN ALCUNI PUNTI VENDITA NOVA COOP
 UN SERVIZIO DI CONSULENZA NUTRIZIONALE GRATUITO
 E CONTINUATIVO UNICO IN ITALIA: **L'INFO.FOOD**



Grazie a questo servizio, all'interno degli ipercoop di Torino, Chieri e Collegno e del superstore di Botticelli Soci e clienti si possono avvalere di dietisti esperti per informazioni e suggerimenti sul tema della corretta alimentazione e del benessere e per essere affiancati nella scelta di prodotti e alimenti che rispondano alle esigenze di un'alimentazione corretta e consapevole.

Sul fronte del movimento fisico sono continuate anche nel 2018 le attività di **Fitwalking** in collaborazione con i fratelli Da Milano e istruttori qualificati. Il Fitwalking è una speciale tecnica di camminata che apporta notevoli benefici al fisico, soprattutto nella prevenzione di diverse patologie cardiovascolari, di malattie metaboliche, migliora il tono muscolare oltre ad essere considerato un ottimo anti stress.

Le attività hanno coinvolto 130 persone in 8 punti vendita per cicli della durata di 10 lezioni.

BOOK BOX

BOOK BOX È IL NOME DEL PROGETTO CREATO E GESTITO DA ANGSA NOVARA VERCELLI ONLUS IN COLLABORAZIONE CON FONDAZIONE COMUNITÀ NOVARESE E ASSOCIAZIONE PER L'AUTISMO ENRICO MICHELI, SOSTENUTO E PROMOSSO DA NOVA COOP ALL'INTERNO DI ALCUNI PUNTI VENDITA E DELLA SEDE CENTRALE DI VERCELLI.



Il progetto, già avviato in altre città italiane, si propone di allestire una piccola libreria e un punto raccolta libri nelle sale d'attesa di luoghi frequentati da bambini, ragazzi e adulti, la cui cura e aggiornamento periodico è affidata a ragazzi autistici, accompagnati da educatori esperti. I volumi donati vengono catalogati, archiviati e sistemati nelle librerie dai ragazzi che possono così partecipare ad un percorso che offre loro la possibilità di misurarsi con un'esperienza che in parte ricalca quella lavorativa, garantendo, al tempo stesso, un servizio al territorio.

✓ **Le librerie e i punti di raccolta sono presenti anche in numerosi nostri punti vendita e nella sede di Vercelli. In pochi mesi sono migliaia i libri donati grazie alla generosità dei nostri Soci, dei clienti e dei dipendenti.**





coop



Torino

FUTURI PUNTI VENDITA



Un altro aspetto importante nell'ottica del radicamento sul territorio e del miglioramento continuo dell'offerta è lo sforzo per qualificare la rete vendita in modo sempre più moderno e al passo coi tempi, cercando di intercettare i nuovi bisogni, le nuove tendenze e disegnare nuovi servizi.

A questo proposito, l'evento più importante del 2018 è stato l'apertura del nuovo **superstore di via Botticelli** a Torino, un nuovo format innovativo di 3.500 mq. Il progetto nasce dall'idea di offrire ai nostri Soci e clienti un luogo dove poter fare la spesa "presto e bene", grazie all'innovazione digitale e ad un'offerta di alta qualità. Un'esperienza di acquisto innovativa integrata da un'ampia gamma di servizi informativi e consulenziali, come l'info.food e un sistema di ristorazione attivo per tutta la giornata, dalla colazione alla cena. Inoltre è presente uno spazio per attività sociali, degustazioni e show cooking, per scoprire i prodotti proposti nel punto vendita.



Nel 2018 si sono inoltre avviate le attività per i cantieri del nuovo punto vendita di Giaveno e per il nuovo formato **drive stand alone** a Torino che verranno inaugurati nella primavera del 2019.

Lo Stand Alone è una sorta di supermercato chiuso al pubblico, con scaffali e celle frigorifere attrezzate di circa 2.700 mq. e un assortimento di oltre 9.000 articoli. Il nuovo servizio, rivolto all'area urbana di Torino, permetterà di gestire le spese ordinate online tramite il sito **www.laspesachenonpesa.it**. I Soci e clienti potranno scegliere tra due modalità di consegna: direttamente al proprio domicilio o presso l'area Drive adiacente al magazzino.

Infine per tutto il 2018 e anche per gli anni a venire sono proseguite e proseguiranno le attività di "rigenerazione" della rete esistente. È stata completata la riduzione area vendita ipermercato di Gravelona Toce. Sono state completate le ristrutturazioni di Chivasso, di Trecate e dell'ipermercato di Galliate.

Altre attività che ci hanno impegnato nel 2018 riguardano i progetti di implementazione tecnologica e risparmio energetico. Si è completata l'installazione degli economizzatori energetici nella rete supermercati ed è proseguito il piano di relamping con corpi LED sulla rete dei supermercati dopo aver completato la rete ipermercati.



SUPERSTORE COOP BOTTICELLI

"IL SUPERSTORE COOP BOTTICELLI RAPPRESENTA UN MODELLO DI NEGOZIO INEDITO IN PIEMONTE - DICHIARA ERNESTO DALLE RIVE, PRESIDENTE DI NOVA COOP - CHE RISPONDE A UNA MODERNA CONCEZIONE DELL'ESPERIENZA DI ACQUISTO, PENSATA E CALBRATA PER ANDARE SEMPRE PIÙ INCONTRO ALLE ESIGENZE DEI NOSTRI SOCI E CLIENTI.

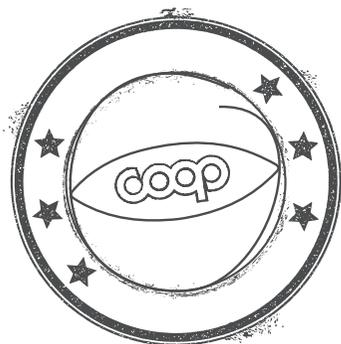
QUESTO NUOVO PUNTO VENDITA INCARNA LA NOSTRA VISIONE DEL RUOLO AFFIDATO ALLA GRANDE DISTRIBUZIONE E TESTIMONIA ANCORA UNA VOLTA LA CAPACITÀ DI NOVA COOP DI LEGGERE LE TRASFORMAZIONI IN ATTO NELLA SOCIETÀ E NEI CONSUMI, PROPONENDO MODELLI ALL'AVANGUARDIA SENZA MAI TRASCURARE LA QUALITÀ, L'ETICITÀ E L'ATTENZIONE A TEMI SEMPRE PIÙ CRUCIALI COME LA SALUTE, L'IMPEGNO A SODDISFARE IL CONSUMATORE E IL RISPETTO PER L'AMBIENTE".

Condividere valore attraverso i prodotti

Buono, sicuro, conveniente, ecologico, etico, trasparente. Questo è il Prodotto a Marchio Coop, un prodotto che nel 2018 ha festeggiato i suoi **70 anni di storia**, un compleanno accompagnato da tante iniziative a vantaggio dei Soci e dei clienti.



Il primo prodotto Coop nasce in realtà ben prima, nel **1896**, quando l'Unione Cooperativa milanese confezionò un **panettone** col proprio nome garantendo sulla qualità del prodotto.



Il Prodotto a Marchio vero e proprio vede la luce poi nel 1948, quando tutte le cooperative italiane hanno deciso di adottare il marchio comune COOP e dopo 70 anni continua ad essere punto di riferimento per Soci e clienti, cuore della nostra offerta commerciale, espressione della nostra missione cooperativa, della filosofia con cui Coop si avvicina al mondo della produzione sostenibile e del consumo responsabile.

Nell'arco di questi anni l'assortimento è cresciuto fino a comprendere oltre **4.300 prodotti** articolati in diverse linee a tema, la cui vendita produce un fatturato complessivo nelle cooperative italiane di circa **3 miliardi di euro**.

I mondi o linee del Prodotto a Marchio nascono nel 2002 e subiscono nel 2016 un completo rinnovamento delle confezioni e un'implementazione dell'assortimento.

Per rispondere ad una maggiore esigenza di sicurezza il Prodotto a Marchio è sempre stato all'avanguardia, anticipatore anche delle norme di legge. Dalla messa al bando dei coloranti negli anni Ottanta e degli OGM negli anni Novanta, all'eliminazione dell'olio di palma nel 2016, fino alla recente campagna per la limitazione dell'uso di antibiotici nelle filiere animali del 2017, processo che è continuato anche nel 2018 come vedremo più avanti.

* risparmio medio del

26%

* circa

4.300

referenze

* quantità di prodotti Coop confezionati sul totale

27,5%



IL PRODOTTO A MARCHIO COOP



Sicuro

* accurata selezione dei fornitori, definizione di rigorosi capitolati tecnici e standard chimici spesso più restrittivi delle norme di legge, verifiche e controlli lungo la catena di fornitura, tracciabilità, collaborazioni scientifiche con autorevoli soggetti istituzionali, principio di precauzione che prevede l'eliminazione di ingredienti la cui salubrità è messa in dubbio (OGM, coloranti, olio di palma, grassi idrogenati): tutto questo rende il Prodotto a Marchio Coop una scelta sicura per il consumatore.



Etico

* perché realizzato nel rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori. Dal 1988 monitoriamo i fornitori di prodotto Coop nel rispetto dello standard SA 8000 e ILO, con la sottoscrizione di un codice etico di Coop Italia e con controlli indipendenti per evitare lo sfruttamento dei lavoratori, le discriminazioni e il lavoro nero.



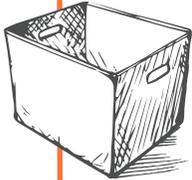
Ecologico

* materie prime e metodi di produzione sostenibili, packaging con il minor impatto ambientale possibile, azioni di sensibilizzazione verso i fornitori e verso i consumatori fanno del Prodotto Marchio Coop una scelta rispettosa dell'ambiente.

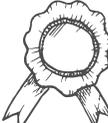




TUTELA DELL'AMBIENTE E RAZIONALIZZAZIONE DEGLI IMBALLAGGI



COOP È DA SEMPRE IMPEGNATA NELLA TUTELA DELL'AMBIENTE ATTRAVERSO NUMEROSE AZIONI:

- ✓ diffusione di **sistemi di coltivazione integrata** e biologica e tutela della biodiversità 
- ✓ promozione di un **Consumo Consapevole** rivolta ai Soci, ai clienti e alle nuove generazioni
- ✓  applicazione sul packaging del **principio delle tre R**: risparmio (eliminazione di sovra-imballi), riutilizzo (ricariche), riciclo (utilizzo plastica e cellulosa riciclate)
- ✓ realizzazione del progetto "**etichettaggio informativo dei prodotti Coop**", che prevede la segnalazione in etichetta di informazioni importanti anche sullo smaltimento della confezione 
- ✓  **certificazione della filiera** del vitello a carne bianca e del bovino adulto a Marchio con una puntuale misurazione degli impatti ambientali dell'intero processo produttivo
- ✓ **eliminazione o riduzione** dagli allevamenti avicoli, suini e bovini dell'**uso degli antibiotici**



Conveniente

* i Prodotti Coop sono convenienti anche perché sul costo non gravano gli ingenti investimenti pubblicitari che caratterizzano i prodotti di marca. Inoltre i **grandi volumi** che Coop è in grado di garantire, consentono di realizzarli a **condizioni vantaggiose e di trasferire tale convenienza sul prezzo di vendita.**



Trasparente

* accessibilità delle informazioni in merito all'origine delle principali materie prime, puntuale informazione presente in etichetta sui valori nutrizionali, ambientali e sulla provenienza.



Buono

* perché è il risultato di efficaci partnership con produttori di qualità, industriali o artigianali. In più sono prodotti approvati dai Soci. ➤ Vedi pag. 28

ORIGINI TRASPARENTI



COOP HA AVVIATO UNA CAMPAGNA MIRATA A RENDERE DISPONIBILE IN TEMPO REALE A SOCI E CLIENTI L'ORIGINE DELLE MATERIE PRIME DI OLTRE 1.400 PRODOTTI A MARCHIO ALIMENTARI CONFEZIONATI.

Dal 2013 sono disponibili il sito e l'App www.cooporigini.it: digitando il nome del prodotto o il codice a barre che ogni prodotto presenta sulla confezione, si può risalire alla provenienza delle materie prime che caratterizzano il prodotto.

LE LINEE DEL PRODOTTO A MARCHIO COOP

Il Prodotto a Marchio Coop nei suoi primi settant'anni di vita è cresciuto e continua a cambiare. L'offerta si articola in varie linee dedicate in continua implementazione, per soddisfare differenti esigenze di consumo.

La linea Tutela, che rappresenta la quota principale del Prodotto a Marchio Coop è l'espressione più elevata del rapporto qualità prezzo, comprende una gamma variegata costituita da carni, frutta, verdura, prodotti di base e bevande, prodotti per la cura della casa e della persona, tessile.

Dal 2017 alle linee storiche nate nel 2002-2003 (Fiorfiore, Bene, sì, Crescendo, Viviverde, Solidal) se ne sono aggiunte di nuove, per intercettare le nuove esigenze e le nuove tendenze (Origine, Amici Speciali, Casa Coop, D'Osa, Io).



Fiorfiore

fiorfiore



Il Meglio della Cultura Gastronomica

Una ricca selezione di prodotti della migliore gastronomia, composta da prodotti accomunati da un'identica idea di gusto, autenticità, originalità, piacere e sapere. Dalle specialità del territorio e della tradizione, come gli Oli extravergini tipici, il Prosciutto crudo San Daniele D.O.P., il Tonno e il Pesce Spada affumicati o le **Cipolle rosse a base di cipolla rossa di tropea Calabria I.G.P.**, a quelle estere, come il Riso Long&Wild.



Bene.Si



La linea di prodotti salutistici, in continuo ampliamento, oggi propone prodotti "funzionali", ovvero arricchiti con ingredienti in grado di svolgere un'azione benefica specifica, come i betaglucani e prodotti "free from", ovvero senza quegli ingredienti che si eliminano per necessità o semplicemente per variare la dieta (come il glutine, il lievito o il lattosio).

Crescendo Baby Kids



La linea di prodotti interamente dedicata al bambino sicura e salutare, articolata a copertura delle principali categorie che rappresentano il mondo della primissima infanzia e delle successive fasi della crescita, con una specifica offerta alimentare e non alimentare. I prodotti di questa linea sono studiati in collaborazione con un qualificato Comitato Scientifico costituito da pediatri e nutrizionisti.





ViviVerde



Come contribuire alla tutela dell'ambiente facendo la spesa. Una linea di prodotti che fanno bene al consumatore e all'ambiente. Prodotti alimentari biologici e non alimentari ecologici realizzati con criteri di sostenibilità. Si evitano imballaggi superflui e si privilegia l'uso di materiali eco-compatibili.

Origine

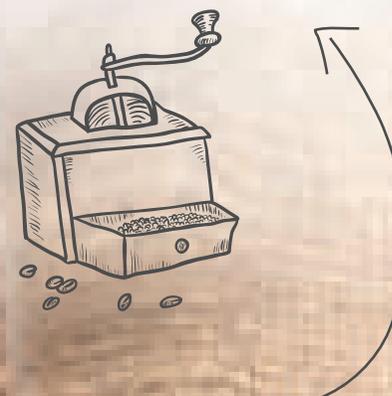


Tracciabilità totale, filiera di qualità: nei prodotti Origine viene costruita la storia di ogni singolo prodotto anche attraverso un sistema di controlli certificati, dalla materia prima fino al prodotto finito.

Solidal



Linea che intende offrire opportunità di sviluppo autonomo ai produttori del Sud del mondo in condizioni di svantaggio. Attraverso la certificazione Fairtrade vengono garantiti ai produttori prezzi stabili, prefinanziamenti agevolati e contratti di acquisto di lunga durata.



Amici Speciali



Gustosi, sani, senza coloranti né conservanti e *cruelty free*, cioè non testati su animali. Queste sono le caratteristiche dei prodotti della linea dedicata agli animali domestici, realizzata in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Veterinarie per la Salute, la produzione animale e la Sicurezza alimentare dell'università di Milano.



Casa



Convenienti, di qualità e realizzati nel rispetto di valori e impegni definiti. Sono i prodotti per la detergenza, la pulizia e la gestione delle faccende domestiche. Tra questi, per esempio, tutti i prodotti a base di cellulosa sono certificati FSC, a garanzia di legno proveniente da foreste gestite secondo rigorosi standard ambientali.

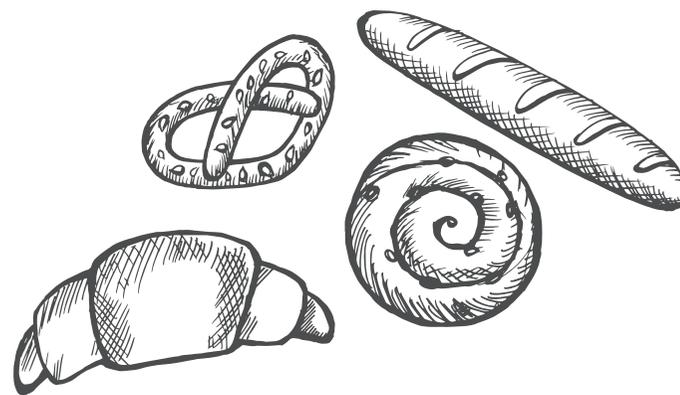


d'Osa



Una proposta qualificata di semilavorati e preparati e di tutti gli ingredienti necessari alla realizzazione in casa di un prodotto di pasticceria e panificati dolci e salati di alta qualità.

Completano l'offerta accessori (stampi, spatole, fruste...) e prodotti per la decorazioni.





La linea di prodotti per la bellezza e il benessere di tutta la famiglia, creata per accompagnare nei gesti quotidiani di detergenza e cura del corpo. Le formulazioni escludono il nichel e riducono le sostanze sensibilizzanti. In base al principio di precauzione, secondo l'uso o la funzione del prodotto, vengono identificate liste di ingredienti da adottare o escludere. Anche con IO Coop rinnoviamo il nostro impegno per l'ambiente realizzando le pratiche ricariche per saponi e bagnoschiuma.

L'assortimento a Marchio Coop è completato inoltre da alcuni farmaci da banco a Marchio Coop e da altri prodotti dedicati in specifico alla salute come la linea degli integratori e i preservativi. Questi prodotti sono presenti nei Corner Salute Nova Coop, nati con l'intento di difendere il potere di acquisto di Soci e clienti anche nel mercato farmaceutico. Chi si è rivolto a Coop Salute ha goduto, sul solo farmaco, di un risparmio in media del 25%. L'offerta comprende oltre 2.700 prodotti, la maggior parte dei quali farmaci senza obbligo di prescrizione, ma anche prodotti omeopatici e veterinari.



Vendite		2018	2017	2016
Totali *		992.621.183	1.002.716.523	998.042.824
PAM Coop *		235.365.433	235.279.838	238.685.523
di cui:				
Tutela *		91.950.884	103.788.349	109.304.082
Fiorfiore *		46.326.046	41.904.494	40.828.339
Origine *		46.529.363	40.448.775	40.657.896
ViviVerde *		21.087.425	20.617.977	19.898.698
Amici Speciali *		4.892.294	4.925.848	4.787.774
Solidal *		5.660.600	6.033.752	5.312.779
Bene.sì *		4.481.350	3.826.366	3.919.231
Crescendo *		2.611.302	2.781.243	2.724.886
Casa *		10.306.186	10.376.577	10.653.253
d'Osa *		497.152	3.814	0
lo *		1.022.830	572.644	598.585

LE CERTIFICAZIONI ECOLOGICHE

I Prodotti a Marchio Coop presentano, tra le tante, anche numerose certificazioni che testimoniano la nostra adesione a quanto richiesto dai più esigenti standard europei e a iniziative internazionali volte alla tutela dell'ecosistema.



Ecolabel: è il marchio Europeo di qualità ecologica concesso ai prodotti che rispettano severi criteri 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.



Certificazione FSC: per i prodotti Coop interessati 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, 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.



Pesca Sostenibile: Coop è da sempre all'avanguardia sulle politiche che puntano ad una corretta gestione degli ecosistemi marini, per una pesca rispettosa dei mari e delle popolazioni costiere che da essi dipendono. Coop è stata la prima catena distributiva italiana ad essere inserita nell'elenco ufficiale delle aziende certificate "Dolphin safe", progetto che monitora le modalità di pesca del tonno in modo da preservare le uccisioni non volute di delfini. Coop ha inoltre aderito al progetto "Friend of the Sea" per un'attività ecologicamente e socialmente sostenibile con metodi selettivi e non dannosi per l'ecosistema, nel rispetto del Codice di Condotta per la Pesca Responsabile della FAO. Nel maggio 2007 Coop ha deciso, con grande senso di responsabilità, di sospendere nei propri negozi la vendita di tonno rosso (*Thunnus thynnus*), valutabile in circa 6.000 tonni all'anno, andando oltre l'appello che il WWF aveva rivolto alle aziende, nel quale si chiedeva di rinunciare ad almeno la metà di questo tipo di tonno.

L'EPD® (Environmental Product Declaration): È un documento verificato e registrato, che permette di comunicare informazioni trasparenti e comparabili sull'impatto ambientale di un prodotto in tutto il suo ciclo di vita, partendo dalle materie prime fino ad arrivare alla distribuzione e allo smaltimento.

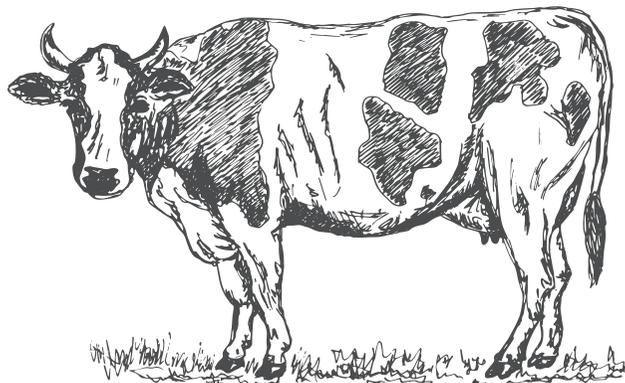
BENESSERE ANIMALE

Coop è la catena di distribuzione, in Italia, più sensibile e più impegnata sul tema della difesa del benessere animale e della tutela delle specie a rischio, considerando il crescente interesse e la maggiore sensibilità su questi temi dei nostri Soci e clienti.

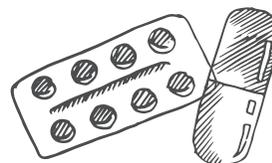
Una scelta in linea con il percorso di sostenibilità di Coop, a cui il benessere animale è legato, anche per quanto riguarda le condizioni degli animali nelle filiere zootecniche. Per questo ci siamo dotati di un Codice Etico che definisce politiche e criteri di controllo sulla qualità della vita degli animali negli allevamenti delle filiere.

Per quanto riguarda l'assortimento, da anni Coop esclude completamente dalla vendita le uova di galline allevate in batteria e per i propri Prodotti a Marchio sono escluse dalla vendita referenze che comportino la spiumatura di animali vivi, le carni provenienti da animali clonati, le pellicce naturali.

In coerenza con la coscienza ecologica del cruelty free e in linea con la politica del "non testato sugli animali" per i cosmetici, anche sul pet food a Marchio Coop non vengono effettuate sperimentazioni sugli animali né sostenute pratiche che possano causarne. Per questo motivo è garantito dalla più grande organizzazione al mondo per i diritti degli animali, la Peta UK e rientra nella lista positiva di OIPA (Organizzazione Internazionale Protezione Animali).



ALLEVIAMO LA SALUTE



L'ANTIBIOTICO RESISTENZA È UN PROBLEMA INDIVIDUATO A LIVELLO EUROPEO E MONDIALE DA ORGANIZZAZIONI COME

L'ORGANIZZAZIONE MONDIALE DELLA SANITÀ ED È UN PROBLEMA NON DI SICUREZZA ALIMENTARE MA DI SALUTE PUBBLICA.

COOP INTENDE SVOLGERE UN RUOLO ATTIVO NELLA PREVENZIONE DELL'ANTIBIOTICO RESISTENZA, AFFIANCANDO LE ISTITUZIONI E PROMUOVENDO, CON LE SUE SCELTE E AZIONI, UN CAMBIO SOSTANZIALE NELLE PROPRIE FILIERE, AL FINE DI PERSEGUIRE UNA DRASTICA RIDUZIONE DELL'USO DI ANTIBIOTICI NEGLI ALLEVAMENTI E DI OTTENERE CARNI E PRODOTTI DERIVATI DA ANIMALI ALLEVATI SENZA USO DI ANTIBIOTICI.



Alzare il benessere animale e sviluppare migliori gestioni degli allevamenti sono le condizioni necessarie per raggiungere l'obiettivo: animali che vivono meglio hanno meno bisogno



di essere curati; migliore salute e migliore benessere equivalgono a migliore qualità del prodotto finito.

Per tale ragione dalla primavera del 2017 Coop ha lanciato la campagna "Alleviamo la Salute", riducendo ed eliminando l'uso degli antibiotici dagli allevamenti avicoli, poi da quelli suini fino ad arrivare, gradatamente a quelli bovini.

Servizi ai Soci

Promozioni e sconti dedicati, possibilità di accumulare punti e convertirli in sconti, oltre a questo i Soci Nova Coop possono usufruire di numerosi altri benefici, che sono parte integrante dello scambio mutualistico tra loro e la Cooperativa.

SERVIZI DI NATURA FINANZIARIA



Oltre al Prestito Sociale, gli informatori e le informatrici del prestito, presenti in tutti i punti vendita della rete Nova Coop, propongono ai Soci polizze di assicurazione, mutui, finanziamenti e prestiti personali con condizioni particolarmente agevolate. Nova Coop ha scelto UnipolSai per offrire le migliori soluzioni per la mobilità, la casa, la protezione delle persone, degli animali domestici e il risparmio.

TURISMO

La collaborazione con Robintur Travel Partner consente di offrire ai Soci una ricca e articolata proposta di gite sociali, viaggi e soggiorni in Italia e all'estero. I Presidi Soci sono fondamentali nel raccogliere le aspettative dei Soci e nel promuovere le offerte predisposte dal tour operator. **Nel 2018 sono state oltre 3.100 le persone che hanno viaggiato.**



*convenzioni in vigore a fine 2018

oltre 200

CONVENZIONI

Le convenzioni offrono ai Soci la possibilità di usufruire di particolari agevolazioni anche fuori dai punti vendita Coop. **A fine 2018 le convenzioni in vigore erano oltre 200**, cui è necessario aggiungere le convenzioni temporanee legate a specifici eventi e manifestazioni nel corso dell'anno.

Tutte le convenzioni proposte sono visibili sul sito www.vivicoop.it

L'offerta delle convenzioni si articola in 6 aree tematiche e vede la collaborazione della Cooperativa con le strutture presenti sul territorio o anche in altre regioni, in particolare per quando riguarda gli aspetti culturali, turistici e dei servizi.

Cultura



Salute



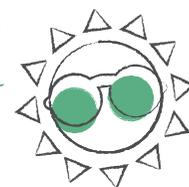
Sport



Benessere



Tempo Libero



Servizi e Prodotti

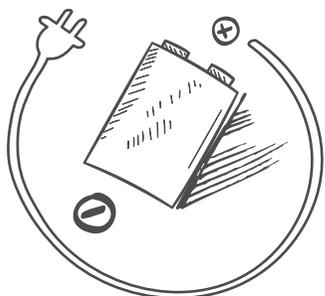


La tutela dell'ambiente

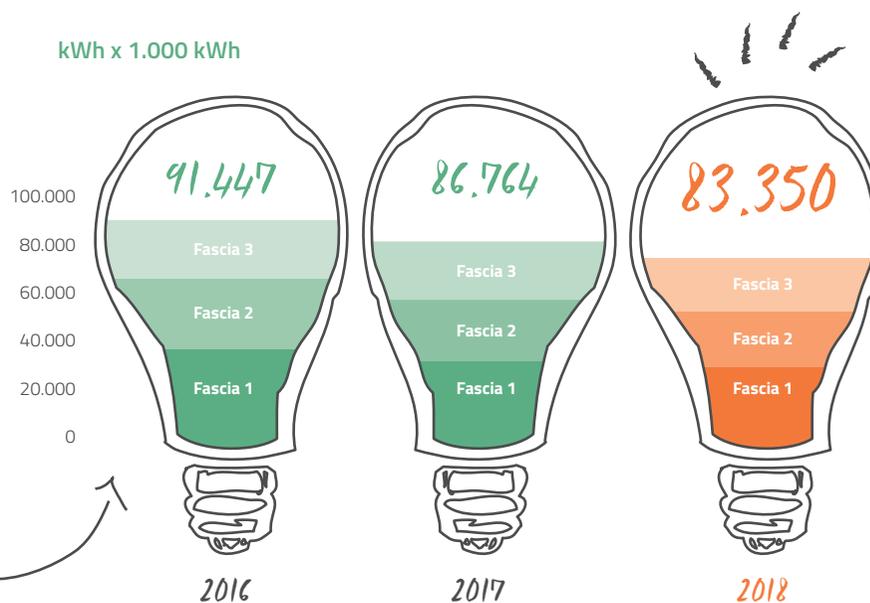
Il 2018 evidenzia ancora una volta come Nova Coop abbia intrapreso azioni concrete nella riduzione e risparmio dei consumi energetici in tutti i punti vendita presenti sul territorio. Importanti sono anche le politiche legate alla gestione dei rifiuti e alla lotta allo spreco alimentare, grazie anche al progetto "Buon Fine".

RISPARMIO ENERGETICO

Nel 2018 il consumo totale di energia elettrica, al lordo della rifatturazione a terzi, è stato di 83.350.000 kWh, pari a un costo di circa 12.514.000,00 €. Considerando anche la quota derivante dalla produzione di fotovoltaico dedicata all'autoconsumo sono stati utilizzati circa 86.906.000,00 kWh.



RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE
(86.764.000 kWh)
ABBIAMO CONSUMATO CIRCA
UN 3,9% IN MENO,
ANDAMENTO IN RIDUZIONE
CHE SI MANTIENE DAGLI ANNI
PRECEDENTI:



Il risparmio ottenuto è dovuto a diversi fattori, tra i quali un'accurata sorveglianza degli impianti grazie ai sistemi **BMS** (Building Management System)*, interventi sugli impianti di illuminazione (relamping, in sedi negozi), ristrutturazioni dei negozi (es: Ipermercato di Gravellona Toce) e installazione di economizzatori energetici (in quattordici punti vendita).

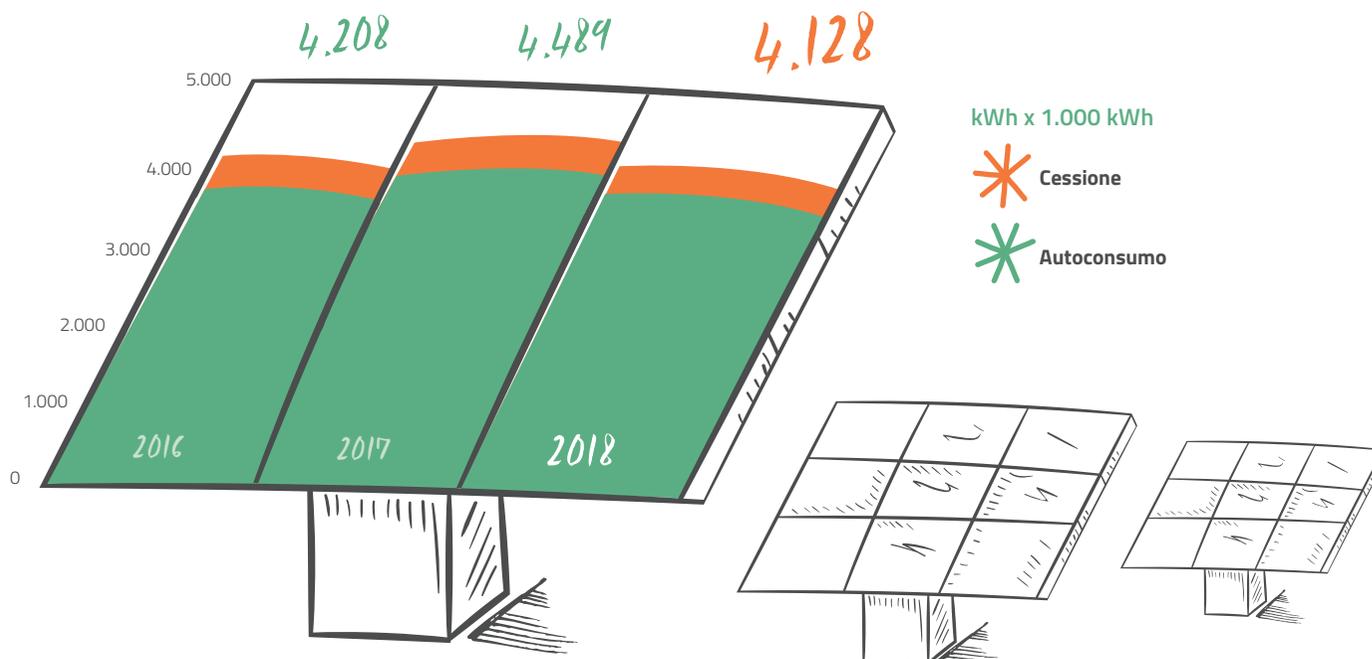
* Sistema per la gestione integrata dell'impiantistica dell'edificio, con componenti di building automation e software di supervisione.

Impianti fotovoltaici

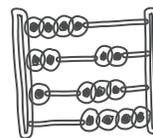
Ad oggi i 18 impianti installati hanno una capacità produttiva di oltre 4 milioni di kWh. Tali impianti operano in regime di scambio sul posto e questo consente di sopperire, almeno in parte, al fabbisogno energetico e alla necessità di prelievo diretto dalla rete di distribuzione. Nel 2018 si è prodotto 4.128.000,00 kWh di cui 3.556.000 kWh sono stati autoconsumati e 572.000,00 kWh ceduti. Ciò comporterà anche un alleggerimento della bolletta energetica per un valore che, si stima, dovrebbe aggirarsi attorno ai 533.400,00 euro. A questo risparmio deve essere poi aggiunto il contributo erogato dal Gestore dei Servizi Energetici per tale produzione.

La produzione dovuta ai nostri impianti fotovoltaici è rimasta leggermente più bassa rispetto all'anno precedente, questo è dovuto al fatto che gli impianti tendono a diminuire la resa e che ci sono state delle condizioni meteo non favorevoli.

In ogni caso, grazie ai nostri programmi informatici, creati appositamente per la corretta sorveglianza degli impianti, siamo riusciti ad avere una produzione di energia elettrica simile/allineata con gli ultimi anni:



I sistemi BMS (Building Management System)



I sistemi di gestione dei nostri negozi (sede inclusa) consentono di monitorare e controllare servizi quali illuminazione, freddo alimentare, riscaldamento, ventilazione e condizionamento d'aria e di garantire che questi funzionino ai massimi livelli di efficienza e risparmio. Questo risultato è ottenuto preservando l'equilibrio ottimale fra condizioni, uso di energia e requisiti di funzionamento. In pratica, abbiamo una fotografia in tempo reale di come stanno lavorando gli impianti e nel caso di funzionamenti anomali/guasti il sistema in automatico genera degli allarmi in modo tale da riuscire a intervenire nel minor tempo possibile. Abbiamo inserito dei misuratori energetici che ci consentono di capire con una frequenza che arriva al quarto d'ora quanto stiamo consumando. Abbiamo inoltre delle piattaforme informatiche che storicizzano i consumi e generano dei report in maniera tale da poter fare analisi approfondite dell'andamento dei consumi nei diversi impianti (climatizzazione, illuminazione, freddo alimentare, ecc.)

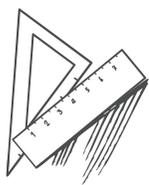
Interventi sugli impianti di illuminazione (relamping)



Con il termine relamping LED, si intende la sostituzione di quelle lampade divenute ormai inefficienti, come lampade ad incandescenza, alogene o fluorescenti, con delle moderne lampadine LED. Tale sostituzione non comporta interventi di sorta sugli impianti già esistenti: si tratta semplicemente di sostituire le vecchie lampadine con i loro omologhi LED, aventi le medesime dimensioni e tipologia di attacco.

Nel nostro caso il relamping si traduce in un duplice vantaggio: risparmio energetico, grazie ai consumi ridotti fino al 60%, e spese di manutenzione assai ridotte, grazie alla maggior durata delle lampadine LED, che dunque necessitano di essere sostituite più di rado.

Ristrutturazioni dei negozi



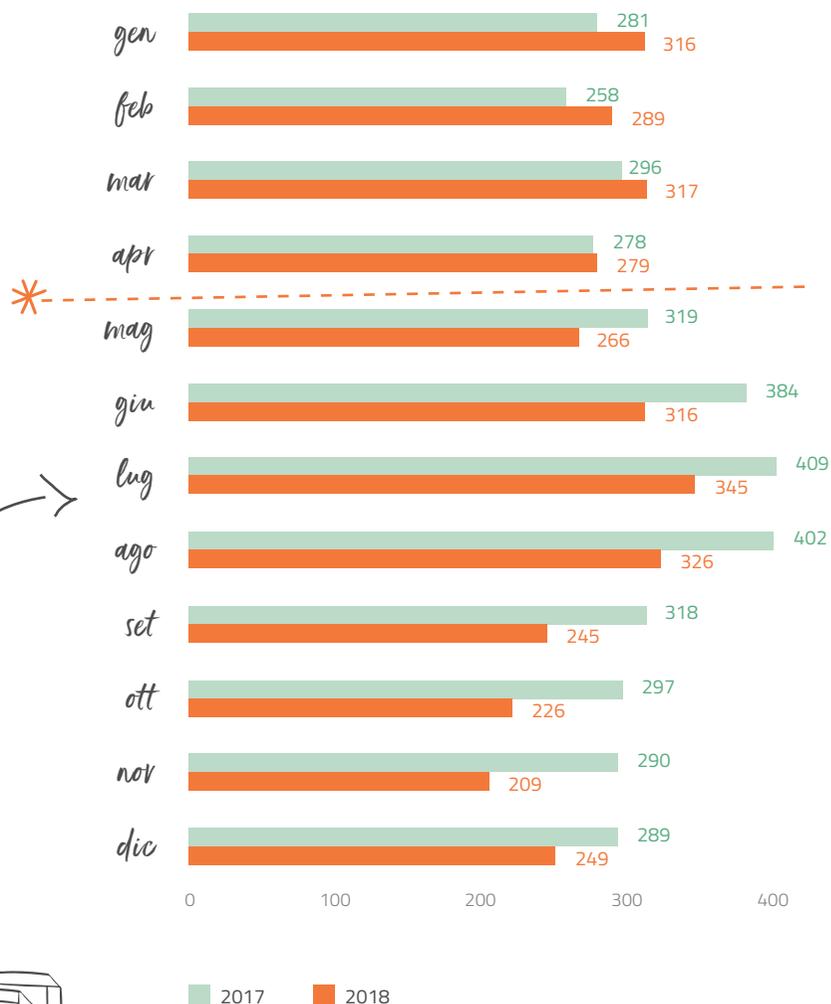
Nel 2018 sono stati fatti interventi di ristrutturazione nei negozi di Gravellona Toce, Chivasso e Trecate. I lavori ci portano ad avere un risparmio importante dei consumi energetici:

- Relamping
- Sostituzione dell'impianto freddo alimentare

Nella grafica a lato si rappresentano la distribuzione mensile dei consumi di energia elettrica nel 2018 confrontati col 2017 nell'iper di Gravellona. Gli interventi elencati sopra sono stati fatti tra aprile e maggio, infatti si vede che la diminuzione dei consumi inizia da maggio in poi. Soltanto da giugno in poi si sono risparmiati circa 473,00 MWh, ovvero un risparmio di circa € 70.950,00 (costo della tariffa nel 2018 è pari a 150€ / MWh IVA esclusa).

Non possiamo computare il totale della differenza dei consumi agli interventi fatti (ci sono altri fattori, esempio: clima esterno), ma sicuramente gran parte del risparmio ottenuto è dovuto alla ristrutturazione.

kWh x 1.000 kWh



Installazione di economizzatori energetici



Gli economizzatori energetici sono macchine in grado di adottare un sistema di rifasamento, ovvero di ridurre lo scambio di energia reattiva tra l'utilizzatore finale e la rete di distribuzione. Il rifasamento consiste nel fornire localmente un carico capacitivo in grado di bilanciare l'energia reattiva induttiva, riducendone lo scambio con la rete elettrica. In parole povere: una macchina in grado di "pulire" l'energia elettrica e di conseguenza di ridurre i consumi energetici elettrici.

Abbiamo verificato che il risparmio ottenuto grazie all'installazione di questa apparecchiatura arriva al 4% del consumo complessivo del negozio. Nel 2018 abbiamo installato gli economizzatori in 14 punti vendita. Con questo intervento si stima un risparmio annuo di circa 340,00 MWh/anno, ovvero un costo di circa € 51.000,00/anno.

LA GESTIONE DEI RIFIUTI



"LA NOSTRA PROSPERITÀ E IL NOSTRO AMBIENTE SONO FRUITO DI UNA ECONOMIA CIRCOLARE INNOVATIVA. DOVE NULLA SI SPRECA, DOVE LE RISORSE NATURALI SONO GESTITE IN MODO SOSTENIBILE E DOVE SI TUTELA, SI APPREZZA E SI RIPRISTINA LA BIODIVERSITÀ CON MODALITÀ CHE MIGLIORANO LA TENUTA DELLA NOSTRA SOCIETÀ"

Il concetto di economia circolare riportato, espresso dalla Commissione Europea, risponde al desiderio di crescita sostenibile, nel quadro della pressione crescente a cui produzione e consumi sottopongono le risorse mondiali e l'ambiente. La transazione verso una economia circolare richiede la partecipazione e l'impegno di tutti. La politica può offrire alle imprese condizioni strutturali, prevedibilità e fiducia, valorizzare il ruolo dei consumatori e definire come i cittadini possono beneficiare dei vantaggi dei cambiamenti in corso.



Le imprese possono mettere in pratica soluzioni per riprogettare le catene di fornitura, migliorando l'efficienza nell'impiego delle risorse e la circolarità.

I consumatori, con le scelte sostenibili, possono influenzare una serie di fattori, tra cui il mutamento critico del pensiero – da "consumatore" a "utilizzatore".

Attualmente in Italia ogni anno si producono circa 30 milioni di tonnellate di rifiuti urbani; ogni abitante quasi 1,5 kg al giorno. Il 22% di questi rifiuti sono organici, circa un centinaio di kg di scarti di cucina che se ben separati si possono trasformare in biogas o in ottimo compost fertilizzante.

Le normative vigenti, in attuazione delle recenti Direttive Europee, sono rivolte a sensibilizzare il concetto di economia circolare, al fine di adottare tutte le misure necessarie per conseguire, entro il 2020, l'aumento del 50% della preparazione per il riutilizzo e il riciclaggio di rifiuti di carta, metalli, plastica e vetro provenienti dai nuclei domestici e del 70% per il recupero degli altri materiale, quali, rifiuti da costruzione e demolizione.

Coop che è sempre attenta a tutti i temi sociali, si conferma, ancora una volta leader su questi aspetti. È l' unica catena italiana ad avere aderito alla campagna UE per la riduzione della plastica vergine.

Anche Nova Coop, nel pieno rispetto delle normative ambientali e in linea con i parametri Nazionali e Regionali, da sempre è attenta alla gestione dei rifiuti ed effettua la raccolta differenziando in modo massivo tutte le principali categorie di rifiuto.

Nel 2018 l'attività della Cooperativa, in relazione all'andamento degli acquisti e delle vendite e della sempre più attenta gestione delle risorse, ha prodotto 212 tonnellate di rifiuti in meno rispetto all'anno precedente, di cui l'84% di questi destinati al recupero e al riciclo, attraverso imprese specializzate nel settore e naturalmente dotate di tutte le autorizzazioni di legge.

Nella pagina accanto il riepilogo in tonnellate dei rifiuti avviati al recupero nel corso dell'anno.

Rifiuti avviati al recupero

	2018	2017	Var %
Imballaggi carta e cartone 	6.288	6.293	1,00%
Imballaggi in plastica 	386	292	1,32%
Imballaggi in legno 	231	181	1,28%
Oli e grassi commestibili 	50	52	0,96%
Ferro e acciaio 	76	48	1,58%
Imballaggi in vetro 	26	36	0,72%
Speciali non pericolosi (toner, pile alcaline, ecc.) 	18	581	0,03%
Pericolosi 	5	23	0,22%
Indifferenziato e imballaggi misti conferimento privato 	78	147	0,53%
Organico conferimento privato 	643	306	2,10%
Organico e indifferenziato conferimento comunale 	1.782	1.794	0,99%
Materiali di categoria 3 (pesce, carne, latte e derivati) 	1.097	1.139	0,96%
* Totale	10.680	10.892	

COOP CHE È SEMPRE ATTENTA A TUTTI I TEMI SOCIALI, SI CONFERMA, ANCORA UNA VOLTA LEADER SU QUESTI ASPETTI.

È L'UNICA CATENA ITALIANA AD AVERE ADERITO ALLA CAMPAGNA PER LA RIDUZIONE DELLA PLASTICA VERGINE.



Riduzioni TARI
Valore delle riduzioni per effetto della raccolta differenziata:



381.090 €

2017

Var%
104%

BUON FINE



Conscia della propria responsabilità in quanto anello fondamentale di una filiera che lega produttori e consumatori, Nova Coop si impegna per ridurre gli sprechi all'interno dei propri processi, supportando i fornitori per una ottimizzazione quantitativa e qualitativa delle produzioni, promuovendo il consumo consapevole tra Soci e clienti e, infine, donando alle Onlus del territorio prodotti non più vendibili ma ancora consumabili.

Con il progetto Buon Fine Nova Coop ha definito apposite procedure interne che definiscono quali prodotti possano essere donati e con quali modalità. Questo progetto è iniziato formalmente con l'entrata in vigore della Legge del Buon Samaritano nel 2003 ed ha visto crescere progressivamente il numero di realtà coinvolte (sia associazioni che punti vendita Coop) e di prodotti donati grazie alla crescente attenzione da parte del personale dei punti vendita.

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.



* Nel corso del 2018 grazie a questo progetto è stata donata merce per un valore complessivo di circa

4.700.000 euro



È così possibile unire chi risponde alle emergenze della povertà con chi cerca di proporre e costruire un sistema di consumi più giusti, che limiti sempre di più le disuguaglianze e crei occasioni di sviluppo. In particolare con il progetto "Buon Fine" si valorizza la peculiarità di Nova Coop rispetto alle altre catene di supermercati che pure fanno donazioni, e che consiste nella possibilità, attraverso i Presidi Soci, di soddisfare le esigenze specifiche delle Onlus e del territorio dove operano, in una logica di prossimità non solo territoriale, ma anche umana.

I rapporti con le singole Onlus sono regolati inoltre 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 e per tutti i supermercati e ipermercati sono stati definiti nel tempo rapporti con specifiche 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 2018 grazie a questo progetto è stata donata merce per un valore complessivo di circa 4.700.000 euro.



Innovazione

In un contesto socio-economico sempre più dinamico, saper cogliere i segnali di cambiamento diventa strategicamente fondamentale per realtà come la nostra che vuole proporsi come soggetto generatore di valore e radicato sul territorio.

Innovazione è innanzitutto sapersi posizionare sul mercato basandosi sull'ascolto delle nuove esigenze dei nostri Soci e clienti, che dopo la crisi economica sono diventati più attenti ed esigenti nelle loro scelte di consumo. Questo ci permette di poter meglio indirizzare le nostre scelte in base ai loro bisogni per sperimentare e quindi poi implementare i servizi e l'assistenza all'interno dei nostri punti di vendita. Fondamentale diventa saper rendere sempre più piacevole l'esperienza di acquisto, abbattendo per esempio i tempi di attesa alle casse e ai banchi serviti. Abbiamo nel 2018 provato nuove strade in tal senso, si veda la progettazione e realizzazione dell'innovativo format del **superstore di via Botticelli a Torino** dove abbiamo inserito, tra l'altro, totem digitali elimina code per il servizio ai banchi assistiti ➤➤.

Da sempre inoltre utilizziamo la tecnologia atta a ridurre gli sprechi energetici e l'impatto sull'ambiente.

Siamo stati tra i **primi in Italia** a chiudere i banchi frigo e ad utilizzare impianti a LED nei punti vendita.

L'innovazione per noi non va intesa solo in senso tecnologico, ma si declina anche nel modo di proporre nei punti vendita un'offerta sostenibile, etica, trasparente e al passo con i tempi ➤➤;

Ci siamo dimostrati spesso innovativi anche nella nostra **attività sociale** sul territorio come dimostrano i casi di progettazione partecipata sperimentati in questi anni, o i tanti progetti dedicati ai giovani.

Infine, per quanto riguarda i processi aziendali interni, nell'ottica di una maggiore efficacia, efficienza e di ottimizzazione dei costi di gestione, abbiamo avviato innovativi progetti di organizzazione aziendale, come quello del **Project Management**, un sistema gestionale dei processi e progetti aziendali orientato ai risultati.

L'INNOVAZIONE NEI PROGETTI SOCIALI

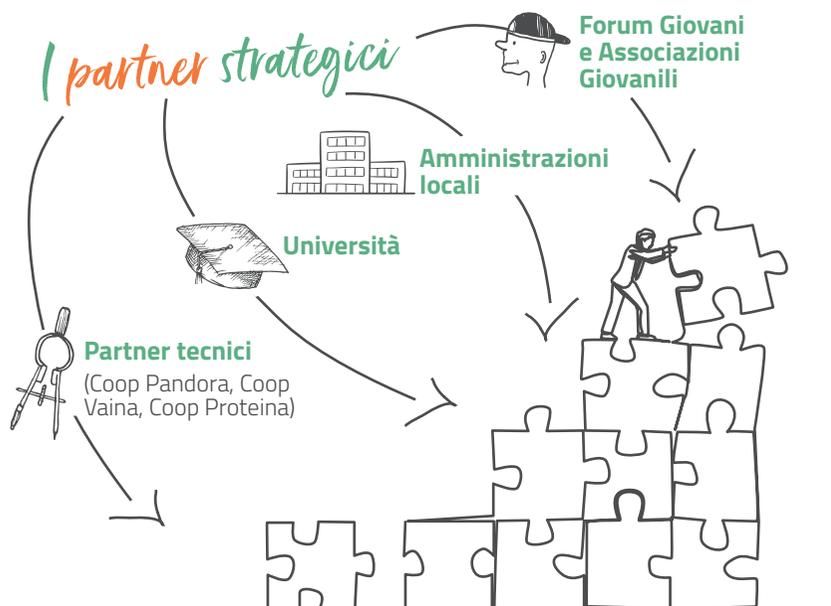
Essere soggetto radicato nel territorio significa per noi anche aprirsi alle idee e agli stimoli che da esso arrivano. Si tratta della cosiddetta **open innovation** ("innovazione aperta") un modello di innovazione secondo il quale le imprese, per creare più valore e competere meglio sul mercato, non possono basarsi soltanto su idee e risorse interne, ma ricorrono anche a strumenti e competenze che arrivano dall'esterno, in particolare da startup, università, istituti di ricerca, giovani generazioni.

In particolare i progetti che elencheremo qui di seguito hanno, in parte l'obiettivo di coinvolgere e ascoltare le nuove generazioni, in parte quello di raccogliere i bisogni della cittadinanza sul tema del ripensare i luoghi di acquisto nella grande distribuzione per innovare la funzione e la percezione dello spazio commerciale da luogo di consumo a luogo di relazione.

➤➤
Si veda
pagina
89

➤➤
Si veda
pagina
90





COOPACADEMY



CoopAcademy è un progetto originale **Nova Coop**, sviluppato di concerto con la cooperativa **Proteina**, per sostenere e accompagnare il **protagonismo dei giovani intorno ai valori Coop**. Lo facciamo scommettendo in primo luogo sulla creatività e la freschezza dei ragazzi stessi attraverso percorsi di formazione e successivi momenti di co-progettazione, che facilitano la costituzione di comunità di giovani sui diversi territori e la realizzazione di eventi, progetti su tutto il territorio piemontese, soprattutto all'interno dei nostri punti vendita e gallerie commerciali. CoopAcademy ha l'ambizione di diventare altresì lo strumento di **Open Innovation** di Nova Coop e dei suoi portatori di interesse, costituendosi a tutti gli effetti come un portale d'innovazione, continuamente sostenuto e alimentato dall'originalità, la freschezza e le idee di giovani universitari e studenti.

Info sui progetti qui: www.coopacademy.it

BELLA META



Nel 2015 alcuni giovani hanno partecipato ai campi estivi organizzati da **Libera e Nova Coop** presso **Cascina Caccia a San Sebastiano da Po**, bene sottratto alle mafie: per condividere e veicolare idee, progetti, iniziative sul tema della legalità e diffonderli sul territorio hanno deciso di riunirsi dando vita al gruppo "Bella Meta".

Da allora ad oggi il gruppo si è ritrovato numerose volte per co-progettare attività di sensibilizzazione nei nostri punti vendita. Nel 2018, in particolare, i giovani di Bella Meta hanno approfondito il tema della filiera etica, incontrando realtà torinesi attive nel campo della sostenibilità e nell'economia carceraria e visitando FICO a Bologna. Particolarmente significativa è stata poi l'esperienza estiva a Polistena, ospiti della Cooperativa Valle del Marro – Libera Terra.

* **Giovani direttamente coinvolti nella progettazione**



324

* **Eventi**

82



* **Partner coinvolti**



145

* **Partecipanti agli eventi**

22.223

* **Comunicati stampa**



75

COCODÈ (Comunità Collaborativa di Esperti)



Cocodè è un progetto di portierato di quartiere sviluppato alla Coop di Trecate in via sperimentale, attivo dal 2017, grazie alla collaborazione di Nova Coop e l'associazione milanese Housing Lab. Nel 2018, hanno preso il via alcune iniziative proposte dai cittadini presso la sala Soci della Coop, dallo scambia vestiti per bambini e per donne, al club del libro, ai corsi di trucco e di meditazione.

IPERSPAZIO



La Sala Soci adiacente al centro commerciale, con accesso esterno, è stata adattata perché fosse il più possibile polifunzionale, sperimentando una forma di uso misto privato/pubblico:

lo spazio è utilizzato, oltre che da Coop e dal Comune con il progetto Collegno Giovani, anche dalle associazioni locali. In questo luogo si è realizzato un laboratorio di Internet delle cose, in collaborazione con il Centro per l'Innovazione Tecnologica dell'Università di Torino.

Cocodè -offre:



* **Gli abitanti del quartiere possono richiedere piccole commissioni, che sono svolte da un abitante del quartiere.**

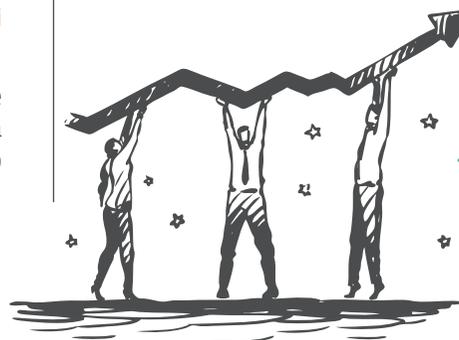
* **Il servizio che consente di trovare una persona di fiducia, un vicino di casa, per lavoretti casalinghi.**

* **Nella Sala Soci Coop si svolgeranno corsi di vario tipo.**

PROJECT MANAGEMENT: LA GESTIONE DEI PROGETTI

Il Project Management è un sistema gestionale orientato ai risultati nei processi di progettazione aziendali. Possiamo definirlo come "gestione sistemica di un progetto complesso, unico e di durata determinata, rivolto al raggiungimento di un obiettivo chiaro e predefinito mediante un processo continuo di pianificazione e controllo di risorse differenziate e con vincoli interdipendenti di costi – tempi – qualità".

Il Piano Strategico ha posto l'accento sull'obiettivo Essere Produttivi ed ha individuato nel Project Management e nella sua diffusione in tutta l'azienda, uno degli elementi cardine per il suo raggiungimento.



L'APPLICAZIONE DEL PROJECT MANAGEMENT RESTA CERTAMENTE UNA SFIDA IMPEGNATIVA E INNOVATIVA. UNO SFORZO ORGANIZZATIVO, DI PROCESSO E CULTURALE MOLTO RILEVANTE MA CHE, SE APPLICATO CON RIGORE, PUÒ MIGLIORARE CERTAMENTE LE PERFORMANCE AZIENDALI.



PROJECT MANAGEMENT



NEL 2017 È STATO ISTITUITO UN UFFICIO DI PROJECT MANAGEMENT (PMO) ORGANIZZATIVAMENTE IN STAFF ALLA VICE PRESIDENZA-PIANIFICAZIONE STRATEGICA CON IL COMPITO PRINCIPALE DI "GOVERNARE" TUTTA L'ATTIVITÀ CHE IN NOVA COOP VIENE SVOLTA PER PROGETTI, INTERFACCIANDOSI CON TUTTE LE DIREZIONI AZIENDALI.

Il PMO ha la responsabilità di pianificare, coordinare e monitorare al fine di rendicontare tutti i team di progetto aziendali.

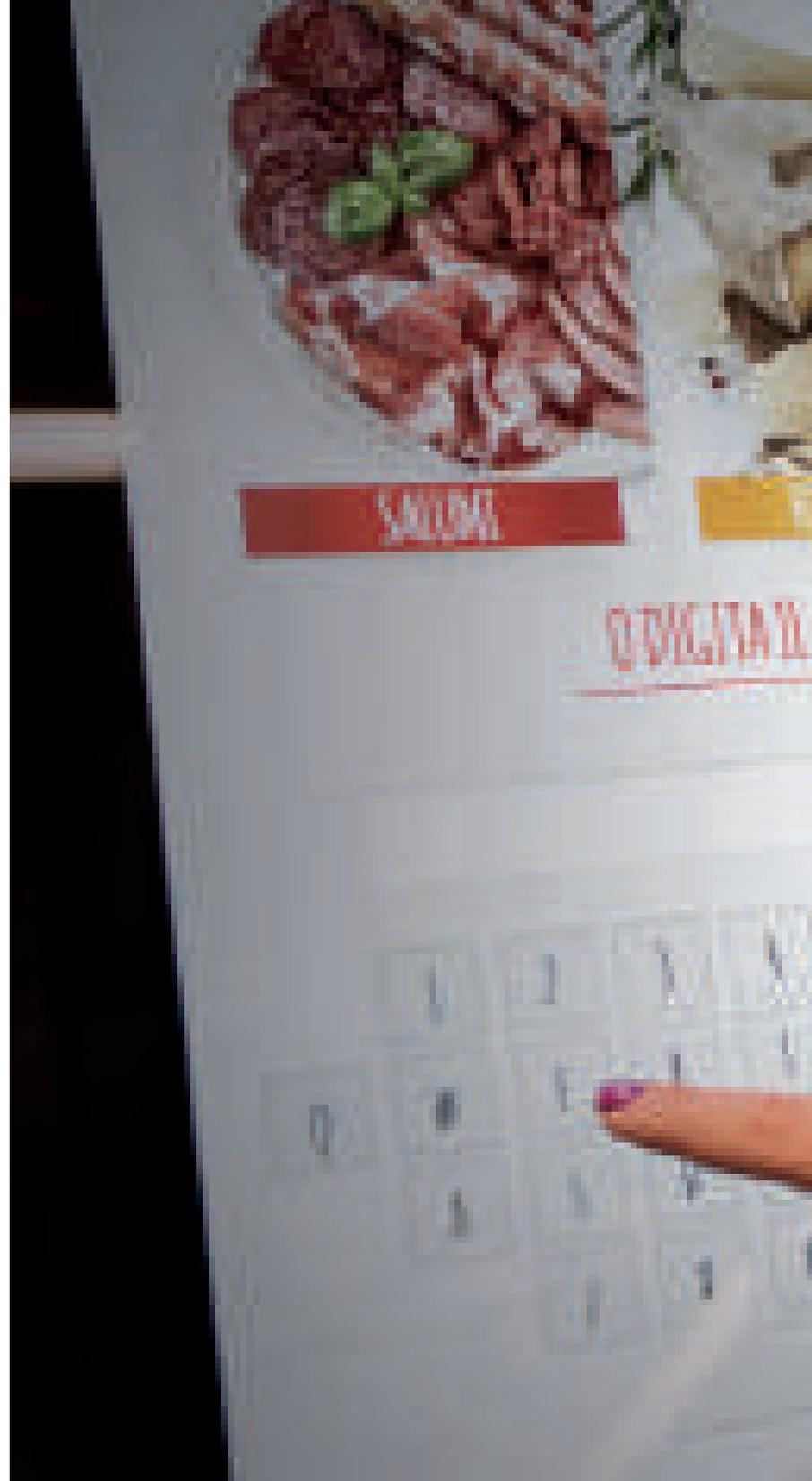
Dopo poco più di un anno dall'introduzione e dallo sviluppo strutturato dell'attività per progetti in Nova Coop, in parallelo all'attività per funzioni, possiamo certamente affermare che il Project Management, nel corso del 2018, ha consolidato la sua attività.

Sono stati individuati e gestiti oltre 40 progetti di varia natura con le opportune caratteristiche per essere accolti nella gestione del PMO (Project Management Office). Il progetto Privacy, le ristrutturazioni dei punti di vendita di Trecate e Chivasso, quelle di Gravellona Toce e Galliate, la realizzazione del nuovo superstore di via Botticelli, l'Intranet Aziendale sono solo alcuni esempi di questo importante lavoro svolto per progetti.

Lo sforzo principale è stato certamente quello organizzativo e di processo, cercando il coinvolgimento di tutte le direzioni aziendali per arrivare ad avere strumenti di lavoro e di condivisione utili e fruibili, al fine di avere una visione organica del nostro lavoro e poter valutare meglio le priorità nel rispetto di tempi, costi e qualità. Una delle attività strategiche è stata certamente la storicizzazione dei dati attraverso l'utilizzo di un software dedicato, necessaria per conseguire risultati sempre più performanti e per evitare il più possibile il ripetersi di errori.



05 Nota metodologica





Con la decima edizione del Bilancio di Sostenibilità, il secondo redatto seguendo gli Standard GRI, Nova Coop intende raccontare a tutti i propri portatori di interesse i risultati ottenuti e le principali attività realizzate durante l'anno 2018. Il perimetro di reporting è lo stesso del Bilancio Consolidato e comprende i risultati economici, ambientali e sociali considerati materiali per le attività gestite dall'organizzazione durante l'anno.

Il documento è stato redatto prendendo a riferimento i principi e alcuni indicatori numerici definiti dai **GRI Sustainability Reporting Standards**, pubblicati nel 2016 dal GRI – Global Reporting Initiative. Nell'indice dei contenuti GRI, di seguito riportato, è evidenziata la corrispondenza tra quanto previsto dagli standards GRI ed i contenuti del presente documento.

Il documento analizza le performance di sostenibilità partendo dall'identificazione dei temi maggiormente significativi. Il processo di definizione dei temi rilevanti è stato elaborato seguendo il principio della materialità, che considera gli effetti economici, sociali e ambientali più importanti per la cooperativa e per tutti i portatori di interesse.



CHE COS'È IL GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)



IL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) È
UN' ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE
INDIPENDENTE, CON SEDE AD AMSTERDAM.

ISTITUITA NEL 1997 ALLO SCOPO DI SVILUPPARE E PROMUOVERE UNA
METODOLOGIA PER LA REDAZIONE DI UN DOCUMENTO CHE DESCRIVA GLI
IMPATTI DI NATURA ECONOMICA, AMBIENTALE E SOCIALE CHE
UN' IMPRESA GENERA ATTRAVERSO LE PROPRIE ATTIVITÀ.

La diffusione delle linee guida GRI ha favorito la creazione di un **vocabolario comune della sostenibilità** e ha reso possibile comparare nel tempo e nello spazio le performance economiche, ambientali e sociali di imprese e organizzazioni, indipendentemente dal settore di appartenenza.



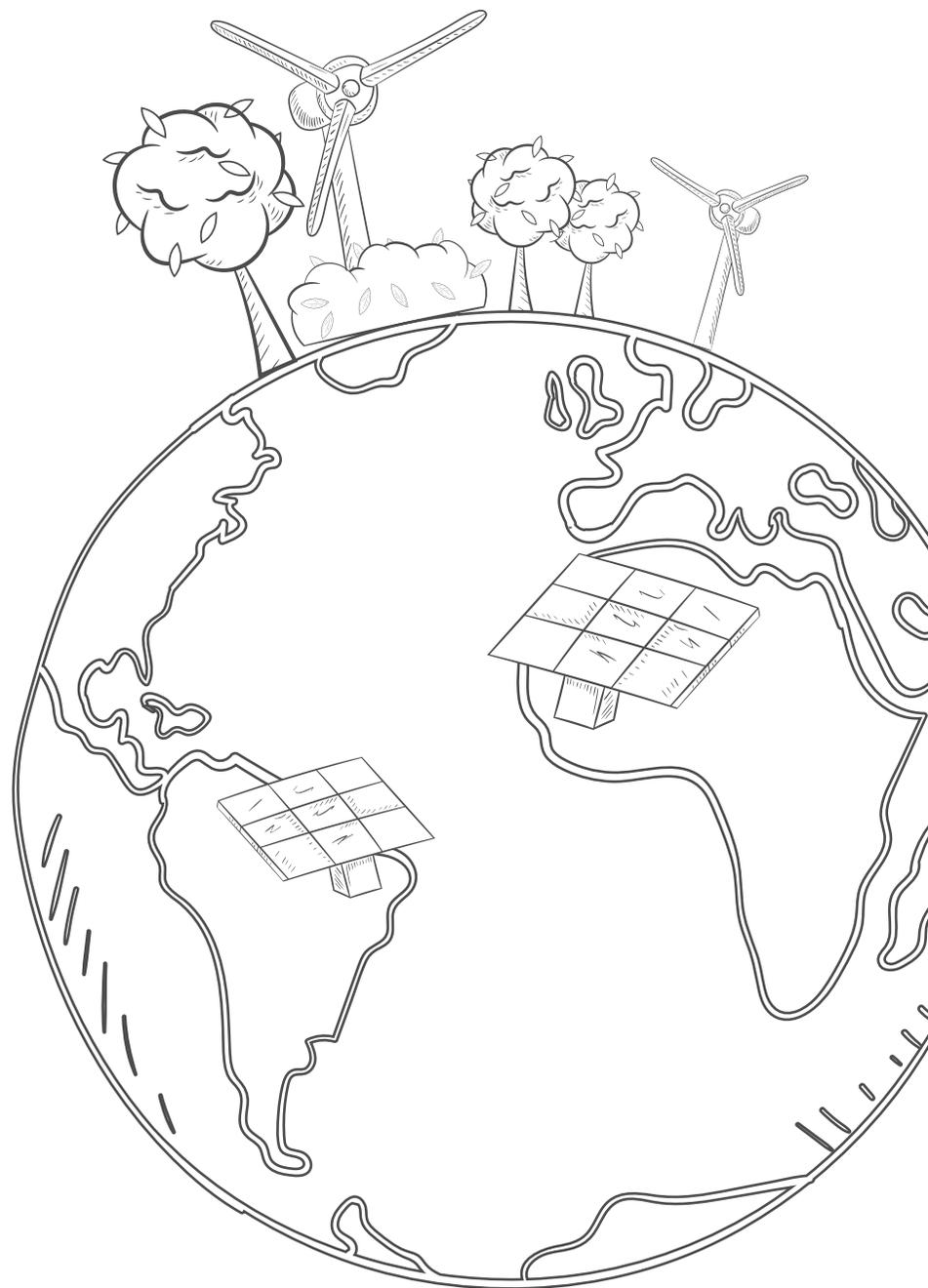
Per fornire un confronto con il passato e favorire la piena comprensione dei trend, i dati dell'ultimo anno sono messi in relazione ai dati degli esercizi 2016 e 2017. Le fonti dei dati sono rappresentate da documenti interni, informazioni emerse da analisi di settore e da altre fonti ufficiali indicate nel Bilancio. I contenuti presenti sono stati elaborati con la collaborazione di tutte le persone dell'azienda, che hanno partecipato attivamente alla raccolta delle informazioni e dei dati rilevanti.

I flussi di raccolta dati hanno fornito una base determinante per la solidità del modello di rendicontazione sviluppato.



PER QUALSIASI CHIARIMENTO O
APPROFONDIMENTO SULLE TEMATICHE
TRATTATE NEL PRESENTE BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ POTETE CONTATTARCI AL
SEGUENTE INDIRIZZO:

[SOCI.CONSUMATORI@NOVACOOP.COOP.IT](mailto:soci.consumatori@novacoop.coop.it)



La progettazione e redazione del documento hanno tenuto conto dei principi relativi al contenuto e dei principi relativi alla qualità richiesti dai GRI Standards, elencati di seguito.

Materialità

Nova Coop ha condotto, per il primo anno, un'analisi di materialità per determinare gli argomenti rilevanti per la propria organizzazione, scegliendo fra questi quelli fondamentali da rendicontare all'interno del Bilancio. I temi materiali sono stati selezionati in base ad una valutazione che comprende la rilevanza del singolo tema sia per l'azienda sia per i portatori di interesse.

Contesto di sostenibilità

Nova Coop ha analizzato il contesto di riferimento per il settore; le informazioni sullo scenario hanno consentito di realizzare un'analisi complessiva per posizionare l'organizzazione in termini di sostenibilità e fissare gli obiettivi possibili.

Inclusività

Nell'individuazione dei temi materiali e nell'elaborazione del Bilancio, Nova Coop ha tenuto in considerazione le aspettative dei propri portatori di interesse riferendosi alle esigenze da loro espresse e all'analisi del contesto di riferimento.

Accuratezza e chiarezza

Le informazioni sono state riportate in modo dettagliato per consentire una valutazione completa delle prestazioni di Nova Coop. I risultati sono stati espressi sia con valutazioni qualitative che con misurazioni quantitative, al fine di garantire una facile lettura delle informazioni a tutti i portatori di interesse.

Equilibrio e Prudenza

Una particolare cura per l'obiettività e la neutralità caratterizza questo documento, nel quale si dà evidenza a tutti gli aspetti della performance dell'azienda utili alla valutazione delle prestazioni e degli impatti complessivi verificatisi.

Completezza

Il presente documento include tutti i dati e le informazioni utili a comprendere gli impatti economici, ambientali e sociali significativi di Nova Coop verificatisi nel periodo di rendicontazione. Eventuali omissioni o restrizioni del perimetro di rendicontazione sono adeguatamente indicate e motivate all'interno del documento.

Comparabilità e Tempestività

I dati riportati sono rendicontati su base annua e sono elaborati in modo da garantire la comparabilità con le edizioni precedenti del Bilancio di Sostenibilità.



Indice dei contenuti GRI



* General Standard Disclosures

General Standard Disclosures	Pagina, riferimenti, note ed eventuali omissioni	Descrizione General Standard Disclosures
Profilo organizzativo		
102-1	Nova Coop	Nome dell'organizzazione
102-2	pag. 14, 15; da pag. 31 a pag. 36; da pag. 90 a pag. 100	Attività, marchi, prodotti e servizi
102-3	Via Nelson Mandela 4 Vercelli	Sede principale dell'organizzazione
102-4	pag. 12-13	Luoghi in cui opera l'organizzazione
102-5	pag. 15; pag. 52-53	Assetto proprietario e forma legale
102-6	da pag. 31 a pag. 35	Mercati serviti
102-7	pag. 8-9	Dimensione dell'organizzazione
102-9	da pag. 64 a pag. 71	Catena di fornitura
102-10	da pag. 64 a pag. 71	Variazioni significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura
102-13	pag. 14	Appartenenza ad associazioni
Strategia		
102-14	pag. 18	Dichiarazione dell'alta direzione
Etica e integrità		
102-16	pag. 10	Valori, principi, standard e norme di comportamento
Governance		
102-18	pag. 15	Struttura di governo

General Standard Disclosures	Pagina, riferimenti, note ed eventuali omissioni	Descrizione General Standard Disclosures
Stakeholder engagement		
102-40	pag. 26-27	Elenco dei gruppi di stakeholder
102-42	pag. 26-27	Identificazione e selezione degli stakeholder
102-43	da pag. 28 a pag. 30	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder
102-44	pag. 26-27	Argomenti chiave e criticità sollevate
Reporting		
102-47	da pag. 21 a pag. 23	Elenco dei temi materiali
102-48	da pag. 112	Modifiche alle informazioni inserite nei report precedenti
102-49	da pag. 112	Cambiamenti nella rendicontazione
102-50	01/01/2018 - 31/12/2018	Periodo di rendicontazione
102-51	2017	Data dell'ultimo rapporto
102-52	Annuale	Periodicità di rendicontazione
102-53	soci.consumatori@novacoop.coop.it Numero Verde 800238380	Recapiti per domande sul Rapporto di Sostenibilità
102-55	da pag. 112	GRI Content Index

* Specific Standard Disclosures

DMA e indicatori	Pagina, riferimenti, note ed eventuali omissioni	Descrizione DMA e indicatori
Categoria: Economica		
Aspetto: Performance economiche		
DMA		
GRI 201-1	da pag. 74 a pag. 77	Approccio gestionale Valore economico generato e distribuito
Categoria: Ambientale		
Aspetto: Energia		
DMA		
GRI 302-1	da pag. 101 a pag. 104	Approccio gestionale Consumi energetici all'interno dell'organizzazione
GRI 302-4	da pag. 101 a pag. 104	Riduzione del fabbisogno energetico

DMA e indicatori	Pagina, riferimenti, note ed eventuali omissioni	Descrizione DMA e indicatori
Categoria: Sociale		
Aspetto: Lavoro minorile		
DMA		Approccio gestionale
GRI 408-1	da pag. 66 a pag. 69	Attività e fornitori con rischio significativo di episodi di lavoro minorile
Aspetto: Lavoro forzato		
DMA		Approccio gestionale
GRI 409-1	da pag. 66 a pag. 69	Attività e fornitori con rischio significativo di episodi di lavoro forzato
Aspetto: Comunità locale		
DMA		Approccio gestionale
GRI 413-1	da pag. 81 a pag. 87	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazione degli impatti e programmi di sviluppo
Aspetto: Valutazione dei fornitori su criteri sociali		
DMA		Approccio gestionale
GRI 414-1	da pag. 64 a pag. 71	Nuovi fornitori valutati secondo criteri socioeconomici
GRI 414-2	da pag. 64 a pag. 71	Impatti sociali negativi lungo la catena di fornitura e azioni intraprese
Aspetto: Salute e sicurezza dei consumatori		
DMA		Approccio gestionale
GRI 416-1	pag. 38-39; da pag. 90 a pag. 99	Valutazione degli impatti di salute e sicurezza di prodotti e servizi
Aspetto: Etichettatura e marketing		
DMA		Approccio gestionale
GRI 417-1	pag. 92; pag. 98; pag. 99	Requisiti per l'informazione e l'etichettatura dei prodotti



Finito di stampare nel mese di luglio 2019

Direzione Politiche Sociali e Relazioni Esterne:
Silvio Ambrogio, Enrico Nada,
Alessandro Messina

Progetto grafico:
Sunday
Torino

Stampa:
Graf Art - Officine Grafiche Artistiche
Venaria Reale, Torino



Sede legale e operativa

Via Nelson Mandela, 4
13100 Vercelli
telefono 0161 299111
coop@novacoop.it



PARLA CON NOI
PUNTO SOCI



SITO INTERNET
WWW.E-COOP.IT



NUMERO VERDE
800-238380



FACEBOOK
NOVACOOP



TWITTER
NOVACOOP



BLOG ATTIVITÀ SOCIALI
WWW.VIVICOOP.IT



RIVISTA SOCI CONSUMATORI