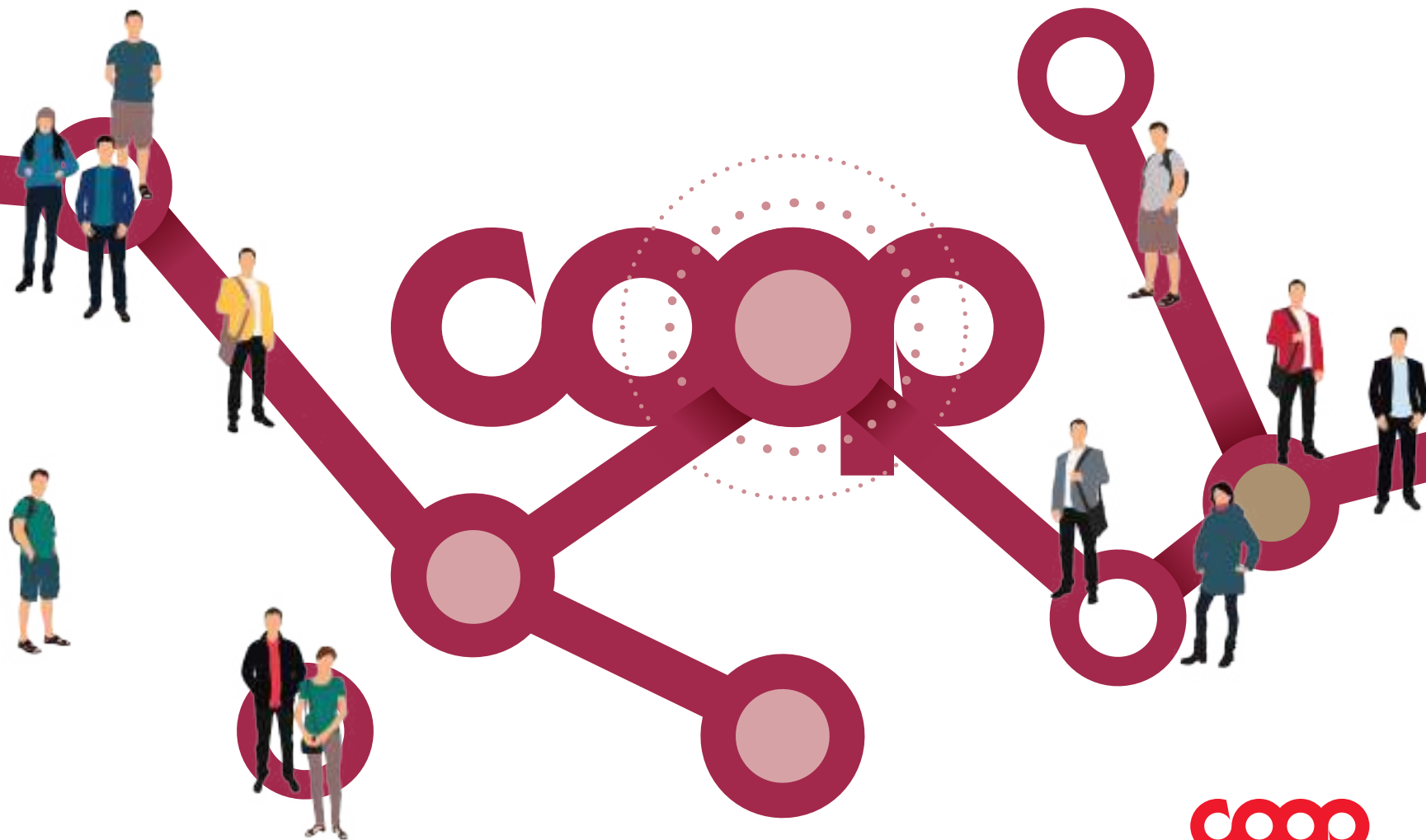


Bilancio di Condivisione 2017



coop
Novacoop

#ValoreCondiviso

Bilancio di Condivisione **2017**



Il Bilancio di Sostenibilità di Nova Coop





SOMMARIO

LETTERA DEL PRESIDENTE

p.4

CARICHE ISTITUZIONALI

p.6



01 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



02 INCLUSIONE E PARTECIPAZIONE

p.22

ASCOLTO E COINVOLGIMENTO DEI PORTATORI DI INTERESSE NOVA COOP
LA CENTRALITÀ DEL CLIENTE
ATTENZIONE AL DIPENDENTE E FORMAZIONE
COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO



03 UNA BASE DI REGOLE COMUNI

p.46

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



04 VALORE CONDIVISO

p.66

I NOSTRI RISULTATI
LA PRESENZA SUL TERRITORIO
CONDIVIDERE VALORE ATTRAVERSO I PRODOTTI
SERVIZI AI SOCI
IL PRESIDIO DEGLI IMPATTI AMBIENTALI
INNOVAZIONE



05 NOTA METODOLOGICA

p.98

INDICE DEI CONTENUTI GRI

LETTERA DEL PRESIDENTE

CARE SOCIE E CARI SOCI,

con l'edizione relativa al 2017 il Bilancio di Sostenibilità di Nova Coop cambia nome e diventa **Bilancio di Condivisione**. Un cambiamento sottolineato anche dall'hashtag *#ValoreCondiviso* presente sulla copertina del Bilancio Civilistico e in altre pubblicazioni aziendali a sottolineare la scelta fatta.

Parlare di valore condiviso per un'impresa cooperativa come Nova Coop ha diverse accezioni. Prima di tutto il valore generato dall'attività caratteristica di Nova Coop è un valore realmente condiviso con moltissimi interlocutori: i dipendenti, cui viene offerta una buona occupazione in un'impresa sana; i Soci e i clienti, che possono accedere a prodotti, beni e servizi di buona qualità ad un giusto prezzo; i fornitori, che trovano in Nova Coop un partner commerciale con cui confrontarsi e crescere; le istituzioni e i territori, che possono beneficiare delle moltissime iniziative sociali promosse dalla Cooperativa.

Inoltre il valore che Nova Coop condivide è qualcosa di più profondo. Si tratta infatti della sommatoria di tutti quei valori fondanti che diventano impegno quotidiano e che da più di 150 anni fanno della cooperazione una forma di impresa originale e di successo. Democrazia, mutualità, attenzione per l'ambiente e per l'etica, solidarietà e rispetto della persona sono valori vivi e reali che si intrecciano ogni giorno con le scelte che come Nova Coop operiamo.

Le azioni del 2017 che consuntiviamo con questo bilancio, seppur maturate all'interno di uno scenario articolato nel quale ai dati complessivamente positivi del ciclo economico si sono affiancati i tratti di evidente fragilità e instabilità del quadro politico e istituzionale, hanno confermato la **solidità della Cooperativa** e il radicamento sul territorio.

Poter consuntivare quello che si configura come uno dei risultati più brillanti degli ultimi esercizi conferma la validità delle linee guida indicateci dal **piano strategico** e conferma Nova Coop come una delle cooperative più performanti del sistema.

Come Cooperativa, agiamo con i vincoli che ci derivano dall'essere legati profondamente al territorio e, nelle nostre azioni quotidiane, ci impegniamo a realizzare iniziative coerenti con il nostro impianto **valoriale** che sempre più e con sempre maggiore forza, caratterizza il nostro modo di porarci a Soci e clienti.

Nei risultati che conseguiamo, ci ha premiato la capacità che abbiamo avuto di rappresentare, per i nostri Soci e per i clienti, un elemento di sicurezza in un mercato troppo spesso opaco nelle proposte e nelle offerte che rivolge ai consumatori. Ancora, ci ha premiato il protagonismo positivo che abbiamo assunto nel sistema Coop, a livello nazionale e nel nostro consorzio distrettuale, che ci ha consentito di realizzare politiche maggiormente attente a **mercati fortemente competitivi**, come quello piemontese. Nel contesto di questa nuova visione del mercato, in coerenza con i nostri valori, abbiamo rafforzato le scelte etiche e distintive della proposta commerciale e sociale ragionando su come, partendo dal **Prodotto a Marchio Coop**, fosse possibile esaltare la distintività cooperativa.

Per intercettare questi consumatori, come Nova Coop abbiamo incrementato il nostro impegno sui temi della distintività e del protagonismo sociale promuovendo, a livello locale, oltre 1.300 iniziative a cura dei nostri Presidi Soci che hanno coinvolto migliaia di studenti, consumatori e cittadini.

A livello nazionale partecipiamo convintamente alle numerose campagne che il sistema Coop promuove, rafforzando l'impegno sui temi della **legalità** e dell'**eticità delle filiere** produttive, fino ad arrivare alle campagne legate al benessere animale, inevitabile tappa nel processo volto a consentire un consumo sempre più libero da possibili residui derivanti dai trattamenti a cui sono sottoposti gli animali negli allevamenti.



Tutto ciò, senza rinunciare alla nostra politica di qualificazione del servizio e di diversificazione dell'offerta per i Soci e clienti e realizzando importanti investimenti sul posizionamento competitivo. Tali investimenti ci hanno portato ad essere, per il terzo anno consecutivo, la catena commerciale più conveniente della Regione Piemonte.

Abbiamo infatti continuato a sviluppare la rete di distributori sul territorio piemontese, abbiamo avviato un progetto importante di qualificazione dell'offerta ristorativa sulla nostra rete vendita sulla scorta dell'esperienza di successo che abbiamo realizzato a Torino con il Fiorfood e abbiamo continuato a sviluppare il progetto e la vendita dell'energia elettrica e del gas tramite la società Novaaeg per tutti i nostri Soci.

Risultati importanti a cui hanno concorso tutte le lavoratrici e i lavoratori del Gruppo a cui, anche a nome del Consiglio di Amministrazione, voglio fare un sentito ringraziamento. La capacità di operare nel mercato, di essere percepiti correttamente dal Socio e cliente, di realizzare politiche di servizio qualificate e qualificanti è indubbiamente legata alla **professionalità** dei nostri lavoratori che, dal più piccolo negozio fino alla sede centrale, operano quotidianamente per garantire che la Cooperativa cresca e si consolidi, realizzando gli obiettivi a cui è chiamata e operando con determinazione e in coerenza con i valori cooperativi.

Ernesto Dalle Rive
Presidente Nova Coop



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 COOP IN SINTESI



Il Leggerissimo. Cultura. L'ummanista

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

La missione sociale delle cooperative di consumo è quella di fornire ai propri Soci beni di buona qualità a prezzi vantaggiosi mediante la gestione di punti vendita, con finalità di interesse collettivo e di solidarietà. Le persone (consumatori) che si uniscono per formare una **Cooperativa di consumo** vengono chiamate Soci e sono a tutti gli effetti i veri proprietari della **Cooperativa**.

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 a Vercelli.

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



346.115.209 €

Vendite lorde rete **Supermercati**

+



650.824.379 €

Vendite lorde rete **Ipermercati**

+



5.236.746 €

Vendite lorde rete **Fiorfood**

+



50.395.804 €

Vendite lorde stazioni **Enercoop**

+



619.505 €

Vendite lorde **Coop Online**

.....

1.053.732.223 €

Vendite lorde rete totale



17

Ipermercati

**44**

Supermercati

**1**

Concept store

**48**

Presidi Soci

**605.557**

Soci

**4.822**

Dipendenti



LA PRESENZA SUL TERRITORIO

Nova Coop è presente, con i propri **62 punti vendita**, suddivisi tra **iper e super**, ai quali si sono aggiunti il **concept store Fiorfood**, **4 distributori** e il **drive di Beinasco**.



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 **Crevoladossola (VB)** - Via Garibaldi, 4
- 9 **Cuneo** - Via Cascina Colombaro, 26/A
- 10 **Cuorgnè (TO)** - Via Salassa, 7
- 11 **Galliate (NO)** - Via Monte Nero, 36
- 12 **Gravellona Toce (VB)** - Corso Marconi, 46
- 13 **Novara** - Via Porzio Giovanola Ugo, 11
- 14 **Pinerolo (TO)** - Corso della Costituzione, 8
- 15 **Torino** - Via Livorno, 51
- 16 **Valenza (AL)** - Via Benvenuto Cellini, 185
- 17 **Collegno (TO)** - Via Fermi, 14

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 **Trecale (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

Concept Store

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



Distributori Enercoop

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

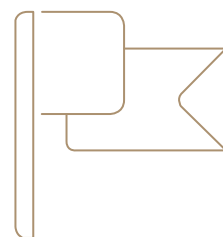


Drive di Beinasco



LA MISSION DI NOVA COOP

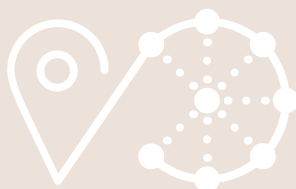
Prodotti e servizi di qualità, alle migliori condizioni possibili: è questo l'impegno che ci prendiamo ogni giorno nei confronti dei consumatori. E lo facciamo attraverso politiche commerciali mirate e iniziative volte a tutelare i loro interessi, a partire dalla promozione di una maggior consapevolezza 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 Novaaeg.

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.



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 ha funzione di tutela e rappresentanza delle cooperative di consumatori.

LEGACOOP, la Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue. Ha il compito di sostenere nel modo più dinamico ed efficace il protagonismo economico, sociale e civile delle imprese cooperative. L'associazione riunisce oggi oltre 15mila imprese cooperative, attive in tutte le regioni e in tutti i settori per creare sviluppo, mettendo al centro persone e territorio.

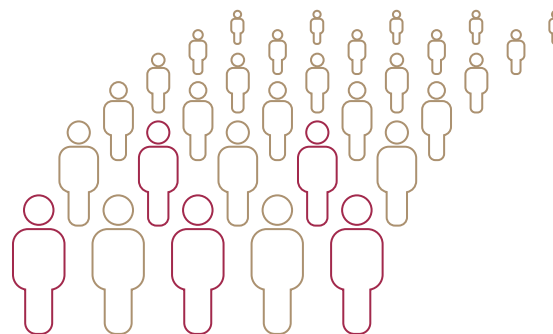
CCNO Consorzio delle Cooperative del Nord Ovest (Nova Coop, Coop Lombardia, Coop Liguria) nato con lo scopo di sviluppare servizi e applicare una logica di sistema in alcune delle fasi cruciali del lavoro: la gestione dei processi di marketing, della logistica, delle merci e dei sistemi informativi.

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.

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.

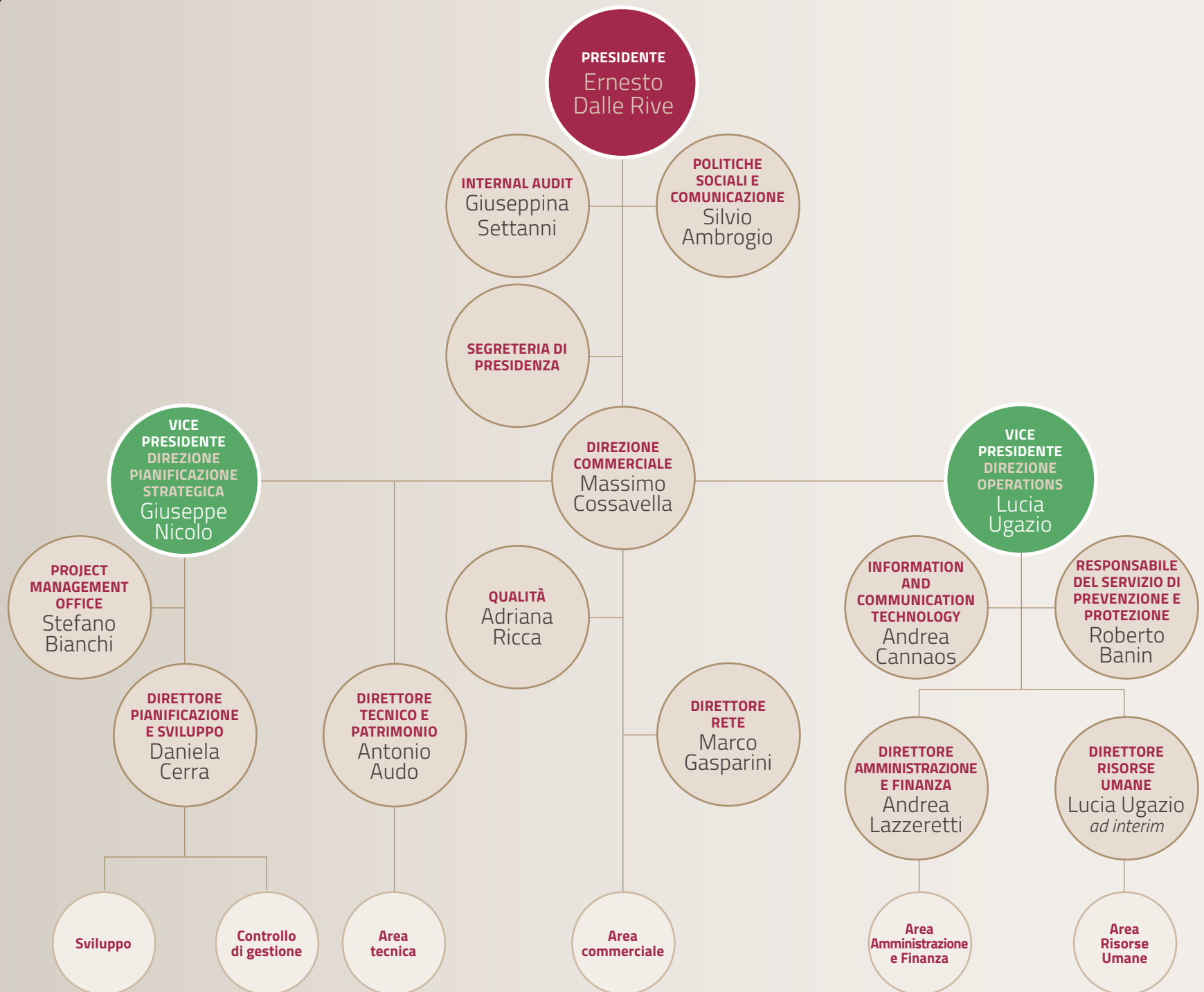
Nel 2016 è stato eletto il **Consiglio di Amministrazione**, composto da 30 consiglieri, con mandato triennale. Esso ha un ruolo di indirizzo e di controllo, assume le decisioni strategiche ed è garante della tutela degli interessi dei Soci e dei valori della Cooperativa.

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.

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 il vero e proprio snodo fra la base sociale ed il management aziendale.



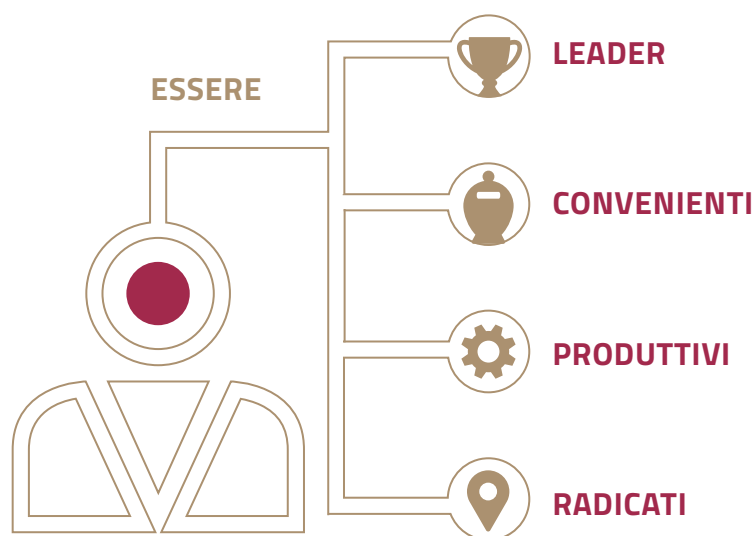



IL PIANO STRATEGICO DI NOVA COOP

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.

Nel corso del 2017, pur confermando i quattro obiettivi strategici originari, si è lavorato ad un affinamento degli obiettivi operativi del Piano.



In particolare per quanto riguarda **"Essere convenienti"** si è ricercato un più corretto equilibrio tra convenienza e distintività e tra le promozioni e la normale offerta quotidiana. 


Si veda pagina 28

Per quanto riguarda **"Essere leader"**, abbiamo aggiornato gli obiettivi del Piano di sviluppo confermando quelli relativi ai nuovi format ed alla rivisitazione degli ipermercati di grandi dimensioni, e rafforzando quello relativo alla rigenerazione della rete esistente.

Per l'obiettivo **"Essere produttivi"** abbiamo consolidato e aggiornato le azioni relative al Piano del Welfare , nonché ripensato ed esteso a tutta l'azienda il Project Management coinvolgendo colleghi di tutte le direzioni ed istituendo il **Project Management Office**. 

Si veda pagina 41

Si veda pagina 97

L'obiettivo di **"Essere radicati"** ci ha portato a focalizzare meglio gli obiettivi operativi relativi al presidio del territorio ed a consolidare, ampliare e ringiovanire la base sociale. 

Si veda pagina 74

A tre anni dall'approvazione del Piano possiamo confermare che la Pianificazione Strategica con i suoi strumenti rappresenta per Nova Coop una guida nelle scelte operative contribuendo ad incrementarne l'efficacia e la coerenza.



LO SCENARIO DI RIFERIMENTO



Il 2017 si è chiuso assai meglio di come si fosse annunciato, pur non percettibile in tutti i territori e gli stati sociali, c'è stata una piccola ripresa. L'occupazione migliora, l'inflazione è bassa e restano ai minimi storici i tassi di interesse.

I consumi delle famiglie crescono, andando anche oltre la magra evoluzione dei redditi. Sembra finalmente rafforzarsi la dinamica degli investimenti. Al netto delle incognite geopolitiche le prospettive per l'anno 2018 sembrano improntate ad un cauto ottimismo.

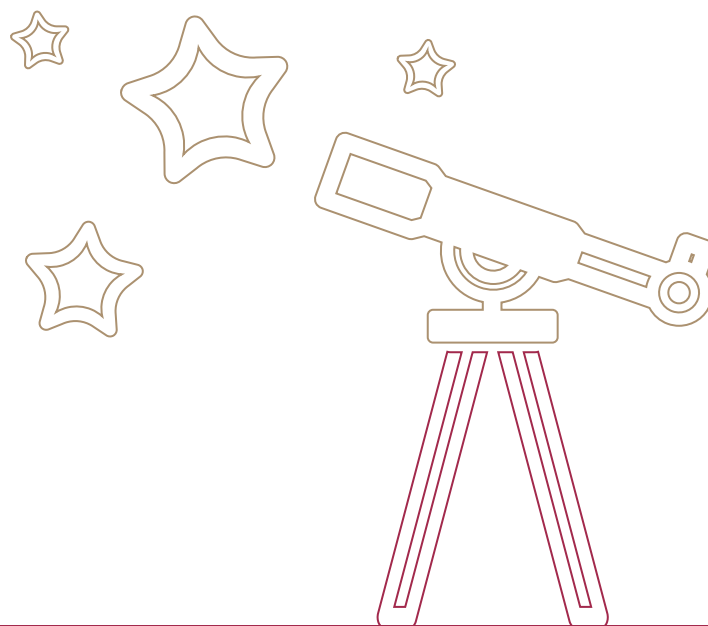
Gravano sul futuro del Paese i perduranti divari sociali, soprattutto generazionali, e la negativa dinamica demografica. Con questi tassi di natalità tra 50 anni saremo 20 milioni di meno e dovremo forse approcciare in maniera diversa il difficile tema dell'immigrazione.

In questo contesto, si accentua la progressiva metamorfosi degli italiani. Disincantati rispetto alla religione e alle ideologie del passato sono alla ricerca di un rinnovato sistema di valori e nuovi stili di vita.

La salute diviene una vera e propria ossessione, soprattutto a tavola, cresce la pratica sportiva e per la prima volta si manifesta un diffuso interesse per l'ambiente e gli effetti del cambiamento climatico. Gli italiani sono affascinati dalle nuove tecnologie digitali, le uniche ritenute in grado di creare valore e semplificare la vita quotidiana. Intelligenza artificiale, auto a guida autonoma e domotica domestica sono nel nostro immaginario futuro.

Sul fronte dei consumi, la sostituzione dell'auto rimane il principale investimento delle famiglie, ma il suo utilizzo negli spostamenti quotidiani si riduce repentinamente a favore della mobilità dolce. Dopo l'auto, viaggi e vacanze, intrattenimento e cultura, estetica e benessere individuale sono i comparti di spesa in più rapida crescita. Il cibo, come sempre, rimane metafora del cambiamento degli italiani e oggi ne rappresenta al meglio la nuova identità e i nuovi valori, in particolare in termini di benessere. Contemporaneamente, il cibo è rappresentazione della propria identità e medium di comunicazione nei confronti del proprio contesto sociale di riferimento. Il cibo, in tv come sui social, è sempre più dibattuto e postato, proprio nel momento in cui è consumato con più austerità.

Le informazioni più complete sono riportate nel Rapporto Coop 2017 "Economia, consumi e stili di vita degli italiani di oggi", curato da Albino Russo, Responsabile dell'Ufficio Studi ANCC-Coop.

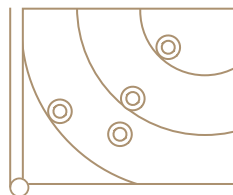


I TEMI CHE CI RACCONTANO


Lo strumento che permette di individuare i temi che hanno un impatto significativo per l'azienda 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 Sostenibilità 2017 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 si è articolato in tre 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:

Tema	Descrizione
Inclusione e partecipazione	
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

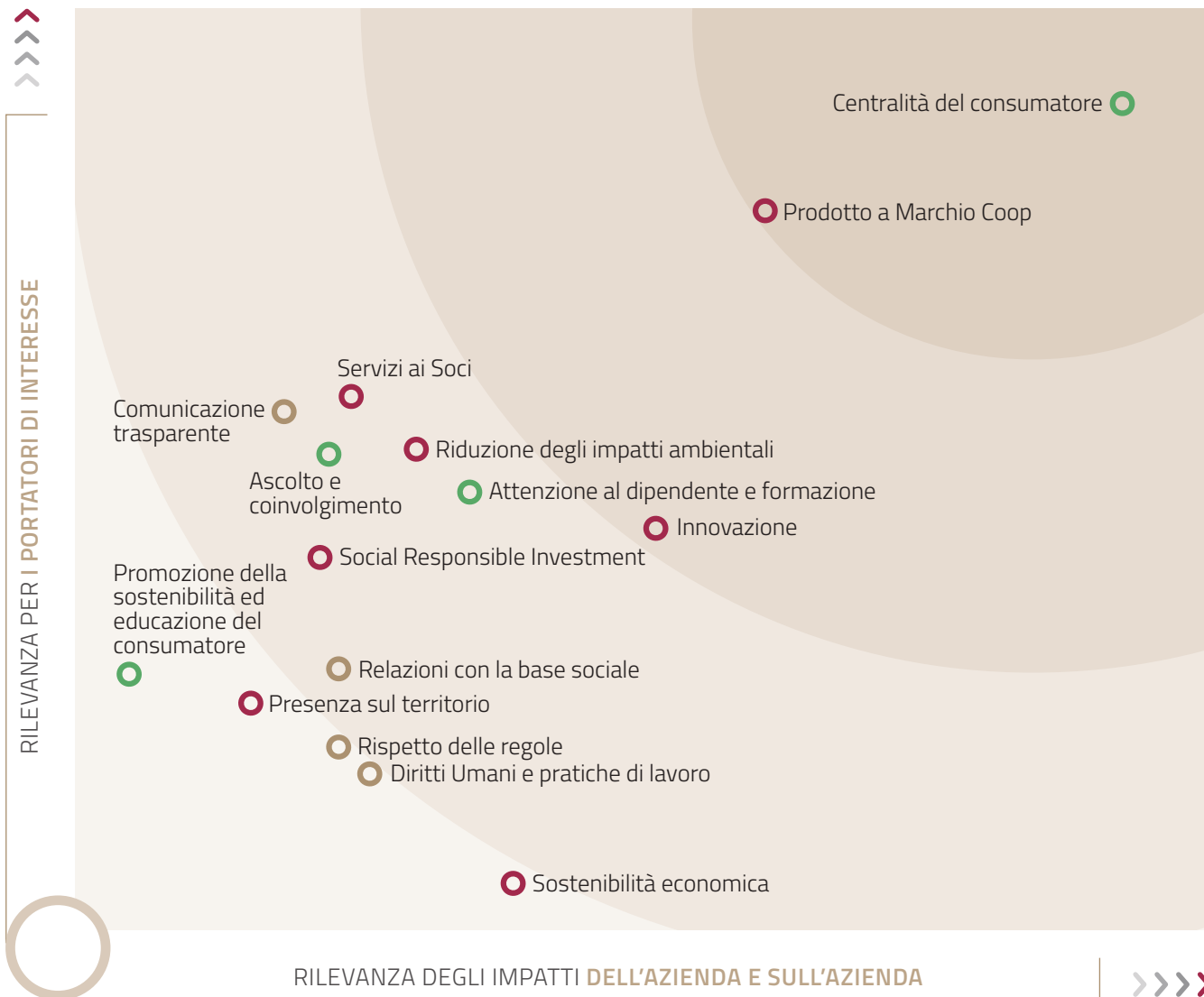


Tema	Descrizione
Una base di regole comuni 	
Rispetto delle regole	Importanza del rispetto delle normative legislative vigenti e delle regole imposte internamente per la gestione responsabile delle attività aziendali
Comunicazione trasparente	Importanza nel garantire la diffusione di un'informazione 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



Tema	Descrizione
Valore condiviso 	
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 (incluse 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



○ Inclusione e partecipazione

○ Una base di regole comuni

○ Valore condiviso

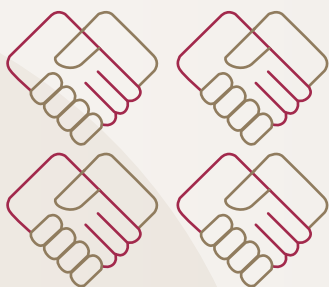


02 INCLUSIONE E PARTECIPAZIONE



23.701

nuovi Soci



circa 1.054 milioni di €

vendite lorde rete totale



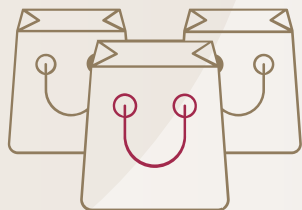
45.139

ore di **formazione**
erogate



110 milioni di €

risparmio
complessivo per i Soci



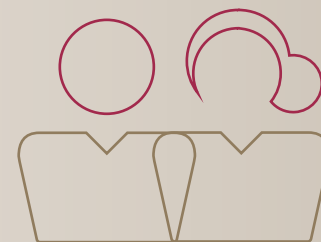
1.000.000

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



4.822

dipendenti



ASCOLTO E COINVOLGIMENTO DEI PORTATORI DI INTERESSE NOVA COOP

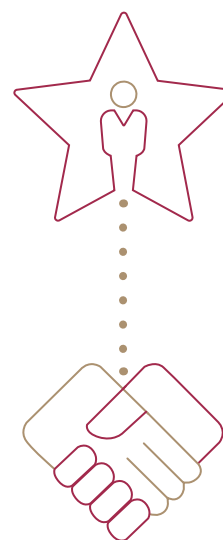
I PORTATORI DI INTERESSE

Nova Coop da anni si propone sul territorio come un soggetto radicato, distintivo e integrato, che genera e **condivide valore con le comunità in cui opera** attraverso la proposta dei suoi Prodotti a Marchio e i valori incarnati in essi, attraverso le campagne e le iniziative sociali, i progetti e i servizi per Soci e clienti, la riduzione degli impatti ambientali.

Anno dopo anno ci stiamo attivando verso un maggiore coinvolgimento dei nostri portatori di interesse, avviando un processo di dialogo sempre più interattivo, proattivo, ampio e costante, soprattutto sui temi della sostenibilità. Nel 2017 in particolare si è consolidato un tipo di approccio che sottolinea **la centralità del Socio e cliente**, come interlocutore privilegiato e il consolidamento, attraverso un'attenzione particolare alla sua fidelizzazione, all'accrescimento e rinnovamento della base sociale anche con la promozione di numerosi progetti dedicati ai giovani. Tutto questo senza trascurare **il consolidamento della collaborazione con le realtà locali, per valorizzare la nostra identità e promuovere la conoscenza del Prodotto a Marchio**.

“ I portatori di interesse sono i soggetti e i gruppi che influenzano o sono influenzati dalle **attività dell'organizzazione sul territorio**, dai suoi **prodotti**, dai suoi **servizi** e dai **risultati di performance**.

I nostri principali interlocutori

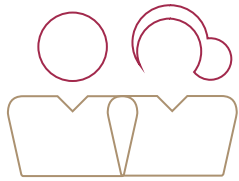


I CLIENTI

Sono coloro, Soci o non soci, che la Cooperativa pone al centro della propria offerta commerciale e sociale per rispondere alle esigenze di un consumo che sempre più coniuga la convenienza con il valore percepito.

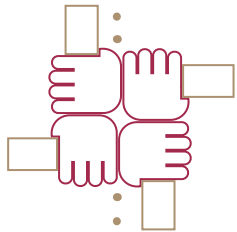
I SOCI

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.



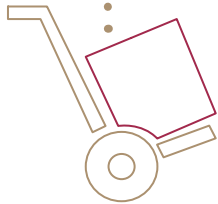
I LAVORATORI

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.



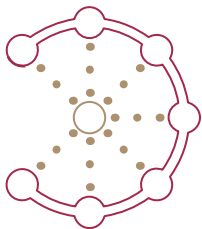
LE COMUNITÀ LOCALI

Sono quei soggetti con i quali la Cooperativa collabora attraverso progetti e iniziative sociali: scuole, istituzioni pubbliche e private, associazioni, Onlus.



I FORNITORI

Sono i partner commerciali con cui Nova Coop collabora e costituiscono l'elemento fondamentale per poter rispondere al meglio alle richieste di Soci e consumatori.



IL MOVIMENTO COOPERATIVO

Nova Coop collabora con l'insieme del sistema Cooperativo perseguendo efficacemente gli obiettivi mutualistici e sociali statutariamente definiti.

ASCOLTO E COINVOLGIMENTO DI SOCI E CLIENTI

Tra le differenti tipologie di portatori di interesse, certamente Soci e clienti, insieme ai dipendenti, risultano essere tra i più strategici.

Porre le richieste e le aspettative di Soci e clienti al centro delle politiche della Cooperativa è infatti oggi una delle strategie indispensabili per mantenere la leadership in un mercato complesso ed in continua evoluzione. Per raggiungere questo obiettivo è necessario da un lato mantenere attivo ed efficiente il processo di ascolto e dialogo continuo con la base sociale, dall'altro lavorare per il progressivo ampliamento della base stessa, includendo sempre nuovi consumatori.

Ascolto e dialogo

I canali di ascolto attivati dalla Cooperativa sono molteplici per garantire a tutti i Soci e clienti interessati occasioni di contatto per riportare le proprie osservazioni, reclami e suggerimenti e ricevere adeguate risposte.



CANALE DI CONTATTO (N°)

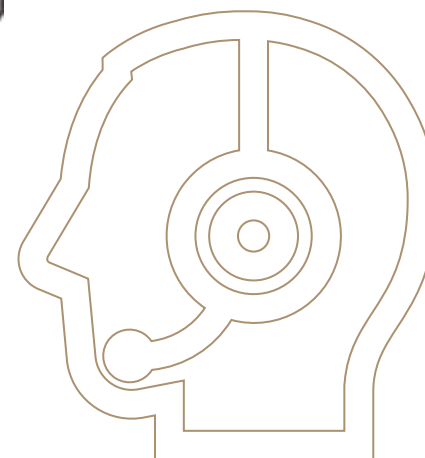
 **378**
@ E-mail

 **10**
Facebook

 **1.126**
Numero Verde
Filo Diretto

 **15**
Schede
Punto Vendita

Anche i test **"Approvato dai Soci"** sono un importante momento di ascolto e confronto con la base sociale, oltre che occasione per valutare la reale bontà dei Prodotti a Marchio Coop. Nel corso del 2017 sono stati realizzati 40 test che hanno coinvolto 2.000 Soci.



Tutte le segnalazioni infatti sono preziose per garantire il miglior servizio alla clientela; i temi di maggior interesse nel corso del 2017 sono stati:

Informazioni



sulla meccanica dell'utilizzo dei punti



su ri-money



su aspetti nutrizionali degli alimenti



sulle salvatempo



sui buoni pasto accettati



sulla campagna Coop per la scuola



sulla disponibilità di prodotti



Analoga attenzione viene rivolta agli interventi in occasione delle Assemblee Separate di Bilancio, sempre più qualificati ed inerenti l'attività caratteristica di Nova Coop. I Soci interessati in questa occasione possono anche porre quesiti specifici inerenti i temi all'Ordine del Giorno, quesiti cui il Consiglio di Amministrazione dà risposta in occasione dell'Assemblea Generale.

AMPLIAMENTO DELLA BASE SOCIALE

Ogni giorno in tutti i negozi della rete Nova Coop Soci Volontari e personale sono impegnati per promuovere l'adesione alla Cooperativa. L'adesione a Nova Coop ha un costo 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.

Nel mese di novembre in particolare con le "Settimane del Socio" si è posta la massima attenzione a questa tematica grazie all'impegno dei Soci Volontari, supportati da materiale di comunicazione ed omaggi specifici.

Nel corso del 2017 sono stati

23.701

i nuovi Soci che hanno aderito a Nova Coop!

.....

Sempre il 2017 ha visto Nova Coop allinearsi con l'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 che nel corso del 2017:

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

ASCOLTO E COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

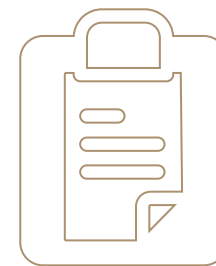
Nell'ambito del piano strategico Nova Coop, uno degli obiettivi si concentra sul creare un luogo di lavoro che favorisca il benessere delle persone, attraverso l'ascolto e il coinvolgimento delle stesse.

Per fotografare il benessere dei dipendenti e quindi avere un importante elemento di riflessione, è stato avviato nel 2017 un progetto dal titolo "**Come saremo a partire da me**": un'indagine sul livello di clima aziendale ed engagement che si può rilevare in Cooperativa.

Il focus del progetto è quello di far riflettere ogni dipendente, non importa con quale ruolo, sull'importanza del proprio impatto sul clima nel proprio ambiente di lavoro e soprattutto portare l'attenzione su come questo clima abbia anche un impatto sul Socio e cliente.



I responsabili delle unità organizzative hanno partecipato all'indagine sia come compilatori che come promotori di uno stile di **leadership** che favorisca un sempre **maggiore coinvolgimento dei loro collaboratori.**



hanno risposto al questionario in forma anonima

3.967

dipendenti (l'82% della popolazione aziendale)



LA CENTRALITÀ DEL CLIENTE



ARTICOLO 4 STATUTO SOCIALE

La Cooperativa si propone di fornire ai consumatori, Soci e non, beni e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili... e di tutelare gli interessi dei consumatori, la loro salute e sicurezza...

LA CONVENIENZA

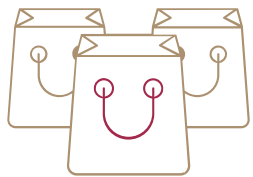
Un Prodotto a Marchio di altissima qualità, sicuro e portatore di valori, un'offerta al passo coi tempi sempre più orientata al cliente, questa la nostra strategia commerciale che portiamo avanti con convinzione, nell'interesse dei nostri Soci e clienti. Questa politica è in linea da una parte con i principi statutari di Nova Coop, dall'altra con il contesto attuale, che richiede una sempre maggiore reattività nel fornire servizi all'altezza dei nuovi bisogni emergenti e dei nuovi scenari. In quest'ottica, come vedremo più avanti, il 2017 è stato un anno importante per lo sviluppo di alcune linee del **Prodotto a Marchio** come la linea Bene-sì e la linea Amici Speciali.



Anche nel 2017, come negli anni precedenti, sono continuate con successo le **campagne SCEGLI TU** che hanno dato l'opportunità a **Soci e clienti di scegliere quali prodotti scontare delle grandi marche e a Marchio Coop**, in aggiunta al normale piano promozionale.

L'attenzione delle politiche di convenienza naturalmente è rivolta in modo particolare verso i nostri Soci, i quali anche nel 2017 hanno potuto usufruire di numerose offerte loro dedicate e sconti dedicati.

Il 74% della vendita (a valore) è rivolto ai Soci e proprio nei confronti dei propri Soci la Cooperativa esprime la massima convenienza



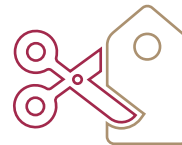
Risparmio complessivo per i Soci

110.331.000 €



Sconti usufruiti in promozioni

78.849.000 €



Sconti usufruiti in offerte dedicate

25.413.000 €



Sconti usufruiti da punti catalogo

6.069.000 €

Grazie ai punti accumulati sulla tessera socio numerosi sono gli sconti usufruiti grazie alle dinamiche di sconti presenti sul catalogo soci "Solo per Te".



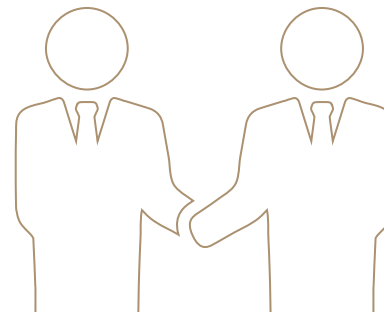
NUOVI AMBITI DI RISPARMIO

CoopVoce



Il servizio di telefonia mobile "Coop Voce" permette a Soci e clienti di accedere a pacchetti promozionali competitivi, anche per la navigazione sul web, come l'offerta "**Chiamatutti**".

Interessante è l'applicazione gratuita "**ViviBici**" utilizzabile per tracciare l'attività motoria e 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.



Dal 2017, con la costituzione di **Novaaeg**, Nova Coop è entrata nel mercato del gas e dell'energia con un'offerta che prevede sconti specifici per i propri Soci, Soci prestatori e dipendenti.

6.100

adesioni alle offerte per uso domestico sottoscritte di cui

930

dai dipendenti Nova Coop

Il tratto distintivo che i nostri Soci e clienti hanno maggiormente gradito è stata la modalità di vendita del servizio, effettuata nei punti vendita attraverso la professionalità di persone dedicate.

Particolarmente gradito è stato l'aspetto della convenienza: gli sconti riservati da Novaaeg hanno raggiunto il 16,50% sulla componente "MATERIA PRIMA". I dipendenti della Cooperativa, inoltre, hanno avuto la possibilità di ottenere uno sconto aggiuntivo: un'altra opportunità, a loro riservata, contemplata nel piano di **Welfare aziendale**.

Un ulteriore elemento distintivo e caratterizzante dell'offerta di energia elettrica di Novaaeg è la disponibilità di "**energia verde**" ufficialmente certificata, energia, cioè, prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili (idroelettrico, eolico, solare, ecc.).

Novaaeg si è impegnata a raggiungere livelli di servizio e di assistenza alla propria clientela al pari dei migliori standard qualitativi del settore grazie all'attivazione del numero verde e del servizio di Front Office.

Nel 2017 sono inoltre state attivate due importanti collaborazioni:

Con **Coop Lombardia**, dove Soci, Soci prestatori e dipendenti della Cooperativa potranno aderire alle offerte di Novaaeg

Con alcune **Agenzie UnipolSai** in **Piemonte**, presso le quali i clienti possono sottoscrivere le offerte di Novaaeg

Enercoop

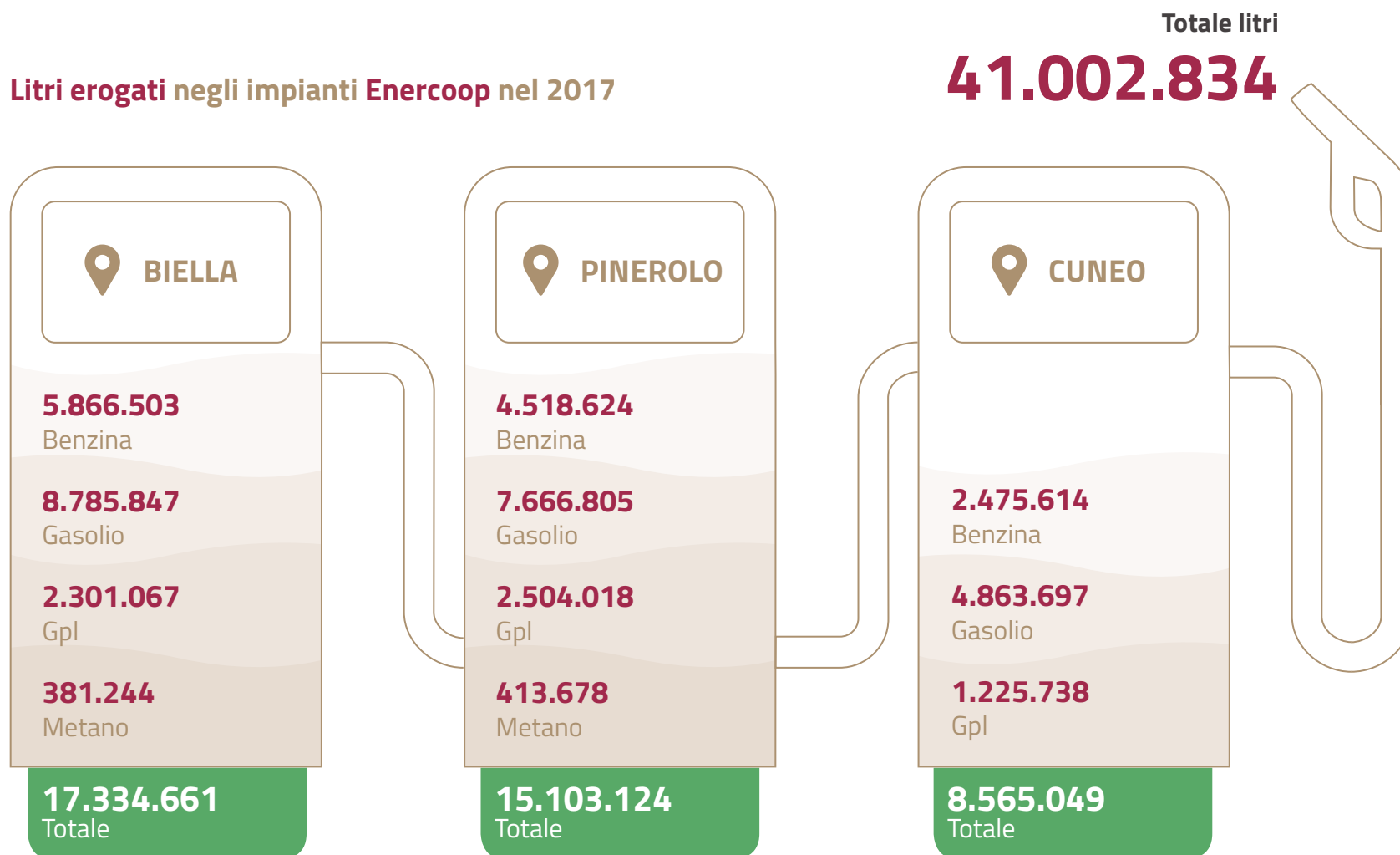


I tre impianti Enercoop presenti sul territorio piemontese, **Biella, Pinerolo e Cuneo** offrono alla clientela un servizio Self H24, con presenza di personale con orario continuato dal lunedì al sabato dalle 7.30 alle 19.30 ed alla domenica dalle ore 8 alle ore 13. **La presenza di Enercoop sul territorio ha contribuito a calmierare i prezzi, posizionandosi sempre al di sotto dei concorrenti più diretti grazie alla gestione efficiente e agli acquisti centralizzati in una società specializzata.**



Nei primi mesi del 2018 è prevista l'apertura di un **nuovo impianto a Vercelli.**

Litri erogati negli impianti Enercoop nel 2017



Librerie Coop

librerie.coop È la catena di librerie progettata e realizzata da alcune grandi cooperative del sistema Coop (Coop Alleanza 3.0 e Nova Coop) con lo scopo di promuovere la cultura attraverso il libro e proporre sconti vantaggiosi per i Soci. In Piemonte sono presenti quattro librerie Coop di cui due presenti in strutture Nova Coop: presso Fiorfood e presso il centro commerciale Piazza Paradiso di Collegno.

NUOVI SERVIZI E STRUMENTI



Negli ultimi anni Coop ha implementato strumenti e servizi per venire incontro alle esigenze di Soci e clienti anche attraverso le nuove tecnologie:

iCoop

L'app ufficiale gratuita di Coop che permette di controllare orari e servizi dei punti vendita, sfogliare il catalogo, consultare le promozioni e molto altro.

Etichette elettroniche

Presenti in tutti i punti vendita Nova Coop.

Casse Più e Casse Salva Tempo in quasi tutti i punti vendita Nova Coop per una spesa più veloce.

Coop Online

Il portale per l'e-commerce dei prodotti non alimentari. Nel corso del 2017 i Soci NovaCoop che hanno acquistato su Coop Online sono stati 3.342 (l'82% dei circa 4.000 clienti Nova Coop), con un acquisto medio annuo di circa 156€.

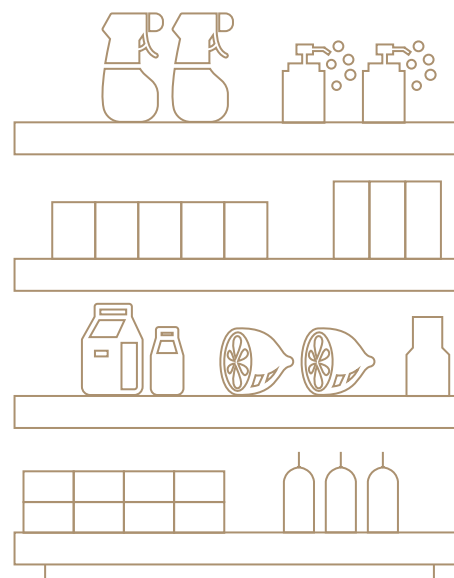
Coop Drive

"Coop Drive" è il nuovo 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° febbraio 2017 presso l'Ipercoop di Beinasco (Torino).

Per usufruirne basta collegarsi al sito www.laspesachenonpesa.it da pc, cellulare o tablet.



Più di
10.000
tipologie di prodotti:
alimentari confezionati,
freschi, freschissimi,
cura della persona,
pulizia della casa.

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



Sono stati 8.400 nel corso del 2017 i clienti celiaci che hanno potuto spendere nei punti vendita della rete Nova Coop i buoni mensili per l'acquisto di prodotti dietetici senza glutine, coerentemente con quanto definito dal Ministero della Salute e dalla Regione

Piemonte. 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



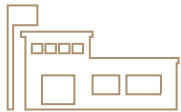
Dal 2013 è stata introdotta in Italia la social card che consente, agli aventi diritto, un sostegno economico per l'acquisto di beni di prima necessità. Nova Coop ha aderito a questa iniziativa e nei nostri punti vendita è possibile fare la spesa con la social card.

Pagamento Bollette



Sono 34 le società convenzionate con Nova Coop per consentire il pagamento alle casse delle bollette con condizioni particolarmente agevolate per i Soci e più convenienti rispetto alle tradizionali modalità di pagamento. **Nel 2017 sono state 185.000 le bollette pagate alle casse dei supermercati e ipermercati Nova Coop, di queste il 93% dei pagamenti è stato effettuato da Soci.**

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, compreso 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.

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA QUALITÀ

Tutela dei consumatori per noi significa mettere in atto un costante impegno nella qualità e sicurezza per assicurare processi, servizi e prodotti di qualità, attraverso un forte impegno in termini di controlli e formazione del personale, nel rispetto delle norme e nel rispetto dei valori di Coop.

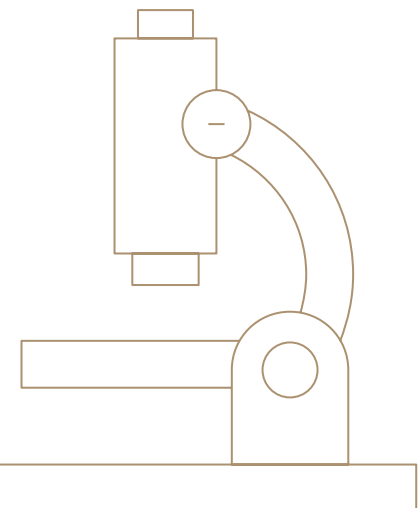
Abbiamo già sottolineato di quanto **il Socio e cliente sia al centro delle nostre politiche commerciali**, e anche nelle attività relative alla qualità la sua importanza è centrale.

Vediamo in che modo.

Se parliamo di merci, la scelta e la qualificazione dei fornitori attraverso il controllo dei luoghi di produzione e dei prodotti avviene da parte di Coop Italia e di Coop Consorzio Nord Ovest. Le attività che rientrano nel Progetto Qualità riguardano le merceologie più critiche (pesce, carne, gastronomia).

Nel 2017 Auditor e ispettori esterni hanno visitato fornitori storici e nuovi fornitori:

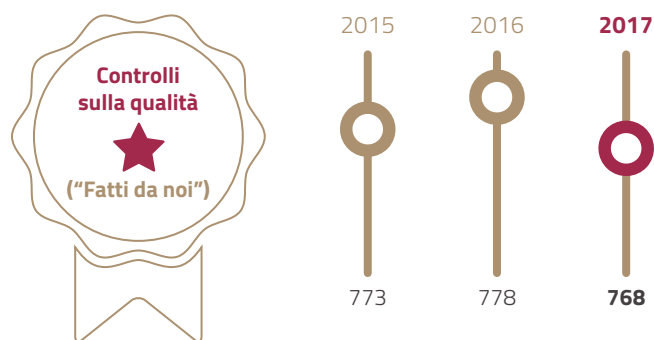
per Coop	
Fornitori	476
Ispezioni	54
Campioni analizzati	1.138
Coop Consorzio Nord Ovest	
Fornitori	680
Ispezioni	159
Campioni analizzati	441



L'obiettivo è quello di garantire che i prodotti che arrivano nei punti vendita siano sicuri e salubri, ma questo è solo il primo esame che devono passare.

Prima di finire sugli scaffali o essere manipolati, preincartati o venduti ai banchi assistiti, gli addetti dei punti vendita dovranno, attraverso i controlli visivi, verificarne l'idoneità alla messa in vendita.

Inoltre sui prodotti "fatti da noi" a punto vendita in cucina, macelleria e pasticceria vengono effettuati dei campionamenti secondo i parametri microbiologici di igiene e sicurezza:



Dal 2015 ai controlli su alimenti abbiamo aggiunto anche i controlli sull'acqua e sul ghiaccio incrementando i numeri.

Per quanto riguarda i luoghi, questi devono essere **puliti e sanificati** per permettere lo svolgimento delle attività: vengono effettuate analisi dai nostri addetti con tamponi sulle superfici di lavoro e sulle attrezzature affiancate da attività d'ispezione esterne ed interne attraverso **check list** di verifica delle buone pratiche di lavorazione e delle condizioni igieniche sia del personale che dei luoghi di lavorazione e stoccaggio.

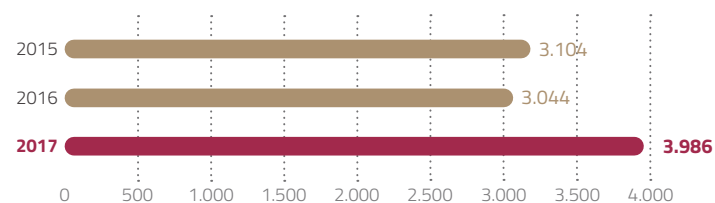
(num)	2015	2016	2017
Tamponi su superfici di lavoro a pv	2.910	2.870	2.790
Ispezioni esterne con check list sui punti vendita	80	80	80
Ispezioni interne con check list sui punti vendita	360	360	372

Proprio attraverso le **Buone Pratiche di Lavorazione** (traducendo in italiano l'acronimo GMP – Good Manufacturing Practice – utilizzato dagli esperti!) si concretizza l'impegno della nostra Cooperativa per assicurare ai consumatori processi, servizi e prodotti di qualità.

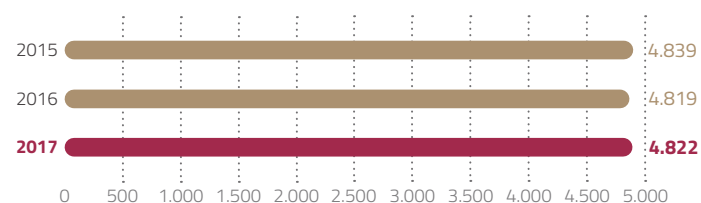
È quindi l'attenzione delle persone, dei nostri lavoratori nel mestiere quotidiano, che garantisce che i prodotti che i Soci e clienti scelgono e mettono nel carrello della spesa siano sicuri e salubri. Per ottenerla Nova Coop ha sviluppato negli anni un orientamento "alla cultura" della sicurezza alimentare che passa attraverso la formazione, i feedback delle criticità riscontrate e l'individuazione di azioni correttive e di miglioramento. Tutti i giorni l'impegno sul campo è "ripassare l'analisi dei rischi" vale a dire individuare tutte quelle situazioni che potrebbero mettere in pericolo la salute dei consumatori e la qualità dei prodotti. Le ore di formazione erogate in contesti d'aula e in momenti a punto vendita sono:



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

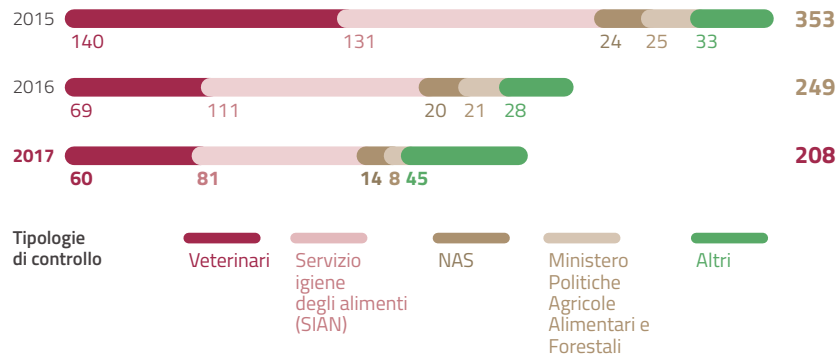


Totale dei lavoratori (num.)



Ai nostri controlli si aggiungono quelli degli Enti esterni.

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



Il variare delle visite negli anni deriva dal numero di controlli per allerte alimentari (prodotti pericolosi che vengono richiamati dal mercato e talvolta anche con richiamo ai clienti); nel 2013 sono state 45, 15 nel 2014, un picco di 121 nel 2015 confermato nel 2016. Nel 2017 sono state 66.

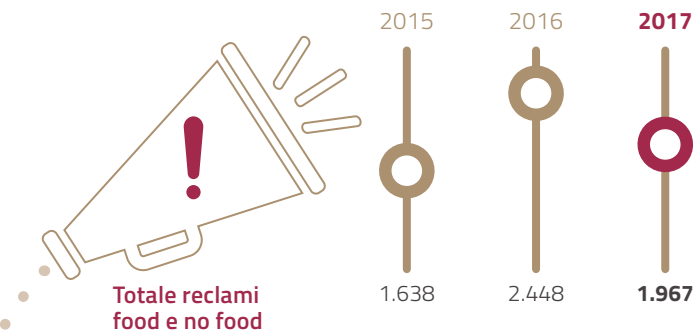
Alle consuete ispezioni sulle strutture, sulla manutenzione e sul livello di igiene e pulizia delle stesse, negli ultimi anni viene anche controllata l'etichettatura, con particolare attenzione alla gestione degli ingredienti allergeni e alla tracciabilità/rintracciabilità degli alimenti.

Infine vediamo i numeri dei reclami e delle segnalazioni di difettosità che raccogliamo dai consumatori e che affianchiamo a quelli segnalati dai punti di vendita. Attraverso un programma informatico le notifiche vengono gestite più tempestivamente in modo da togliere dal mercato prodotti potenzialmente non sicuri più velocemente.

Le segnalazioni arrivano per il **57%** dai **clienti** e per il **43%** dai **punti di vendita**.



Segnalazione prodotto difettoso da punto vendita e da clienti con scheda segnalazione a Servizio Qualità



* Dal 2014 mappiamo solo i Reclami No Food significativi (reclami per sicurezza, attesa risposta, risarcimenti, ecc.)

Dalla mappatura dei dati si ritorna ai fornitori: in base alle non conformità segnalate il piano annuale di controlli e campionamenti viene aggiornato privilegiando audit a fornitori sui cui prodotti si sono avute maggiori segnalazioni.



ATTENZIONE AL DIPENDENTE E FORMAZIONE

Il 2017 è stato un anno di continuità e consolidamento delle scelte organizzative della Cooperativa. Il completamento del piano di ristrutturazione degli ipermercati non ha generato problematiche nelle relazioni industriali a punto vendita. La corretta e tempestiva informazione ai lavoratori ed ai loro rappresentanti delle scelte organizzative che la Cooperativa è andata via via ad effettuare, ha consentito di procedere nella revisione degli organici con puntualità e coinvolgimento.

L'andata a regime delle ristrutturazioni degli ipermercati di Torino e di Biella, nonché la riduzione dell'ipermercato di Pinerolo sono progetti che hanno coinvolto direttamente, grazie all'attenta regia dei Direttori degli ipermercati, le persone impegnate nei punti vendita, così da condividere a tutti i livelli gli stati di avanzamento e gli eventuali correttivi. Questa politica di coinvolgimento e informazione deve rappresentare un segno distintivo della nostra relazione con le risorse quotidianamente impegnate in Cooperativa.

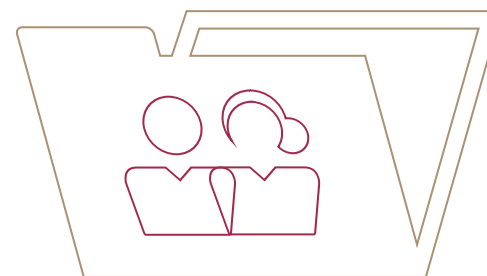
Gli importanti processi di adeguamento delle strutture di vendita alle nuove esigenze del mercato, hanno sempre di più reso indispensabile la stretta collaborazione tra la rete vendita e la funzione organizzazione del lavoro. Questa area tematica riconosciuta come una leva di gestione importante già negli anni scorsi, nel corso del 2017 ha proseguito quindi la diffusione delle soluzioni nel canale ipermercati ed ha avviato nel canale supermercati nuovi progetti in tema di analisi nella logica del miglioramento continuo mettendo a disposizione delle strutture nuovi strumenti. Le diverse direzioni aziendali hanno potuto beneficiare di supporto strutturato finalizzato a rendere maggiormente fluidi e tesi i processi di lavoro con progetti avviati nel 2017 che proseguiranno nel 2018.

Per quanto riguarda gli organici anche durante l'anno 2017 Nova Coop ha confermato la sua politica di buona occupazione, operando, ove possibile, un attento consolidamento degli organici e raggiungendo sia a fine anno che nel dato medio, un leggero incremento dei lavoratori in forza.

Infatti la Cooperativa ha offerto negli ultimi anni continuità nelle modalità di gestione delle proprie risorse, facendo registrare ulteriori conferme a tempo indeterminato di contratti a termine, conferme di contratti d'apprendistato, nonché assunzioni a tempo indeterminato. Complessivamente 74 nuovi lavoratori e lavoratrici hanno consolidato un rapporto di lavoro con la Nova Coop.

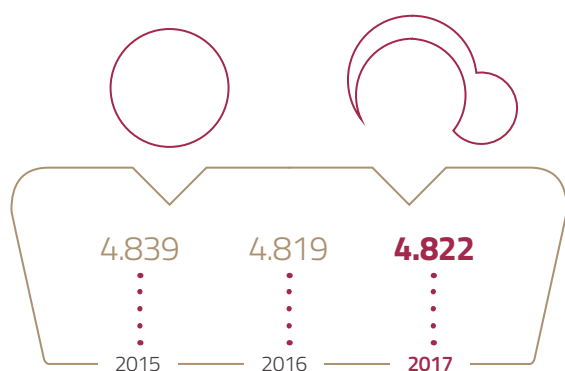
Nello specifico sono andati in scadenza nel corso dell'anno 7 apprendisti tutti trasformati in occupazione stabile, raggiungendo il 100% delle conferme nel pieno rispetto nonché superamento degli impegni assunti nel contratto nazionale.

Sono stati 10 i lavoratori che hanno visto trasformato il loro contratto in a tempo indeterminato e 57 sono state le nuove assunzioni.



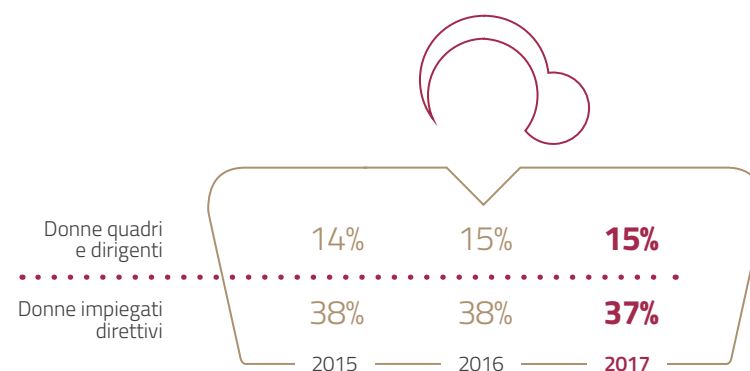
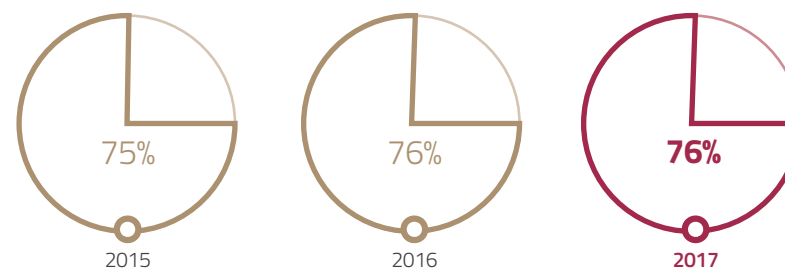
COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO

Totale Lavoratori



Lavoratori per genere (%)

Lavoratori donne



Distribuzione dei lavoratori per livello (%)



Dirigenti

Quadri

1° livello

2° livello

3° S livello

3° livello

4° S livello

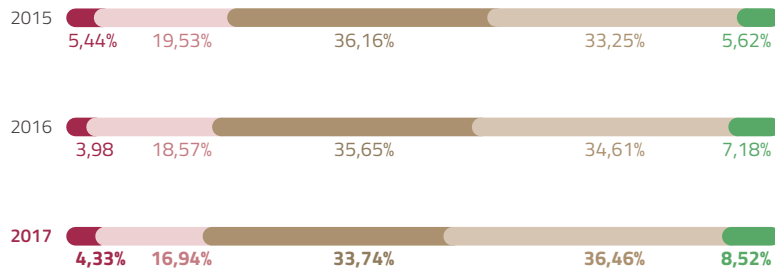
4° livello

5° livello

6° livello



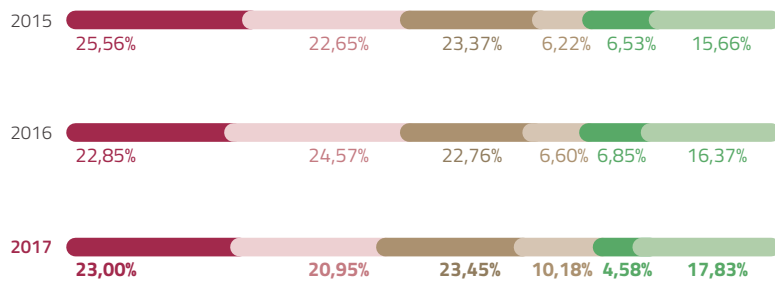
Lavoratori per fasce di età (%)



Fasce di età



Anzianità media (%)

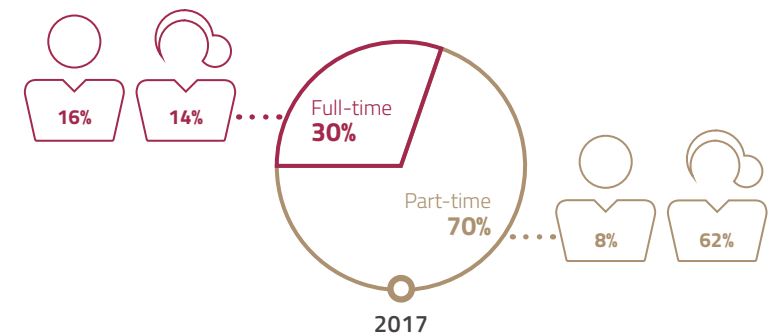
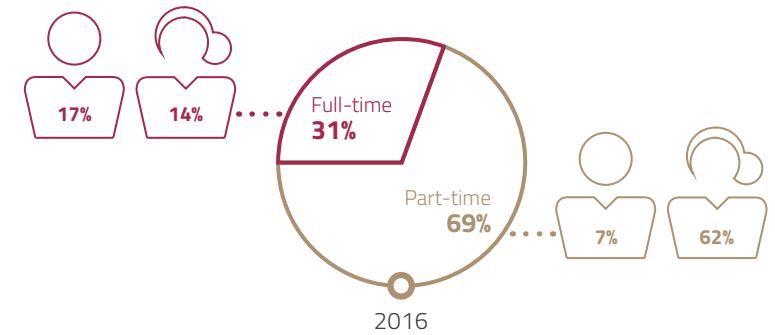
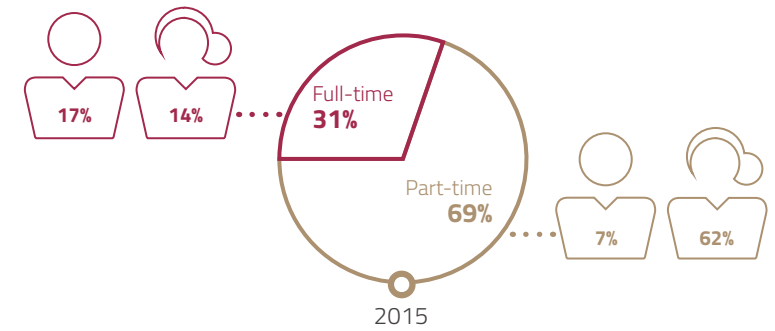


Anni di servizio

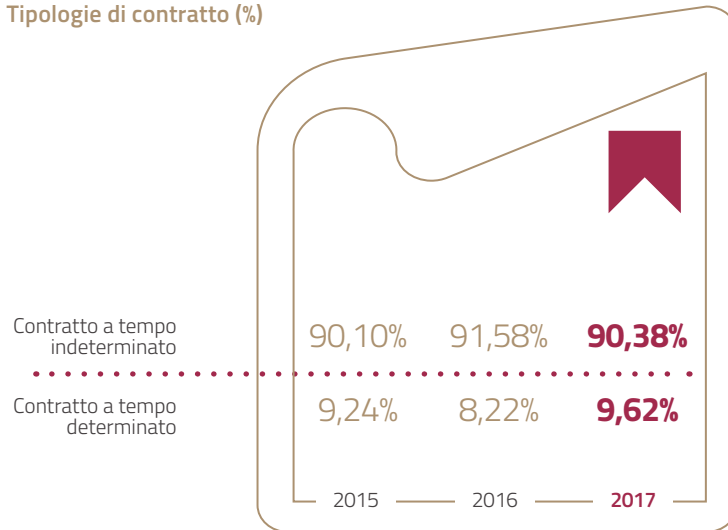


GESTIONE E CONTRATTI

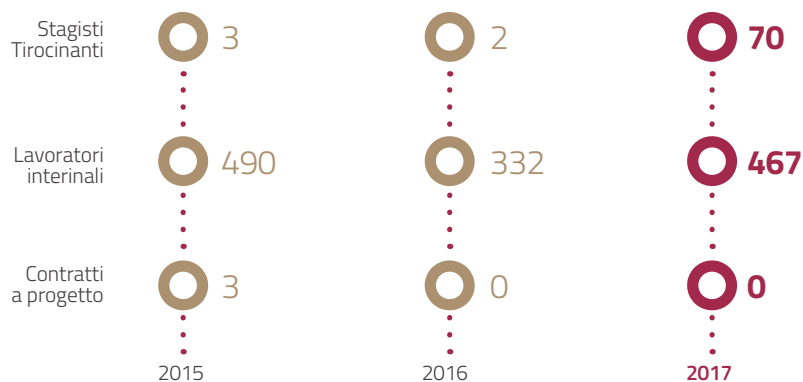
Distribuzione del part-time per genere (%)



Tipologie di contratto (%)



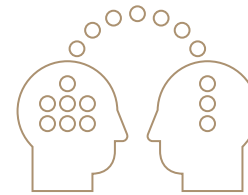
ALTRI LAVORATORI NON DIPENDENTI: suddivisione per tipologia di contratto



Anche per il 2017 Nova Coop ha mantenuto l'impegno di accogliere in stage e tirocinio ragazzi e adulti disoccupati. Sono stati ospitati sia studenti universitari che si avvicinavano per la prima volta al mondo del lavoro sia 27 studenti delle scuole superiori attraverso i percorsi di alternanza scuola-lavoro.

I percorsi di tirocinio con adulti disoccupati hanno portato a 10 proposte di assunzione, tra cui una assunzione con contratto di apprendistato di un ragazzo invalido. 3 i percorsi di formazione e affiancamento con persone con disabilità cognitive che hanno potuto incrementare le loro abilità residue acquisendo maggiore autonomia.

FORMAZIONE E INFORMAZIONE



Rendere il nostro personale sempre più competente e professionale nella gestione del dialogo commerciale è un impegno che da sempre ci prendiamo nei confronti dei Soci e clienti, attraverso il nostro investimento in formazione che ormai da anni ci caratterizza.

Il 2017 ha visto in Nova Coop un'implementazione dei percorsi formativi, soprattutto sul tema del **servizio al cliente e della vendita attiva**. In questo ambito si è inserita anche la formazione delle addette dei punti d'ascolto alla vendita dei nuovi prodotti luce e gas Novaag.

La Cooperativa ha continuato ad investire anche nella formazione di legge, nella formazione alle nuove tecnologie e nella formazione al ruolo per capi di area vendita.

I capi neoassunti di rete e sede hanno partecipato ad una giornata di approfondimento sui temi legati a storia e valori della Cooperazione e sul **Prodotto a Marchio Coop**.

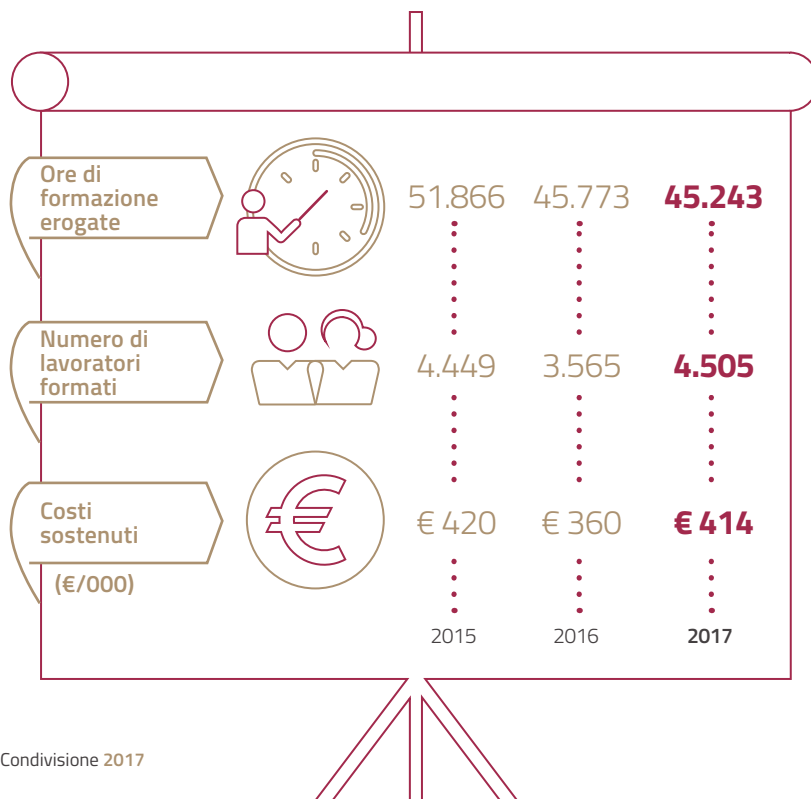


Vediamo nel dettaglio come si sono distribuiti gli interventi formativi sulla nostra rete vendita.

Nel canale supermercati è proseguito il **Progetto Formativo sul Servizio al Cliente e sulla Vendita Attiva**, iniziato nel 2015 e che ha così coinvolto tutti i punti vendita della rete.

Il percorso, nato con l'obiettivo di migliorare l'orientamento al cliente e alla vendita attiva, ha interessato tutti i lavoratori di punto vendita, che hanno vissuto l'esperienza con entusiasmo.

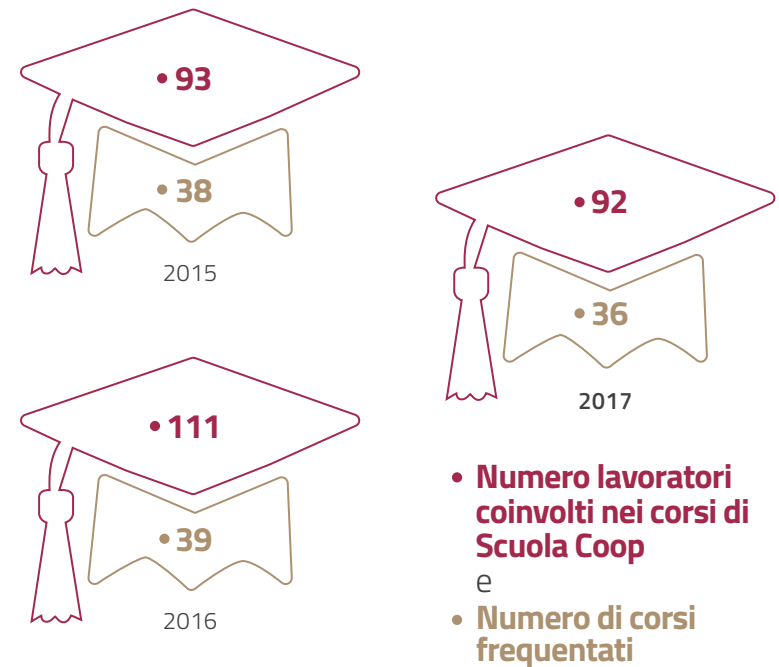
Nel 2017 ha preso il via anche il Progetto di Vendita Attiva alle Casse, finalizzato alla possibilità di diffondere e approfondire la conoscenza del Prodotto a Marchio Coop tra Soci e clienti. La buona riuscita dell'iniziativa ha portato all'estensione del progetto a tutta la rete dal canale super e a sette punti vendita del canale iper.



I principali interventi realizzati nella rete ipermercati hanno riguardato il rafforzamento del "fare squadra" nel team di guida del punto vendita di Beinasco, la formazione trasversale al ruolo per i Capi Reparto, arricchita di nuovi moduli tecnici e merceologici e le formazioni su progetti specifici di reparto, riguardanti il **Servizio al Cliente** e l'addestramento all'utilizzo delle nuove casse veloci.

I lavoratori di bistrot e ristorante Fiorfood hanno avuto l'opportunità di approfondire la conoscenza della lingua inglese, per offrire un servizio sempre più professionale anche ai clienti internazionali.

Formazione realizzata in Scuola Coop



Scuola Coop nasce nel 2001 come luogo di incontro e confronto di valori, conoscenze, cultura e cultura d'impresa cooperativa. Anche nel 2017 è stato importante il suo contributo nella formazione delle figure di responsabilità, sia dal punto di vista manageriale che valoriale.



Stato di salute di Nova Coop, iniziative legate al Welfare aziendale, Engagement, Formazione, Prodotto a Marchio sono solo alcuni

degli argomenti ampiamente trattati tramite le diverse forme di **comunicazione interna** verso i nostri dipendenti che vengono così coinvolti e aggiornati anche attraverso questi canali cartacei e digitali.

All'house organ "Nova Coop Informa" e a Coop Flash, con le sue news "appena sfornate" pubblicate online, si è aggiunta l'opportunità di condividere informazioni e aggiornamenti su temi e progetti della Cooperativa attraverso la nuova Intranet aziendale.

NOVA COOP INFORMA

34.363

copie

6

edizioni

COOP FLASH

19.306

copie

4

edizioni

INTRANET

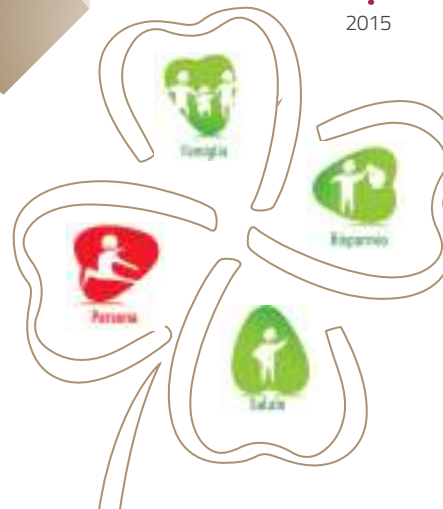
19.306

accessi

1.000.000

di euro risparmiati da dipendenti e familiari Nova Coop

.....

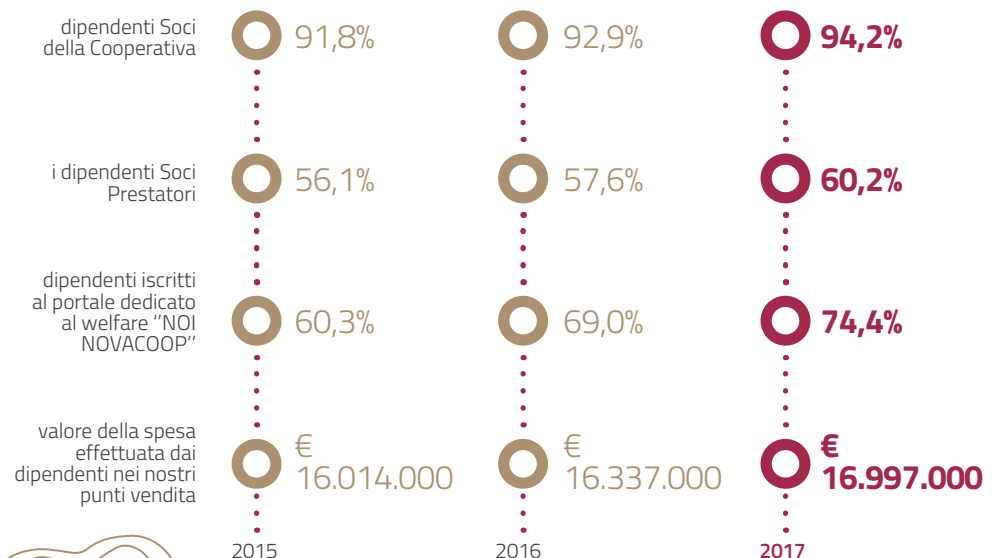


Grazie alle numerose iniziative collegate alle quattro aree di intervento del Welfare (Persona, Famiglia, Risparmio, Salute) i dipendenti e i familiari Nova Coop hanno risparmiato **oltre 1.000.000 di euro**.

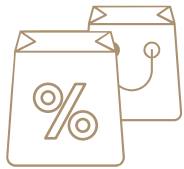


"NOI NOVACOOP"

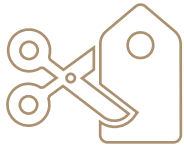
A tre anni dal lancio del Piano di Welfare aziendale "NOI NOVACOOP", in linea con gli obiettivi del Piano Strategico, prosegue e si consolida il nostro impegno di **coinvolgere tutti i lavoratori** e di aumentarne il senso di appartenenza alla Cooperativa, lo dimostrano gli indicatori di partecipazione, costantemente monitorati, che si confermano in crescita:



A questo valore si arriva con:



sconto del 5%
su ogni spesa effettuata



3 buoni sconto
del 10% all'anno



assegnazione di
110 Borse di Studio
per il valore di 50.000 euro per i figli
dei dipendenti



micro-prestito
personale fino a
3.000 euro




convenzioni dedicate,
compresa quella
Novaaeg

Nel 2017 inoltre è stata organizzata una importante campagna medica di prevenzione del melanoma, in collaborazione con la Fondazione Edo ed Elvo Tempia di Biella, grazie alla quale oltre 700 lavoratori Nova Coop hanno usufruito di visite dermatologiche gratuite.



Sempre sul fronte del coinvolgimento sono stati organizzati **5 "Open day"** giornate durante le quali i famigliari dei dipendenti hanno potuto visitare la nostra sede e 4 punti vendita ed hanno avuto l'opportunità di ascoltare dagli stessi dipendenti come si svolge il lavoro di tutti i giorni nelle varie funzioni aziendali. Questi momenti hanno visto una partecipazione numerosa ed entusiasta, soprattutto da parte dei più giovani.

Un piano di Welfare aziendale si può considerare efficace quando risponde ai reali bisogni dei dipendenti interessati, che possono variare nel tempo: per questo motivo viene effettuato un costante monitoraggio sul gradimento delle iniziative già presenti e sull'emersione di nuovi bisogni. Nel 2017 è stata effettuata una ricerca di mercato in collaborazione con Eudaimon che ci ha restituito risultati incoraggianti, sia sul fronte della soddisfazione per il Piano di Welfare, sia nel confronto con altre aziende che hanno piani di welfare simili al nostro. **In particolare hanno avuto buoni risultati gli indicatori che rappresentano l'engagement dei lavoratori (senso di appartenenza, motivazione, clima aziendale).** 

Si veda
pagina
27

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO



La nostra Cooperativa come abbiamo visto è da sempre molto attenta ai propri dipendenti, attraverso le politiche di gestione del personale, attraverso un notevole investimento nella formazione e un Piano Welfare sempre più articolato. Anche la sicurezza delle persone è un aspetto da questo punto di vista molto curato in Nova Coop e a questo proposito anche nel corso del 2017 è proseguita l'attività del **Servizio Prevenzione e Protezione**, finalizzata al miglioramento ed al consolidamento delle pratiche di sicurezza nelle attività di lavoro. Questa attività trova una traduzione concreta nell'applicazione del **Sistema di Gestione sulla Sicurezza sul Lavoro**, nell'aggiornamento periodico del **Documento di valutazione del rischio**, nella **formazione in materia dei lavoratori** e nel coordinamento delle ditte esterne che operano nelle nostre filiali.

Il modello di organizzazione e gestione per la sicurezza, previsto dall'art. 30 del D.Lgs. 81/08, è conforme alle Linee Guida OHSAS 18001. Sono state completate le istruzioni operative finalizzate all'ottimizzare la gestione dei processi che riguardano la salute e sicurezza sul lavoro ed è stata aggiornata la modulistica. Nel corso del 2017 sono stati effettuati audit di sistema per la verifica dell'applicazione.

Per quanto riguarda il documento di valutazione del rischio è stato completato l'aggiornamento della valutazione dello **stress lavoro-correlato** secondo la metodologia Inail con il coinvolgimento attivo dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS). L'esito della valutazione ha consegnato una situazione di rischio non rilevante poichè non si evidenziano particolari condizioni organizzative che possano determinare la presenza di stress collegato al lavoro. Considerata la delicatezza e l'importanza del tema si prevede di aggiornare la valutazione già nel corso del 2018.

Grande rilevanza è stata data **all'attività formativa** in materia di sicurezza, con gli obiettivi di illustrare le procedure e i moduli del sistema di gestione, di affrontare i temi fondamentali della

prevenzione e protezione, di accrescere la sicurezza e migliorare le modalità operative e l'attenzione nello svolgimento dei compiti lavorativi ed evitare che fattori come la disattenzione, l'abitudine, la fretta possano portare a pratiche scorrette con conseguenti incidenti o infortuni:

- Corsi di **formazione per circa 320 tra dirigenti e preposti.**
- Corsi sulla **Prevenzione di pre-assunzione a più di 600 persone.**
- Utilizzo della **piattaforma e-learning** per l'erogazione della formazione generale a circa **200 persone.**
- **Corsi di aggiornamento per circa 850 persone** già in forza e che non frequentavano corsi in materia di sicurezza da almeno cinque anni.
- Addestramento di circa 200 capi negozio e capi reparto **in punto vendita su rischi specifici e sull'utilizzo in sicurezza delle attrezzature.**
- **Formazione di squadre di emergenza sia in sede che nei punti vendita:** circa **130** persone hanno seguito i corsi antincendio e circa **150** 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.**

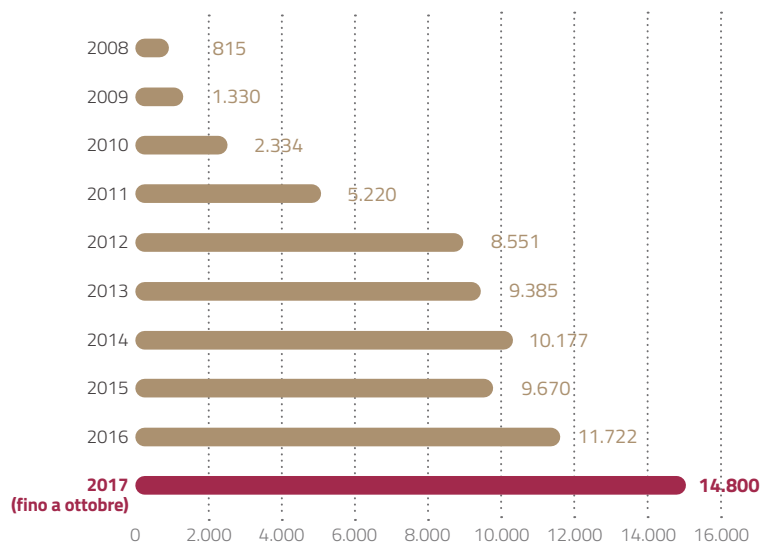




14.800
ore di formazione in
materia di sicurezza

Complessivamente le **ore di formazione** sulla sicurezza sono state **circa 14.800**, in aumento rispetto a tutti gli anni precedenti, a dimostrazione della volontà di un crescente investimento da parte della Cooperativa su questi temi.

CONFRONTO ORE DI FORMAZIONE IN MATERIA DI SICUREZZA

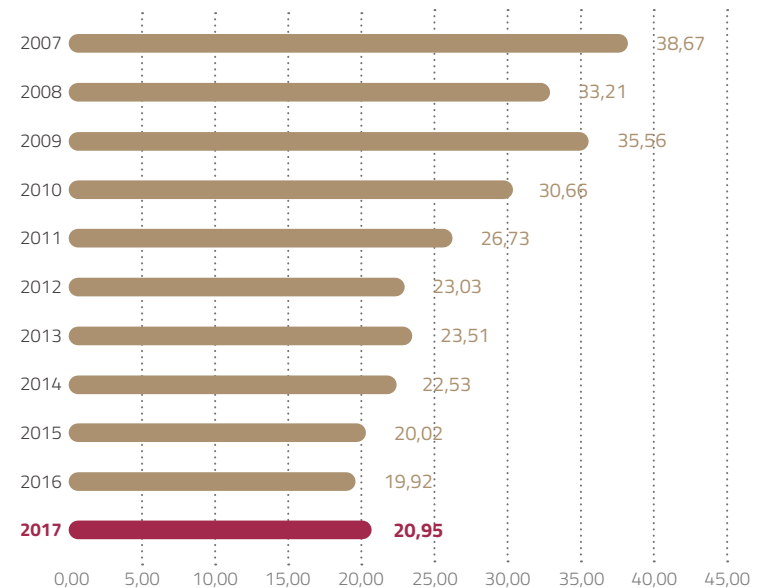


Numero ore di formazione ed informazione sulla sicurezza sul lavoro erogate da Nova Coop

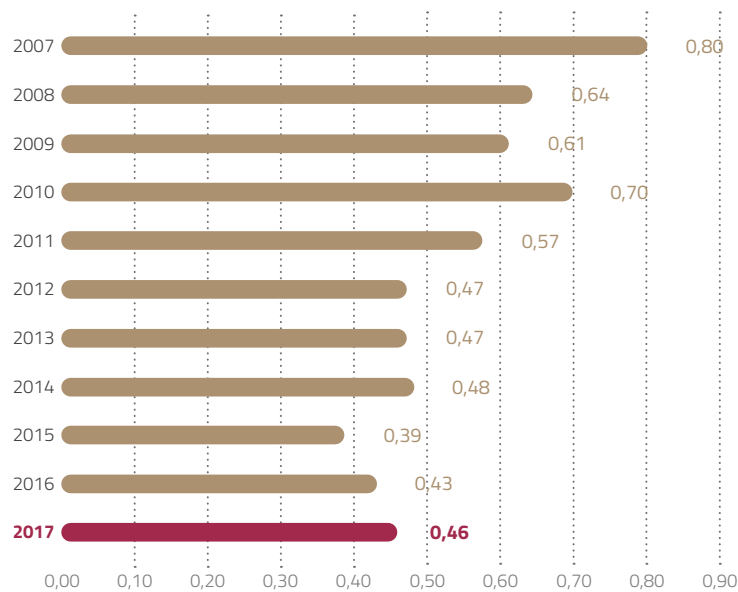
Il Servizio Prevenzione ha inoltre proseguito nelle attività di gestione delle interferenze nei casi di attività svolte all'interno dei punti vendita, mediante aggiornamento dei DUVRI e continuo monitoraggio delle specifiche situazioni con particolare attenzione per gli interventi ordinari (servizi, merchandising, manutenzioni) realizzato con il coordinamento di aziende esterne specializzate.

Gli **infortuni** nel corso del 2017 sono stati **130**; i **giorni di assenza** sono stati **2.860**, a causa di alcuni infortuni particolarmente lunghi, in aumento rispetto al 2016 (2.649). 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 leggero **aumento dell'Indice di Frequenza** che è stato pari a **20,95** nel 2017 (era stato 19,92 nel 2016) e un **aumento dell'Indice di Gravità** pari a **0,46** (contro lo 0,43 nel 2016), dati che comunque collocano Nova Coop al livello delle migliori cooperative.

INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI (2007-2017) Totale Nova Coop escluso infortuni in itinere

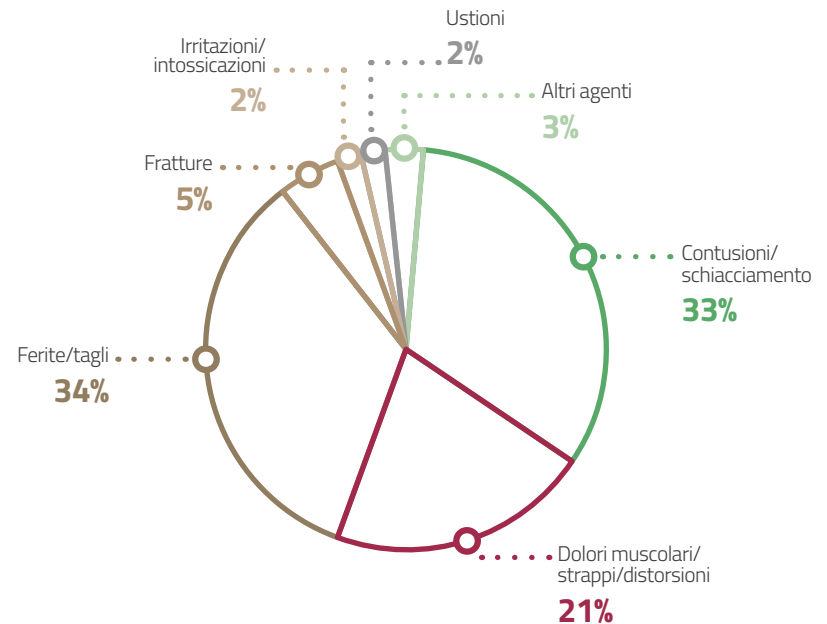


INDICE DI GRAVITÀ DEGLI INFORTUNI (2007-2017) Totale Nova Coop escluso infortuni in itinere



Analizzando gli infortuni avvenuti nel 2017, si osserva che le **ferite da taglio** con il **34,2%** del totale (in diminuzione rispetto al **44,3% del 2016**) sono state le lesioni più diffuse, al pari quasi delle **contusioni** che si attestano al **33,1%**, in **diminuzione rispetto al 2016** in cui si registrava il 35,8%. Per quanto riguarda gli altri infortuni da movimentazione si registra un **aumento di dolori muscolari, strappi e distorsioni**, pari al **21,1%** (erano stati il 12,2% nel 2016); questo dato tiene conto anche dei casi di lussazione che si sono presentati durante il 2017. Il dato tiene inoltre conto dei casi di lussazione delle articolazioni. Sono aumentate le **fratture ossee, che arrivano al 5%** contro l'**1,6%** nel 2016. Residuali le altre cause (circa il 7% tra ustioni, irritazioni e altri agenti).

INFORTUNI IN NOVA COOP (2017)



Analizzando gli agenti che hanno determinato gli infortuni sul lavoro, si evidenzia che i **coltelli**, con la percentuale del **20,3%** risultano ancora l'agente maggiormente problematico seguito dallo **scivolamento (19,1%)** e dalla **movimentazione dei carichi (13,3%)**. Seguono gli infortuni legati all'utilizzo di **specifiche attrezzature (10% circa)** e dell'affettatrice (**9%, in diminuzione** rispetto al 15% del 2016). La percentuale di infortuni dovuti a **muletti e transpallet si è mantenuta intorno al 5%**.

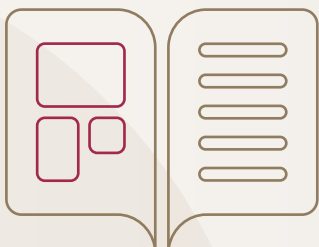


03 UNA BASE DI REGOLE COMUNI



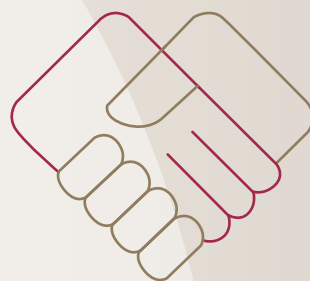
3.238.087

copie di **Consumatori**
distribuite



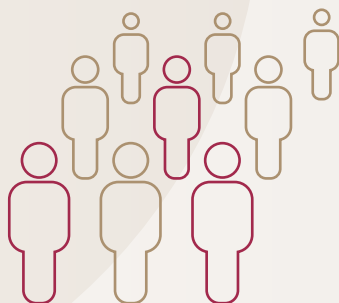
605.557

Soci



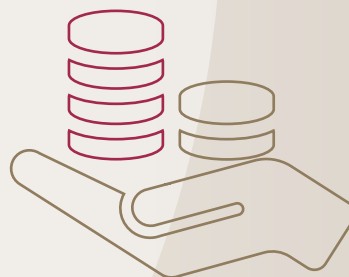
10.389

partecipanti alle
**Assemblee di
Bilancio**



0,88

rapporto **Prestito/
Patrimonio** Nova Coop



1.700

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.

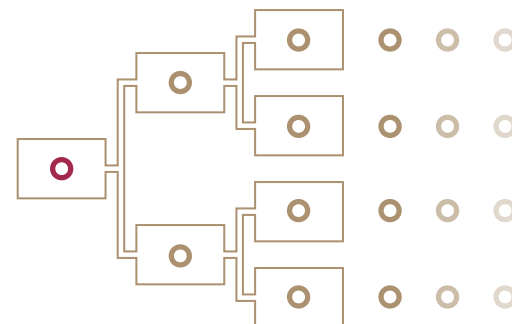
La Cooperativa si è dotata, come previsto dal Decreto stesso, dell'Organismo di Vigilanza incaricato di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello e di promuoverne l'aggiornamento.

L'ultimo aggiornamento del MOG è stato approvato dal C.d.A. il 28 marzo 2015 e l'Organismo di Vigilanza attualmente in carica è stato nominato in data 7 ottobre 2016.

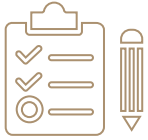
Nel corso del 2017 la Cooperativa ha avviato un **progetto di aggiornamento del MOG** per recepire gli effetti delle modifiche organizzative intervenute, per i necessari adeguamenti normativi e per recepire l'adozione di nuove procedure riferibili al Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro.

Nell'ambito del progetto, seguito dall'Internal Audit con il supporto di specialisti esterni, sono stati riesaminati, anche tramite interviste ai vari responsabili aziendali, i processi "sensibili" (ossia che possono presentare rischi di responsabilità ai sensi del Decreto legislativo 231) ed aggiornato il contenuto del Modello.

Nel corso del 2017 l'Organismo di Vigilanza ha effettuato scambi di informazioni e verifiche in vari ambiti (commerciale, amministrativo, personale – Servizio Prevenzione e Protezione, internal audit) ed ha seguito e promosso l'aggiornamento del MOG.



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 migliori 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:

- a) verifica, almeno ogni tre mesi, la regolare tenuta della contabilità sociale e la corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili;
- b) 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;
- c) 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**.



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 hanno ricevuto periodiche newsletter con aggiornamenti sulle opportunità a loro disposizione. Nel corso del 2017 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 2017 la comunicazione ha avuto come obiettivi prioritari, in continuità con il 2016, il consolidamento di un sistema di comunicazione coordinato, la valorizzazione della rete per la diffusione delle informazioni, il governo puntuale dei principali canali di comunicazione.



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. La rivista "Consumatori" comprende articoli su tematiche nazionali nelle prime 40 pagine, ma dedica in ogni numero un ampio spazio ad informazioni dedicate in specifico ai nostri Soci.

RIVISTA SOCI CONSUMATORI
con

9
numeri
all'anno
.....

3.238.087
copie nel 2017
.....



L'ufficio stampa gestisce relazioni con i media regionali, agenzie stampa e media locali per una presenza sempre più tematica, propositiva e radicata sul territorio. 300 giornalisti e blogger coinvolti. Sono state organizzate 16 conferenze stampa, sono stati diramati inoltre 58 comunicati stampa in occasione delle principali iniziative istituzionali e sociali e altri 50 per iniziative con stakeholder con una rassegna stampa complessiva di 1.550 tra articoli e menzioni.



La gestione coordinata della galassia dei canali social e web, in integrazione con la comunicazione interna, il CRM e la comunicazione commerciale, permettere di attivare il dialogo e l'ascolto con i clienti e i Soci, anche in situazioni complesse, mantenendo l'obiettivo della fidelizzazione del pubblico e della definizione di una identità riconoscibile attraverso una costante e attenta azione di interazione e risposta immediata ai fan (254 messaggi e reattività al 100%).



Rispetto al 2016 c'è stato un **incremento di 5.183 fan**, con un dato importante sulle **interazioni totali** che corrispondono a **29.863**.



34
Video

Importante la realizzazione di interviste e video sulle iniziative più significative, distribuite su tv private, locali e regionali, sul canale YouTube Nova Coop Video per un totale di 34 video e 98 passaggi tv.



98
Passaggi TV

L'efficacia di questo lavoro è confermata dalla particolare visibilità relativa ad eventi significativi come il secondo anno di Fiorfood, l'apertura del distributore Enercoop di Cuneo, il convegno dedicato al benessere animale e all'antibiotico resistenza con la Camera di Commercio di Torino e la comunità scientifica, la presentazione ai Soci del Bilancio Civilistico e di Sostenibilità 2016.



Le **pagine web istituzionali di Cooperativa** dedicate alle iniziative e promozioni per i clienti e Soci sul sito nazionale **www.e-coop** sono affiancate dal blog **www.vivicoop.it** dedicato alla comunicazione delle attività sociali sul territorio, e al sito **www.fiorfood.it** dove i nostri clienti possono trovare i menù e le iniziative del negozio, del bistrot e del ristorante in Galleria San Federico a Torino.

Tra le novità introdotte nel 2017 segnaliamo la sezione costantemente aggiornata e dedicata a tutte le convenzioni locali per i Soci con la novità del **catalogo sfogliabile online**, la creazione di sezioni speciali dedicate al Prestito Sociale e alla spesa online con il Drive di Beinasco.



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 food e alla promozione dell'attività Approvato dai Soci nei nostri negozi.

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.

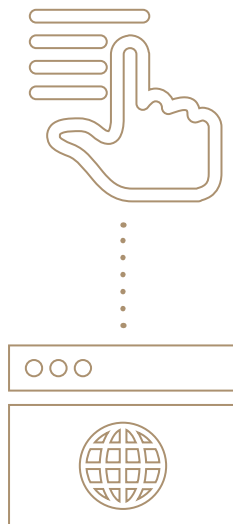
In particolare, con l'implementazione di un efficiente sistema di regole e controlli, Nova Coop si tutela dalla possibilità di divulgare notizie false (fake news) o messaggi e contenuti schierati ideologicamente, a carattere razzista, violenti, volgari, offensivi e sessisti. La Cooperativa è attenta 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.



Comunicazione di informazioni legate al Prestito Sociale sia nella routine sia in caso di emergenza

All'interno di un quadro nazionale che ha visto, nella seconda metà del 2017, il valore complessivo del **Prestito Sociale** ridursi di circa l'**11,5%**, la nostra Cooperativa si è fermata a un dato solo di poco migliore della media pur trovandosi, geograficamente, nell'occhio del ciclone di una campagna di stampa che ha colpito in modo miope, ingiustificato e indiscriminato l'intero sistema Cooperativo nello strumento che più caratterizza il senso di appartenenza del Socio alla sua Cooperativa: il *prestito*.

Mai così distante dai millantati rischi e dalle strumentali preoccupazioni che la stampa ha cercato di infondere nella nostra base, Nova Coop, unica nel panorama della distribuzione cooperativa, ha comunque chiuso l'anno **aumentando il numero dei propri Soci Prestatori, con un saldo positivo di 731 libretti**. Nova Coop ha comunque raccolto **oltre 126 milioni di euro di nuovi finanziamenti** da Soci. Il pronto intervento mediatico messo in atto dai vertici, a conferma della solidità della Cooperativa, attraverso tutti i canali di comunicazione interna ed esterna, ha favorito il contenimento del rischio reputazionale.



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, rinnovato nel 2016.

Proprio per questo Nova Coop dedica il massimo impegno a mantenere ed incrementare la base sociale attraverso iniziative promozionali ed informative.

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



Le cooperative di consumo esistono in Italia da quasi 170 anni grazie alla capacità di rinnovare continuamente

la propria base sociale, inserendo nuovi soci e rispondendo con mutate proposte ed iniziative ai bisogni delle giovani generazioni. Anche oggi 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", "Coop Academy", "Iperspazio" e "Cocodè", ampliamenti descritti alle pagg. 94-95 

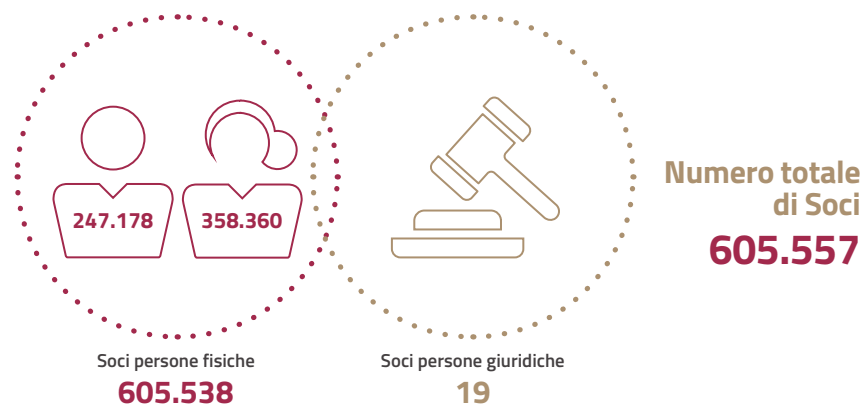
CARTA PROVACOOP



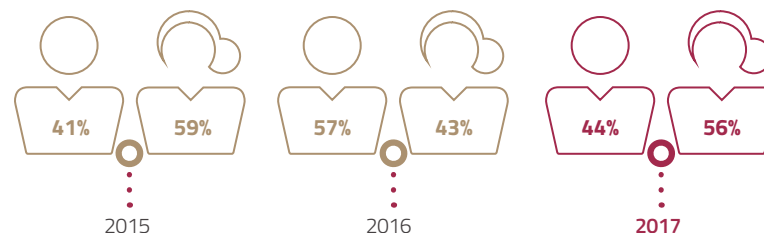
Nel corso del 2017 per la prima volta in un numero ridotto di punti vendita Coop ha provato il lancio della **Carta Provacoop**, ovvero la possibilità di "provare" ad esser Socio per un periodo di tempo limitato senza dover pagare la quota e scegliendo successivamente se lasciar decadere la cosa o diventare appieno Socio Coop.



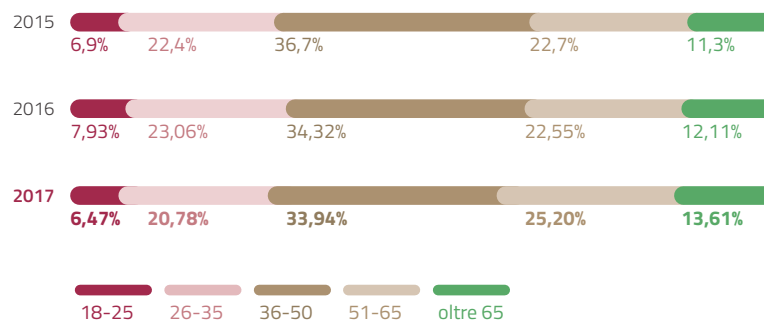
Base sociale



Nuovi Soci per genere

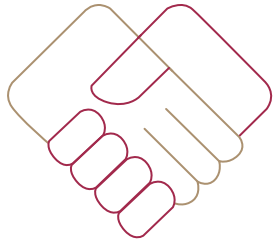


Nuovi Soci per fasce di età



LA PARTECIPAZIONE DEI SOCI

I Soci partecipano direttamente alla vita della Cooperativa non solo come clienti o fruitori di servizi.



IL RUOLO ATTIVO DEL SOCIO NELLA VITA DELLA COOPERATIVA:
dall'adesione alla partecipazione, fino al governo



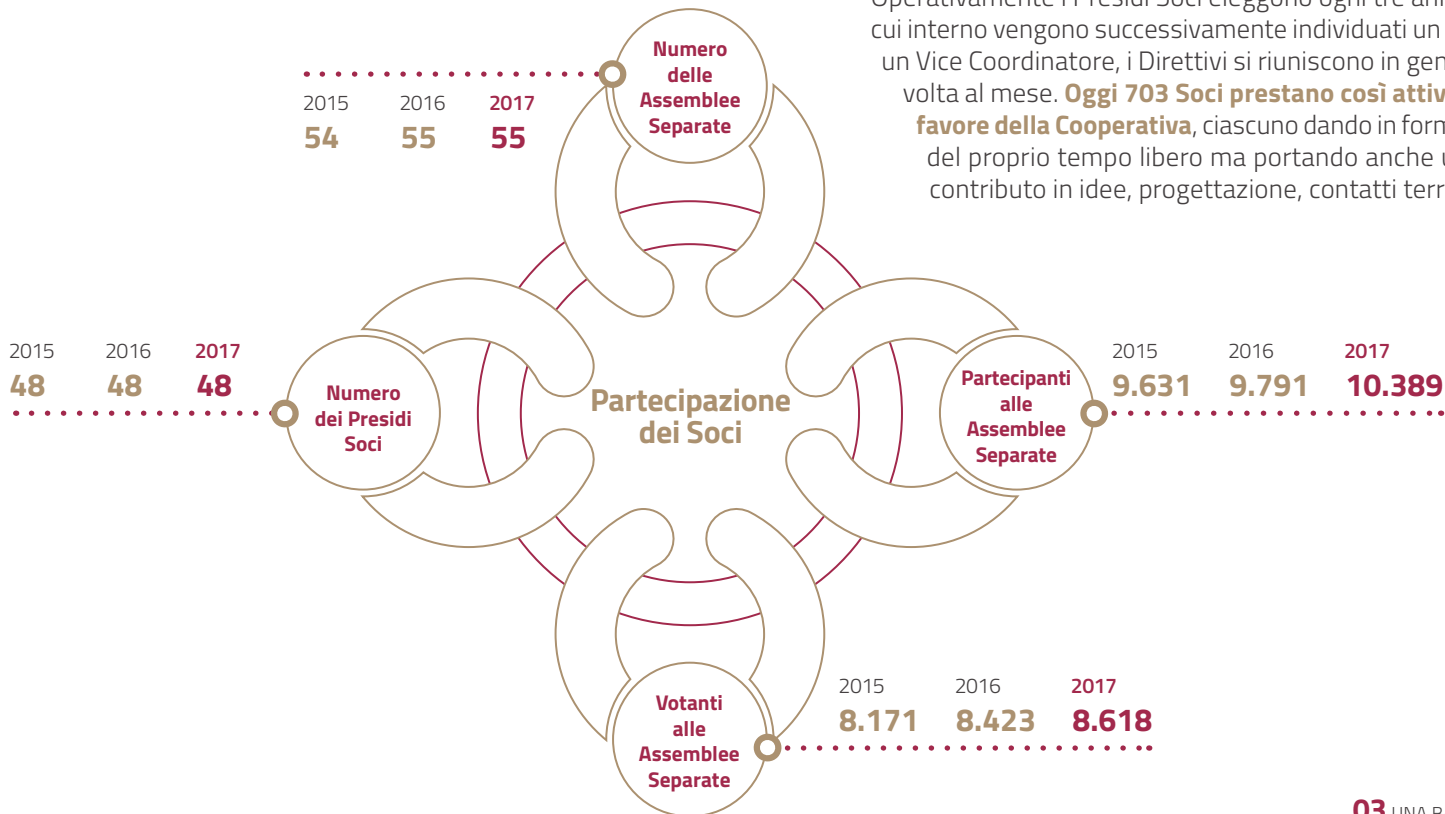
PARTECIPAZIONE PROPRIETARIA

Cuore della partecipazione proprietaria sono le assemblee della cooperativa, le **Assemblee Separate di Bilancio** sono infatti 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 clienti 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, integrata da una scheda dettagliata delle attività dei Presidi Soci.

Nel corso delle Assemblee Separate di Bilancio del 2016 i Soci intervenuti hanno chiesto informazioni su svariati argomenti, come ad esempio la sicurezza alimentare, le campagne sociali, i servizi per i Soci, le tempistiche e le tipologie di interventi sulla rete dei supermercati e ipermercati Coop.

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.

Le Assemblee Separate di Bilancio hanno visto il rinnovamento dei Comitati Direttivi, con più di 700 Soci che si sono autocandidati per entrare nei Direttivi dei Presidi Soci.



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 703 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.

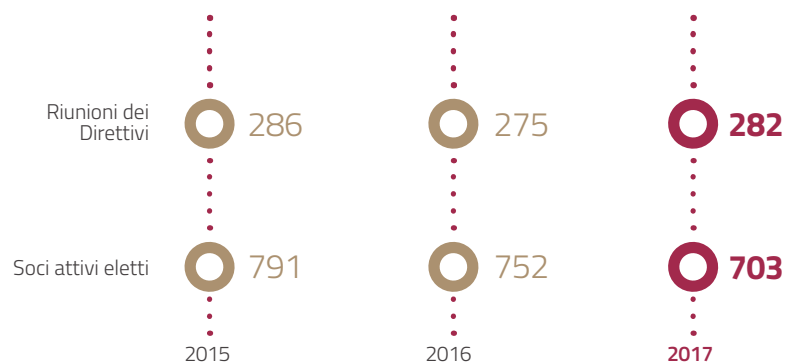


Alle molteplici ed eterogenee iniziative promosse dai Presidi Soci partecipano numerosi Soci e clienti a riconoscimento della validità delle proposte e della capacità dei Soci Volontari di cogliere bisogni ed interessi della base sociale.

I Coordinatori dei Presidi compongono la Conferenza dei Coordinatori, riunitasi 3 volte nel 2017. 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.

Riunioni dei Direttivi nei Presidi Soci



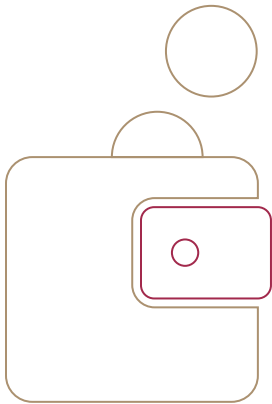
Partecipazione di governo

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.

	2015	2016	2017
Soci Prestatori	82.766	84.101	84.833
Nuovi Soci Prestatori	2.864	2.760	2.486
Ammontare del Prestito Sociale (mln di €)	€ 754	€ 754	€ 679
Incremento del Prestito Sociale (%)	0,827%	0,059%	-0,038%
Valore del deposito medio (€)	€ 9.115	€ 8.975	€ 8.005



Nel corso del 2017 sono emerse alcune polemiche circa la sicurezza di questo servizio che, storicamente, le cooperative offrono ai propri soci. È opportuno quindi puntualizzare come in Nova Coop Il Prestito Sociale sia 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 0,88 rispetto a un valore medio nazionale Coop di 1,38
- 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 70% 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 0,92 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)



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**.



PER SELEZIONARE I NOSTRI FORNITORI



CARTA DEI VALORI DELLE COOPERATIVE DI CONSUMATORI

La Cooperativa sceglie i fornitori nell'interesse dei suoi Soci e di tutti i consumatori. Vengono privilegiati i fornitori che godono di buona reputazione, che hanno stabilito codici etici per il loro comportamento, che sviluppano programmi sociali, che si dimostrano sensibili ai problemi ambientali, che adottano politiche del lavoro corrette, che si impegnano nell'innovazione e che riconoscono il valore dell'economia cooperativa. I rapporti con i fornitori non potranno che essere improntati a trasparenza, onestà e correttezza reciproche.

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 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"**



**lo sviluppo delle
piccole e medie
imprese italiane**



**la particolare cura
verso le realtà
cooperative**

In un'ottica di sostenibilità è possibile valorizzare in particolare **due tipologie di fornitori** che qualificano e identificano l'approccio di Nova Coop nella scelta dei fornitori locali:

MARCHI DEL TERRITORIO

Orto Qui



nato nel 2013, pone l'accento sulla nuova 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 sugli scaffali Coop i prodotti lattiero-caseari derivanti esclusivamente da latte locale, proveniente cioè da allevamenti ubicati all'interno dei confini del Piemonte. Complessivamente sono 233 le referenze che nei supermercati e ipermercati Nova Coop possono fregiarsi di questo marchio.

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 nel 1989 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. Dal 1° giugno del 2003 lo scopo dichiarato della Cooperativa è favorire il ritorno a casa dei profughi della guerra balcanica e superare i mille ostacoli alla ripresa di una vita in comune, attraverso la diffusione dei valori del lavoro e della cooperazione. 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



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)**.

SA8000

- 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.

Coop presidia con questo standard etico tutti i fornitori.

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.

NO allo sfruttamento NO alle discriminazioni NO al Lavoro nero

Buoni e Giusti è la campagna Coop volta a promuovere l'eticità delle filiere ortofrutticole a rischio di illegalità e dove più frequentemente emergono episodi di sfruttamento dei lavoratori.



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

La campagna ha coinvolto



220 fornitori



528 aziende agricole



con quasi **1.700 ispezioni**

3 aziende sono state sospese per gravi problemi di sicurezza e ostilità alle ispezioni e per presunto caporalato

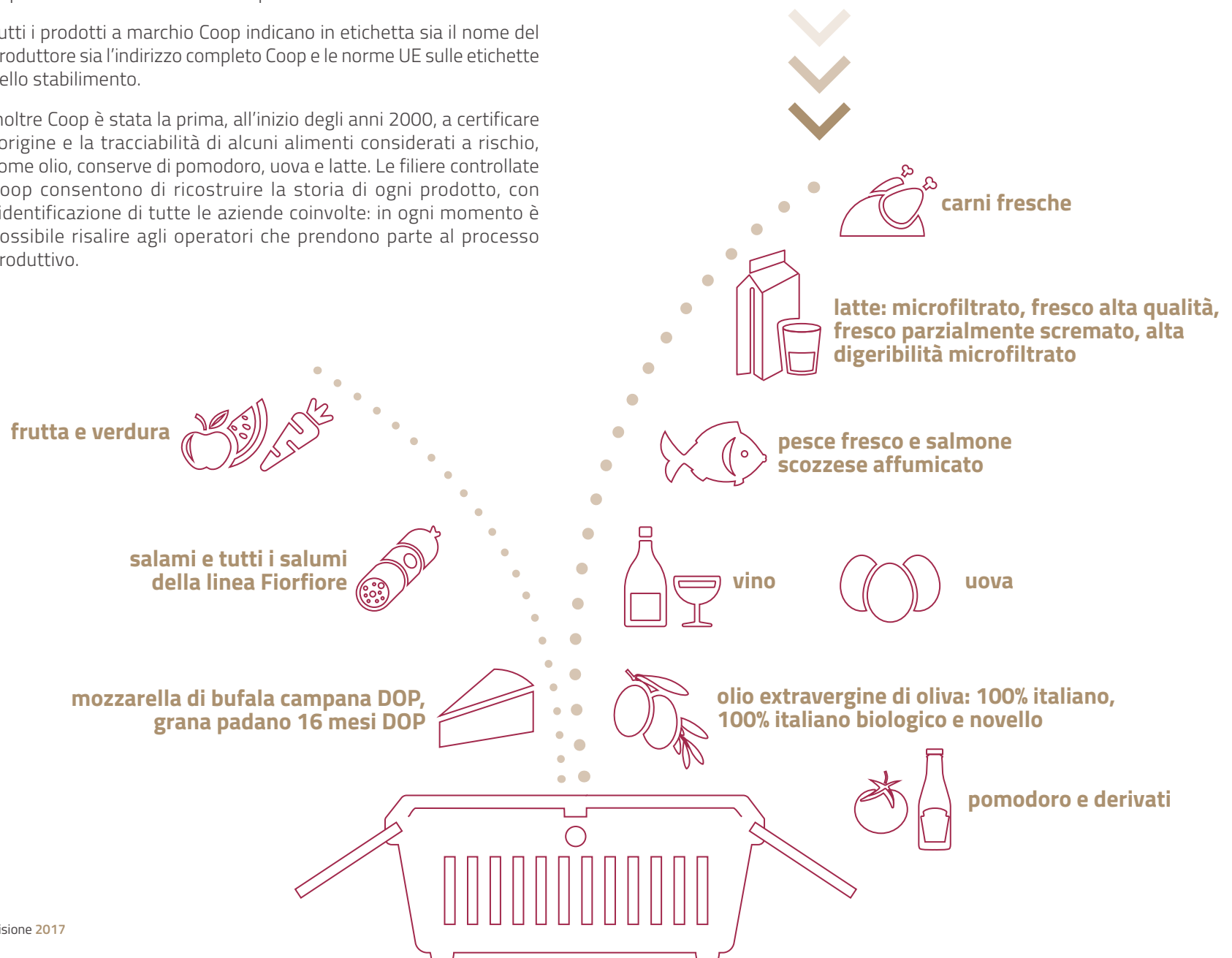


Anche **la trasparenza e la tracciabilità** sono da sempre un valore importante e un'azione concreta per tutelare il nostro socio/cliente.

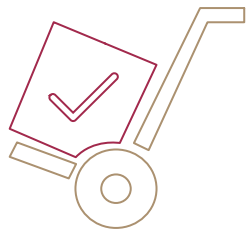
Tutti i prodotti a marchio Coop indicano in etichetta sia il nome del produttore sia l'indirizzo completo Coop e le norme UE sulle etichette dello stabilimento.

Inoltre 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. Le filiere controllate Coop consentono di ricostruire la storia di ogni prodotto, con l'identificazione di tutte le aziende coinvolte: in ogni momento è possibile risalire agli operatori che prendono parte al processo produttivo.

I prodotti Coop da filiera controllata sono:



I FORNITORI DI SERVIZI



413

fornitori iscritti e abilitati



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, modelli di contratto e listini prezzi. 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 VALORE CONDIVISO



5.800.000

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



18.531.453

utili generati nel 2017



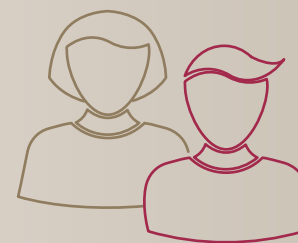
6.950.000

costo **iniziative** a favore del **territorio**



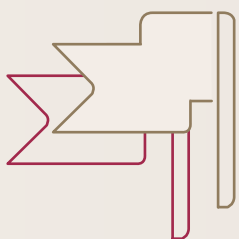
18.719

ragazzi coinvolti nel progetto **Educazione al Consumo**



175.304

partecipanti totali ad **iniziative** dei **Presidi Soci**



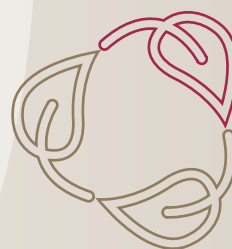
23,5 %

incidenza vendite **Prodotto a Marchio Coop**



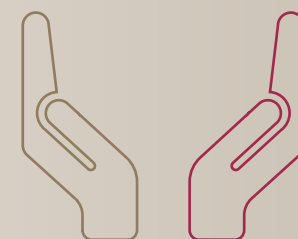
84%

oggetto di **raccolta differenziata**



4.304.917

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



I NOSTRI RISULTATI

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

Grazie agli utili generati nel corso del 2017, che ammontano ad un totale di **18.531.453 euro**, abbiamo destinato **555.943 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 2017**, in questo contesto riportiamo in sintesi:

- alcuni indicatori, patrimoniali ed economici, riportati nel Bilancio Civilistico appositamente riclassificato, ovvero elaborato al fine di ottenere una struttura funzionale alle analisi.
- la ripartizione del valore aggiunto, ovvero quale sia stato il contributo economico che la Cooperativa ha erogato ai propri stakeholder nel corso del 2017. Il totale del valore aggiunto distribuito nel corso del 2017 ammonta a 345.440.398 euro.



INDICATORI PATRIMONIALI (migliaia di euro)

Grandezza	Provenienza		
+ Patrimonio Netto	Stato patrimoniale riclassificato		
+ Debiti a M/L	Stato patrimoniale riclassificato		
- Attivo Immobilizzato	Stato patrimoniale riclassificato		
		2016	2017
		-103.126	-109.564

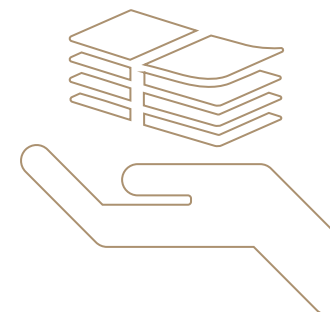
Grandezza	Provenienza		
Numeratore:			
+ Patrimonio Netto	Stato patrimoniale riclassificato		
+ Debiti a M/L	Stato patrimoniale riclassificato		
Denominatore:			
Attivo Immobilizzato	Stato patrimoniale riclassificato		
		2016	2017
		0,91	0,90

Margine di struttura secondario

Misura la capacità dell'azienda di finanziare le attività immobilizzate con capitale proprio e i debiti a medio e lungo termine. Permette di valutare quanto le fonti durevoli sono sufficienti a finanziare le attività immobilizzate.

Indice di struttura secondario

Misura, in valore percentuale, la capacità dell'azienda di finanziare le attività immobilizzate attraverso le proprie fonti durevoli.



Grandezza	Provenienza		
Numeratore:			
+ Patrimonio Netto	Bilancio: stato patrimoniale passivo voce A)		
Denominatore:			
Totale attivo	Bilancio: stato patrimoniale TOTALE ATTIVO		
		2016	2017
		0,35	0,37

Grandezza	Provenienza		
Numeratore:			
+ Indebit. finanziario	Stato patrimoniale riclassificato		
+ Deb. V/Forn. e Altri	Stato patrimoniale riclassificato		
Denominatore:			
Patrimonio Netto	Stato patrimoniale riclassificato		
		2016	2017
		1,81	1,60

Mezzi propri/Capitale investito

È l'indice che permette di valutare in che percentuale il capitale apportato dai Soci finanziatori incide sull'attivo dello stato patrimoniale.

Indice di indebitamento o leva finanziaria

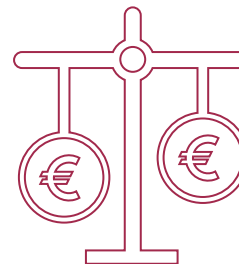
È l'indice che permette di valutare il rapporto esistente fra l'utilizzo di mezzi propri e di terzi, necessari a finanziare gli impieghi.



INDICATORI ECONOMICI (migliaia di euro)

Grandezza	Provenienza		
Numeratore:			
Risultato operativo caratteristico	Conto economico riclassificato		
Denominatore:			
Valore della produzione	Conto economico riclassificato		
		2016	2017
		0,004%	0,026%

Grandezza	Provenienza		
+ Margine operativo lordo	Conto economico riclassificato		
+ Altri ricavi	Bilancio conto economico A5)		
- Oneri diversi di gestione	Bilancio conto economico B.14)		
		2016	2017
		48.740	53.733



ROS (Return On Sales)

È il rapporto tra la differenza tra il risultato operativo e i ricavi delle vendite ed esprime la capacità dell'impresa di produrre profitto dalla propria attività caratteristica.

EBITDA (Margine Operativo Lordo)

Esprime il risultato prima degli ammortamenti e delle svalutazioni, degli interessi, dei componenti straordinari e delle imposte.



Grandezza	Provenienza		
Numeratore:			
Risultato operativo caratteristico	Conto economico riclassificato		
Denominatore:			
CIN - Capitale investito netto	Stato patrimoniale riclassificato		
		2016	2017
		0,004%	0,025%

Grandezza	Provenienza		
Numeratore:			
Reddito Netto	Conto economico riclassificato		
Denominatore:			
Patrimonio Netto	Stato patrimoniale riclassificato		
		2016	2017
		1,455%	2,405%

ROI (Return on Investment)

Il ROI è l'indice che misura le potenzialità di reddito dell'azienda, indipendentemente dagli eventi non caratteristici, dagli eventi finanziari e dalla pressione fiscale a cui il reddito d'impresa è sottoposto.

ROE (Return on Equity)

È un indice di redditività che esprime la capacità di una impresa di remunerare il capitale investito dai soci.



ALTRI INDICATORI (migliaia di euro)

Grandezza	Provenienza		
+ Attivo Finanziario	Stato patrimoniale riclassificato		
- Indebit. Finanziario	Stato patrimoniale riclassificato		
		2016	2017
		-306.768	-265.823

Grandezza	Provenienza		
+ Crediti commerciali	Stato patrimoniale riclassificato		
+ Rimanenze	Stato patrimoniale riclassificato		
- Debiti commerciali	Stato patrimoniale riclassificato		
		2016	2017
		13.107	-2.223



Posizione Finanziaria Netta

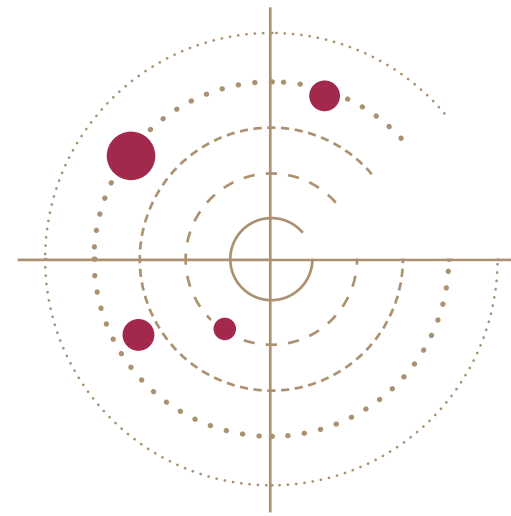
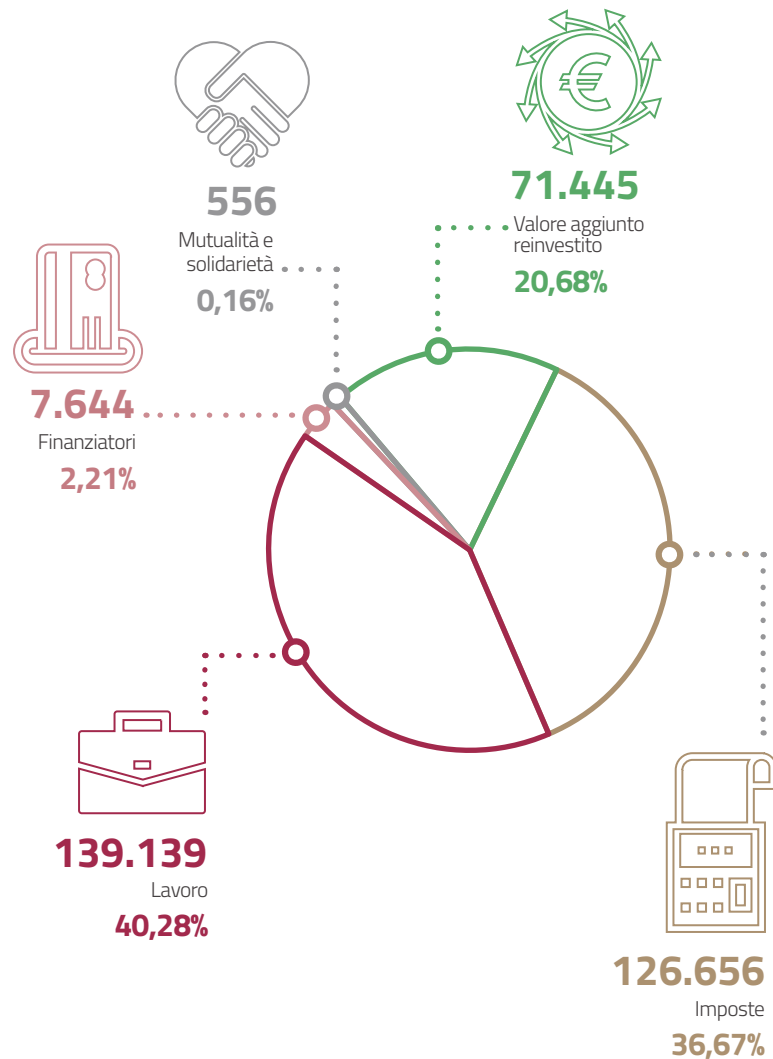
Individua l'indebitamento finanziario netto della Cooperativa esprimendo, in modalità sintetica, il saldo netto tra fonti ed impieghi di natura finanziaria.

Working capital

Più comunemente definito "CCN Commerciale" è, in effetti, il Capitale Circolante Netto depurato delle componenti finanziarie. Di fatto, è la risultante della somma fra il valore delle scorte, di crediti e debiti commerciali correnti.

RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO (X1.000 EURO)

Il Valore Aggiunto è un'espressione numerica che rappresenta la capacità di un'azienda di produrre ricchezza per poi distribuirla ai vari portatori di interesse.



LA GESTIONE DEI RISCHI

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 che 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.

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. 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.** Inoltre il monitoraggio costante dell'andamento delle vendite 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, costituiscono elementi essenziali di monitoraggio che mirano a garantire la capacità di Nova Coop di agire nel contesto competitivo di riferimento.

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.

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.

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.

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 e alle normative fiscali. 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.

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.

RISCHI DI REPUTAZIONE

Il rischio di reputazione è legato alle possibili ripercussioni negative sulla percezione dell’immagine della Cooperativa da parte di Soci, clienti, controparti, ecc. Si tratta 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. 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, ecc.) in termini di reputazione e ascolto.



LA PRESENZA SUL TERRITORIO

La nostra Cooperativa, anche nel 2017, ha dimostrato di essere un **soggetto radicato e distintivo** nei territori in cui è presente, capace di produrre e **condividere valore** non solo nei riguardi dei soci e dei clienti, ma anche verso le diverse realtà che sul territorio operano, quali le scuole, gli enti pubblici e privati, le associazioni, le Onlus, i fornitori, i cittadini in genere.

Questo contributo si è concretizzato innanzitutto nei nostri punti vendita, attraverso campagne commerciali e iniziative con forti valenze valoriali, come quelle legate alla sensibilizzazione e all'informazione per un consumo consapevole sia dei giovani che degli adulti.

Sul territorio abbiamo realizzato, come vedremo, numerose attività sociali, senza trascurare il sostegno all'associazionismo locale con iniziative di solidarietà e al mondo della scuola o la partecipazione a numerosi eventi locali o regionali.

Tante attività e progetti diversi ma con obiettivi chiari e definiti: **diffondere i valori in cui crediamo da sempre e proporci come attori presenti e protagonisti dello sviluppo sostenibile della società.**

La realizzazione delle attività e dei progetti sul territorio avviene grazie al **coinvolgimento dei nostri Soci Volontari, dei dipendenti**, delle sinergie tra le varie funzioni della Cooperativa, dei nostri **clienti fidelizzati.**



Per ogni nostro punto vendita sul territorio, opera un **Presidio Soci** composto da tutti i Soci iscritti in quel territorio (se non inferiori ai mille)

e rappresentato da alcuni **Soci Volontari** che organizzano di concerto all'Area Politiche Sociali e Relazioni Esterne di Nova Coop, le numerose iniziative sul territorio o nei punti vendita.

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.



Presidi Soci

48



Soci

605.557



Soci Volontari

703

Sempre più stretta inoltre è la collaborazione con i portatori di interesse presenti sul territorio, con i quali privilegiamo un vero rapporto di collaborazione e co-progettazione degli eventi e delle iniziative, in modo da rendere più efficace lo sviluppo di coesione sociale e costruzione di legami tra le persone.

Nel 2017 abbiamo avviato una precisa mappatura dei portatori di interesse principali con i quali collaboriamo con più intensità sul territorio. Le realtà con cui collaboriamo in progetti importanti sono **814**.

Vediamo nei particolari quali sono state le attività e i progetti più importanti nel 2017.

INIZIATIVE A FAVORE DEI SOCI E DELLE COMUNITÀ



Per quanto riguarda la determinazione delle iniziative assunte dalla Cooperativa **in favore dei Soci**, dettagliatamente descritte in altri capitoli del presente Bilancio, nella determinazione dei costi si è tenuto conto dei costi relativi a queste attività:

- Attività di informazione per i Soci, in particolare la rivista Consumatori
- Interessi erogati ai Soci Prestatori
- Gestione dei servizi riservati ai Soci, come ad esempio viaggi e convenzioni
- Iniziative di promozione dell'adesione alla Cooperativa e di accoglienza dei nuovi Soci
- Costi legati alla gestione e alla promozione della partecipazione dei Soci alla vita della Cooperativa (redazione bilanci, organizzazione assemblee, funzionamento Presidi Soci)

Relativamente al 2017 il **costo per la gestione di queste iniziative** può essere valutato complessivamente in circa

5.800.000 euro.



Le iniziative assunte dalla Cooperativa **a favore dei territori** rappresentano un ricco insieme di attività eterogenee:

- Progetti di marketing sociale
- Attività di educazione al consumo consapevole
- Iniziative di solidarietà territoriale
- Contributi e sponsorizzazioni per iniziative e progetti dei territori
- Donazione ad Onlus di prodotti ancora edibili (Buon Fine)
- Comunicazione e informazione della clientela su temi valoriali, sociali e per la promozione di una corretta alimentazione
- Progetti speciali sociali promossi dall'Area Politiche Sociali e Relazioni Esterne della Cooperativa

Il **valore complessivo di queste iniziative**, a testimonianza del reale impegno della Cooperativa per i propri territori, è di circa

6.950.000 euro.

Educazione al consumo consapevole



La formazione delle giovani generazioni è sempre stata un aspetto centrale nelle attività delle cooperative di consumo e anche oggi questo è un tema a cui si dedica una particolare attenzione. La nostra Cooperativa ha attivato anche nel 2017 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. Tale proposta si articola in progetti didattici e laboratoriali. L'obiettivo è rendere i consumatori del futuro più consapevoli delle implicazioni legate all'alimentazione, alla provenienza dei prodotti e dei loro impatti a livello globale, o a temi quali la legalità e la lotta allo spreco.



I percorsi precedono 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

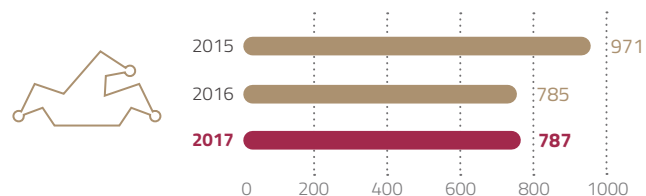


Il sito internet **saperecoop.it** gestito con la collaborazione di Coop Liguria e Coop Lombardia

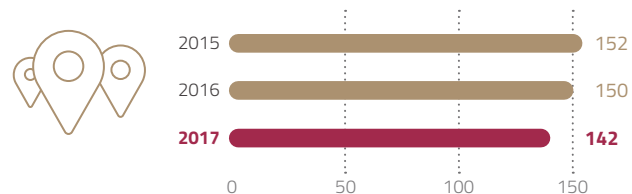


La pubblicazione della guida Saperecoop diffusa ogni anno tra oltre 2.000 insegnanti

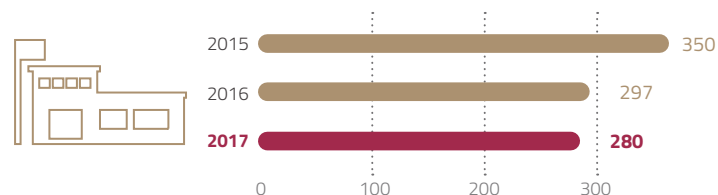
Numero di animazioni



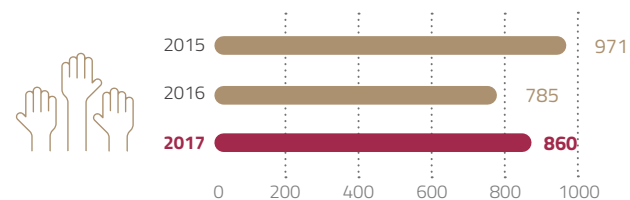
Numero di comuni coinvolti

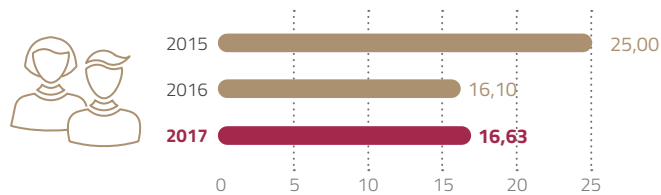
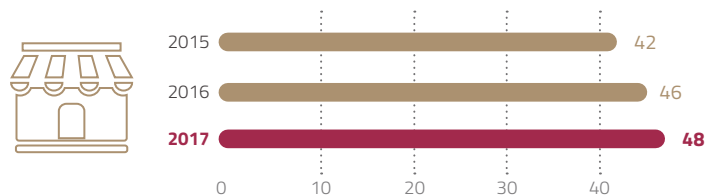


Numero di scuole coinvolte



Numero di classi coinvolte



Numero di **ragazzi coinvolti** (Migliaia)Numero di **punti vendita coinvolti**

Temi principali affrontati nei progetti speciali: **legalità, cooperazione, alimentazione sana, sostenibilità ambientale, cittadinanza**



legalità



cooperazione

alimentazione
sanasostenibilità
ambientale

cittadinanza

Numero
progetti
speciali

16

Numero
ragazzi
coinvolti

2.084

Numero
classi
coinvolte

106



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 **#100volticontrolospredo** 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.



Coop per la Scuola, iniziativa riproposta per il terzo anno consecutivo, ha permesso ai Soci e clienti di ricevere per ogni 10 euro di spesa un bollino da consegnare a una delle 1.855 scuole del territorio che hanno aderito, da settembre a dicembre. Un ricco catalogo di premi ha così consentito alle scuole di richiedere materiale utile per l'innovazione tecnologica e per le attività didattiche. I premi consegnati sono stati 8.260 per un valore di 1.400.000 euro.

La raccolta di bollini è stata supportata da iniziative in punto vendita, coinvolgendo alunni, genitori e docenti. Un altro progetto di marketing sociale che vuole essere di fondamentale sostegno al mondo scolastico.



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.

Iniziative di solidarietà

#becoop
Sociocoop per il territorio

I Soci Nova Coop anche nel 2017 hanno avuto la possibilità di devolvere i punti accumulati sulla loro tessera socio a progetti di solidarietà e a partecipare a iniziative di raccolte fondi. In particolare la Cooperativa ha sostenuto attraverso **#becoop** progetti del territorio atti a riqualificare beni culturali o ambientali. A testimonianza del reale impegno della Cooperativa, Nova Coop si è impegnata a raddoppiare il valore dei punti donati.

CASA OZ
ASSOCIAZIONE CALLO
CASAOZ È PER I BAMBINI
CHE INCONTRANO
LA MALATTIA
E PER LE LORO FAMIGLIE.

Inoltre abbiamo sostenuto l’associazione CasaOz di Torino, nata per mettersi a disposizione delle famiglie in cui vi è un bambino malato, offrendo accoglienza, sostegno e assistenza.



Numerosi sono stati i fondi raccolti anche per AIRAIZh, Associazione Italiana Ricerca Alzheimer che ha permesso di finanziare 25 borse di ricerca per giovani studiosi italiani specializzati in malattie neurodegenerative.

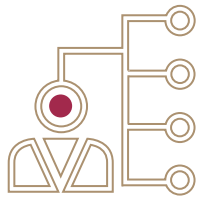


Tante le iniziative per raccogliere fondi per il terremoto che ha colpito nel 2016 l’Italia centrale, in questo caso poi destinati alla ricostruzione di alcuni istituti scolastici danneggiati in Umbria e nelle Marche.

DONA LA SPESA

Ricordiamo poi le raccolte alimentari che avvengono nei nostri punti vendita a sostegno delle persone in difficoltà del territorio e quelle di cibo animale per i nostri amici a quattro zampe!

Iniziative dei Presidi Soci

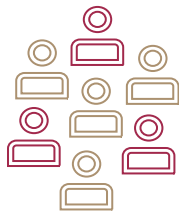


Perseguendo gli obiettivi del nostro **Piano Strategico**, nel 2017 abbiamo cercato di dirigere le nostre azioni e attività con l'obiettivo di una sempre maggiore fidelizzazione e rinnovo della base sociale, focalizzando gli sforzi nella realizzazione delle iniziative prevalentemente su alcuni ambiti collegati direttamente ai valori storici della cooperazione, che si concretizzano nelle linee del nostro **Prodotto a Marchio**. Una particolare cura è stata data inoltre ai processi di comunicazione sia online che offline per essere sempre più chiari e trasparenti.

Come già sottolineato la ricchezza delle iniziative promosse è un risultato ottenuto grazie alla collaborazione dei nostri Soci Volontari e dei nostri dipendenti.

1.350

iniziative



175.304

partecipanti totali

FUTURI PUNTI VENDITA



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

Il primo progetto è sicuramente quello dell'obiettivo dell'apertura del **nuovo superstore di Via Botticelli a Torino**. Si tratta di un nuovo formato distributivo di 3.500 mq. di area vendita, fortemente centrato sull'offerta alimentare di qualità e con presenza di servizi innovativi, spazi di ristorazione e somministrazione. Ci sono poi altri progetti di riqualifica e sviluppo sempre su Torino e a Vercelli.



A marzo del 2017 abbiamo aperto il terzo distributore Enercoop a Cuneo, dopo quelli di Biella e Pinerolo e nel 2018 prevediamo di aprire un quarto Enercoop a Vercelli. Proseguirà inoltre la progettazione per il nuovo Enercoop a Novara che porterà così a 5 i distributori presenti sul territorio.



Durante il 2018 saranno inoltre avviate le attività per i cantieri del nuovo punto vendita di Giaveno e per il nuovo formato **drive stand alone** a Torino. Dopo aver attivato infatti il servizio Coop Drive all'Ipercoop di Beinasco, grazie al quale i clienti possono ordinare la spesa online e ritirarla in automobile, vogliamo puntare sempre più sull'e-commerce con l'apertura di un centro logistico per l'e-commerce dove si potrà anche ritirare la spesa in modalità drive.

Infine per tutto il 2017 e anche per gli anni a venire sono proseguite e proseguiranno le attività di "rigenerazione" della rete esistente. Sarà avviato e completato il cantiere per la riduzione area vendita ipermercato di Gravellona Toce. Saranno avviati i cantieri per le ristrutturazioni dei supermercati di Chivasso e Trecate, e dell'ipermercato di Galliate. Saranno inoltre completati i cantieri di ristrutturazione ed adeguamento normativo degli ipermercati di Cuornè e Borgomanero.



Altre attività che ci hanno impegnato nel 2017 e impegneranno la struttura tecnica per il 2018 riguardano i progetti di implementazione tecnologica e risparmio energetico. Si prevede il completamento del progetto casse fast e self negli ipermercati, il completamento installazione economizzatori energetici nella rete supermercati. Proseguirà inoltre il piano di relamping con corpi LED intervenendo sulla rete dei supermercati dopo aver completato la rete ipermercati.



CONDIVIDERE VALORE ATTRAVERSO I PRODOTTI



ARTICOLO 4 STATUTO SOCIALE

La Cooperativa si propone di fornire ai consumatori, Soci e non, beni e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili... e di tutelare gli interessi dei consumatori, la loro salute e sicurezza...

Qualità, sicurezza, bontà e convenienza. Tutela dell'ambiente, impegno etico e trasparenza. Queste alcune delle caratteristiche e dei valori in cui crediamo e che condividiamo attraverso la vendita del Prodotto a Marchio Coop.

Nato nel 1948, dopo 70 anni il nostro Prodotto a Marchio 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 4.000 prodotti articolati in diverse linee a tema, con importanti risultati in termini di vendite e di risparmio per i Soci e clienti.

Per rispondere alla sempre 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 campagna per la limitazione dell'uso di antibiotici nelle filiere animali del 2017.

Per rispondere alle nuove tendenze di consumo ed essere leader nell'offerta nel 2017 si sono rafforzati gli interventi di rinnovamento dell'assortimento sia negli alimentari che nel non alimentare, sviluppando nuove linee o potenziando quelle già esistenti dedicate ai temi della salute e benessere, del biologico, del pet food.



30%
risparmio medio
su ogni spesa effettuata
comprando il Prodotto a
Marchio Coop

.....



4.000
referenze
formano il Prodotto
a Marchio Coop

.....

IL PRODOTTO A MARCHIO COOP

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



TUTELA DELL'AMBIENTE E RAZIONALIZZAZIONE DEGLI IMBALLAGGI

Coop è da sempre impegnata nella tutela dell'ambiente anche attraverso le sue politiche assortimentali



- diffusione di **sistemi di coltivazione integrata** e biologica tutela della biodiversità



- promozione di un **Consumo Consapevole** da parte dei consumatori



- 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





CONVENIENTE



TRASPARENTE



BUONO



garanzia del miglior rapporto qualità-prezzo possibile a tutela del potere di acquisto di Soci e clienti grazie ai grandi volumi di acquisto

accesso a informazioni in merito a origine delle principali materie prime, puntuale informazione presente in etichetta sui valori nutrizionali, ambientali e sulla provenienza

efficaci partnership con produttori di qualità, industriali o artigianali. Prodotti approvati dai Soci.

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 è disponibile il sito dedicato **www.cooporigini.it** dove digitando il nome del prodotto o il codice a barre che ogni prodotto reca sulla confezione, si può risalire alla provenienza delle materie prime che caratterizzano il prodotto.

APPROVATO DAI SOCI



I nostri Soci partecipano attivamente alla scelta e alla selezione dei Prodotti a Marchio Coop, attraverso i **test di valutazione "Approvato dai Soci"** a cui sono sottoposti tutti i prodotti. Dopo controlli di qualità stringenti, il prodotto è sottoposto a una prova di assaggio o di funzionalità. Affinché il giudizio sia obiettivo, i prodotti vengono valutati in forma anonima. Quelli che non superano il test sono sottoposti a un processo di miglioramento.



Numero di soci coinvolti nei test

2.000



Numero di test a punto vendita

40

LE LINEE DEL PRODOTTO A MARCHIO COOP

Il Prodotto a Marchio Coop si articola in varie linee dedicate per soddisfare differenti esigenze di consumo.

La linea Tutela, che rappresenta la quota principale del Prodotto a Marchio Coop e 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.

Nel 2016-2017 per rispondere a un mercato in forte cambiamento, dopo oltre 13 anni, è iniziato un processo per cambiare la caratteristica confezione blu e bianca del prodotto Coop della linea Tutela. Il processo di sostituzione è stato profondo e complesso e ha riguardato centinaia di prodotti. Molti dei prodotti già oggi in vendita inoltre sono stati migliorati nelle ricette e negli ingredienti. Le etichette sono ancora più chiare e leggibili.

Nel 2017 alle linee storiche nate nel 2002-2003 (ViviVerde, Crescendo, Solidal, Fiorfiore e Bene.sì) se ne sono aggiunte di nuove, per intercettare le nuove esigenze e le nuove tendenze (Origine, Amici Speciali, Casa Coop). Nel 2018 saranno sviluppate altre linee, per esempio **D'Osa**, la linea dedicata a chi ama cucinare ma ha poco tempo e potrà così trovare una proposta completa di miscele, preparati, lieviti, amidi, decorazioni e altri ingredienti per preparare favolose ricette.

FIORFIORE



Il meglio della cultura gastronomica per rendere speciale il menù ogni giorno, dall'antipasto al dolce, vino compreso. Cura e passione nella scelta delle migliori materie prime, attenta selezione di produttori vocati a lavorazioni di qualità e recupero della tradizione sono gli ingredienti alla base dell'eccellenza, al giusto prezzo, della linea Fiorfiore Coop.

CRESCENDO



Il tuo bambino è in buonissime mani. I prodotti della linea Crescendo Coop sono studiati in collaborazione con un qualificato Comitato Scientifico costituito da pediatri e nutrizionisti con lo scopo di promuovere una corretta alimentazione sin dall'infanzia. Una proposta completa di prodotti alimentari, prodotti per la cura e per l'igiene.

VIVERVERDE



La natura sceglierebbe ViviVerde Coop, i prodotti che fanno bene a te e all'ambiente. Prodotti alimentari biologici e non alimentari realizzati con criteri di sostenibilità. Il futuro dipende da ogni nostra singola scelta, anche facendo la spesa possiamo tutelare l'ambiente.

SOLIDAL



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

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.

AMICI SPECIALI



Gustosi, sani, senza coloranti né conservanti e *cruelty free*, cioè non testati su animali. Queste le caratteristiche dei prodotti della linea dedicata agli animali domestici, in grado di soddisfare tutte le loro esigenze specifiche. La collaborazione con il Dipartimento di Scienze Veterinarie per la Salute, la produzione animale e la Sicurezza alimentare dell'università di Milano costituisce inoltre un supporto scientifico autorevole per la valutazione delle ricette.

CASA



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



Vendite totali	2017		2016	
	Inc.vend		Inc.vend	
Totale		1.002.716.523	998.042.824	
Coop		235.241.382	238.668.797	
		23,5%	23,9%	
Tutela		130.703.599	135.531.498	
		55,6%	56,8%	
Fiorfiore		40.190.918	39.223.474	
		17,1%	16,4%	
Origine		26.171.312	27.270.457	
		11,1%	11,4%	
ViviVerde		20.617.977	19.898.698	
		8,8%	8,3%	
Amici Speciali		4.925.848	4.787.774	
		2,1%	2,0%	
Solidal		6.033.752	5.312.779	
		2,6%	2,2%	
Bene.sì		3.826.366	3.919.231	
		1,6%	1,6%	
Crescendo		2.771.610	2.724.886	
		1,2%	1,1%	

LE CERTIFICAZIONI

I Prodotti a Marchio Coop godono di numerose certificazioni che testimoniano come Coop riesca ad aderire 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 i delfini da uccisioni non volute. 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 più impegnata a livello nazionale sul tema della difesa del benessere animale e la tutela delle specie a rischio, tenuto anche conto dell'interesse forte e sempre in crescita dei consumatori su questi argomenti. 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. Coop si è dotata 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

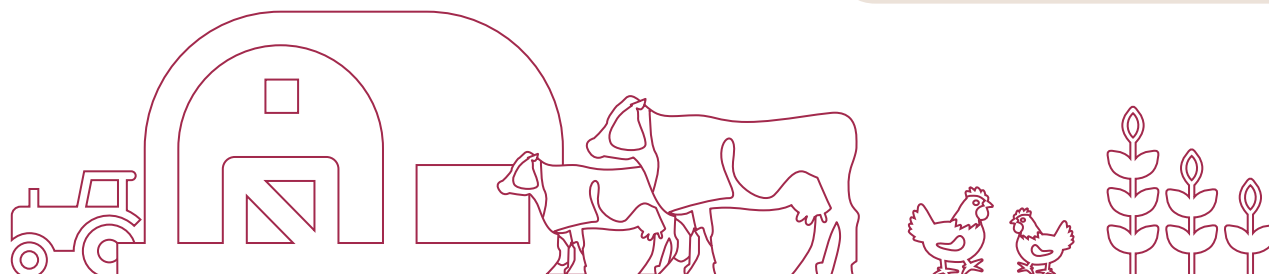


Campagna lanciata da Coop a livello nazionale nella primavera del 2017 con cui Coop si impegna a migliorare le condizioni di allevamento degli animali per eliminare o ridurre l'uso degli antibiotici.

L'iniziativa è partita a maggio lavorando sulle principali filiere dei prodotti avicoli (polli e uova). Dall'inizio di luglio sono in vendita anche i primi prodotti di suino allevati liberi senza uso di antibiotici, e gradatamente si stanno introducendo anche prodotti bovini.

L'iniziativa di Coop muove da un punto fermo: 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.**

Per approfondire queste complesse tematiche sono state numerose le iniziative che Nova Coop ha organizzato nel 2017, tra cui una tavola rotonda a Torino che ha coinvolto le istituzioni, il mondo scientifico, i media, i Soci e i clienti, lasciando spazio anche all'opinione dei giovani.



SERVIZI AI SOCI

Oltre alle promozioni dedicate, i Soci Nova Coop possono usufruire di numerosi altri benefici, che sono parte integrante dello scambio mutualistico tra la Cooperativa e i propri Soci, in particolare:

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 ed il risparmio.

TURISMO



La collaborazione avviata 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 interessati e nel promuovere le offerte predisposte dal tour operator. **Nel 2017 sono state complessivamente 3.500 le persone che hanno colto questa opportunità.**

CONVENZIONI

Le convenzioni offrono ai Soci la possibilità di usufruire di particolari agevolazioni anche fuori dai punti vendita Coop. A fine 2017 le convenzioni in vigore erano circa 200, cui è necessario aggiungere le convenzioni legate a specifici eventi e manifestazioni nel corso dell'anno.



Tutte le convenzioni in essere sono visibili sul sito www.vivicoop.it o nella guida alle convenzioni, diffusa in tutta la rete di vendita.

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

Cultura



Salute



Sport



Benessere



Tempo Libero



Servizi e Prodotti



IL PRESIDIO DEGLI IMPATTI AMBIENTALI



CARTA DEI VALORI DELLE COOPERATIVE DI CONSUMATORI

La Cooperativa considera l'ambiente un bene di tutti, che va salvaguardato dalla speculazione, dal malgoverno, dall'incuria e che può essere un prezioso elemento di sviluppo e competitività. L'ambiente deve essere preservato come principale bene comune e per senso di responsabilità verso le generazioni future.

L'attenzione per la tutela dell'ambiente e per la qualità della vita fanno parte da sempre della missione della cooperazione, così come perseguire una politica ambientale che si basi sui principi di precauzione e sostenibilità. Da anni Nova Coop, coerentemente con quanto dichiarato nella **Carta Valori**, è impegnata su più fronti per ridurre il proprio impatto ambientale nei territori in cui opera. Questo si declina attraverso azioni diverse, dall'accurata **scelta dei fornitori**, dalle politiche della riduzione negli impatti nel **Prodotto a Marchio**, dalle **numerose iniziative sul territorio e nello sviluppo della rete in modo sostenibile** su di esso **Prodotto a Marchio**.

Si veda
da pagina
60

Si veda
pagina
79

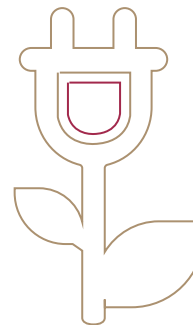
In questo capitolo ci concentreremo sulle azioni adottate per la riduzione degli impatti ambientali attraverso un accurato controllo dei consumi, attraverso la gestione dei rifiuti e ad iniziative di economia circolare come il progetto "Buon Fine".

IL CONTROLLO DEI CONSUMI ENERGETICI

Partiamo dalle azioni atte al controllo dei consumi energetici, all'efficienza degli impianti e al risparmio energetico.

Nel 2017 il consumo totale di energia elettrica, al lordo della rifatturazione a terzi, è stato di **86.764.000 kWh**, pari a un costo di circa **12.314.000 €**.

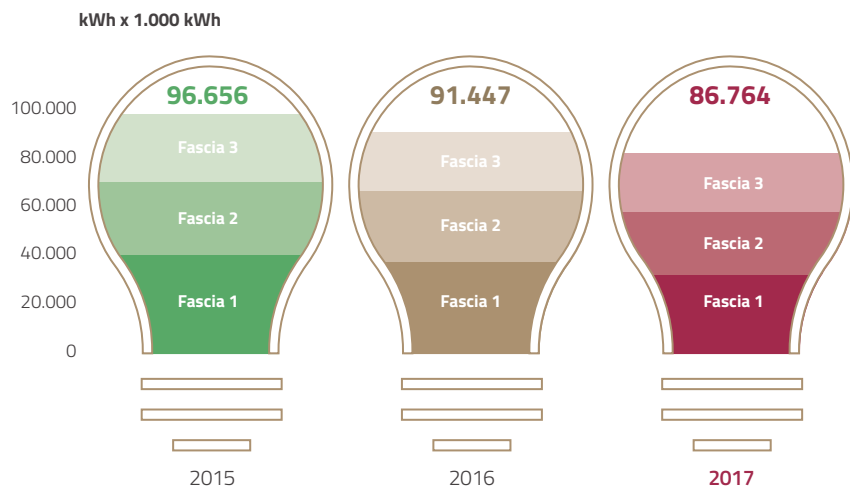
Considerando anche la quota derivante dalla produzione di fotovoltaico dedicata all'autoconsumo sono stati utilizzati circa **87.585.000 kWh**.



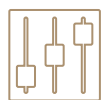
87.585.000 kWh
**Consumo complessivo
energia elettrica**
.....



Rispetto all'anno precedente (91.447.000 kWh) **abbiamo consumato circa un 5,1% 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 al sistema BMS (Building Management System)



interventi sugli impianti di illuminazione (relamping)

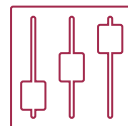


ristrutturazioni dei negozi



installazione di economizzatori energetici

Vediamoli nel dettaglio.



I sistemi BMS (Building Management System)

presenti nei 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.

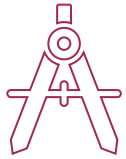
Questo risultato è ottenuto preservando l'equilibrio ottimale fra condizioni, uso di energia e requisiti di funzionamento. Ciò ci consente di avere una fotografia in tempo reale di come stanno lavorando gli impianti e nel caso di funzionamenti anomali/guasti il sistema in automatico genera degli allarmi 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 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.



Per "interventi sugli impianti di illuminazione (relamping)"

intendiamo 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.**

I punti vendita in cui si è fatto l'intervento di relamping nel 2017 sono stati gli Ipercoop di Novara, Beinasco, Cirié, Chieri, Pinerolo, Cuornè, Borgomanero, e le Coop di Nichelino e Luino.



Le ristrutturazioni dei negozi sono proseguite anche nel 2017. Abbiamo infatti operato alcuni interventi di ristrutturazione all'Ipercoop di Cuornè e di riduzione dell'area vendita nell'Ipercoop di Pinerolo. I lavori fatti ci portano ad avere un risparmio importante anche nei consumi energetici.

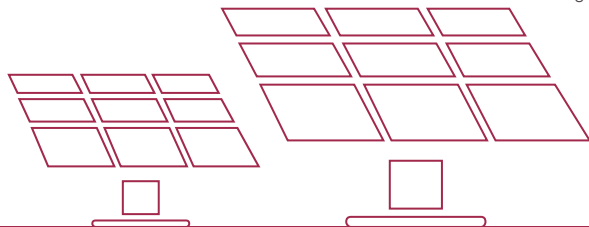
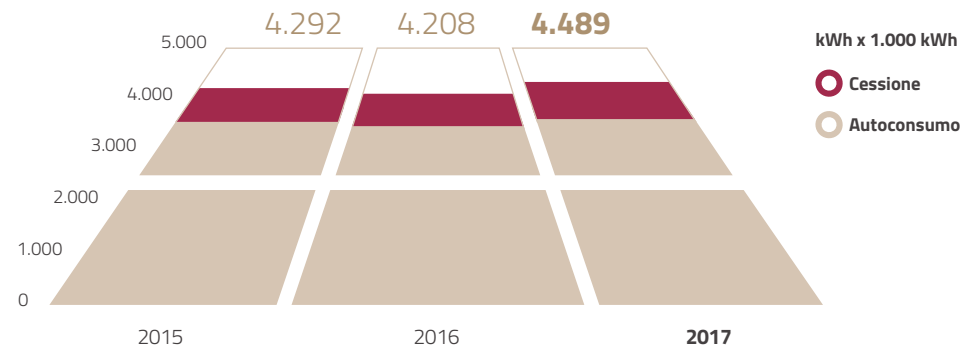
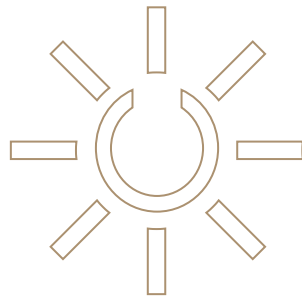


L'installazione di economizzatori energetici è avvenuta nel 2017 in 11 supermercati della rete. Gli economizzatori energetici sono macchine in grado di "adottare" un sistema di rifasamento, ovvero di ridurre lo scambio di energia reattiva tra l'utilizzatore finale e la rete di distribuzione. Il rifasamento consiste nel fornire localmente un carico capacitivo in grado di bilanciare l'energia reattiva induttiva, riducendone lo scambio con la rete elettrica. Abbiamo verificato che il risparmio ottenuto grazie all'installazione di questa apparecchiatura arriva al 4% del consumo complessivo del negozio.

Impianti fotovoltaici. Ad oggi gli impianti installati sono 17, 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 2017 si è prodotto 4.489.000 kWh di cui 3.752.000 kWh sono stati autoconsumati e 737.000 kWh ceduti. Ciò comporterà anche un alleggerimento della bolletta energetica per un valore che, si stima, dovrebbe aggirarsi attorno ai 532.000 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 aumentata rispetto agli anni precedenti sebbene il numero di impianti non sia variato e la vetustà dell'impianto tenda a diminuire la resa. L'aumento della produzione è dovuto, oltre ai fattori meteo esterni, al fatto di avere dei programmi informatici creati appositamente per la corretta sorveglianza degli impianti, cioè in grado di generare degli allarmi se la loro efficienza non è quella stimata secondo gli algoritmi inseriti.



LA GESTIONE DEI RIFIUTI

Gli attuali sistemi di produzione e di consumo generano molti rifiuti e, insieme alla domanda crescente di beni e servizi e all'esaurimento delle risorse, contribuiscono ad aumentare i costi delle materie prime e dell'energia, generando inquinamento attraverso l'aumento delle emissioni globali di gas a effetto serra, causando degrado del suolo, deforestazione e perdita di biodiversità.

Anche per queste ragioni da diversi anni a livello globale ci si interroga e si cerca, attraverso accordi, progetti e buone pratiche, di ridurre l'impatto negativo dei rifiuti sull'ambiente.

Inoltre la transazione verso un'economia circolare avvenuta negli ultimi anni ha portato ad una maggiore attenzione sul riutilizzo e il riciclo dei materiali e dei prodotti e sul fatto che quello che normalmente si considera come "rifiuto" possa essere trasformato in una risorsa.

Frans Timmermans, primo vicepresidente della Commissione Europea e responsabile per lo sviluppo sostenibile ha detto:

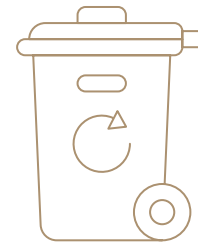
"Se non modifichiamo il mondo in cui produciamo e utilizziamo le materie plastiche, nel 2050 nei nostri oceani ci sarà più plastica che pesci".



**Il recupero è stato
pari a circa
84% del totale rifiuti**













La gestione dei rifiuti costituisce attività di pubblico interesse per cui essi devono essere organizzati senza mettere in pericolo la salute dell'uomo e senza usare procedimenti o metodi che potrebbero recare pregiudizio all'ambiente.

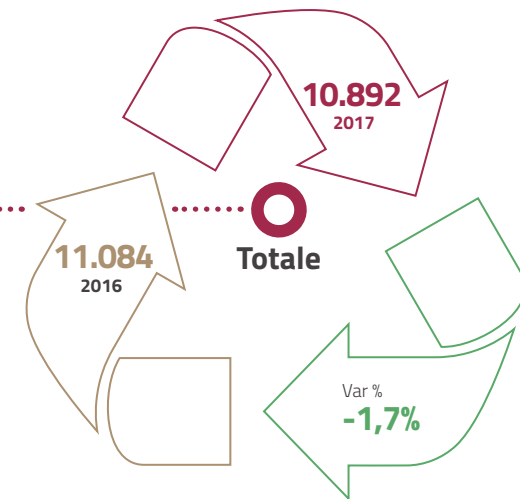
Secondo la normativa vigente gli enti competenti devono adottare tutte le misure necessarie per conseguire, entro il 2020, l'aumento del 50% della preparazione per il riutilizzo e il riciclaggio di rifiuti quali carta, metalli, plastica e vetro provenienti dai nuclei domestici e del 70% della preparazione per il riutilizzo, il riciclaggio e altri tipi di recupero di materiale, di rifiuti da costruzione e demolizione non pericolosi.



Nel 2017 l'attività della Cooperativa ha prodotto **10.892 tonnellate** di rifiuti, dei quali **9.098 tonnellate** sono state oggetto di **raccolta differenziata.**

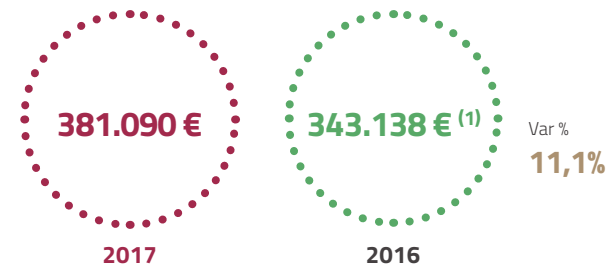
La nostra Cooperativa, nel pieno rispetto delle normative ambientali e coerentemente alla propria politica di sostenibilità ambientale, da sempre è attenta alla gestione dei rifiuti ed effettua la raccolta, differenziando le tipologie di materiali con attenzione e scrupolo e in linea con i parametri Regionali e Nazionali.

Rifiuti avviati al recupero Tonnellate (uffici compresi)	2017	2016	Var %
Imballaggi carta e cartone 	6.293	5.968	5,4%
Imballaggi in plastica 	292	311	-6,1%
Imballaggi in legno 	181	162	11,7%
Oli e grassi commestibili 	52	49	6,1%
Ferro e acciaio 	48	100	-52,0%
Imballaggi in vetro 	36	65	-44,6%
Speciali non pericolosi (toner, pile alcaline, ecc.) 	581	262	121,8%
Pericolosi 	23	17	35,3%
Indifferenziato e imballaggi misti conferimento privato 	147	643	-77,1%
Organico conferimento privato 	306	300	2,0%
Organico e indifferenziato conferimento comunale 	1.794	2.013	-10,9%
Materiali di categoria 3 (pesce, carne, latte e derivati) 	1.139	1.194	-4,6%



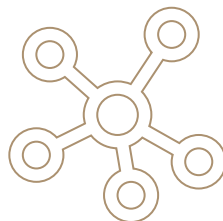
Riduzioni TARI

Valore delle riduzioni
per effetto della raccolta
differenziata:



⁽¹⁾ Dato aggiornato per competenza.






sono operative
55 convenzioni differenti

IL BUON FINE

Secondo la FAO, l'organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura, circa un terzo del cibo prodotto per il consumo umano viene perso o sprecato: è questo il paradosso dello spreco, da una parte quasi un miliardo di persone che soffre la fame, dall'altro 1,3 miliardi di tonnellate di alimenti sprecati ogni anno nel mondo, con tutte le conseguenze negative per l'ambiente (consumo di acqua, di suolo e di energia, emissione di anidride carbonica).

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, come abbiamo visto da pag 87 a pag 91 , supportando i fornitori per una ottimizzazione quali-quantitativa delle produzioni, promuovendo il consumo consapevole tra i consumatori e, infine, donando alle Onlus del territorio prodotti non più vendibili ma ancora consumabili.



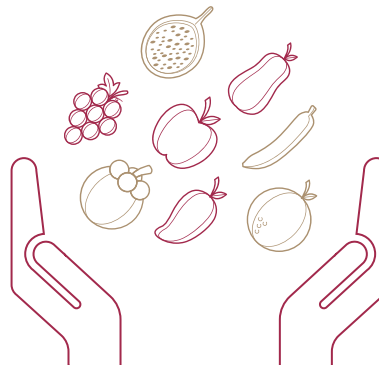
Con il progetto **Buon Fine** Nova Coop ha definito apposite procedure interne che definiscono quali prodotti possano essere donati e con quali modalità. Questo progetto è iniziato formalmente con l'entrata in vigore della **Legge del Buon Samaritano** nel 2003 ed ha visto crescere progressivamente il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

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 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.



donata merce per un
 valore complessivo di
4.304.917 €
 con un aumento del **13%**
 rispetto all'anno precedente

INNOVAZIONE

La nostra Cooperativa ha dimostrato di essere un soggetto anticipatore di tendenze nella condivisione dei suoi valori e nelle azioni di trasparenza nei confronti dei Soci e clienti sotto vari aspetti.

Pensiamo per esempio alle politiche di trasparenza sull'origine dei prodotti di cui abbiamo parlato in precedenza  o alle nostre numerose campagne etiche e di tutela dell'ambiente che abbiamo portato avanti in questi anni. Pensiamo alla tecnologia moderna nei nostri punti vendita attenti 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.

Nel dicembre del 2016 abbiamo aperto un concept store moderno e innovativo nel centro storico di Torino, il **FiorFood**, grazie al quale si è riqualificata tutta l'area della storica galleria San Federico.

Ci siamo dimostrati spesso innovativi anche nella nostra attività sociale sul territorio come dimostrano i casi di progettazione partecipata sperimentati in questi anni, si veda il caso della ristrutturazione del punto vendita di Corso Molise di Torino che ha coinvolto enti, associazioni e cittadini del quartiere.

Vediamo ora in particolare alcuni **progetti sociali** innovativi che abbiamo portato avanti nel 2017 in collaborazione con partner strategici sui territori e il nuovo progetto di organizzazione aziendale di **Project Management**, un sistema gestionale dei processi e progetti aziendali orientato ai risultati.

**PAROLE
CHIAVE DEI
PROGETTI**

Si veda
pagina
82

Si veda
da pagina
87 a 91



L'INNOVAZIONE NEI PROGETTI SOCIALI

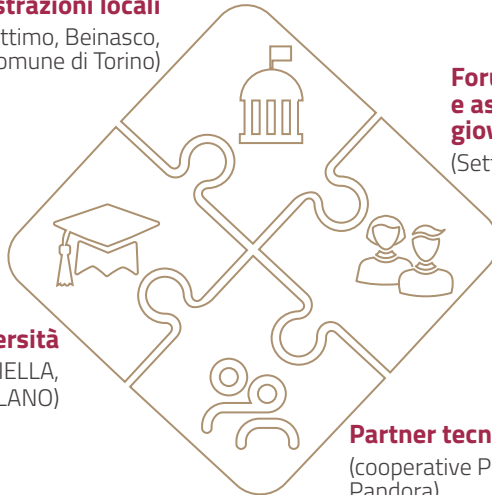
Essere soggetto radicato nel territorio significa per noi anche aprirsi alle idee e agli stimoli che da esso arrivano. Si tratta della cosiddetta **open innovation** ("innovazione aperta") un modello di innovazione secondo il quale le imprese, per creare più valore e competere meglio sul mercato, non 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, e 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.



I PARTNER STRATEGICI

Amministrazioni locali
(Collegno, Settimo, Beinasco,
Comune di Torino)



**Forum Giovani
e associazioni
giovanili**
(Settimo, VCO)

Università
(UNIPO, UNITO, BIELLA,
POLITECNICO DI MILANO)

Partner tecnici
(cooperative Proteina,
Pandora)

COOPACADEMY



Coop Academy 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 e 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



3
anni di vita

CoopAcademy ha visto la luce nel marzo del 2015



12
laboratori
finanziati

Alessandria, Beinasco, Chieri, Novara e VCO sono i territori pilota di CoopAcademy



292
ragazzi
coinvolti

CoopAcademy vive grazie alla partecipazione dei giovani

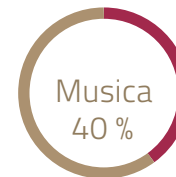
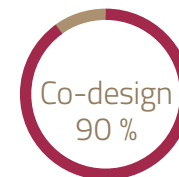
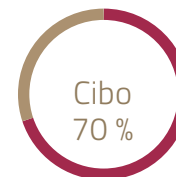


58
eventi
organizzati



oltre
1.000.000
visualizzazioni
sui social

I progetti parlano di:



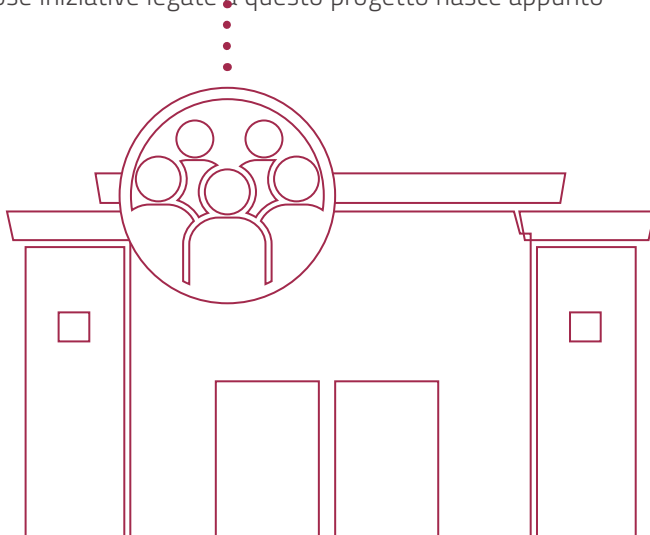
Iperspazio



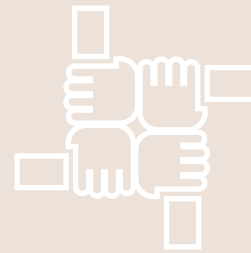
Iperspazio è uno dei risultati del progetto "Legami Sociali", iniziato nel 2014 a Collegno quando Nova Coop ha aperto il Centro Commerciale "Piazza Paradiso",

contestualmente, la Cooperativa ha commissionato una ricerca sociale all'Università di Torino (Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione) e ha lavorato in stretta collaborazione con il Comune di Collegno.

Finalità del progetto è stata comprendere, in collaborazione con chi vive e opera sul territorio, se e come un centro commerciale collocato in quello che tradizionalmente viene considerato un **"non luogo"**, ovvero un quartiere di recentissima urbanizzazione, possa contribuire a costruire legami sociali tra i cittadini e tra loro e il territorio in cui vivono e, di conseguenza, quali strumenti e quali iniziative possono essere adottati per rafforzare questo ruolo. Dopo numerose iniziative legate a questo progetto nasce appunto Iperspazio.



UN LUOGO UNO SPAZIO: IPERSPAZIO



la **Sala Soci** adiacente al centro commerciale, con accesso esterno, viene adattata perché sia 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.**

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"**.



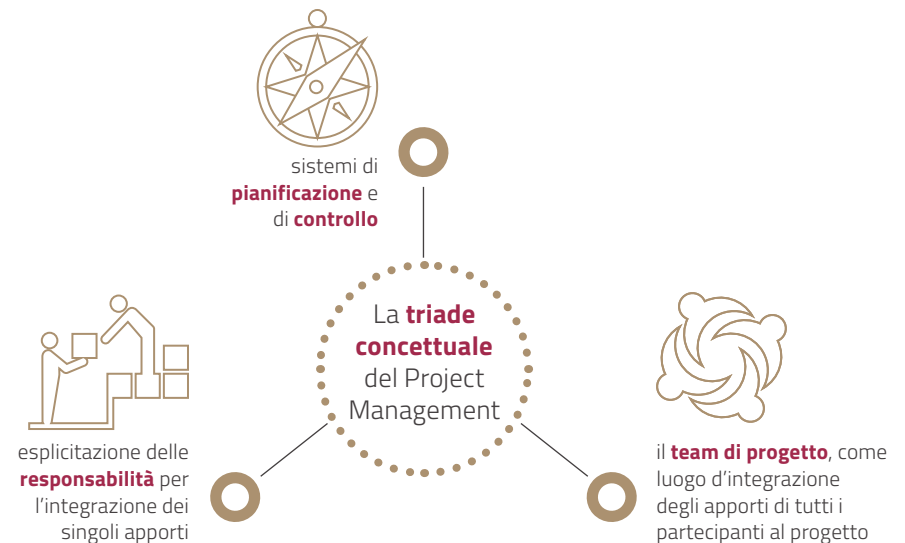
Il Piano Strategico ha posto l'accento sull'**obiettivo Essere Produttivi** ed ha individuato nel **Project Management** e nella sua diffusione in tutta l'azienda, uno degli elementi cardine per il suo raggiungimento.

Nova Coop è un'azienda con una organizzazione prevalentemente di tipo funzionale ma ha voluto consolidare e far evolvere l'esperienza del Project Management al fine di diffondere questa modalità di lavoro in tutte le aree e le attività in cui sia più efficace una gestione di tipo progettuale piuttosto che funzionale.

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.

È stata definita una procedura che ha identificato ruoli, compiti e responsabilità delle singole figure e che esplicita i processi principali che portano alla selezione, approvazione, realizzazione dei progetti ed il coinvolgimento delle varie funzioni.

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



Ruolo essenziale è quello del Project Manager, individuato all'interno delle varie direzioni aziendali che ha la responsabilità di condurre il progetto assegnato nel rispetto di tempi, costi e qualità.

Il Project Management è una sfida che parte dalla **volontà di rinnovarsi**, rendendo riconoscibile la **funzione del PMO** nella gestione di tutti i progetti con lo scopo di rendere naturale il **conseguimento degli obiettivi aziendali** al pari dell'organizzazione per funzioni.



05 NOTA METODOLOGICA



Con la nona edizione del Bilancio di Sostenibilità, il primo redatto secondo 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 2017. 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.

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.

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.

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 2015 e 2016. 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



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

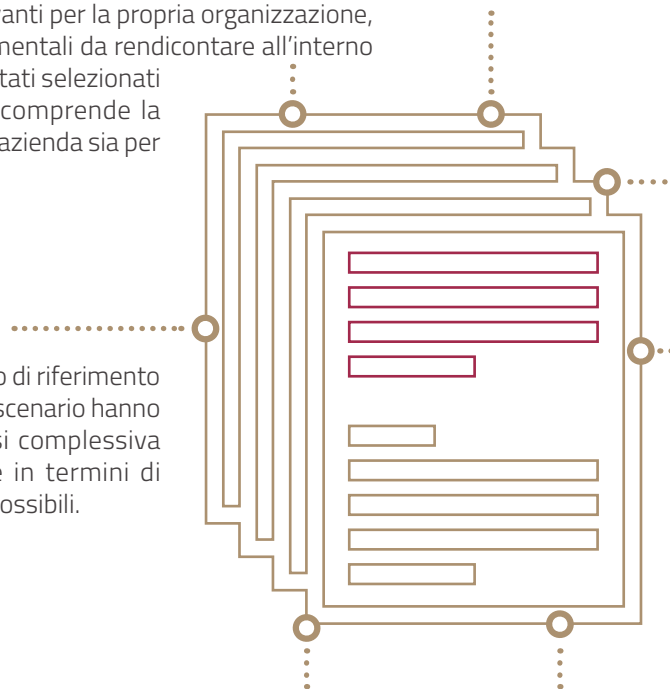
Una particolare cura per l'obiettività e la neutralità caratterizza questo documento, nel quale si dà evidenza a tutti gli aspetti della performance dell'azienda utili alla valutazione delle prestazioni e degli impatti complessivi verificatisi.

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. 10 e 28-33	Attività, marchi, prodotti e servizi
102-3	Via Nelson Mandela 4 Vercelli	Sede principale dell'organizzazione
102-4	pag. 12	Luoghi in cui opera l'organizzazione
102-5	pag. 6-10	Assetto proprietario e forma legale
102-6	pag. 14	Mercati serviti
102-7	pag. 11	Dimensione dell'organizzazione
102-9	pag. 60	Catena di fornitura
102-10	pag. 60	Variazioni significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura
102-13	pag. 14	Appartenenza ad associazioni
Strategia 		
102-14	pag. 17	Dichiarazione dell'alta direzione
Etica e integrità 		
102-16	pag. 9	Valori, principi, standard e norme di comportamento
Governance 		
102-18	pag. 16	Struttura di governo
Stakeholder engagement 		
102-40	pag. 24-25	Elenco dei gruppi di stakeholder
102-42	pag. 24-25	Identificazione e selezione degli stakeholder
102-43	pag. 25-26	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder
102-44	pag. 26	Argomenti chiave e criticità sollevate





General Standard Disclosures	Pagina, riferimenti, note ed eventuali omissioni	Descrizione General Standard Disclosures
Reporting		
102-47	pag. 19-21	Elenco dei temi materiali
102-48	pag. 99	Modifiche alle informazioni inserite nei report precedenti
102-49	pag. 99	Cambiamenti nella rendicontazione
102-50	01/01/2017 – 31/12/2017	Periodo di rendicontazione
102-51	2016	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	10-103	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		Approccio gestionale
GRI 201-1	pag. 71	Valore economico generato e distribuito
Categoria: Ambientale		
Aspetto: Energia		
DMA		Approccio gestionale
GRI 302-1	pag. 87-89	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione
GRI 302-4	pag. 87-89	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	pag. 62-65	Attività e fornitori con rischio significativo di episodi di lavoro minorile
Aspetto: Lavoro forzato		
DMA		Approccio gestionale
GRI 409-1	pag. 62-65	Attività e fornitori con rischio significativo di episodi di lavoro forzato
Aspetto: Comunità locale		
DMA		Approccio gestionale
GRI 413-1	pag. 74-79	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	pag. 60-65	Nuovi fornitori valutati secondo criteri socioeconomici
GRI 414-2	pag. 60-65	Impatti sociali negativi lungo la catena di fornitura e azioni intraprese
Aspetto: Salute e sicurezza dei consumatori		
DMA		Approccio gestionale
GRI 416-1	pag. 33-35	Valutazione degli impatti di salute e sicurezza di prodotti e servizi
Aspetto: Etichettatura e marketing		
DMA		Approccio gestionale
GRI 417-1	pag. 80-85	Requisiti per l'informazione e l'etichettatura dei prodotti



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



coop

Novacoop

#ValoreCondiviso

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
con