Bilancio Sociale 2018

coop Lombardia

è la nostra natura

Bilancio Sociale 2018

coop
Lombardia

3


co
op_70

PARTECIPARE È LA NOSTRA NATURA

Care socie, cari soci,

il Bilancio 2018 di Coop Lombardia si è chiuso con un utile netto di 6,1 milioni di euro. I risultati dell'esercizio 2018 e i dati patrimoniali della Cooperativa e del Gruppo confermano una situazione di equilibrio patrimoniale e finanziario e di redditività su cui Coop Lombardia fonda la sua solidità, la sua affidabilità e la sua capacità di finanziarsi e rafforzarsi con continuità nel tempo.
Il risultato di esercizio beneficia del contributo della gestione caratteristica, che mostra un miglioramento rispetto agli anni precedenti, della valorizzazione del patrimonio immobiliare e dei risultati positivi della gestione finanziaria, che ancora una volta ha affrontato con prudenza, dinamismo e attenzione i mercati finanziari che nel corso dell'anno sono stati condizionati da una serie di elementi di incertezza, generando frequenti episodi di volatilità, con ripercussioni pesanti su tutti i comparti di investimento.
Questi risultati positivi sono stati conseguiti in un contesto di mercato che si conferma molto complesso, per l'andamento incerto dei consumi delle famiglie e per la competizione estrema che caratterizza il panorama distributivo lombardo.
La lenta ripresa dei consumi non sembra porre rimedio alle fratture sociali prodotte dal decennio di crisi. Anzi, l'andamento della spesa delle famiglie testimonia un continuo allargarsi dei divari tra territori, ceti sociali e generazioni differenti. Peraltro, le differenze non riguardano solo le tipologie di consumo, ma incidono significativamente sulla spesa per i beni di prima necessità.
La tradizionale dimensione territoriale delle differenze in Italia si è ulteriormente acuita, a questa si è aggiunta una frattura

generazionale a tutto svantaggio dei più giovani. I costi maggiori della crisi sono stati sostenuti da quanti vivono nei territori più marginali, dalle donne e soprattutto da chi è entrato per ultimo nel mercato del lavoro o lo ha perso in questi anni.
Nel 2018 per esempio, i consumi alimentari delle famiglie basso spendenti hanno continuato a ridursi, invece quelli delle famiglie alto spendenti si sono ulteriormente accresciuti, con un saldo netto di quasi sette punti percentuali in un solo anno.
Ma nonostante la forte riduzione della spesa alimentare italiana registrata in questi anni, gli italiani sono ancora, tra i consumatori europei, quelli che dedicano al cibo le maggiori attenzioni. Sono quelli che investono di più per i consumi alimentari domestici, sia in valore assoluto che in incidenza sul totale della spesa, destinando alla preparazione e al consumo del cibo la maggiore quantità di tempo dopo quello impiegato per dormire e lavorare.
Anche per questo motivo, possiamo vantare un'alimentazione più bilanciata e sana e migliore di quella di molti altri Paesi. Il carrello della spesa si conferma quindi come un importante indicatore della realtà del paese, delle sue molte contraddizioni e delle sue varie anime.
Per rimanere al passo con questa realtà e con le trasformazioni dei modelli di consumo è necessario innovare la nostra rete dei negozi, ripensare i modelli organizzativi, investire nello sviluppo.
Coop Lombardia nel 2018 ha inaugurato tre nuovi punti vendita, rispettando un impegnativo programma di sviluppo in termini di investimenti e sforzi organizzativi.
A Parabiago è stato aperto un superstore "extra-urbano", a Busto Arsizio un superstore "cittadino" e a Brescia, in sostituzione del punto vendita preesistente in viale Corsica, un ipermercato all'interno di un centro commerciale di medie dimensioni e di impostazione innovativa.
Lo sviluppo della rete di vendita è la chiave per crescere in un mercato, come quello lombardo, che si contraddistingue per un livello di competizione elevatissimo. Importanti risultati ha fornito anche il piano di ristrutturazioni, che ha consentito ai punti vendita interessati, attraverso un ammodernamento e adeguamento delle strutture e degli allestimenti, di raggiungere risultati superiori a quelli ottenuti dalla media del format di riferimento. Lo sviluppo e la ristrutturazione della rete sono anche la risposta a un contesto di settore in rapida e profonda trasformazione, in cui da tempo le grandi superfici stanno cambiando in dimensione e assortimenti, mentre supermercati e superstore devono essere progettati con l'obiettivo prioritario di contribuire al miglioramento delle performance commerciali.
Un contributo fondamentale per migliorare i risultati commerciali è rappresentato dal prodotto Coop.

Il 2018 è stato l'anno della celebrazione dei 70 anni dalla nascita del nostro prodotto a marchio. Settant'anni dedicati all'attenzione al consumatore, alla sua salute e benessere, alla qualità, sicurezza, convenienza, trasparenza nella filiera alimentare, insieme all'impegno sulla sostenibilità ambientale e sociale. Tutto questo ha garantito prodotti buoni ed etici, che rispettano i diritti dei lavoratori e dell'ambiente e che si sono resi protagonisti di importanti campagne che hanno modificato i consumi degli italiani. Tra le ultime, è utile ricordare "Alleviamo la Salute", per contrastare il fenomeno dell'antibiotico-resistenza attraverso la promozione del benessere animale "Buoni & Giusti", che lancia una grande sfida al settore ortofrutticolo affinché faccia rete contro il caporalato e le agro-mafie.
Ricordiamo inoltre l'avvio del progetto SmartFood in collaborazione con l'Istituto Europeo di Oncologia (IEO) che ha l'obiettivo di informare e sensibilizzare soci e clienti sul ruolo del cibo e della corretta alimentazione nella prevenzione delle malattie.
Questi progetti e gli impegni più generali di Coop vedono protagonisti i nostri soci.
Il 2018 ha confermato e rafforzato l'impegno sociale di Coop Lombardia, ispirato alla promozione dei valori della mutualità, della cooperazione e della partecipazione.
Un impegno alimentato anche dal rinnovo dei Comitati Soci di Zona. Attraverso la campagna "Socio Volontario, ci vuole..." sono stati ben 636 i soci che hanno voluto mettersi in gioco per candidarsi a entrare nei comitati locali. Nelle elezioni tenutesi a febbraio 2018 hanno partecipato 56.585 soci della Cooperativa, votando i candidati affinché diventassero componenti del proprio Comitato e i loro rappresentanti sul territorio: gli eletti sono stati 456, suddivisi nei 38 Comitati Soci di Zona.
Tutto questo rende evidenti le diversità del modello di impresa cooperativo e del valore aggiunto rappresentato dalla costante partecipazione dei soci alla vita della Cooperativa, alla quale volontariamente dedicano tempo e idee per promuovere la cooperazione e i valori della mutualità e solidarietà.
Il Bilancio che presentiamo ai soci nelle assemblee e per cui chiediamo l'approvazione, testimonia lo sforzo e l'impegno di Coop Lombardia per operare in modo coerente alla natura, all'identità e ai valori della cooperazione. Nello stesso tempo, abbiamo l'ambizione di credere che presentando diffusamente le attività, i progetti, le innovazioni realizzate, si estenda la nostra reputazione e si radichi ulteriormente nella società la cooperazione di consumo e la nostra presenza tra i consumatori.

Daniele Ferrè
Presidente
Coop Lombardia

Alfredo De Bellis
Vice Presidente Vicario
Coop Lombardia

Daniela Preite
Vice Presidente
Coop Lombardia


co
op.co
co
op.

PREMESSA METODOLOGICA

L'edizione 2018 del Bilancio Sociale Coop Lombardia rinnova l'appuntamento con la sintesi delle varie attività della Cooperativa e con le valutazioni del loro impatto sulla società.
Con questa pubblicazione, intesa come la principale e maggiormente esaustiva iniziativa per la comunicazione e la condivisione di identità, valori e prospettive, Coop Lombardia presenta ai propri soci, partner e portatori di interesse un'ampia panoramica della propria capacità di incidere sulla vita economica e sociale dei territori in cui è inserita.

Il Bilancio Sociale, a differenza del Bilancio di esercizio, strettamente focalizzato su aspetti economico-finanziari e patrimoniali, è redatto in modo sintetico ed esaustivo con l'obiettivo di:

- rappresentare le relazioni interne ed esterne alla Cooperativa che hanno un impatto sulle persone, sull'ambiente, nei rapporti con le istituzioni e con le realtà sociali e culturali;
- analizzare l'impatto delle attività della Cooperativa sul mondo che ci circonda;
- interpretare il mutamento della pluralità degli interessi in campo e del contesto di riferimento;
- rendere conto ai vari portatori di interesse di quale sia il valore economico, sociale, ambientale e culturale generato dalle attività della Cooperativa;
- riflettere sui risultati raggiunti e individuare, in modo condiviso, azioni future volte a migliorarli.

La responsabilità sociale è parte dell'agire quotidiano di Coop: i suoi comportamenti in materia di ambiente, tutela del consumatore e trasparenza vanno ben oltre il semplice rispetto delle norme vigenti e il Bilancio Sociale Coop Lombardia ne rende testimonianza.
La pubblicazione in volume ricalca la struttura

delle precedenti edizioni, con qualche piccolo ma significativo adattamento all'evoluzione dello strumento e ai contenuti.
L'approccio alla complessa rendicontazione è quello di favorire la riflessione e il dialogo, sia all'interno che all'esterno della Cooperativa, con l'obiettivo non solo di comunicare la visione di impresa e i traguardi raggiunti, ma anche di far emergere elementi utili a migliorare l'organizzazione interna.

Il percorso argomentativo risulta suddivido in diversi capitoli, accorpati in quattro macro aree:

valore economico prodotto dall'attività caratteristica, che include le politiche commerciali e le azioni promozionali nell'ambito della GDO, e dalla gestione finanziaria e delle società controllate e partecipate

valore sociale, con la valutazione dei benefici del lavoro di Coop Lombardia per i dipendenti e per i soci, per i clienti e per le comunità locali

valore ambientale che mostra come i criteri di gestione di tutte le filiere e di ogni attività siano ispirati a principi di precauzione, responsabilità e razionalizzazione dei consumi

valore culturale definito dalla continua e speciale attenzione al mondo della scuola, al patrimonio monumentale e paesaggistico, all'espressione artistica.

Il percorso tematico si conclude con le interviste ad alcuni importanti portatori di interesse. Le testimonianze quest'anno sono incentrate sullo straordinario ruolo che interpretano le società sportive, grazie anche al sostegno di Coop Lombardia, per

la crescita culturale e sociale dei territori. Hanno partecipato partner storici come l'ACD Lavena Coop Ponte Tresa e la polisportiva Novate Volley, realtà di primo piano come lo Zanetti Volley Bergamo, nuovi e importanti interlocutori come Rugby Parabiago e Ginnastica Pro Patria di Busto Arsizio. Ognuna di queste voci ha tenuto a sottolineare l'importanza di condividere con la Cooperativa valori fondamentali quali la tutela della salute e l'educazione alimentare nelle iniziative rivolte a bambini e ragazzi e alle loro famiglie.

La struttura e le finalità del Bilancio Sociale si ispirano agli standard internazionali e nazionali in materia di Responsabilità Sociale di Impresa (RSI), cosi come definiti dalle linee guida AA1000 – AccountAbility 1000, dal GRI4 – Global Reporting Initiative e dal GBS.
Nell'ottica di rendere più efficace il processo

informativo e di evitare di generare una sovrapproduzione di informazioni per i vari stakeholder, il Bilancio Sociale di Coop Lombardia è redatto con l'obiettivo di integrare (e non sostituire) le informazioni economico finanziarie e patrimoniali del Bilancio di esercizio 2018.

Oltre all'edizione in volume, il Bilancio Sociale 2018 è redatto anche in una versione più sintetica, stampata in un pratico **formato tabloid** e distribuita ai soci partecipanti alle Assemblee separate di Bilancio. Entrambe le edizioni sono disponibili sul sito **www.e-coop.it** della cooperativa.
Ogni anno inoltre viene prodotto un **video** che sintetizza e commenta gli aspetti più significativi del Bilancio Sociale, destinato alla proiezione in sala durante le Assemblee e poi sempre disponibile sui canali web e social di Coop Lombardia.


LA coq

1 IDENTITÀ

IDENTITÀ E VALORI

Fin dalla sua fondazione, l'operato di Coop Lombardia è guidato dalla consapevolezza della propria **responsabilità sociale**. Ciò significa che il suo interesse primario non è la realizzazione di un profitto economico, ma la tutela dei diritti dei propri soci e dei consumatori in generale. La "missione aziendale" di Coop Lombardia si concretizza perciò nell'impegno a **garantire la sicurezza, la qualità e la convenienza dei prodotti**, non soltanto attraverso le proprie politiche

LA COOPERATIVA È UNA SOCIETÀ APERTA

L'adesione è aperta a tutte le persone che nel rispetto dello Statuto si uniscono senza alcuna discriminazione per difendere i propri interessi e le proprie aspirazioni di consumatori.

NELLA COOPERATIVA VIGE LA PARTECIPAZIONE DEMOCRATICA FRA LIBERI E UGUALI

Il potere di decisione è consegnato al voto democratico libero e uguale (una testa, un voto) dei soci e dei loro delegati negli organismi elettivi.

LA COOPERATIVA È UN'IMPRESA SOLIDALE E SENZA FINI DI SPECULAZIONE PRIVATA

Gli utili sono destinati in prevalenza a riserve indivisibili per lo sviluppo e per le future generazioni, alla promozione e alla solidarietà cooperativa ed eventualmente a una remunerazione limitata della quota sociale e a un ristorno in ragione degli acquisti fatti.

commerciali, ma anche tramite le iniziative e le risorse che dedica alla solidarietà nei confronti della propria comunità di appartenenza.
Nello svolgimento delle sue attività, la Cooperativa si ispira ai **sette princìpi della Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori**, emanata in occasione del 31° congresso dell'Alleanza Cooperativa Internazionale che si è svolto nella città inglese di Manchester nel 1995.

LA COOPERATIVA È AUTONOMA E INDIPENDENTE

Da sola o con altre cooperative, può fare accordi economici o programmatici con altre organizzazioni, inclusi i governi, ma è tenuta ad assicurare sempre il controllo democratico da parte dei soci e a mantenere la propria autonomia.

LA COOPERATIVA FA SCUOLA

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

LA COOPERATIVA LAVORA COL MOVIMENTO COOPERATIVO IN TUTTO IL MONDO

Mantiene efficienti e solidali rapporti con altre cooperative, a livello locale, regionale, nazionale e internazionale.

LA COOPERATIVA OPERA A VANTAGGIO DEI CONSUMATORI E DELLA COMUNITÀ

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

NATA PER ESSERE FUTURO

Breve storia di Coop Lombardia

C'è un'immagine che ancora oggi fissa nella memoria il momento della nascita di Coop Lombardia. Sulla prima pagina del primo numero del 1984 di *Quale Consumo*, la rivista dei soci Coop che prenderà in seguito il nome di *Consumatori* e che allora veniva stampata in formato tabloid, sotto il titolo **"Coop Lombardia anno primo"**, compariva la foto di due uomini seduti a un tavolo di presidenza: è un'occasione ufficiale, si attende l'inizio e i due scambiano qualche parola. A sinistra, capelli neri appena diradati e occhiali, un accenno di sorriso allegro: è **Ambrogio Vaghi**, presidente di Unicoop Lombardia. A destra **Oddino Magnani**, presidente dell'Unione Cooperativa di Cremona, con i capelli bianchi e la figura tesa all'ascolto dell'amico. Assieme al presidente del Consorzio di Pieve Emanuele **Riccardo Brio**, sono loro i protagonisti di un'operazione forte e lungimirante: far nascere una nuova, grande impresa cooperativa.

1984

Il 1° gennaio dalla fusione di Unicoop Lombardia, dell'Unione Cooperativa di Cremona e del Consorzio di Pieve Emanuele nasce Coop Lombardia.


quale consumo

Coop Lombardia anno primo

1985

Viene ideata la celebre campagna televisiva Coop con Peter Falk nei panni del tenente Colombo.

In quella foto, sotto quel titolo e accanto a uno specchietto di dati che fotografa in cifre l'assetto della neonata cooperativa, c'è tutta la forza e insieme la delicatezza dei momenti storici: **la storia di Coop Lombardia comincia con un'immagine di condivisione, amicizia, consapevolezza.**

NEL 1984 TRE COOPERATIVE LOMBARDE SI UNISCONO PER DARE VITA A UN MODERNO E AMBIZIOSO PROGETTO DI SVILUPPO IMPRENDITORIALE.

Coop Lombardia nasce il **1° gennaio 1984** dalla fusione di tre grandi cooperative, ognuna delle quali con una propria storia e con una diversa esperienza di cooperazione radicata sul territorio: Unicoop Lombardia, Unione Cooperativa di Cremona e Consorzio di Pieve Emanuele.

1986

Bob Noorda, già designer della Metropolitana Milanese e di marchi come Agip, Eni e Mondadori, firma la modernissima immagine coordinata dei punti vendita.

La strategia è chiara e il progetto ambizioso: unire le maggiori realtà cooperative lombarde, a loro volta risultato di fusioni ancora più lontane nel tempo, per avere la capacità di investimento necessaria a rilanciare l'attività, innovandola radicalmente per essere efficiente e competitiva sul mercato.

LA SFIDA È REALIZZARE, ALL'INIZIO DEGLI ANNI '80, UNA REALTÀ IN GRADO DI COMPETERE A LIVELLO REGIONALE.

Dal Dopoguerra in poi, la storia del movimento cooperativo lombardo è un procedere per fusioni e incorporazioni: mentre l'economia e la società italiana crescono e si affrancano dal periodo bellico, la costellazione di piccole realtà sul territorio si raggruppa per aumentare la capacità di risposta alle esigenze che cambiano in fretta.
Nel risalire l'albero genealogico di Coop Lombardia si può arrivare addirittura al 1926, anno di fondazione della **Cooperativa di Consumo con forno di Muggiò**. Nel 1945 nasce, dal recupero di due spacci aziendali di epoca fascista, l'**Unione Cooperativa Cremonese di Consumo**, nel 1967 nasce il **Consorzio Unico Na-**

1992

Mentre Woody Allen firma con ironia i nuovi spot televisivi, Coop Lombardia è in prima fila per raccogliere le adesioni alla sua campagna contro i pesticidi in agricoltura e per ridurre gli imballaggi.

zionale Coop Italia, che acquista le merci per tutte le cooperative del movimento e in Lombardia utilizza il magazzino di Bollate (Milano). Nel 1970 nasce **Unicoop Lombardia** e l'anno successivo, da una serie di fusioni, l'**Unione Cooperativa di Cremona**. Nel 1982 si costituisce anche il **Consorzio di Pieve Emanuele**, realtà autonoma per l'acquisto delle merci e per la loro distribuzione a livello regionale. **Due grandi cooperative, un'unica rete distributiva**: questi i tre pilastri su cui fondare la cooperativa che oltre trent'anni dopo farà gli onori di casa a EXPO 2015.

Il primo decennio è quello delle prime grandi battaglie Coop, in cui Coop Lombardia acquisisce il carattere che ancora oggi la contraddistingue. Sotto la presidenza di **Antonio Bertolini**, che raccoglie il testimone di Vaghi alla guida del nuovo soggetto, la Cooperativa diventa un laboratorio in cui sperimentare le innovazioni che verranno poi estese a tutte le Coop sul territorio nazionale.

Sono gli anni delle **campagne consumeristiche** che avranno enorme impatto sull'opinione pubblica, per l'eliminazione del CFC dalle bombolette spray, del fosforo

1994

Coop Lombardia dona al Museo di Storia Naturale di Milano uno scheletro di plateosauro portato alla luce negli Stati Uniti. Nello stesso anno nasce il superstore, nuova tipologia di negozio intermedia tra supermercato e ipermercato.

1995

La Cooperativa raggiunge quota 180.000 soci.

1998

Coop è la prima azienda in Europa e l'ottava nel mondo a ricevere la certificazione etica SA 8000. Negli anni della "mucca pazza", l'impegno di Coop per la sicurezza alimentare e la trasparenza delle etichette si concretizza con l'approvazione di una proposta di legge per la tutela dei consumatori.

dai detersivi, del piombo dalla benzina, di additivi e coloranti dagli alimenti.
I punti vendita lombardi sono in prima fila quando nel 1988 si sperimentano le prime casse con lettore ottico e l'eliminazione del sacchetto di plastica a favore del sacchetto di carta. Nel 1988 si inaugura anche **il primo Ipercoop a Milano Bonola**, avanguardia di una nuova concezione della distribuzione sulle grandi superfici che proprio quest'anno ha festeggiato il suo **trentesimo anniversario**.

COOP LOMBARDIA DIVENTA IL "LABORATORIO" IN CUI SPERIMENTARE LE INNOVAZIONI DEL SISTEMA COOP.

Nel 1986 **Bob Noorda**, uno dei massimi esponenti dell'architettura e della grafica del Novecento, designer della Metropolitana Milanese e di marchi come Agip, Eni e Mondadori, firma la nuova e modernissima **immagine coordinata dei punti vendita**, applicata per la prima volta a Vigevano e che resterà invariata fino al 2004, quando sarà ideato il format di allestimento che vediamo oggi, progettato per il negozio di via Arona a Mila-

2000

Coop è la prima azienda distributiva in possesso della certificazione ISO 9001 e ha in assortimento prodotti certificati non OGM e da coltivazione biologica.

2003

Nasce il Salvatempo e prende il via la rete dei servizi Per te.

2004

Viene ideato l'attuale format di allestimento, progettato per il negozio di via Arona a Milano.

no. Sempre a Milano viene ideata la campagna televisiva Coop con Peter Falk nei panni del tenente Colombo.

Gli anni '90 sono quelli in cui Coop consolida la leadership. Mentre Woody Allen firma i nuovi spot televisivi, la cooperativa lombarda è in prima fila nel raccogliere le adesioni alla campagna contro i pesticidi in agricoltura e per **ridurre gli imballaggi**. Come simbolo del profondo rapporto con il mondo della scuola e della cultura, nel 1994 Coop Lombardia dona al Museo di Storia Naturale di Milano uno scheletro di plateosauro portato alla luce negli Stati Uniti.

Il 1994 è anche l'anno in cui nasce il **superstore**, nuova tipologia di negozio intermedia tra super e iper. Alla metà degli anni '90 Coop Lombardia conta 180.000 soci, ha triplicato le superfici di vendita e quadruplicato il fatturato.
Negli anni dell'allarme "mucca pazza" diventa ancora più evidente l'impegno di Coop per la **sicurezza alimentare** e la **trasparenza delle etichette** e nel 1998 la proposta di una legge per la tutela dei consumatori diventa realtà.

2006

Nell'Ipercoop di Cremona esordisce il primo corner Salute, mentre la Cooperativa intensifica gli sforzi sul fronte della solidarietà con i grandi progetti d'intervento in Burkina Faso (iniziati già nel decennio precedente) e in Sri Lanka e le iniziative commerciali dal forte valore etico come i Frutti di pace.

2007

Nasce il progetto Buon fine.

2010

La Cooperativa entra nell'agenzia Cooperare con Libera Terra.

Sempre nel 1998 Coop è la prima azienda in Europa e l'ottava nel mondo a ricevere la **certificazione etica SA 8000**.

SCUOLA, CULTURA, EDUCAZIONE AL CONSUMO, SERVIZI: IL NEGOZIO DIVENTA UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER LA VITA DI COMUNITÀ.

Nei primi anni 2000 Coop è la prima azienda distributiva in possesso della **certificazione ISO 9001** e ha in assortimento prodotti certificati no OGM e da coltivazione biologica.
Nel 2003 nasce il **Salvatempo**, sperimentato con successo a Lodi, e prende il via la **rete dei servizi Per te**: il punto vendita è sempre più un punto di riferimento per la vita di comunità.

Nel 2006 Coop ha di nuovo un ruolo d'avanguardia nella campagna per la **liberalizzazione dei farmaci da banco**: il primo corner Salute Coop è all'Ipercoop di Cremona. Sono questi gli anni in cui Coop Lombardia intensifica gli sforzi sul fronte della solidarietà, con i grandi progetti di intervento in Burkina Faso (iniziati già

2011

A Brescia vengono sperimentati per la prima volta i prodotti alla spina.

2012

Katie Hamnett firma la prima linea di abbigliamento Solidal Coop, presentata a Milano con uno spettacolare flash mob.

A Cantù nasce la prima stazione di carburanti Enercoop.

nel decennio precedente) e in Sri Lanka, e iniziative commerciali con forte valore etico come i **Frutti di pace**.

Nel 2007 nasce **Buon fine**, il servizio che destina merci invendute ma perfettamente commestibili alle mense delle associazioni no profit.
Nel 2010 la Cooperativa entra nell'agenzia **Cooperare con Libera Terra** e inizia così il profondo sodalizio con le cooperative attive nei territori confiscati alle mafie.

DA COOP PER LA SCUOLA E I PRIMI ENERCOOP FINO AL SUPERMERCATO DEL FUTURO: LA COOPERATIVA LOMBARDA STABILISCE I NUOVI STANDARD.

Arriviamo infine alla storia più recente, con la sperimentazione a Brescia dei **prodotti alla spina** (2011), con la linea di abbigliamento **Solidal Coop** firmata da Katie Hamnett e presentata a Milano con uno spettacolare flash mob (2012), con la prima stazione di carburanti **Enercoop** a Cantù (2012) e con il grande successo delle campagne **Coop per la scuola** (2013). Tutte innovazioni che diventano presto nuovi standard per il mondo della grande distribuzione.

2013

È l'anno della prima campagna Coop per la scuola.

2015

Coop Lombardia partecipa a EXPO Milano 2015.

A **EXPO Milano 2015** la Cooperativa ha messo a disposizione di Coop Italia tutta la sua esperienza e capacità operativa. Nel 2016 la partecipazione all'esposizione universale si è concretizzata nell'inaugurazione del **Supermercato del Futuro** a Milano Bicocca, un format distributivo innovativo che traduce nella realtà quotidiana di un punto vendita la visione del futuro che la Cooperativa ha presentato a EXPO, con tecnologie all'avanguardia che regalano al consumatore un'esperienza di spesa unica, improntata ai valori della trasparenza, dell'eticità e della qualità dei prodotti.

Tra il 2017 e il 2018, Coop Lombardia lancia la campagna **Alleviamo la salute** con l'obiettivo di migliorare le condizioni di allevamento degli animali, riducendo o eliminando del tutto l'utilizzo degli antibiotici per contrastare il fenomeno della antiobiotico-resistenza. Nello stesso periodo nasce la collaborazione con l'**Istituto Europeo di Oncologia**, che si concretizza in una serie di progetti e iniziative come i **Smartfood** e **Vivismart**, volti a sottolineare l'importanza fondamentale di una corretta alimentazione nella prevenzione dei tumori. Il 2018 è anche l'anno del **settantesimo anniversario del**

2016

Viene inaugurato il Supermercato del Futuro a Milano Bicocca.

2017

La Cooperativa lancia la campagna Alleviamo la salute.

prodotto a marchio Coop, celebrato dalla mostra **Coop_70, valori in scatola** ospitata dalla Triennale di Milano.

2018

Il prodotto a marchio Coop festeggia il suo settantesimo compleanno con la mostra Coop_70, valori in scatola presso la Triennale di Milano.

Nello stesso anno, nasce la collaborazione con l'Istituto Europeo di Oncologia.

GOVERNANCE

Il modello organizzativo di Coop Lombardia si fonda sulla **partecipazione** e sul **ruolo attivo dei suoi soci**. Gli organi di governo compongono una struttura idonea a favorire il rafforzamento e la realizzazione della **responsabilità sociale d'impresa**.

L'attività della Cooperativa viene svolta nel rispetto della trasparenza e dei principi previsti dall'art. **45 della Costituzione italiana**, perseguendo lo scopo mutualistico e operando **senza alcuna finalità di speculazione privata**.

I soci costituiscono la primaria ricchezza di Coop Lombardia, essendone i **proprietari** e, al contempo, i **principali fruitori**. Essi partecipano alla gestione in virtù del principio democratico "una testa un voto" attraverso le **assemblee**, che deliberano su argomenti come l'approvazione del bilancio e dei programmi strategici, la nomina e i compensi del **consiglio d'amministrazione** e del **collegio sindacale**, la composizione della **commissione elettorale**, l'accettazione e la modifica di regolamenti specifici e statutari.

I soci di Coop Lombardia sono organizzati in **38 Comitati Soci di Zona** che sono definite con delibera del consiglio d'amministrazione e comprendono i soci iscritti ai punti vendita. I comitati sono composti da volontari **eletti democraticamente** tra i soci e costituiscono strutture di partecipazione alla vita cooperativa attive sul territorio tramite iniziative socio-culturali, educative e di solidarietà.

COSTITUZIONE ITALIANA ART. 45

LA REPUBBLICA RICONOSCE LA FUNZIONE SOCIALE DELLA COOPERAZIONE A CARATTERE DI MUTUALITÀ E SENZA FINI DI SPECULAZIONE PRIVATA. LA LEGGE NE PROMUOVE E FAVORISCE L'INCREMENTO CON I MEZZI PIÙ IDONEI E NE ASSICURA, CON GLI OPPORTUNI CONTROLLI, IL CARATTERE E LE FINALITÀ.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

È l'organo esecutivo incaricato dell'attuazione dei programmi e degli obiettivi della Cooperativa: due terzi dei componenti sono eletti dai Comitati Soci di Zona e approvati nelle Assemblee.

Presidente
Daniele Ferrè
Vice Presidente Vicario
Alfredo De Bellis
Vice Presidente
Daniela Preite

Consiglieri
Fulvio Bella
Gabriella Bignotti
Corrado Boni
Lella Brambilla
Emiliana Brognoli
Bruno Ceccarelli
Enrico Cremaschi
Maria Croci
Patrizia Di Giuseppe
Elena Falcone
Paolo Figini
Germano Gogna
Francesco Grasso
Giuseppe Impellizzeri
Idanna Matteotti
Daniela Melato
Giovanni Moretti
Marco Picello
Cristina Redi
Rosella Reverdito
Filippo Schwamenthal
Natale Zeloni

COLLEGIO SINDACALE

Vigila sull'osservanza dello Statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione della Cooperativa.

Presidente
Maria Vittoria Bruno

Sindaci effettivi
Claudia Cavazza
Sergio Ferrario

Sindaci supplenti
Gabriella Nassi
Attilio Pietro Panzetti

COMITATO ETICO

È l'organismo che presidia il rispetto del codice etico e in generale i temi di coerenza tra etica e gestione. Resta in carica tre anni ed è eletto dal consiglio generale dei Soci.

Componenti
Simonetta D'Amico
Cesare Mainardi
Serena Ronzani

SOCI

Partecipano alla gestione della Cooperativa attraverso le Assemblee che deliberano su bilancio, programmi annuali e pluriennali, Consiglio di Amministrazione e regolamenti statutari.

COMITATI SOCI DI ZONA

Composti da volontari eletti democraticamente tra i Soci, sono strutture di partecipazione alla vita cooperativa attive sul territorio mediante iniziative socioculturali, educative e di solidarietà.

CONSIGLIO GENERALE DEI SOCI

Delibera sui regolamenti elettorali, nomina il Comitato Etico e si esprime in materia di bilancio, investimenti, programmi di sviluppo e politiche commerciali.

CONSULTA SOCI

È costituita dai componenti dei Comitati Soci di Zona e si pronuncia su temi di particolare importanza dell'attività cooperativa.

ORGANISMO DI VIGILANZA

Garantisce la vigilanza sul funzionamento e sull'osservanza del modello organizzativo, in linea con quanto previsto dal D.Lgs. 231/2001.

SISTEMA COOP

Coop è costituita da un insieme di cooperative, consorzi ed enti che uniscono le proprie competenze per dare vita a un **sistema comune**. L'azione delle cooperative sul territorio nazionale è coadiuvata da alcune organizzazioni che integrano il sistema stesso e supportano le esigenze commerciali, strutturali e sociali.

LEGACOOP

Legacoop è l'associazione di tutela e rappresentanza delle cooperative associate e opera affinché queste svolgano la funzione sociale che è loro propria, esercitando su di esse un'attività di vigilanza. Oltre alle attività di rappresentanza, Legacoop promuove la nascita di nuove iniziative cooperative attraverso il proprio fondo mutualistico, alimentato con il 3% degli utili delle cooperative e con i patrimoni residui delle cooperative poste in liquidazione.

Nel 2011, insieme a Confcooperative e AGCI (Associazione Generale Cooperative Italiane), Legacoop ha dato vita all'**Alleanza delle Cooperative Italiane**, un coordinamento finalizzato a dar vita a un'associazione unica e unitaria della cooperazione italiana.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELLE COOPERATIVE CONSUMATORI (ANCC-COOP)

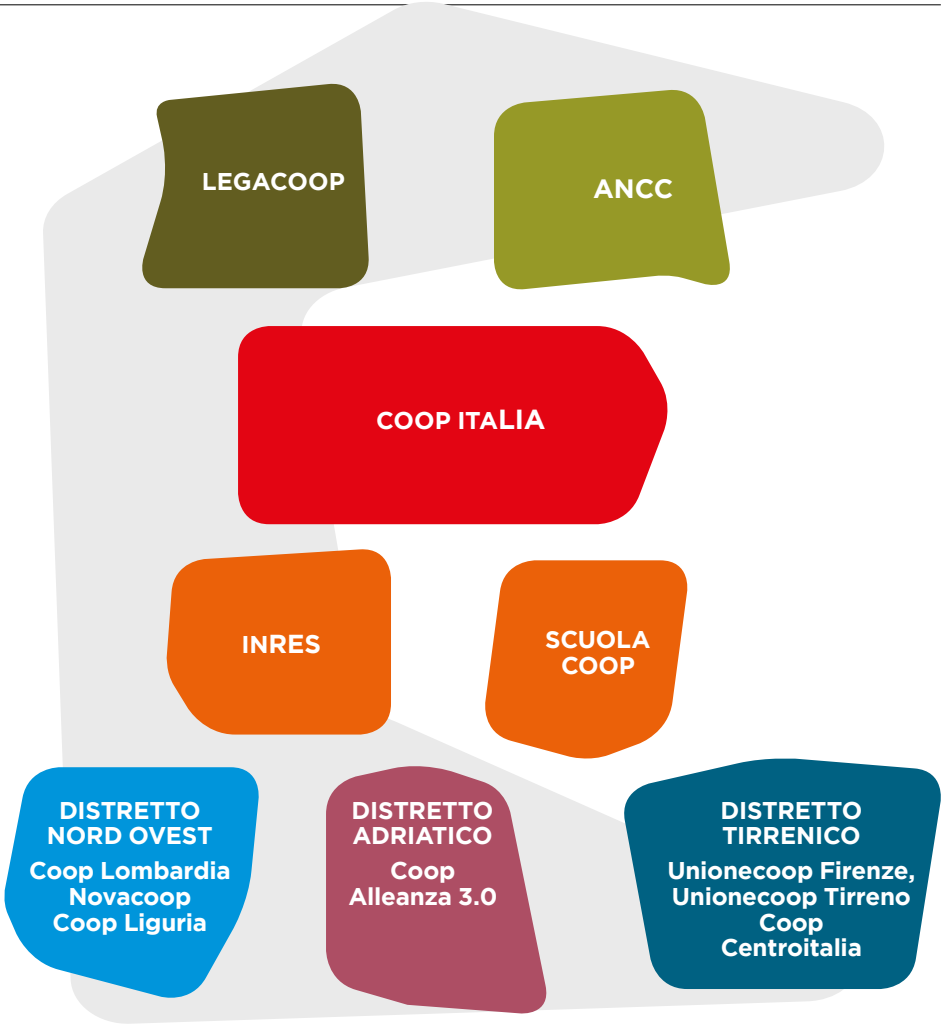
L'**Associazione Nazionale delle Cooperative Consumatori** è il centro di direzione strategica e programmatica delle cooperative di consumatori. Regola e promuove le scelte unitarie di politica di mercato, le iniziative per la tutela dei consumatori e dell'ambiente, le azioni di solidarietà sociale. Rappresenta le cooperative presso enti, istituzioni e associazioni, favorisce lo sviluppo della cooperazione, vigila sui comportamenti delle imprese associate e le vincola al rispetto di obblighi e doveri.

COOP ITALIA

Coop Italia è l'organismo nazionale che elabora politiche e strategie di marketing e comunicazione unitarie per tutte le cooperative che aderiscono al sistema, ottimizza gli acquisti, definisce i prodotti a marchio e ne controlla costantemente la qualità, avendo come obiettivo la tutela dei consumatori, che costituiscono gli interlocutori primari dell'attività commerciale del consorzio.

DISTRETTI TERRITORIALI

Coop Italia è suddivisa in **tre distretti territoriali** (Nord Ovest, Adriatico e Tirrenico) che attraverso altrettanti **consorzi** di area gestiscono tutti i servizi logistici, commerciali, informativi e amministrativi. A



questi tre distretti fanno capo le 9 grandi cooperative di consumo, oltre a 12 medie cooperative e a 88 cooperative minori.

ISTITUTO NAZIONALE CONSULENZA, PROGETTAZIONE, INGEGNERIA (INRES)

L'**Istituto Nazionale Consulenza, Progettazione, Ingegneria** è la struttura che si occupa dello sviluppo di progetti strutturali sia nell'ambito della creazione di nuovi punti vendita Coop, sia in quello dell'innovazione finalizzata all'efficienza energetica e alla riduzione dell'impatto ambientale.

SCUOLA COOP

Scuola Coop è l'ente che si occupa della formazione a tutti i livelli del personale Coop, a partire dai dipendenti fino ai quadri dirigenziali. In generale, svolge attività di ricerca e innovazione finalizzate alla crescita del sistema e alla diffusione dei valori e della cultura cooperativa.

STAKEHOLDER

Le attività che Coop Lombardia svolge sono sempre orientate al coinvolgimento di un insieme di soggetti e realtà collettive a cui è diretta l'azione cooperativa. Questi soggetti prendono il nome di portatori di interesse o stakeholder.

Lo schema utilizzato per descrivere gli stakeholder intende rappresentare la complessità e le profonde interdipendenze che intercorrono tra tutti gli attori, i ruoli e i settori che intervengono nelle diverse attività di Coop Lombardia e ne sono a vari livelli titolari e responsabili.

LAVORATORI
Sono le preziose risorse che assicurano il funzionamento della rete. Rappresentano una forza insostituibile nell'esprimere, attraverso il loro impegno quotidiano, il valore aggiunto della Cooperativa.

SOCI
Detengono una quota sociale della Cooperativa che li rende proprietari a tutti gli effetti. Sono i principali fruitori dell'attività di Coop Lombardia e ricoprono un ruolo di primaria importanza per l'azienda al momento di valutare e scegliere le strategie da adottare poiché le scelte intraprese ricadono direttamente su di loro.

CONSUMATORI
Sono tutti coloro che, pur non essendo soci, sono clienti della Cooperativa e si attendono da questa ogni giorno qualità, convenienza e sicurezza dei prodotti. La tutela degli interessi dei consumatori rappresenta un cardine della politica e dell'attività di Coop.

FORNITORI
Sono tutti i soggetti che forniscono beni ed erogano servizi per le attività della Cooperativa. Tra questi, le imprese che stringono accordi con Coop Lombardia per commercializzare prodotti a proprio marchio o a marchio Coop, e che sono chiamate a condividerne i valori.

ISTITUZIONI
Rappresentano gli amministratori e gli enti pubblici da cui dipende la gestione del territorio e con i quali Coop Lombardia intrattiene rapporti di collaborazione finalizzati allo scopo aziendale.

COMUNITÀ
Rappresenta la società in generale come realtà collettiva verso la quale Coop rivolge impegni di solidarietà su più fronti e iniziative culturali e formative che contribuiscono ad arricchire ogni singolo individuo.

AMBIENTE
È la risorsa ecologica dell'umanità e il territorio dove si svolge l'attività caratteristica di Coop Lombardia. Racchiude i concetti di sostenibilità, impatto e salvaguardia, fronti verso i quali la Cooperativa si impegna costantemente e in base ai quali stabilisce politiche preventive.

GENERAZIONI FUTURE
Sono tutti i giovani che dovranno proseguire la costruzione della società e dovranno fare i conti con l'eredità dell'epoca attuale. Coop Lombardia li identifica con la scuola, teatro formativo di vita, alla quale presta il proprio contributo con impegno e attenzione.

IL PRODOTTO COOP IN MOSTRA ALLA TRIENNALE

DA 70 ANNI
OGNI GIORNO CON TE
PRODOTTI A MARCHIO
coop

Dal 16 novembre 2018 al 13 gennaio 2019, presso la prestigiosa location della **Triennale di Milano**, è stata allestita la mostra intitolata **Coop_70, valori in scatola**, organizzata per festeggiare il settantesimo compleanno del prodotto Coop. Un evento importante, pensato per raccontare – non soltanto ai soci, ma a tutti i cittadini italiani – ciò che Coop ha realizzato nel corso di tutti questi anni attraverso i suoi prodotti a marchio, da sempre ispirati ai valori della qualità e della convenienza, alla tutela dei diritti e della salute di lavoratori e consumatori, e alla sostenibilità ambientale.

Il percorso espositivo della mostra, coinvolgente e interattivo, è stato progettato dai curatori **Giulio Iacchetti** e **Francesca Picchi** per raccontare gli aspetti qualitativi e quantitativi del prodotto Coop, la sua storia e il suo legame con l'evoluzione dello stile di vita degli italiani nel corso del tempo attraverso **sette stazioni che hanno ripercorso la storia dell'Italia dal Dopoguerra a oggi attraverso i prodotti a marchio**.

La **prima stazione** ha utilizzato i numeri per raccontare la storia della Cooperativa, accostando i dati ufficiali a curiosità, come i circa 151.000 chilometri di scontrini emessi in un anno, pari a quattro volte il giro della Terra.

La **seconda stazione**, dedicata all'identità cooperativa, è stata pensata come un'immersione nei progetti di due maestri della grafica: in primis **Albe Steiner**, che insieme alla moglie Lica fu incaricato di disegnare il logo Coop e di lavorare alla progettazione del primo magazzino cooperativo a libero servizio a Reggio

Emilia, e successivamente **Bob Noorda**, responsabile, negli anni '80, di un'importante rivisitazione dell'immagine cooperativa.

Le due installazioni seguenti hanno ruotato attorno al tema del **presidio delle filiere di produzione** e al **tradursi dei valori in realtà quotidiana**. Tre prodotti tipici – pasta, pomodoro e olio – in dimensione "oversize" hanno aperto al loro interno spazi di visibilità ai volti e alle testimonianze di chi lavora a monte della filiera.

Nella **quinta stazione** un carosello ha proiettato iconici refrain storici, tra cui la "proto-pubblicità" di **Ugo Gregoretti**, l'interpretazione di **Peter Falk** come Tenente Colombo, gli intellettualismi di **Woody Allen**, gli spot di **Luciana Littizzetto**, le recenti strisce di **Makkox** e un'autentica rarità come il progetto di menù spaziale predisposto da Coop nel 2004 per gli astronauti della base orbitale russa Soyuz. A questi si è affiancata una sequenza di manifesti che sintetizzavano le immagini e le parole che hanno rappresentato l'agire del movimento cooperativo dal 1948 al 2018.

L'excursus immersivo della cooperazione di consumatori si è concluso con la **Fattoria Cooperativa**, ispirata alle attività di educazione al consumo consapevole che ogni anno coinvolge decine di migliaia di ragazze e ragazzi delle scuole italiane.

I VALORI DEL PRODOTTO COOP

Perché si basa sull'accurata selezione dei fornitori, sulla definizione di rigorosi capitolati tecnici spesso più restrittivi delle norme di legge e su verifiche e controlli lungo la filiera.

SICURO

Perché è realizzato nel rispetto dei diritti fondamentali della persona e dei lavoratori.

ETICO

Perché rispetta l'ambiente grazie alla scelta di materie prime e metodi di produzione sostenibili, e di confezioni con il minore impatto ambientale possibile.

ECOLOGICO

Perché è risultato della collaborazione con produttori di qualità approvati dai Soci.

BUONO

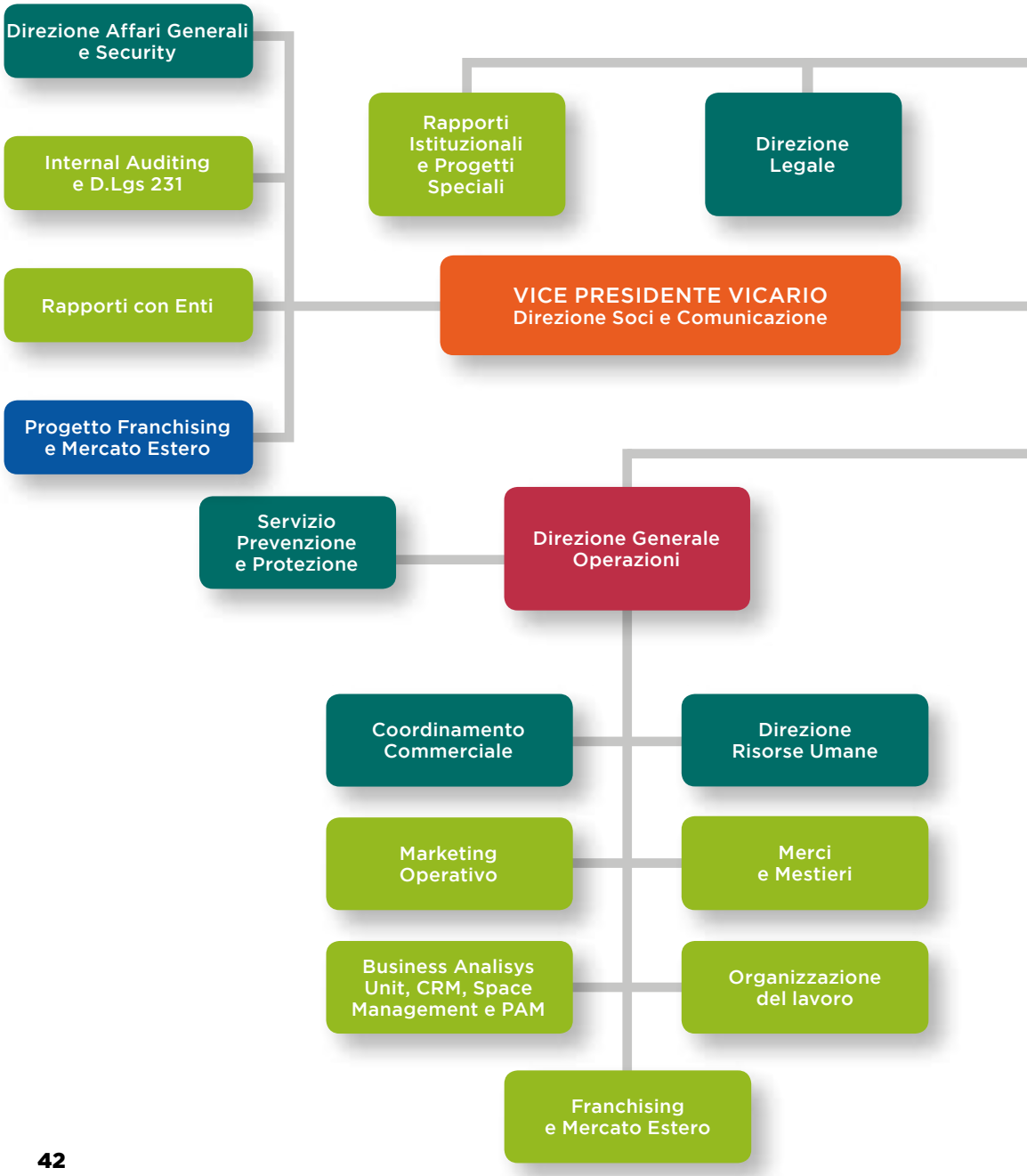
Perché i grandi volumi all'acquisto garantiscono il miglior rapporto qualità/prezzo.

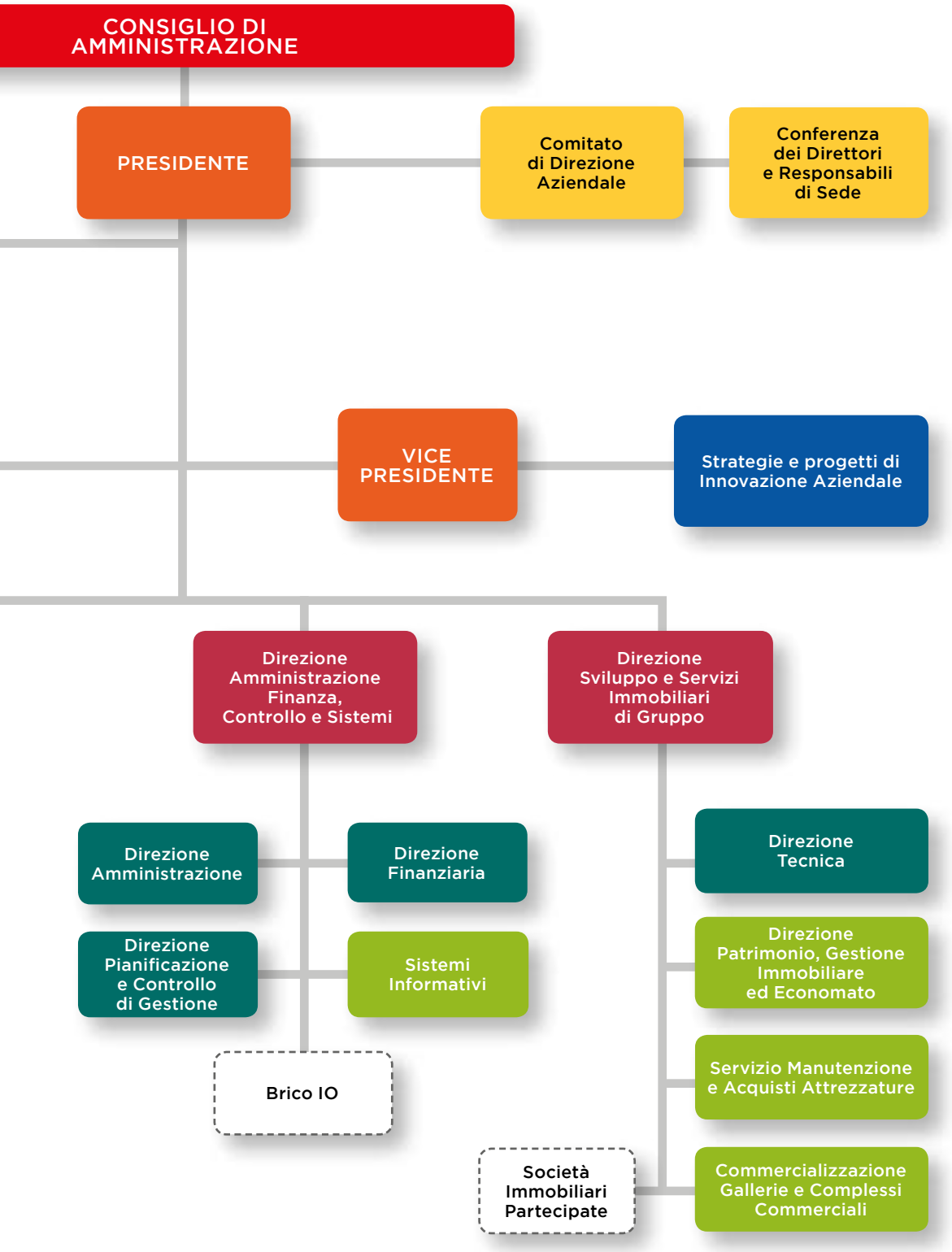
CONVENIENTE

Perché ha confezioni con etichette chiare e tutti possono accedere alle informazioni sull'origine delle materie prime.

TRASPARENTE

ORGANIGRAMMA AZIENDALE




CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE
Comitato di Direzione Aziendale
Conferenza dei Direttori e Responsabili di Sede
VICE PRESIDENTE
Strategie e progetti di Innovazione Aziendale
Direzione Amministrazione Finanza, Controllo e Sistemi
Direzione Sviluppo e Servizi Immobiliari di Gruppo
Direzione Amministrazione
Direzione Finanziaria
Direzione Pianificazione e Controllo di Gestione
Sistemi Informativi
Brico IO
Direzione Tecnica
Direzione Patrimonio, Gestione Immobiliare ed Economato
Servizio Manutenzione e Acquisti Attrezzature
Società Immobiliari Partecipate
Commercializzazione Gallerie e Complessi Commerciali

2 VALORE ECONOMICO

VALORE ECONOMICO

IN CIFRE

TOTALE RICAVI DA VENDITE (DATO LORDO IVA)

996
milioni di euro

IPER E SUPER
891 milioni di euro

CARBURANTI
105 milioni di euro

RISULTATO DELLA GESTIONE FINANZIARIA

12,8
milioni di euro

RISULTATO DELLA GESTIONE PARTECIPAZIONI

3,5
milioni di euro

UTILE NETTO

6,1
milioni di euro

PATRIMONIO NETTO

518,3
milioni di euro

PREVALENZA VENDITE AI SOCI

64,03 %

RISULTATI ENERCOOP

STAZIONI ENERCOOP IN LOMBARDIA

4

STAZIONI ENERCOOP IN ITALIA

32

FATTURATO

105
milioni di euro

CARBURANTE EROGATO

75,6
milioni di litri

RISULTATI BRICO IO

FATTURATO

+3,65 %

UTILE NETTO

123.000 euro

Brico io

Il valore economico di Coop Lombardia si esplica attraverso l'**attività caratteristica**, le **politiche commerciali** e le **azioni promozionali** nell'ambito della grande distribuzione, ma comprende anche la **gestione finanziaria** e l'**amministrazione delle società controllate e partecipate**.

ANDAMENTO DELLA GESTIONE

Il trascorso esercizio di Coop Lombardia ha evidenziato elementi positivi di marcata **discontinuità rispetto al recente passato**, grazie soprattutto ai frutti delle diverse iniziative avviate per il rilancio della Cooperativa sull'**innovazione**, sull'**organizzazione**, sulla **valorizzazione del prodotto a marchio** e sui **formati dei punti vendita**, pur in un contesto di mercato che si conferma molto complesso per l'andamento incerto dei consumi delle famiglie e per la competizione estrema che caratterizza il panorama distributivo lombardo.

La Cooperativa chiude l'esercizio 2018 con un **utile netto di 6,1 milioni di euro**, rispetto agli 8,4 milioni

del 2017. L'utile netto conseguito rappresenta un risultato positivo nel contesto complesso in cui è stato raggiunto, in cui le nuove aperture realizzate nella seconda parte dell'esercizio non sono ancora riuscite a dare un contributo visibile alla gestione operativa.
La differenza tra valore e costi della produzione, che si attesta a 9,4 milioni di euro di perdita a fronte dei 20,4 milioni di euro dell'esercizio precedente – pur essendo sostenuta dagli effetti di operazioni di gestione del patrimonio immobiliare che hanno consentito di realizzare plusvalenze pari a 9,9 milioni di euro, di cui 6,9 infragruppo – registra un **aumento del valore della produzione di 6,5 milioni di euro**, grazie soprattutto all'incremento delle vendite di carburanti, a cui si è aggiunto il benefico effetto del miglioramento dei costi della produzione per 4,4 milioni.

Il risultato di esercizio beneficia anche per il 2018 degli effetti positivi di una **gestione finanziaria** che ancora una volta ha affrontato con prudenza, dinamismo e attenzione i mercati finanziari, condizionati, nel corso dell'esercizio, da una serie di elementi di incertezza che hanno generato frequenti episodi di esplosione di volatilità, con ripercussioni pesanti su tutti i comparti di investimento. Si consolida il risultato positivo della gestione delle partecipazioni, sia per l'andamento soddisfacente dell'ormai riorganizzato settore bricolage, sia per il piano di riassetto finalizzato all'uscita dalle partecipazioni non strategiche, avviato nei trascorsi esercizi e giunto a compimento nel 2016. La **gestione finanziaria** e la **gestione delle partecipazioni** hanno consuntivato, nel 2018, **proventi netti per 25,4 milioni di euro**, a fronte dei 31,4 milioni dell'esercizio precedente. Nel complesso, il **risultato della gestione finanziaria** ammonta nel 2018 a **12,8 milioni di euro**, mentre il **risultato della gestione delle partecipazione** ammonta a **3,5 milioni di euro**.
I risultati dell'esercizio 2018 e i dati patrimoniali della Cooperativa e del Gruppo confermano una situazione di **equilibrio patrimoniale e finanziario** su cui Coop Lombardia fonda la sua solidità, la sua affidabilità e la sua capacità di finanziarsi e rafforzarsi con continuità nel tempo.

I principali fatti della gestione dell'esercizio

1. Lo sviluppo e l'ammodernamento della rete di vendita

Nel trascorso esercizio Coop Lombardia ha inaugurato **tre nuovi punti vendita**, rispettando un impegnativo programma di sviluppo in termini di investimenti e sforzi organizzativi prodotti. A **Parabiago** è stato aperto un superstore "extra-urbano", evoluzione del modello già sperimentato a Voghera, a **Busto Arsizio** un superstore "cittadino" e a **Brescia**, in sostituzione del punto vendita di viale Corsica, un ipermercato all'interno di un centro commerciale. Importanti risultati sono stati forniti anche dal piano di **ristrutturazioni**, che ha consentito ai punti vendita interessati, attraverso un ammodernamento delle strutture e degli allestimenti, di raggiungere risultati superiori a quelli ottenuti dalla media del format di riferimento.

2. Gli interventi sull'organizzazione

Anche nel trascorso esercizio si è lavorato sul piano dell'organizzazione, soprattutto per quanto riguarda l'assetto della **Direzione Generale Operazioni**, che lascia progressivamente la suddivisione per area geografica a favore di una struttura più orientata al formato dei punti vendita. L'obiettivo della nuova forma organizzativa è quello di garantire un maggior presidio e una maggiore efficacia dei processi commerciali e organizzativi dei punti vendita. Sono state inoltre potenziate, anche grazie a supporti e programmi informatici, le attività di **coordinamento commerciale** e di **marketing**, per proseguire con crescente efficacia nelle linee di intervento definite per il rilancio dell'attività caratteristica della Cooperativa, finalizzate al recupero di efficienza e produttività, all'ottimizzazione degli assortimenti e dei prezzi, al potenziamento della comunicazione e della promozionalità, anche via web, e al rafforzamento del legame con soci e clienti.

3. Un anno ancora difficile per le vendite

Nonostante il continuo sviluppo di azioni commerciali a sostegno del piano strategico, l'andamento delle vendite della Cooperativa ha evidenziato complessivamente un **calo dell'1,94% a rete omogenea**, con una performance più negativa a gennaio e, soprattutto per il settore non alimentare, nell'ultimo trimestre dell'anno. La contrazione delle vendite è legata principalmente a una riduzione del numero degli scontrini, solo parzialmente contrastata da un aumento dello scontrino medio. Nel quadro competitivo lombardo, che rimane molto complesso nonostante lo sforzo promozionale profuso, Coop Lombardia ha registrato nella sua rete di ipermercati, superstore e supermercati una **riduzione delle vendite dai 911 milioni di euro del 2017 agli 891 milioni di euro del 2018**, in cui ha pesato in particolare la performance delle grandi superfici.

4. Migliorano i risultati della gestione caratteristica

L'avvio nel 2017 delle linee di intervento per il **rilancio dell'attività caratteristica** della Cooperativa ha manifestato nel trascorso esercizio i primi effetti positivi: nonostante i segnali di contrazione delle vendite a rete omogenea, la maggiore attenzione alla sostenibilità degli sforzi promozionali, la selezione dettagliata degli interventi sulla convenienza e alcuni specifici interventi di incremento di efficienza sulla rete di vendita hanno consentito di ottenere un sensibile miglioramento del risultato della gestione caratteristica che, pur rimanendo in territorio negativo, evidenzia nel 2018 un chiaro segnale di svolta rispetto ai precedenti esercizi. In particolare, gli sforzi prodotti nel **riposizionamento al ribasso dei prezzi** e alla **revisione degli assortimenti**, congiuntamente alla **ridistribuzione mirata degli sforzi promozionali**, hanno permesso un marcato **miglioramento della marginalità**, a cui si sono aggiunti gli effetti a regime della riduzione dell'organico di sede e di punto vendita, realizzata l'anno scorso anche attraverso una procedura di mobilità su base volontaria. Inoltre, sono stati adottati in alcuni punti vendita nuovi modelli gestionali e organizzativi dall'impatto significativo.

5. Si consolida l'attività dei distributori di carburante Enercoop

Nel trascorso esercizio la Cooperativa ha consolidato le attività nella sua rete di distributori Enercoop presenti a Cantù, Crema, Mapello e Opera, registrando una crescita importante nei volumi venduti e nei ricavi, che hanno superato i 100 milioni di euro passando **dai circa 80 milioni di euro del 2017 agli oltre 105 milioni di euro nel 2018**, con una **crescita annua di oltre il 30%**. Aumenta quindi la rilevanza delle attività nell'ambito della distribuzione di carburanti, avviata nel 2012 realizzando impianti a elevato contenuto tecnologico e di automazione in adiacenza ai propri centri commerciali, creando forti sinergie e praticando prezzi concorrenziali che hanno contribuito a ridurre le tariffe dei carburanti nei bacini delle aree geografiche di presenza.

6. I settant'anni del prodotto a marchio Coop

Nel trascorso esercizio Coop ha celebrato il **70° anniversario del prodotto a marchio** con diverse iniziative condivise con produttori, clienti e soci, oltre che con la mostra **Coop_70, valori in scatola** presso la Triennale a Milano. Il prodotto a marchio Coop ha raggiunto il traguardo di oltre **4.000 referenze** che generano **vendite per oltre 3 miliardi di euro l'anno**, e che, soprattutto, raccontano i valori della Cooperativa e il suo impegno a mantenere il passo coi tempi, continuando a rispondere efficacemente alle esigenze dei consumatori. In settant'anni gli stili di vita e le abitudini di consumo sono cambiati, ma Coop ha continuato ad aggiornare, migliorare e integrare i prodotti a marchio seguendo sempre un unico obiettivo: offrire prodotti buoni, sicuri, convenienti, ecologici, etici e con etichette chiare che informano con trasparenza sulle origini delle materie prime.

7. Risultati positivi della gestione finanziaria in un anno "in difesa"

Nonostante le attese favorevoli di inizio 2018, i mercati finanziari nel trascorso esercizio sono stati condizionati da una serie di elementi di incertezza che hanno modificato il quadro economico di riferimento, generando frequenti episodi di esplosione di volatilità, con ripercussioni pesanti su tutti i comparti

di investimento. Pur operando in questo contesto particolarmente difficile, la gestione finanziaria della Cooperativa ha conseguito un **margine finanziario positivo pari a 12,5 milioni di euro**, con un **rendimento medio degli impieghi finanziari pari all'1,42%** e con un costo medio delle fonti pari allo 0,38%, tra cui il **Prestito sociale**, remunerato allo **0,45%**, che ha garantito ai soci prestatori un rendimento stabile e in linea con forme analoghe di investimento.
Per tener conto dell'andamento particolarmente sfavorevole dei mercati finanziari alla fine del 2018, è stato emanato il D.L.119/2018 che ha consentito una deroga alle svalutazioni da effettuare sugli investimenti in titoli. La Cooperativa ha parzialmente utilizzato la deroga non effettuando svalutazioni per 12,6 milioni.

8. Razionalizzazione e valorizzazione del patrimonio immobiliare

Nel corso dell'esercizio sono continuate le iniziative per razionalizzare e meglio valorizzare il patrimonio immobiliare della Cooperativa, in coerenza ai piani di sviluppo approvati. A seguito delle opere funzionali alla riduzione dell'area vendite dedicata al non alimentare e alla revisione dell'offerta commerciale dell'ipermercato di Crema, è stata ceduta alla società proprietaria del centro commerciale Crema Gran Rondò una porzione immobiliare completa di autorizzazione commerciale.
La Cooperativa ha inoltre ceduto alla controllata Immobiliare Turchese – che ha condotto e ultimato a Brescia l'intervento di realizzazione del centro commerciale Nuovo Flaminia, inaugurato nel novembre 2018 – la porzione immobiliare relativa al supermercato ospitato all'interno dell'adiacente centro commerciale sulla stessa via Flaminia. Si è inoltre perfezionata la cessione di una porzione immobiliare nell'ambito del centro commerciale Bonola a Milano, liberata grazie al trasferimento dell'ufficio soci di Coop Lombardia all'interno dell'ipermercato nell'ambito del progetto di restyling del punto vendita. Le operazioni descritte hanno fatto emergere **plusvalenze per complessivi 9,9 milioni di euro**, di cui 6,9 infragruppo.

GESTIONE CARATTERISTICA

A seguito del **riassetto dell'organizzazione della Direzione Generale Operativa**, sono proseguite le principali linee di intervento per il rilancio dell'attività caratteristica della Cooperativa, finalizzate al recupero di efficienza e produttività, all'ottimizzazione degli assortimenti e dei prezzi, al potenziamento della comunicazione e della promozionalità, al rafforzamento del legame con soci e clienti.

Gli effetti del piano commerciale e gestionale si sono manifestati nel 2018 anche con il progressivo ammodernamento e miglioramento della rete di vendita, con interventi alle strutture volti a **rinnovare gli spazi** e rendere più piacevole l'esperienza di acquisto, oltre alla progressiva **razionalizzazione dei reparti dedicati al non alimentare**.

Nel trascorso esercizio si è completata l'implementazione di un **nuovo approccio logistico per il rifornimento degli ipermercati**, e si è provveduto al **riposizionamento strategico al ribasso dei prezzi di oltre 1.000 referenze** per ogni punto vendita, centrando al meglio il livello di prezzo del prodotto a marchio e operando ulteriori ribassi dei prezzi in alcune importanti aree geografiche per meglio fronteggiare le iniziative della concorrenza: nel 2018 la competitività dei prezzi di Coop Lombardia è infatti risultata allineata o migliore rispetto a quella delle principali catene operanti nel territorio lombardo.

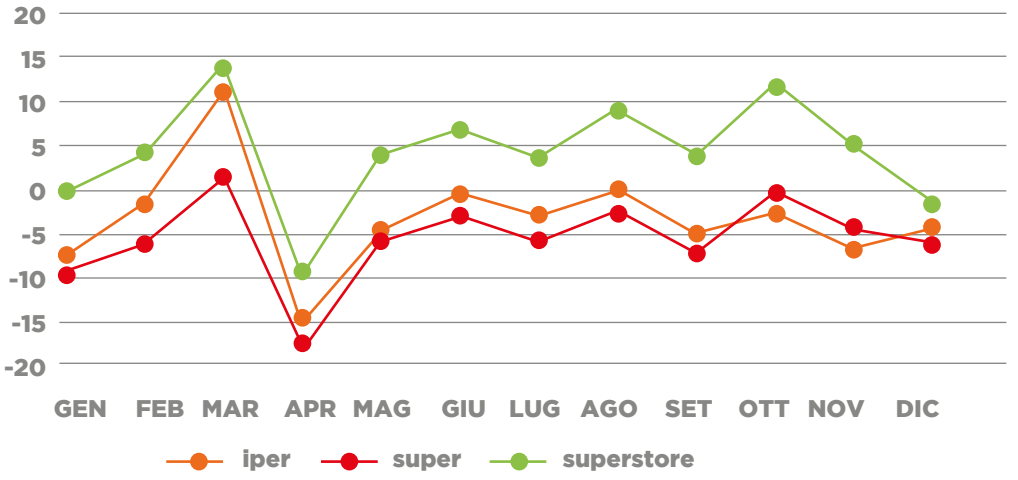
È proseguito l'intenso programma di **innovazione negli assortimenti**, con la creazione di numerose attività di degustazione, soprattutto dei prodotti artigianali di produzione interna e locali. Si è evidenziata una forte crescita del reparto **panetteria e pasticceria**, grazie all'implementazione di numerose

produzioni proprie, tra cui la produzione di **pane con lievito madre** e di **focaccia ligure** e romana.

Nel 2018 è continuato anche il processo di **revisione e affinamento dei processi di formazione dei contenuti promozionali e dei perimetri di intervento della Cooperativa e del Consorzio Nord Ovest**. In particolare, si è puntato a una definizione più mirata dei prezzi e degli assortimenti promozionali, combinata con una crescente sensibilità alla sostenibilità economica dell'investimento.

Coop Lombardia ha confermato una presenza sempre più massiva di **comunicazione esterna** focalizzata sull'affissione, con l'introduzione dell'utilizzo di numerosi grandi formati ubicati sulle grandi direttrici, a fronte di un contenimento dei costi legato alla volontà di mantenere un'incidenza costante dei costi di marketing sulle vendite. La presenza sulle emittenti televisive e sulla stampa locale ha avuto una distribuzione regolare lungo l'intero esercizio. Per quanto riguarda il volantino, da sempre strumento base della comunicazione commerciale, è stato monitorato il livello di servizio fornito dagli operatori, integrato con i nuovi servizi di geo-localizzazione per ottimizzare l'effettiva distribuzione nelle aree geografiche di dettaglio individuate di maggiore interesse.

Andamento % delle vendite 2018 per canale



AZIONI COMMERCIALI

Le principali azioni commerciali

Sul versante delle **azioni commerciali**, nel settore **freschi e freschissimi**, in particolare nell'ortofrutta e nella gastronomia, Coop Lombardia ha mantenuto un posizionamento di assoluta convenienza, proponendo in promozione, a prezzi molto competitivi, i prodotti tipici della tradizione italiana.

È inoltre proseguita la campagna **"Prezzi bassi sempre"** sulle piazze di Cremona, Crema, Mapello e Bergamo, così come l'impegno nella **valorizzazione dei reparti forneria**, dove la produzione di focaccia ligure e panettone ha consentito **vendite superiori a 1,3 milioni di euro**, grazie anche all'introduzione, in due ipermercati, della produzione di **pane con lievito madre**.

Nel comparto del **pesce fresco**, sono state realizzate promozioni con grande impatto su prodotti di filiera, tra i quali orate e branzini – iniziative che hanno riscosso grande successo tra soci e clienti – ed è stata data continuità, con **oltre 50 iniziative**, all'**Asta del pesce**, una vera e propria vendita all'incanto, a prezzi molto competitivi, di pesce freschissimo proveniente da pescherecci operanti nel mar Tirreno.

Nel settore dei freschi va ricordata la **campagna a sostegno del latte italiano**, con un'offerta molto competitiva tesa a sostenere alimenti e produttori nazionali in un settore oggetto di una ormai perdurante crisi di consumi. È stato inoltre migliorato e ampliato l'assortimento di **pasta fresca**, con l'inserimento di prodotti tipici della tradizione lombarda, campana e ligure.

Le iniziative promozionali sulla **telefonia** hanno reso questo segmento del settore non alimentare un elemento di traino di un comparto che ha mostrato la fragilità della proposta commerciale attuale. In questo settore, che subisce la crescita costante dell'e-commerce, Coop sta continuando a lavorare per rivedere l'assortimento, la politica degli acquisti e l'organizzazione, oltre che per potenziare una politica commerciale che nell'ultima parte dell'anno ha fatto nascere alcune iniziative promozionali.

I due corner **Emporio Kasa** – realizzati a Pavia e a Varese attraverso una partnership commerciale con Kasanova – hanno completato un intero anno di vendite superando gli obiettivi prefissati. Risultati positivi sono stati generati anche dai comparti **benessere e parafarmaceutico**, che hanno registrato incrementi di vendite significativi nelle linee di prodotto dedicate. Inoltre, anche nel corso del 2018 è proseguita l'iniziativa **"sconto sulla spesa"** nei confronti dei lavoratori dipendenti.

Le iniziative promozionali

Le **iniziative promozionali** attuate all'interno della rete di vendita di Coop Lombardia sono state numerose e diversificate, alla ricerca di logiche innovative e coerenti con i valori della Cooperativa, con la finalità di coniugare gli obiettivi commerciali, i vantaggi per soci e clienti e la salvaguardia dell'equilibrio economico.

Nel corso del 2018 sono state effettuate **6 iniziative "Scegli tu"** sul prodotto a marchio, dedicando l'intervento promozionale a specifiche linee di prodotto. Sono state inoltre realizzate **2 iniziative con la formula "Grandi marche"**, caratterizzate da sconti particolarmente significativi su intere linee di prodotti delle marche più importanti.

Durante l'anno sono state proposte diverse **attività di collezionamento**, caratterizzate da un'elevata accessibilità dei premi e, di conseguenza, molto

apprezzate da soci e clienti. Tra queste, **"MasterChef – Lo spettacolo continua"**, **"Alimenta l'amore"**, **"Colora la tua tavola – Egan"** e **"Acquamici"**.

Inoltre, grazie al coinvolgimento della fotografa e giornalista Silvia Amodio, è stata proposta la campagna **Colleziona l'amore con i Fortunelli**: cinque animali di peluche, ciascuno con un nome e una breve storia pensata – seguendo l'esempio delle favole di Fedro, Esopo e La Fontaine – per trasmettere ai più giovani valori fondamentali come l'amicizia, il rispetto per l'ambiente e il confronto con il diverso. Acquistando uno dei cinque Fortunelli, i clienti di Coop Lombardia hanno avuto l'opportunità di fornire sostegno alla **Fondazione De Marchi**, che si occupa di oncologia pediatrica, all'**ospedale San Raffaele Turro**, nell'ambito di un progetto legato ai disturbi alimentari, e al **canile municipale di Milano**.

PREVALENZA

Come richiesto dalla normativa vigente (art. 2545 del Codice Civile, art. 2 della Legge n. 59/92) che prescrive la rilevazione e la documentazione dell'attività mutualistica svolta dalla Cooperativa nei confronti dei suoi soci e la condizione di **prevalenza delle vendite** a loro effettuate rispetto alle vendite rivolte a terzi non soci, sono in uso dal 2004 procedure che rilevano le vendite al minuto effettuate nei confronti dei soci separatamente da quelle effettuate nei confronti di clienti terzi.

Il totale delle vendite complessive ai soci nel 2018 rappresenta il **64,03% delle vendite totali** realizzate da Coop Lombardia, in leggero calo rispetto al 66,34% registrato nell'esercizio precedente.

PREVALENZA

64,03%
VENDITE VERSO SOCI

ENERCOOP

L'ingresso di Coop nel settore dei carburanti nasce dall'alleanza tra Coop Lombardia, Novacoop, Coop Liguria, Coop Alleanza 3.0 ed Energy Group, che nel 2012 hanno dato vita a Energya, società che si configura come nuovo fornitore di carburanti delle cooperative aderenti al progetto. L'obiettivo è quello di sviluppare la diffusione di stazioni di servizio a marchio **Enercoop** su tutto il territorio nazionale.

Coop Lombardia ha inaugurato la sua prima stazione di servizio a **Cantù** (CO) nel 2012, in un'area adiacente al centro commerciale Mirabello. Il distributore ha conseguito risultati positivi già dai primi anni di attività e anche il 2018 si conferma in linea con questa tendenza, con un'erogazione di circa **16 milioni di litri di carburanti** per un fatturato totale di **oltre 23 milioni di euro**, mantenendo i prezzi fortemente competitivi pur con una discreta marginalità.

A **Mapello** (BG) nel 2014, in un'area adiacente al centro commerciale Continente, la Cooperativa ha aperto la seconda stazione di servizio, che nel 2018 ha erogato **20,5 milioni di litri di carburanti** per un fatturato totale **28,3 milioni di euro,** mantenendo anche nell'area bergamasca prezzi al litro sempre competitivi rispetto al mercato locale.

A **Crema** (CR) nel 2015, nei pressi del centro commerciale Gran Rondò, Coop Lombardia ha aperto la sua terza stazione di servizio a marchio Enercoop. Grazie alla competitività dell'offerta e all'importante presenza dei soci nell'area cremasca e cremonese, il distributore ha erogato nello scorso esercizio **17,3 milioni di litri di carburanti** per un fatturato totale di **23,7 milioni di euro**.

Nel 2017 a **Opera** (MI), nelle vicinanze del centro commerciale Opera Centro, è stata aperta una

quarta stazione di servizio, che fin da subito ha fatto registrare risultati molto positivi, confermati anche nello scorso esercizio, con un totale di **21,8 milioni di litri di carburanti** erogati per un fatturato di **29,9 milioni di euro**.

Il programma di sviluppo della rete carburanti di Coop Lombardia continua con nuovi progetti: a **Treviglio**, contestualmente all'edificazione di un nuovo punto vendita, sono iniziati i lavori per un nuovo distributore, mentre a **Busto Garolfo** è già in fase di avanzata realizzazione il progetto per l'aperura di una stazione di servizio per l'erogazione di benzina, gasolio, metano, GPL ed energia elettrica per autovetture elettriche e ibride.

APERTURA	LUOGO	CARBURANTI EROGATI 2018 IN MILIONI DI LITRI	FATTURATO 2018 IN MILIONI DI EURO
2012	Centro commerciale Mirabello, Cantù (CO)	**16**	**23**
2014	Centro commerciale Continente, Mapello (BG)	**20,5**	**28,3**
2015	Centro commerciale Gran Rondò, Crema (CR)	**17,3**	**23,7**
2017	Centro commerciale Opera Centro, Opera (MI)	**21,8**	**29,9**

I NUMERI DI ENERCOOP

32
STAZIONI DI CARBURANTE IN ITALIA

4
STAZIONI DI CARBURANTE IN LOMBARDIA

E-COMMERCE: COOP ON LINE

Coop Lombardia aderisce al **progetto nazionale Coop on line**, che propone la vendita su portale web di prodotti alimentari e non alimentari. L'attività si concretizza in un'offerta ampia di prodotti di alta qualità da acquistare sul web con sicurezza, semplicità e convenienza, grazie a un'interfaccia intuitiva e alla possibilità di scegliere tra diverse modalità di consegna, tra cui la **consegna a domicilio su appuntamento** o il **ritiro gratuito** nei punti vendita dove il servizio è attivo.

coop online

COOP ON LINE

Il servizio di acquisti on line comodo e sicuro, con l'affidabilità e la trasparenza di Coop. Prodotti di qualità per la casa, il tempo libero, la tecnologia e tanto

altro, consegnati a domicilio o ritirati gratuitamente in negozio.

COOP DRIVE

Il servizio gratuito per ordinare on line la spesa, scegliere l'orario e ritirarla comodamente in macchina nei punti Coop Drive.

COOP FOTO

Il servizio on line per creare album, biglietti d'auguri o calendari e per stampare le proprie fotografie in formati diversi e originali.

ICOOP

Il servizio on line che consente di creare una lista della spesa personalizzata, consultare le promozioni, il catalogo o i volantini e conoscere il proprio saldo punti.

COOP VOCE

Il servizio di telefonia Coop semplice e conveniente che permette di parlare, inviare SMS e navigare con smartphone, tablet e PC.

TANTI LIBRI PER TE

Il servizio comodo e veloce per scegliere e prenotare on line oltre 1.000 libri e ritirarli nei punti vendita Coop: testi universitari e volumi di narrativa, suddivisi in categorie e parole chiave semplici da consultare.

SUPERMERCATO24

Il servizio per ordinare la spesa on line, scegliere l'orario di consegna riceverla direttamente a casa.

PARTECIPAZIONI

Coop Lombardia opera tramite le sue società controllate nel settore del bricolage, nel settore immobiliare, nel campo della distribuzione di prodotti assicurativi e bancari e nel settore della gestione di farmacie.

Il gruppo Coop Lombardia al 31 dicembre 2018

- BRICO IO S.P.A 100%
- IMMOBILIARE STELLA DI NATALE S.R.L. 100%
- IMMOBILIARE FUTURA S.R.L. 100%
- IMMOBILIARE TURCHESE S.R.L. 100%
- IMMOBILIARE TITANIO S.R.L. 100%
- GENERAL SHOPPING CENTER S.R.L. 100%
- S.G.I. 2010 S.R.L. 100%
- BRICOSELF 2018 S.R.L. 100%
- IMMOBILIARE OSSIDIANA S.R.L. 100%
- IMMOBILIARE TRIFOGLIO 2017 S.R.L. 100%
- IMMOBILIARE PIOPPO 2015 S.R.L. 100%
- ESSEAEFFE S.R.L. 72,5%
- ITALIAN COOPERATIVE'S TRADE S.R.L. 60%
- PHARMACOOP LOMBARDIA S.R.L. 70%
  - CIVICHE FARMACIE DESIO S.P.A. 80%
  - A.F.M. BERGAMO S.P.A. 80%
- PHARMACOOP S.P.A. 18,90%
- F.D.A. S.R.L. IN LIQUIDAZIONE 31%
- GENERA S.P.A. 21,74%
- IMMOBILIARE RAGUSA 2013 S.R.L. 25%
- COOP CONSORZIO NORD OVEST S.C.R.L. 30%
- CONSORZIO SOLIDALE 2016 50%

SOCIETÀ CONTROLLATA INCLUSA NELL'AREA DI CONSOLIDAMENTO

SOCIETÀ CONTROLLATA NON INCLUSA NELL'AREA DI CONSOLIDAMENTO

SOCIETÀ CONTROLLATA INCLUSA NELL'AREA DI CONSOLIDAMENTO DESTINATA ALLA VENDITA

SOCIETÀ COLLEGATA

SOCIETÀ COLLEGATA DESTINATA ALLA VENDITA

Società controllate

Settore bricolage

BRICO IO S.P.A.

Brico io, con la sua presenza diffusa sul territorio italiano, si colloca ai primi posti della classifica nazionale del settore bricolage. Il bilancio del 2018 conferma un risultato positivo, grazie a un'attenta e dinamica gestione della rete diretta e alla ricerca di maggiore efficienza nella gestione delle strutture di sede. Quest'ultima ha consentito di contenere, in un contesto di mercato debole e caratterizzato da un inasprirsi della competizione, l'attuale contrazione della rete in franchising.

Il 2018 è stato un anno importante nella storia della società, che ha celebrato il **trentesimo anniversario** dell'apertura del primo punto vendita all'interno del centro commerciale Bonola di Milano. Nel corso dell'esercizio sono stati aperti 7 nuovi punti vendita in gestione diretta, di cui 4 provenienti da ex affiliati, sono stati chiusi 2 punti vendita e un punto vendita è stato ceduto a terzi. Al 31 dicembre 2018 Brico io gestisce **73 punti vendita diretti**, con una **crescita del fatturato a rete totale del 3,65%**. La rete di punti vendita degli affiliati è passata da 48 a 34 punti vendita. Nel corso del 2018 si è pressoché completato il processo di sostituzione delle vecchie insegne, consentendo così, nei primi mesi del 2019, di portare a compimento il piano di estensione del nuovo logo aziendale in tutta la rete.

Nel secondo semestre dell'anno sono stati rivisti alcuni **processi operativi e assetti organizzativi di sede**, sia sotto il profilo di una maggiore efficacia sia sotto quello di una necessaria riduzione dei costi centrali. Tale intervento non ha previsto alcun licenziamento. L'alleggerimento dei costi di struttura avrà, con il potenziamento della struttura commerciale produttiva, una ricaduta positiva in termini di riduzione dei costi nel corso del 2019.

Il 2018 è stato inoltre l'anno di entrata a regime del **nuovo sistema informatico gestionale** e del **nuovo sistema di Corporate Performance Management**, con visibili vantaggi di completezza e tempestività delle informazioni a supporto dei processi operativi. Nel corso dell'anno la società ha presentato l'**aggiornamento del piano pluriennale** contenente il piano di sviluppo della rete, le azioni gestionali tese a supportare la crescita e il recupero di efficienza. Il nuovo piano si pone l'obiettivo di rilanciare la politica di affiliazione sulla base dei nuovi presupposti, il consolidamento di sistema e lo sviluppo delle partnership. Dal punto di vista finanziario l'obiettivo è invece quello di stabilizzare la posizione finanziaria netta e di migliorare la redditività del capitale investito, con particolare attenzione alla sostenibilità della struttura finanziaria in relazione alla capacità di autofinanziamento.

Settore immobiliare

IMMOBILIARE STELLA DI NATALE S.R.L.

La società è titolare di diversi complessi immobiliari a destinazione prevalentemente commerciale acquisiti nel tempo dalla Cooperativa. Nel corso del 2018, ha continuato la normale attività di affitto e gestione, chiudendo il bilancio con un utile netto di 837.000 euro e con un valore della produzione di 12,802 milioni di euro.

S.G.I. 2010 S.R.L.

La società possiede diverse unità immobiliari a uso abitativo e commerciale nelle provincie di Milano, Brescia, Varese e Monza-Brianza, con lo scopo di valorizzarle e rinnovarle, nonché di curarne l'attività di locazione commerciale e di vendita. Nel corso dell'esercizio la società ha acquistato un fabbricato a uso prevalentemente civile ubicato a Villa Cortese (MI) e ha incorporato la società Immobiliare Acquamarina nell'ambito del processo di razionalizzazione della gestione del patrimonio immobiliare. Il bilancio si

è chiuso in sostanziale pareggio con un valore della produzione di 3,558 milioni di euro.

IMMOBILIARE TURCHESE S.R.L.

La società ha per oggetto l'attività edilizia e immobiliare in genere e nel corso del 2018 ha terminato nel comune di Brescia l'intervento immobiliare finalizzato all'edificazione del centro commerciale Nuovo Flaminia, inaugurato nel mese di novembre. Nel corso dell'anno ha inoltre acquistato da Coop Lombardia la porzione immobiliare situata nel vecchio Centro Flaminia al prezzo di 7,5 milioni di euro, generando per la capogruppo una plusvalenza netta di 6,8 milioni di euro. L'esercizio si è chiuso con una perdita pari a 296.000 euro e un patrimonio netto di 22.000 euro.

IMMOBILIARE FUTURA S.R.L.

La società ha acquistato negli anni passati un terreno di oltre 150.000 metri quadri, a sud del comune di Gallarate (VA), al fine di promuovere lo sviluppo immobiliare dell'area. Tuttavia, i provvedimenti adottati nel corso degli anni dal comune non hanno ancora consentito l'inizio dei lavori, per cui la società sta portando avanti iniziative per la tutela dei propri interessi e per l'individuazione di soluzioni nell'ambito dei piani di sviluppo territoriale. Il bilancio si è chiuso con una perdita netta di 21.000 euro e un patrimonio netto di 90.000 euro.

IMMOBILIARE OSSIDIANA S.R.L.

La società, costituita nel 2014, ha avviato la propria attività nel 2015 presentando un'offerta per un'area fabbricabile sita nel comune di Treviglio. Nel corso dell'anno, ha presentato un nuovo piano attuativo per superare i contenuti della vertenza amministrativa avviata tra il comune e il locale comitato di quartiere. Il bilancio si è chiuso con una perdita di 42.000 euro e un patrimonio netto di 335.000 euro.

IMMOBILIARE TITANIO S.R.L.

La società, costituita nel 2014, ha avviato la propria attività nel 2017 acquisendo gli immobili rivenienti

dalla liquidazione del fondo immobiliare Atlantic 8, di cui Coop Lombardia possedeva la totalità delle quote. In totale sono stati acquisiti 11 immobili a destinazione commerciale, alcuni dei quali funzionali alle attività di Brico io. Nel corso del 2018 la società, oltre a proseguire la normale attività di locazione e gestione degli immobili, ha acquistato un fabbricato a uso commerciale ubicato a Sarzana (SP), concesso in locazione a Brico io. Il bilancio si è chiuso con un utile netto di 119.000 euro.

GENERAL SHOPPING CENTER S.R.L.

Nel corso del 2018 la società ha acquistato un'area immobiliare situata nel comune di Lodi e ha avviato le opere di realizzazione di un centro commerciale destinato a ospitare un punto vendita della Cooperativa, chiudendo il bilancio in sostanziale pareggio.

ARONA COMMERCIAL AND BUSINESS CENTER (EX IMMOBILIARE PIOPPO 2015)

Nel febbraio 2019 la società Immobiliare Pioppo 2015 ha modificato la propria denominazione in Arona Commercial and Business Center, ha aumentato il proprio capitale sociale a 2 milioni di euro e ha sottoscritto con Coop Lombardia un contratto di acquisto di una porzione immobiliare del centro commerciale di via Arona a Milano, che ospita un superstore della Cooperativa, allo scopo di valorizzare l'intero immobile. La società ha chiuso il bilancio in sostanziale pareggio.

IMMOBILIARE TRIFOGLIO 2017 S.R.L.

La società, costituita nel 2017, non ha ancora avviato la propria attività, ma sono al momento in fase di studio diverse iniziative immobiliari. Il bilancio si è perciò chiuso in sostanziale pareggio.

Altro Settore

BRICOSELF 2018 S.R.L.

La società, partecipata al 30% da Coop Lombardia e per il 70% dalla controllata Brico io, è stata costituita nel 2018 per la conduzione di un progetto di sviluppo delle attività nel settore bricolage e ha chiuso il suo primo bilancio in sostanziale pareggio.

Settore intermediazione assicurativa

ESSEAEFFE S.R.L.

La società, controllata al 72,5% da Coop Lombardia, gestisce agenzie di assicurazione con varie sedi a Milano su mandato della compagnia Unipol Sai. Il bilancio del 2018 si è chiuso con un utile netto di 53.000 euro e con un valore della produzione di 2,136 milioni di euro, confermando la sua capacità di generare risultati economici positivi nonostante il competitivo contesto di mercato in cui opera.

Settore export

ITALIAN COOPERATIVE'S TRADE S.R.L.

Nel corso del 2018 Coop Lombardia ha acquisito la maggioranza del capitale della società, destinata a gestire un progetto di esportazione di prodotti alimentari a marchio Coop all'estero con altri partner del sistema cooperativo. Nel corso dell'esercizio è proseguita l'attività volta a impostare contatti per commercializzare prodotti nei mercati asiatici. Il bilancio si è chiuso con una perdita di 79.000 euro e con un patrimonio pari a 223.000 euro.

Settore gestione farmacie

PHARMACOOP LOMBARDIA S.R.L.

La società, controllata al 70% da Coop Lombardia e al 30% da Pharmacoop, gestisce partecipazioni di controllo in due partecipate che gestiscono le farmacie comunali di Bergamo e Desio, controllate entrambe all'80%. Il 2018 è stato un anno nel complesso positivo per entrambe le società e il bilancio si è chiuso in sostanziale pareggio.

Società collegate

F.D.A. S.R.L. (IN LIQUIDAZIONE)

La società è partecipata per il 31% da Coop Lombardia, per il 49% da IAO Industrie Riunite e per il 20% dalla Cooperativa Muratori & Cementisti di Ravenna. Nel corso del 2018 si è proseguito con le attività di liquidazione volontaria, avendo terminato l'oggetto sociale per cui era stata costituita, ovvero la realizzazione dell'immobile di Piazzale Lodi a Milano. Il

bilancio intermedio di liquidazione non prevede ulteriori oneri oltre a quelli già riflessi nei bilanci della società.

PHARMACOOP S.P.A.

La società, partecipata per il 18,90% da Coop Lombardia, nel corso del 2018 ha continuato a erogare servizi alle partecipate per la gestione delle farmacie comunali. Il bilancio del 2018 si è chiuso con un utile netto di 67.000 euro.

IMMOBILIARE RAGUSA 2013 S.R.L.

La società, partecipata al 25% da Coop Lombardia, al 50% da Coop Alleanza 3.0 e al 25% da Coop Liguria, è beneficiaria della scissione, avvenuta nel 2013, del settore Ragusa di Ipercoop Sicilia, che ha determinato il subentro in un contratto di leasing immobiliare relativo al complesso commerciale Ibleo di Ragusa. Nel corso del 2018 ha continuato la normale attività di locazione di tali immobili. L'esercizio si è chiuso con una perdita di 1,854 milioni di euro, legata agli oneri di leasing e alle

difficoltà di gestire la completa locazione della galleria commerciale. La quota di patrimonio netto attualmente posseduta da Coop Lombardia è pari a 43.000 euro.

GENERA S.P.A.

La società ha come oggetto sociale la promozione, lo sviluppo e il consolidamento del movimento cooperativo lombardo attraverso il sostegno operativo e finanziario di imprese, nuove o già esistenti, che abbiano all'interno del proprio statuto o nella propria mission valori cooperativi conclamati e prioritari. La partecipazione di Coop Lombardia in Genera ammonta al 21,74%. A oggi il bilancio della società non risulta ancora approvato, ma la situazione economica presenta un risultato di sostanziale pareggio. La quota di patrimonio netto posseduta da Coop Lombardia è pari a 443.000 euro.

COOP CONSORZIO NORD OVEST (CCNO) S.C.R.L.

La società è partecipata in quote del 30% da Coop Lombardia, Coop Liguria e Nova Coop, per l'8,5% da Coop Vicinato Lombardia e per il restante 1,5% da Coop Como Consumo. A CCNO, che opera anche attraverso la controllata Rivaltafood, è affidata la gestione centralizzata dei servizi logistici, commerciali, informativi e di amministrazione merci delle cooperative associate.

CONSORZIO SOLIDALE 2016

Nel corso del 2016 Coop Lombardia e Coop Vicinato Lombardia hanno costituito il Consorzio Solidale 2016, finalizzato ad agevolare la gestione finanziaria del Prestito sociale di Coop Vicinato Lombardia. Trattandosi di un consorzio, il bilancio di esercizio si è chiuso in pareggio dopo la ripartizione ai soci dei costi di gestione, non significativi. Coop Lombardia ha versato al Consorzio 3 milioni di euro per dotarlo delle risorse necessarie al suo funzionamento.

DUE NUOVI SUPERMERCATI GREEN

Il **20 settembre 2018** a **Parabiago** è stato inaugurato, in un'area strategica del centro della cittadina, un **nuovo supermercato**, progettato per essere **'green' e innovativo**.
La struttura di vendita del nuovo negozio si estende su **2.500 metri quadrati** e all'interno dell'edificio è stata prevista anche un'**area ristorazione**, veloce e non. Il complesso è dotato di aree esterne adibite a parcheggio, dove sono state installate numerose **colonnine di ultima generazione per la ricarica delle auto elettriche**. Inoltre, nel piano interrato è stata allestita un'area destinata a **Coop Drive**, il servizio che consente ai soci di fare la spesa on line e di scegliere una fascia oraria per effettuare il ritiro presso il punto vendita.
L'anima green di Coop Lombardia ha fatto sì che per la

modernissima sede di Parabiago si sia scelto di utilizzare materiali caldi e naturali per garantire un ambiente confortevole, mentre per l'illuminazione si è optato per un **impianto fotovoltaico da 100 kWp**. Inoltre, l'intero edificio utilizza per l'illuminazione la tecnologia a LED: scelta che ha consentito una **riduzione dei consumi pari a circa 150.000 kWh** rispetto alle soluzioni a incandescenza o al neon.

A metà ottobre, invece, è stato inaugurato il **nuovo supermercato di Busto Arsizio**, sito in **viale Duca d'Aosta**, nell'area dell'ex Calzaturificio Borri, particolarmente strategica e sensibile per la città, che Coop Lombardia ha voluto riqualificare al fine di restituirla agli abitanti dello storico quartiere di San Giovanni. Si tratta di un supermercato in classe A, **tecnologicamente il più avanzato dell'intera rete Coop**, destinato a diventare un modello di riferimento e già definito dalla stampa specializzata **miglior supermercato d'Italia**. Inoltre, è anche uno dei più 'green', con un **impianto fotovoltaico da 65 kW** unito a un sistema d'illuminazione smart e al teleriscaldamento. L'edificio, a impatto quasi zero, riutilizza il calore prodotto dai macchinari per il raffrescamento e vanta un sistema di refrigerazione che abbatte i consumi energetici perché usa come refrigerante la CO_2 al posto dei gas tradizionali.
Un altro degli aspetti caratteristici del progetto è stata la volontà di inserire un edificio contemporaneo nel tessuto cittadino circostante. A questo scopo, si è pensato di utilizzare il **ferro battuto** – materiale tipicamente 'bustocco', parte della memoria storica della città – per le facciate ovest ed est e per tutto il basamento, reinterpretando e attualizzando le caratteristiche **architetture in stile liberty**. Le facciate sud e nord, invece, insieme ai tetti delle pensiline dei parcheggi, ospitano **2.000 metri quadrati di verde pensile** che contribuiscono a raffrescare l'edificio in maniera naturale, abbattendo la temperatura in estate e mantenendo il calore all'interno in inverno.

Nell'inverno del 2019 sarà inaugurato un **nuovo negozio a Como**, mentre nella primavera del 2020 aprirà un ipermercato a Monza. Altre aperture sono in programma per **Treviglio**, dove sarà costruita una stazione di rifornimento Enercoop affiancata da un piccolo negozio, **Vigevano** e **Busto Garolfo**, dove sorgerà un'altra stazione Enercoop.

BILANCIO ECONOMICO

BILANCIO D'ESERCIZIO

BILANCIO SOCIALE IN CIFRE

BILANCIO D'ESERCIZIO

1. STATO PATRIMONIALE

dati in unità di Euro

ATTIVO	31.12.2018	31.12.2017
A) CREDITI VERSO SOCI PER VERSAMENTI ANCORA DOVUTI	-	-
B) IMMOBILIZZAZIONI		
I. Immobilizzazioni immateriali		
1) Costi di impianto e ampliamento	31.717	-
2) Costi sviluppo	6.886	-
3) Diritti di brevetto industriale e di utilizzo opere dell'ingegno	176.045	161.330
4) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	238.800	279.263
5) Avviamento	8.975.319	10.879.600
6) Immobilizzazioni in corso e acconti	2.124.950	1.466.777
7) Altre	5.993.550	7.068.582
Totale immobilizzazioni immateriali	**17.547.267**	**19.855.552**
II. Immobilizzazioni materiali		
1) Terreni e fabbricati	225.608.970	224.836.010
2) Impianti e macchinario	42.061.165	38.893.587
3) Attrezzature industriali e commerciali	13.759.060	9.074.303
4) Altri beni	8.495.208	5.232.865
5) Immobilizzazioni in corso e acconti	25.381.388	42.681.851
Totale immobilizzazioni materiali	**315.305.791**	**320.718.616**
III. Immobilizzazioni finanziarie		
1) Partecipazioni in:		
a) imprese controllate	84.790.162	170.181.292
b) imprese collegate	2.667.048	5.596.135
d-bis) altre imprese	139.484.701	41.597.763
Totale partecipazioni	226.941.911	217.375.190
2) Crediti:		
a) verso imprese controllate	130.062.890	114.804.445
b) verso imprese collegate	3.894.097	3.894.097
d1 bis) verso altri esigibili entro l'esercizio	200.000	320.000
d2 bis) verso altri esigibili oltre l'esercizio successivo	6.954.896	7.661.942
Totale crediti	141.111.883	126.680.484
3) Altri titoli	280.468.417	179.184.616
Totale immobilizzazioni finanziarie	**648.522.211**	**523.240.290**
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI (B)	981.375.269	863.814.458

dati in unità di Euro

	ATTIVO	31.12.2018	31.12.2017
C) ATTIVO CIRCOLANTE			
I.	**Rimanenze**		
1)	Materie prime, sussidiarie e di consumo	2.227.484	1.727.383
4)	Prodotti finiti e merci	79.866.587	53.923.646
	Totale rimanenze	**82.094.071**	**55.651.029**
II.	**Crediti**		
1)	Verso clienti	33.640	10.069
2)	Verso imprese controllate	10.916.274	33.123.567
3)	Verso imprese collegate	48.940.083	41.595.074
5 bis)	Crediti tributari		
	entro l'esercizio	7.360.965	4.387.772
	oltre l'esercizio	4.126.680	4.126.680
5 ter)	Crediti per imposte anticipate		
	entro l'esercizio	4.250.388	3.671.004
	oltre l'esercizio	2.979.139	1.884.146
5 quater)	Verso altri	-	-
5 quater b)	Verso altri esigibili entro l'esercizio	34.882.428	21.444.200
	Totale crediti verso altri	34.882.428	21.444.200
	Totale crediti	**113.489.597**	**110.242.512**
III.	**Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni**		
1)	Partecipazioni in imprese controllate	4.283.365	-
2)	Partecipazioni in imprese collegate	2.685.800	-
4)	Altre partecipazioni	20.805.655	11.213.478
6)	Altri titoli	491.416.891	727.312.057
	Totale attività finanziarie	**519.191.711**	**738.525.535**
IV.	**Disponibilità liquide**		
1)	Depositi bancari e postali	126.246.628	87.020.469
3)	Denaro e valori in cassa	4.556.482	4.675.252
	Totale disponibilità liquide	**130.803.110**	**91.695.721**
	TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE (C)	845.578.489	996.114.797
D) RATEI E RISCONTI			
1)	Ratei e risconti attivi	8.767.384	7.311.408
	TOTALE RATEI E RISCONTI (D)	8.767.384	7.311.408
	TOTALE ATTIVO	**1.835.721.142**	**1.867.240.663**

dati in unità di Euro

PASSIVO E PATRIMONIO NETTO	31.12.2018	31.12.2017
A) PATRIMONIO NETTO		
I. Capitale	12.739.544	13.228.908
III. Riserve di rivalutazione	14.231.199	14.231.199
IV. Riserva legale	117.356.754	114.849.404
V. Riserve statutarie	364.481.431	358.881.682
VI. Altre riserve	3.408.395	3.237.315
IX. Utile (perdite) dell'esercizio	6.128.720	8.357.833
TOTALE PATRIMONIO NETTO (A)	518.346.043	512.786.341
B) FONDI PER RISCHI E ONERI		
2) Per imposte, anche differite	4.967.482	4.561.988
4) Altri	18.711.227	15.046.941
TOTALE FONDI PER RISCHI E ONERI (B)	23.678.709	19.608.929
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	**20.631.806**	**21.003.603**
D) DEBITI		
3) Debiti verso Soci per finanziamenti entro l'esercizio successivo (Prestito sociale)	1.036.709.334	1.070.209.267
4) Debiti verso banche:		
a1) entro l'esercizio successivo	11.678.253	11.591.679
a2) oltre l'esercizio successivo	12.202.307	23.880.560
b) altri entro l'esercizio successivo	-	548.000
7) Debiti verso fornitori	50.382.216	40.568.381
9) Debiti verso imprese controllate	12.173.240	3.158.211
10) Debiti verso imprese collegate	49.530.139	65.950.867
12) Debiti tributari	15.706.567	15.171.101
13) Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	6.040.494	6.084.131
14) Altri debiti		
a1) entro l'esercizio successivo	71.774.493	21.189.644
a2) oltre l'esercizio successivo	-	49.413.745
TOTALE DEBITI (D)	1.266.197.043	1.307.765.586
E) RATEI E RISCONTI		
1) Ratei e risconti passivi	6.867.541	6.076.204
TOTALE RATEI E RISCONTI (E)	6.867.541	6.076.204
TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO	**1.835.721.142**	**1.867.240.663**

2. CONTO ECONOMICO

dati in unità di Euro

	31.12.2018	31.12.2017
A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni attività minuto:		
a) ricavi vendite attività minuto verso Soci	609.497.016	630.302.631
b) ricavi vendite attività minuto a terzi	276.512.202	254.456.007
c) altri ricavi	302.120	447.625
d) ricavi da fornitori	65.639.013	63.525.503
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni attività minuto	**951.950.351**	**948.731.766**
5) Altri ricavi e proventi:		
a) ricavi servizi mensa	363.635	316.888
b) ricavi gestione immobiliare	25.110.192	25.592.256
c) recupero costi vari	3.754.295	1.580.815
d) ricavi diversi	11.544.288	9.961.960
Totale altri ricavi e proventi	**40.772.410**	**37.451.919**
Totale valore della produzione	**992.722.761**	**986.183.685**

B) COSTI DELLA PRODUZIONE		
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	676.103.335	680.706.789
7) Per servizi	115.726.376	112.143.716
8) Per godimento di beni di terzi	22.511.628	22.430.494
9) Per il personale:		
a) salari e stipendi	99.478.938	104.147.636
b) oneri sociali	27.546.726	28.825.248
c) trattamento di fine rapporto	6.598.136	6.664.710
e) altri costi	3.156.897	3.892.902
Totale costi per il personale	**136.780.697**	**143.530.496**
10) Ammortamenti e svalutazioni:		
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	3.267.431	3.317.530
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	25.002.641	25.439.697
d) svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	3.658.949	1.370.608
Totale ammortamenti e svalutazioni	**31.929.021**	**30.127.835**

dati in unità di Euro

		31.12.2018	31.12.2017
11)	Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	-2.045.081	-1.783.522
12)	Accantonamenti per rischi	-	-
13)	Altri accantonamenti	5.269.000	5.738.992
14)	Oneri diversi di gestione	15.880.654	13.650.176
	Totale costi della produzione	**1.002.155.630**	**1.006.544.976**
	Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)	**-9.432.869**	**-20.361.291**
C)	**PROVENTI E ONERI FINANZIARI**		
15)	Proventi da partecipazioni:		
	a) in imprese controllate	1.100.000	800.000
	b) in imprese collegate	13.966	7.789
	c) in altre imprese	3.440.332	2.032.167
	Totale proventi da partecipazioni	**4.554.298**	**2.839.956**
16)	Altri proventi finanziari:		
	a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni:		
	1) imprese controllate	1.943.393	1.896.345
	3) altre imprese	111.640	72.115
	b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni	5.098.757	5.110.343
	c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	28.884.128	30.284.930
	d) proventi diversi dai precedenti:		
	3) altre imprese	3.437.314	3.309.567
	Totale altri proventi finanziari	**39.475.232**	**40.673.300**
17)	Interessi e altri oneri finanziari:		
	a) verso imprese controllate	17.401	16.219
	c1) interessi su Prestito sociale	4.656.830	4.929.190
	c2) interessi e altri oneri finanziari diversi	13.914.177	7.134.057
	Totale interessi e altri oneri finanziari	**18.588.408**	**12.079.466**
17bis)	Utili e perdite su cambi	-17.052	-21.958
	Totale proventi e oneri finanziari	**25.424.070**	**31.411.832**

dati in unità di Euro

		31.12.2018	31.12.2017
D)	**RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE**		
18)	Rivalutazioni:		
c)	di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	2.851	596.855
	Totale rivalutazioni	**2.851**	**596.855**
19)	Svalutazioni:		
a)	di partecipazioni	1.091.202	949.279
b)	di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	-	273.747
c)	di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	8.029.606	957.330
	Totale svalutazioni	**9.120.808**	**2.180.356**
	Totale delle rettifiche di valore di attività finanziarie	**-9.117.957**	**-1.583.501**
	Risultato prima delle imposte	**6.873.244**	**9.467.040**
20)	Imposte sul reddito dell'esercizio:		
a)	imposte correnti	2.022.473	2.125.933
b)	imposte relative a esercizi precedenti	-9.066	-104.023
c)	imposte differite o anticipate	-1.268.883	-912.703
	Totale imposte sul reddito dell'esercizio	**744.524**	**1.109.207**
	RISULTATO DELL'ESERCIZIO	**6.128.720**	**8.357.833**

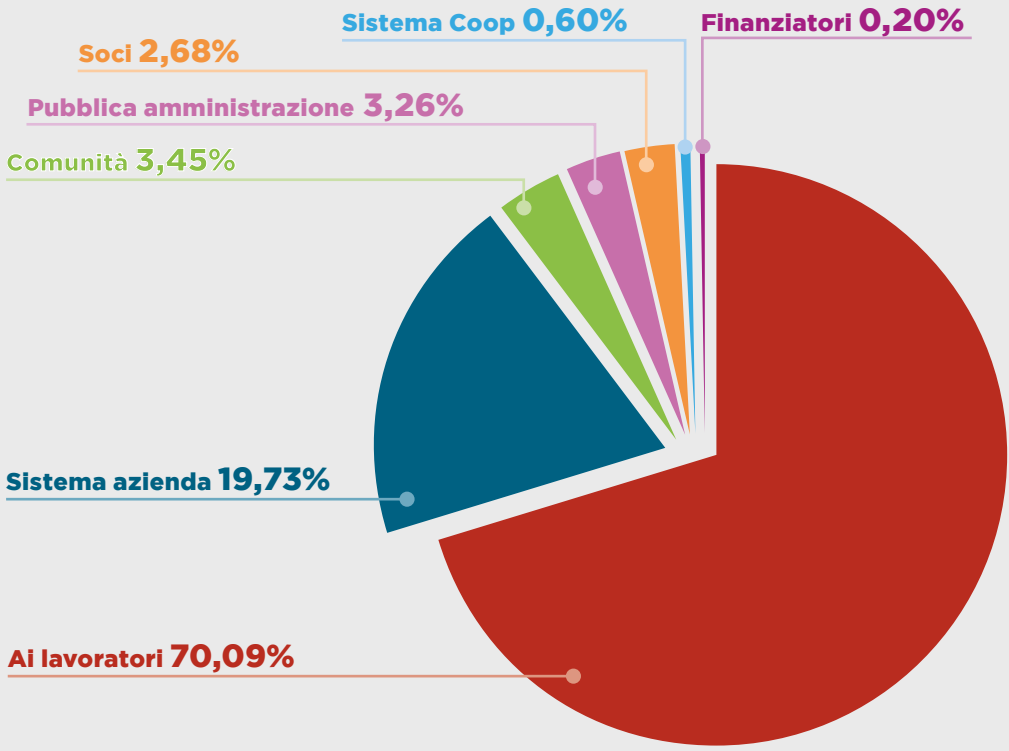
3. RENDICONTO DEL VALORE AGGIUNTO

€/000	31.12.2018	31.12.2017
Vendite nette Grande Distribuzione Organizzata	**799.651**	**816.328**
- di cui vendite ai Soci	609.497	627.465
- di cui vendite a terzi	190.154	188.863
Vendite carburante	86.358	65.593
Ricavi immobiliari e altri ricavi	41.075	37.900
Proventi netti gestione finanziaria e partecipazioni	21.343	35.255
Totale vendite, altri ricavi e proventi finanziari	**948.427**	**955.076**
Costo merci, al netto di sconti e premi fornitori	-603.121	-611.032
Costi per servizi e prestazioni esterne	-117.417	-111.437
Costi per affitti e locazioni	-22.512	-22.430
Oneri diversi di gestione	-8.064	-4.801
Accantonamenti per rischi e oneri	-5.269	-2.901
Totale costi per merci, servizi, affitti e oneri diversi	**-756.382**	**-752.602**
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	**192.044**	**202.474**

Il valore aggiunto prodotto risulta così destinato:

€/000	31.12.2018	%	31.12.2017	%
AI LAVORATORI DIPENDENTI				
Formazione del personale	1.344	0,70%	1.484	0,73%
Costo del personale	133.256	69,39%	142.597	70,43%
ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE				
Amministrazione Centrale (IRES, Bolli, Imposta di registro)	93	0,05%	2.577	1,27%
Amministrazioni Locali (IMU, IRAP, Rifiuti, ecc.)	6.169	3,21%	4.455	2,20%
AI FINANZIATORI				
Altri finanziatori, per remunerazione di altri finanziamenti	380	0,20%	498	0,25%
AI SOCI				
Soci, per remunerazione Prestito Sociale, al lordo di ritenute	4.657	2,42%	4.929	2,43%
Soci, comunicazioni istituzionali	490	0,26%	156	0,08%

€ /000	31.12.2018	%	31.12.2017	%
ALLA COMUNITÀ				
Iniziative sociali, attività culturali, sponsorizzazioni, solidarietà	6.635	3,45%	6.247	3,09%
AL SISTEMA COOPERATIVO				
Contributo ANCC	97	0,05%	186	0,09%
Fondo mutualistico promozione e sviluppo Cooperazione (L. 59/92)	184	0,10%	251	0,12%
Contributi Associativi	866	0,45%	860	0,42%
AL SISTEMA AZIENDA				
Ammortamenti e svalutazioni	31.929	16,63%	30.128	14,88%
Quota di Utile destinata a Riserva	5.945	3,10%	8.107	4,00%
TOTALE VALORE AGGIUNTO DESTINATO	**192.044**	**100,00%**	**202.474**	**100,00%**



BILANCIO SOCIALE IN CIFRE

		2018	2017 rettificato
1.0	**PARTECIPAZIONE, ORGANI SOCIALI, SVILUPPO BASE SOCIALE**	**982.259**	**829.410**
1.1	Assemblee bilancio	424.555	360.226
1.2	Funzionamento organi sociali	101.783	50.661
1.3	Campagne nuovi Soci	455.920	418.523
2.0	**ATTIVITÀ SOCIALI (*)**	**6.634.522**	**6.247.117**
2.1	Presenza a fiere e stand	130.603	50.958
2.2	Educazione al consumo consapevole	171.453	103.575
2.3	Iniziative culturali	222.719	157.028
2.4	Cittadinanza responsabile	42.249	22.468
2.5	Iniziative ambientali	15.827	14.356
2.6	Iniziative di solidarietà	3.829.315	3.294.778
2.7	Iniziative verso Soci	1.770.821	1.528.849
2.8	Sponsorizzazioni e Liberalità	451.535	1.075.105
3.0	**FORMAZIONE DIPENDENTI**		
	Totale formazione dipendenti	1.343.969	1.484.459
4.0	**COMUNICAZIONE "SOCIALE"**		
	Totale comunicazione "sociale"	490.485	155.640
5.0	**SISTEMA COOPERATIVO**		
	Totale sistema cooperativo	1.146.346	1.397.570

	TOTALE	**10.597.580**	**10.114.196**
	- di cui Soci	1.495.972	1.382.350
	- di cui Lavoratori	1.676.407	1.484.759
	- di cui Comunità	5.786.323	6.009.691
	- di cui Giovani	1.638.878	1.237.396
	Totale senza Buon fine	6.908.252	6.884.476

NOTE *A partire dal 2018:*
2.0 Attività sociali (*) vengono riclassificate per dare maggior evidenza a tutte le attività svolte sul territorrio in cui opera la cooperativa

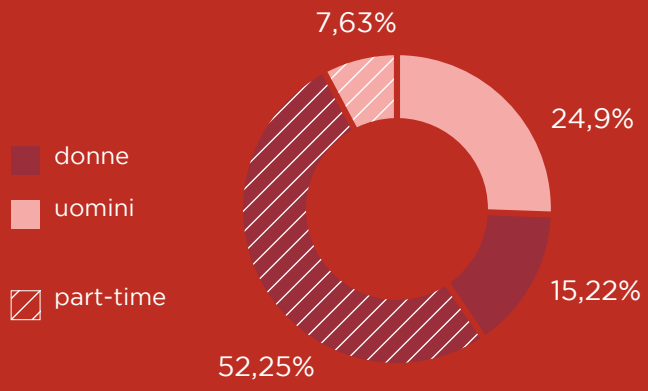
3

VALORE SOCIALE

VALORE SOCIALE IN CIFRE

DIPENDENTI

4.402



SOCI

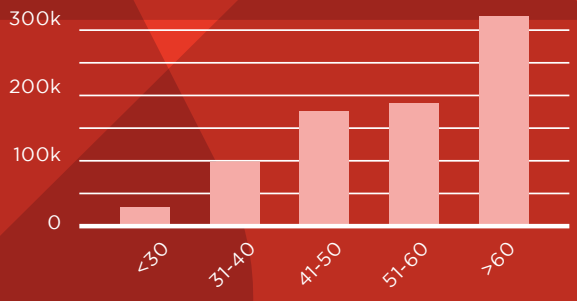
TOTALE SOCI

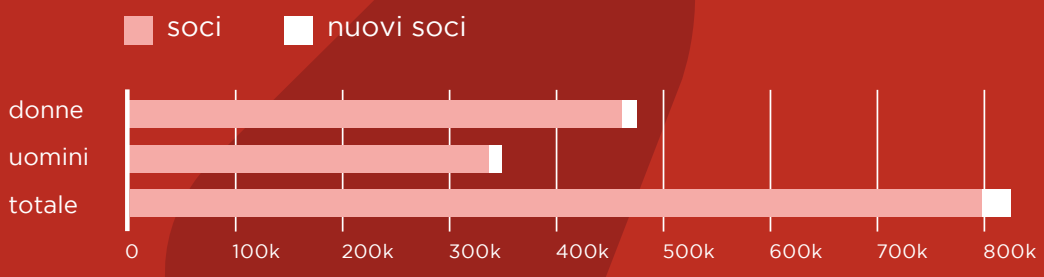
770.213

NUOVI SOCI 2018

32.824

FASCE DI ETÀ





PRESTITO SOCIALE

LIBRETTI APERTI NEL 2018

2.216

LIBRETTI ATTIVI

115.815

INTERESSI LORDI DISTRIBUITI NEL 2018

4,6 milioni di euro

SOCI PRESTATORI

109.761

PRODOTTO COOP

2.323
PRODOTTI

550
FORNITORI

1.210
AUDIT

6.054.650
ANALISI EFFETTUATE

INIZIATIVE COOP

FORMAZIONE
167.898
ore

DUE MANI IN PIÙ
8.000
spese consegnate

BUON FINE
2.306.972
pasti donati

COMITATI DI ZONA
350
eventi organizzati dai soci sul territorio

ALIMENTA L'AMORE
900.000
pasti donati

Il **rispetto** delle persone, l'**equità** di trattamento, la **formazione** e il **lavoro di squadra** sono stati gli elementi che hanno guidato anche quest'anno la gestione delle risorse umane di Coop Lombardia. **Formazione e sviluppo delle persone**, in particolare, sono state le principali linee guida che hanno caratterizzato il trascorso esercizio, in cui per molti lavoratori è stato possibile disegnare e attuare **percorsi di crescita** fondati sul merito.

LAVORATORI

Organizzazione e gestione delle risorse umane

La **riorganizzazione dell'organico** affrontata nel 2017, anche con la procedura di mobilità volontaria, ha comportato l'uscita volontaria di circa 200 lavoratori e ha permesso di conseguire importanti risultati, non solo riguardo agli indicatori del costo del lavoro: la grande movimentazione degli organici della rete di vendita e di sede che ne è seguita ha infatti agevolato un necessario ricambio generazionale e permesso un riequilibrio complessivo degli assetti organizzativi. La riorganizzazione ha consentito così di rafforzare il canale dello sviluppo interno delle risorse umane, dando l'opportunità a molti dipendenti di intraprendere nuovi percorsi professionali e, in numerosi casi, di avviare percorsi di crescita interna o di acquisizione di professionalità differenti e maggiormente qualificanti.

Le **nuove aperture** dei punti vendita di **Busto Arsizio**, **Parabiago** e **Brescia Nuova Flaminia**, oltre ad aver consentito la completa ricollocazione del personale impiegato nei punti vendita dismessi di Legnano, Roncadelle e Brescia Corsica, hanno reso necessarie **nuove assunzioni**, in particolare di giovani che hanno approcciato per la prima volta il mondo del lavoro.

FULL TIME

670
DONNE

1.096
UOMINI

PART TIME

2.300
DONNE

336
UOMINI

Nelle nuove aperture è stato applicato il nuovo modello organizzativo che, oltre a rendere più snello e multifunzionale il gruppo di regia, consentirà di mantenere il costo del lavoro entro i nuovi parametri di sostenibilità predefiniti.

Nel corso del 2018 è stata rinnovata la sezione del contratto integrativo aziendale inerente il **lavoro domenicale**, a seguito di un'intesa che attribuisce a tutti i lavoratori un trattamento economico migliore di quello previsto dal contratto nazionale e, soprattutto, una distribuzione equa e omogenea delle presenze domenicali dei nostri lavoratori.

Nel febbraio del 2019, dopo una lunga e complessa trattativa durata cinque anni, è stato siglato un accordo di **rinnovo della parte economica del contratto collettivo nazionale di lavoro** per i dipendenti di imprese della distribuzione cooperativa. L'accordo prevede un aumento retributivo mensile a regime di 65 euro lordi oltre a un'indennità una tantum di 1.000 euro. Le parti firmatarie hanno inoltre concordato di investire sul welfare aziendale aumentando il contributo a carico delle cooperative per il consolidamento e il miglioramento delle prestazioni sanitarie. L'accordo prevede un incremento di 48 euro l'anno per i lavoratori a tempo parziale e di 12 euro l'anno per i lavoratori a tempo pieno. Le parti hanno convenuto inoltre di lasciare inalterate le altre norme contrattuali vigenti, pur se più onerose per le imprese cooperative rispetto alla contrattazione nazionale applicata dal resto delle imprese della grande distribuzione.

Full-time	**31.12.2018**	**% su totale**	**31.12.2017**	**% su totale**	**Var. assolute**
- donne	**670**	15,22%	646	14,68%	24
- uomini	**1.096**	24,90%	1.089	24,74%	7
Totale full-time	**1.766**	40,12%	1.735	39,42%	31

Part-time	**31.12.2018**	**% su totale**	**31.12.2017**	**% su totale**	**Var. assolute**
- donne	**2.300**	52,25%	2.223	50,50%	77
- uomini	**336**	7,63%	308	7,00%	28
Totale part-time	**2.636**	59,88%	2.531	57,50%	105

Totale	**4.402**	**100,00%**	**4.266**	**96,92%**	**136**

Salute e sicurezza

Coop Lombardia opera con l'obiettivo di **tutelare la salute e la sicurezza dei propri lavoratori** come un valore in sé oltre che per il rispetto delle normative vigenti in materia. Tale obiettivo viene conseguito attraverso l'impiego di una serie di strumenti specifici focalizzati sulle aree di rischio caratteristiche dell'attività della Cooperativa, tra cui un'aggiornata valutazione dei rischi generali e specifici degli ambienti e delle mansioni lavorative. Da questa derivano poi gli strumenti concreti implementati, che assumono la forma di procedure di lavoro, interventi formativi e addestrativi, dispositivi di protezione individuali e collettivi, adeguamenti tecnici di macchinari, attrezzature e strutture.

La salute dei lavoratori, nello specifico, viene tutelata attraverso un **monitoraggio puntuale**, definito dal protocollo sanitario aziendale che presidia tutte le **tipologie di rischio** rilevante a cui sono esposti i lavoratori: rischi da movimentazione manuale dei carichi, da movimenti ripetuti degli arti superiori, spinta e traino per le tipiche attività di vendita dei negozi, il rischio chimico per i lavoratori delle stazioni di carburanti, i rischi legati all'uso dei mezzi di movimentazione per il ricevimento merci.

Le attività di **formazione e addestramento alla sicurezza e salute** continuano a costituire un elemento portante della politica di prevenzione e protezione dai rischi lavorativi adottata dalla Cooperativa. Per sottolineare questo aspetto, il direttore generale delle operazioni e datore di lavoro ha determinato che la formazione relativa alla sicurezza sul lavoro, dal 2017, sia gestita direttamente dal **servizio di prevenzione e protezione**.

Tra le attività salienti del 2018 è proseguito l'**aggiornamento della valutazione dei rischi**, focalizzato in particolare sui rischi fisici: il microclima è stato analizzato in tutti i punti vendita, verificando i possibili disagi per i lavoratori, mentre si è proceduto

con l'analisi delle aree a rischio esplosione, individuando e attuando i possibili miglioramenti per ridurre significativamente tale rischio. È stata inoltre condotta l'analisi ambientale delle stazioni di servizio Enercoop per valutare la possibile esposizione agli agenti chimici, risultati tutti ampiamente sotto i valori di riferimento della normativa.

Nel corso dell'anno è proseguita la collaborazione con l'unità operativa di medicina del lavoro del Policlinico Sant'Orsola di Bologna, che ha portato alla **definizione di un protocollo sanitario puntuale e aderente ai rischi aziendali**. Si è proseguito inoltre con il programma annuale di audit su tutta la rete di vendita, verificando la risposta dei negozi all'audit dell'anno precedente e perseguendo l'obiettivo di accompagnare ciascun punto vendita nel percorso di risoluzione dei punti di miglioramento annualmente individuati per garantire la piena conformità normativa.

Il 2018 ha visto anche il **consolidamento del supporto informatico** con il quale la Cooperativa monitora e analizza le proprie performance relativamente alla formazione in salute e sicurezza. L'utilizzo del software gestionale è stato esteso anche alla sorveglianza sanitaria dei lavoratori. Ciò ha portato un significativo aiuto nella gestione delle due aree, migliorando la puntualità degli interventi.

Infortuni sul lavoro

Nel 2018 è proseguito il **calo degli infortuni complessivi**, in coerenza con il lungo cammino di discesa intrapreso negli ultimi dieci anni. Gli indici di frequenza e gravità si mantengono in linea con quelli del 2017.

	2018		2017		Differenza (in numeri)		Differenza (in %)	
	n° infortuni	giorni assenza	n° infortuni	giorni assenza	n° infortuni	giorni assenza	n° infortuni	giorni assenza
Totale	**104**	**1912**	**92**	**1976**	**-12**	**64**	**-12%**	**3%**

Formazione

Nel corso del 2018, l'attività formativa ha sviluppato ulteriormente l'iniziativa **Identità e Valori**.
La formazione è stata caratterizzata da un'ampia offerta di corsi in termini di temi trattati e di ruoli coinvolti. Parallelamente alle modalità più tradizionali dell'aula e del training on the job, l'e-learning ha rappresentato un ulteriore mezzo di formazione e informazione per i dipendenti. Le attività formative sono state realizzate principalmente presso la **Scuola dei Mestieri**, che dal 2015 è il luogo di valorizzazione delle professionalità caratteristiche della Cooperativa.

Formazione professionale

LA FORMAZIONE PROFESSIONALE IN NUMERI

63%
DONNE FORMATE

37%
UOMINI FORMATI

Le principali **attività d'aula** hanno riguardato formazioni tecniche e di aggiornamento, formazioni al ruolo, formazioni sulle tecniche di vendita e formazioni sul prodotto. Oltre a professionisti interni, la Cooperativa si è avvalsa anche di docenti esterni, in grado di apportare nuove metodologie didattiche coinvolgenti ed esperienziali.

Numerose sono state le **attività di aggiornamento professionale e accompagnamento all'introduzione di nuovi servizi, software e procedure**. In occasione delle aperture dei nuovi punti vendita, il personale coinvolto è stato supportato con attività di formazione specifica. Particolare attenzione è stata, inoltre, rivolta allo sviluppo delle competenze sul prodotto con corsi sul pane, sull'ortofrutta e sui funghi, oltre a un progetto formativo costruito appositamente per i punti ristoro.

LA FORMAZIONE PROFESSIONALE IN NUMERI

167.898
ORE DI FORMAZIONE

8.719
PARTECIPAZIONI AI CORSI

3.377
DIPENDENTI COINVOLTI

157
PERSONE IN FORMAZIONE

Dal mese di aprile è stato avviato un **corso per addetti alle casse**, dedicato alla valorizzazione di un ruolo sempre più centrale nel rapporto con la clientela. Nella seconda parte dell'anno anche il personale dei punti d'ascolto e degli uffici soci ha preso parte a un **progetto formativo specifico sulla comunicazione con il socio/cliente**.

L'attività di formazione è stata erogata anche da **Scuola Coop**, l'ente di formazione nazionale delle cooperative. Le attività formative di Scuola Coop sono proseguite anche nel 2018 coinvolgendo quadri e impiegati direttivi, di sede e dei negozi, anche attraverso seminari sul prodotto a marchio, sull'ortofrutta e sulla pescheria.
Si è conclusa la **4ª edizione del Contest** iniziato nel 2017, il concorso nazionale rivolto agli under 35 sullo sviluppo di progetti che possano trovare realizzazione all'interno delle cooperative. Nel team del progetto vincitore erano presenti anche due dipendenti di Coop Lombardia.
I piani della Cooperativa per il 2019 prevedono la continuità dell'investimento nella formazione e nell'innovazione. Centrali saranno, come sempre, i corsi sul prodotto e sulle tecniche di vendita. Verrà

Attività di formazione erogate nel 2018

Attività	Destinatari	Canale
Scuola dei Mestieri Forneria, ortofrutta, pescheria, funghi, corner salute, punto ristoro	Addetti, vice capi reparto, capi reparto	Iper/super
Scuola dei Mestieri Gestione delle risorse umane	Capi reparto	Iper/super
Nuove procedure d'incasso dei buoni sconto fornitori	Capi negozio, personale d'accoglienza, capi reparto	Iper/super
Aggiornamento di Coop Voce	Capi reparto, personale d'accoglienza, soci	Iper/super
Installazione delle nuove casse automatiche	Personale di cassa e accoglienza, capi negozio	Iper/super
Tutela della privacy	Personale di vendita e di sede	Iper/super/ sede
Gestione dei rifiuti	Capi negozio e figure individuate	Iper/super
Procedure di autocontrollo per operatori del settore alimentare	Direttori e capi rete vendite	Iper/super
Formazione apprendisti	Apprendisti	Iper/super
Nuovo software di gestione della formazione obbligatoria	Capi negozio, capi settore, segreterie del personale	Iper/super/ sede
Prodotti assicurativi e finanziari	Addetti all'ufficio soci e specialisti servizi finanziari	Iper/super
Formazione obbligatoria ECM per farmacisti	Specialisti vendita prodotti farmaceutici	Iper/super
Formazione del personale per la Fiera del G(i)usto	Figure individuate	Iper/super
Pre-apertura nuovi negozi	Capi reparto e addetti	Iper/super
Tecniche di vendita	Addetti	Iper/super

Ore di formazione erogate nel 2018

Ore totali di formazione	167.898
Partecipazioni ai corsi	8.719
Dipendenti coinvolti	3.377
Persone in formazione (Career & Performance Management)	157
% donne formate	63%
% uomini formati	37%

completata la **formazione sul servizio al cliente** per tutto il personale di cassa e di accoglienza clienti e soci, si articoleranno **corsi di formazione sulle merceologie**, con alcune importanti novità che riguarderanno il personale che segue l'angolo del vino.

In partnership con l'**Istituto Europeo di Oncologia** si svilupperà una formazione per il personale dedicato alla promozione di prodotti consigliati per una sana e corretta alimentazione.

Formazione del servizio di prevenzione e protezione

Nel corso del 2018, la Cooperativa ha portato a compimento il programma di formazione sulla sicurezza sul lavoro avviato nel 2017.

L'aggiornamento dei lavoratori, aspetto fondamentale per garantire il radicamento della cultura della sicurezza, è stato anche quest'anno potenziato, con un numero di aule analogo a quello dell'anno scorso: **circa 90 aule, tra lavoratori, preposti e dirigenti**.

La Cooperativa ha anche realizzato numerosi corsi per aumentare il numero di addetti alle squadre d'emergenza, sia antincendio sia pronto soccorso, sviluppando oltre **40 corsi con più di 800 persone formate**.

Sono stati inoltre formati i collaboratori che, nel corso dell'anno, hanno ricoperto **ruoli di responsabilità** da preposti o da dirigenti, così come quelli che ricoprono **ruoli tecnici** quali i manutentori, gli utilizzatori di carrelli elevatori o di piattaforme elevabili.

In totale sono state svolte oltre **21.000 ore di formazione complessive**.

LA FORMAZIONE DEL SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE

21.000
ORE DI FORMAZIONE PROFESSIONALE

800
PERSONE FORMATE

40
CORSI

Il Piano Welfare Noi per Noi

Il 2018 è stato un anno di **consolidamento per le attività proposte all'interno del Piano Welfare**, ma non sono mancate alcune novità. Qui di seguito si riporta una sintesi delle iniziative più significative conseguite nel corso del 2018 per area, condivise e realizzate grazie anche alle proposte e al sostegno ricevuto da parte della **Commissione Welfare e Pari Opportunità**.

NOIPERNOI
SOLUZIONI DI WELFARE AZIENDALE

Principali iniziative di Welfare suddivise per area tematica

AREA PERSONA

L'area tematica comprende iniziative previste dalla vigente normativa sul lavoro e dai contratti collettivi.

Premio dipendenti laureati o diplomati

Nel trascorso esercizio si è svolta la **3ª edizione** del premio destinato ai dipendenti che hanno conseguito il diploma superiore o la laurea nel corso della loro attività in Cooperativa. In questa edizione sono stati tre i dipendenti che hanno visto riconosciuto l'impegno per l'importante obiettivo raggiunto.

Noi per Te

Nata dall'idea di un gruppo di dipendenti durante un percorso formativo per approfondire il tema sull'identità e sui valori cooperativi, **Noi per Te** è un'iniziativa che ha l'obiettivo di realizzare un sogno o soddisfare un bisogno dei colleghi o dei loro familiari, ispirandosi al crowdfunding. Nel 2018 è stata organizzata una raccolta fondi in favore di una dipendente che lavora all'interno di un ipermercato.

Borse di studio Oddino Magnani

L'iniziativa, già attiva da diversi anni nel territorio cremonese e dedicata ai soci dell'area, è stata aperta per il primo anno anche ai dipendenti soci e ai loro figli. Il bando ha previsto l'assegnazione di **3 borse di studio: due per lauree triennali e una per lauree magistrali**. Per essere prese in considerazione, le tesi dovevano essere state discusse nel 2017 e dovevano trattare argomenti come la cooperazione, la legalità, la tutela del consumatore, la tutela dell'ambiente e la tutela del territorio cremonese.

AREA FAMIGLIA

Anche in quest'area sono presenti e sono in costante aggiornamento alcune opportunità previste dalla contrattazione collettiva e dalla normativa vigente.

Borse di studio

Coop Lombardia, con l'obiettivo di premiare i più meritevoli tra i figli dei propri dipendenti, ha erogato **48 borse di studio** rivolte agli studenti delle scuole superiori, ai diplomati, agli studenti universitari e ai laureati nell'anno accademico 2016/2017. I parametri di valutazione degli studenti sono stati la media dei voti, i crediti formativi acquisiti, la presentazione del piano di studio per gli studenti universitari, il voto di diploma e di laurea. La graduatoria per l'assegnazione delle borse di studio è stata redatta, sulla base della votazione più alta, dalla direzione del personale, mentre il comitato etico ha vigilato sulla corretta e imparziale assegnazione delle stesse. Anche per questa 3ª edizione, la presidenza di Coop Lombardia ha riconosciuto alcune **borse di studio extra** per considerare l'alto numero di richieste e il pari merito registrato da alcuni candidati.

Premiamo l'Impegno

Il 12 giugno 2018 si è svolta la **3ª edizione di Premiamo l'Impegno**. L'incontro si è tenuto alla Scuola dei Mestieri che ha accolto i vincitori delle borse di studio, genitori e accompagnatori dei ragazzi e delle ragazze e i dipendenti diplomati o laureati. In un clima familiare e conviviale, la presidenza e la direzione generale

operazioni hanno formalmente consegnato i premi e le borse di studio. Anche quest'anno è stato invitato un ospite a testimonianza di come tenacia e impegno aiutino a raggiungere risultati eccellenti.

Prestito Scuola

Il servizio **Prestito Scuola** ha permesso, a chi ne aveva la necessità, di richiedere un prestito a tasso zero finalizzato all'acquisto di testi, materiale scolastico, spese per lezioni aggiuntive e corsi di recupero. Per il 2018 è stato deciso di allargare i tempi per la richiesta, mantenendo attivo il servizio da maggio a novembre.

Servizio S.O.S. Famiglia

Il servizio **S.O.S. Famiglia**, rivolto alla persona o alla famiglia, è costituito da uno sportello riservato e gratuito di ascolto, dedicato alla richiesta di consulti per la soluzione di problemi che si possono incontrare nel percorso di crescita personale o familiare. Il servizio è esteso a tutto il territorio nazionale e il contatto è diretto tra dipendente e operatore sociale, nel pieno rispetto della privacy. I collaboratori della Cooperativa possono rivolgersi allo sportello senza limitazioni di sorta, telefonando a un numero verde o, in alternativa, inviando la richiesta direttamente dal portale internet. Inoltre, grazie a questo servizio il dipendente ha la possibilità di godere di alcune convenzioni presso strutture certificate e qualificate.

Reti territoriali di conciliazione

Nel corso del 2018 Coop Lombardia ha continuato a cogliere alcune opportunità di collaborazione con le aziende sanitarie e i comuni che, attraverso le **reti territoriali lombarde di conciliazione famiglia-lavoro**, hanno offerto contributi direttamente alle famiglie o alle imprese del territorio. In particolare, nel 2018 sono proseguite le collaborazioni con le alleanze territoriali di Brescia e Sesto San Giovanni che hanno portato:

• a **Brescia**, alla pubblicizzazione di un bando per ricevere un contributo a fronte di spese sostenute dal 1° febbraio 2018 al 31 dicembre 2018 per usufruire di servizi di conciliazione famiglia-lavoro;

• a **Sesto San Giovanni**, all'attivazione di attività nell'ambito dell'area Salute e Benessere grazie alla collaborazione con il Comune e al confronto con alcune imprese e onlus del territorio.

Inoltre, Coop Lombardia è entrata, già nel 2017, nella rete di aziende del **Progetto Oplà!**, finanziato dal Fondo Sociale Europeo e da Regione Lombardia, e organizzato dalla Cooperativa EUREKA!. Grazie a questa sinergia è stato possibile offrire gratuitamente campus natalizi ed estivi in due zone di Milano e Peschiera Borromeo. In più, si sono proposte serate gratuite a beneficio dei genitori di bambini dai 2 ai 6 anni che, dalle 18:00 alle 22:45, hanno potuto lasciare i loro figli in strutture comunali seguiti da educatori.

AREA SALUTE E BENESSERE

Sul portale sono reperibili le informazioni riguardo ai fondi di assistenza sanitaria integrativa previsti dal contratto collettivo nazionale di lavoro. Aderendo al tavolo di lavoro dell'alleanza territoriale di Sesto San Giovanni, Coop Lombardia ha deciso di partecipare al programma di Regione Lombardia **Workplace Health Promotion***, avviando in quest'area una sperimentazione di buone pratiche per una corretta alimentazione e per la promozione dell'attività fisica.*

AREA RISPARMIO

Nell'ambito dell'area Risparmio sono state attivate numerose convenzioni rivolte ai dipendenti e ai dipendenti soci.

Tra le più significative si segnalano:
• la **convenzione ATM** che prevede la possibilità di richiedere l'abbonamento annuale ai mezzi pubblici milanesi a prezzo agevolato;
• lo **sconto del 5% sulla spesa** che viene attivato sulla tessera socio del dipendente, il quale ha la possibilità di associare all'iniziativa la tessera socio di un familiare;

• **sconti riservati ai collaboratori soci per l'acquisto di energia elettrica e gas** per uso domestico promossa da Nova AEG, società del gruppo Novacoop;
• la **collaborazione con De Agostini Scuola** che permette di offrire a tutti i dipendenti corsi di lingue on line a un prezzo molto vantaggioso;
• la prosecuzione del **progetto Box Office** che offre la possibilità di acquistare direttamente dal portale i biglietti per cinema e parchi divertimento a prezzo scontato.

Nel 2019 Coop Lombardia proseguirà nella proposta e realizzazione di nuove iniziative e nella conferma di quelle più apprezzate. Nello specifico, verranno in particolare rafforzate le attività dell'area Salute e Benessere.

L'house organ Noicoop

Nel 2018 è proseguita la distribuzione a tutti i dipendenti e a tutti i Comitati Soci di **Noicoop**, **house organ bimestrale** che ha l'obiettivo di comunicare ai lavoratori le più importanti iniziative commerciali e sociali che scandiscono la vita della Cooperativa.

La rivista, distribuita come **supplemento a Consumatori**, presenta diverse rubriche relative alle novità riguardanti Coop Lombardia, dalla rete di vendita al welfare aziendale, passando dalla formazione professionale e dalle altre iniziative rivolte ai dipendenti, oltre che da foto-ritratti e interviste ai dipendenti protagonisti dei punti vendita e delle stazioni di servizio Enercoop.

Tra gli argomenti affrontati quest'anno, ricordiamo il rinnovo dei Comitati Soci di Zona, il trentesimo anniversario dell'Ipercoop di Milano Bonola, la 3ª edizione di Premiamo l'Impegno, la campagna Coop per la scuola e le nuove aperture di Busto Arsizio e Brescia Nuovo Flaminia.

SOCI E PARTECIPAZIONE

Elezione dei Comitati Soci di Zona

Il 2018 conferma e rafforza l'impegno sociale di Coop Lombardia, ispirato alla promozione dei valori della mutualità, della cooperazione e della partecipazione. Un impegno alimentato anche dal **rinnovo dei Comitati Soci di Zona**.

Attraverso la campagna **"Socio volontario, ci vuole..."** si sono candidati **636 soci** di ogni età, che si sono messi in gioco in prima persona per entrare nei comitati locali.

COMITATI SOCI DI ZONA

456
NUOVI SOCI ELETTI

636
CANDIDATI

56.585
SOCI VOTANTI

Alle elezioni, tenutesi tra il 7 e il 25 febbraio 2018 presso tutti i punti vendita della Cooperativa con un innovativo **sistema di voto elettronico**, hanno partecipato **56.585 soci**: un grande esercizio di democrazia partecipativa che ha premiato l'impegno di tutti coloro che hanno scelto di mettersi a disposizione per realizzare le finalità sociali che da sempre animano il movimento cooperativo. Gli eletti sono stati **456**, suddivisi nei **38 Comitati Soci di Zona** che, con entusiasmo e dedizione, portano avanti le attività sociali in collaborazione con la Direzione Soci e Comunicazione di Coop Lombardia.

Per dare loro il benvenuto è stato organizzato per sabato 17 marzo 2018 un grande evento al **Teatro Elfo Puccini di Milano**, nel corso del quale sono intervenuti ospiti d'onore e stakeholder per raccontare ai neoeletti

le attività di Coop Lombardia attraverso le parole di chi ogni giorno coltiva buoni semi di cooperazione, reciprocità e mutualità.

Comitato Soci di Zona

Il Comitato Soci di Zona è un organismo territoriale di rappresentanza che resta in carica tre anni e costituisce il cuore e il motore quotidiano della Cooperativa. I soci volontari che ne fanno parte investono il proprio tempo e le proprie energie, con passione e competenza, per promuovere una cultura della responsabilità sociale e della reciprocità. Lo fanno impegnandosi concretamente per dare vita a progetti di solidarietà e cittadinanza attiva, alimentando reti di prossimità insieme ad associazioni, insegnanti e onlus, aiutando le cooperative a realizzare importanti iniziative come Buon fine, Due mani in più e Coltivare responsabilità.

I Comitati Soci sul territorio

Assieme ai Comitati Soci di Zona, Coop Lombardia programma una serie di eventi all'interno dei propri punti vendita e sui territori dove è insediata.

Nel 2018 sono stati organizzati circa **350 appuntamenti** che spaziano dai concerti agli spettacoli teatrali, dalle cene di raccolta fondi per associazioni locali alle gite sociali, dai corsi di ginnastica alle lezioni di scrittura, fotografia e cucina.

Molti eventi sono dedicati a ricordare **date fondamentali della storia d'Italia**, come il 25 aprile o il 2 giugno, o a celebrare **giornate internazionali** per sensibilizzare l'opinione pubblica su tematiche delicate come la violenza contro le donne, il rispetto dell'ambiente, la lotta allo spreco e i diritti dell'infanzia.

Partecipazione alle Assemblee di Bilancio

Dal 22 maggio al 9 giugno 2018 si sono svolte le **48 assemblee** finalizzate all'approvazione del bilancio: un momento di grande partecipazione e condivisione, atteso con fiducia da soci e dipendenti della Cooperativa, che hanno così avuto l'occasione di leggere – attraverso i dati economici, i progetti, i risultati ottenuti e i tanti volti dei partecipanti – il capitolo di cooperazione che ogni giorno, con il loro lavoro, contribuiscono a scrivere.

Ai **10.021 soci e dipendenti** che hanno partecipato alle assemblee sono state comunicate, con chiarezza e trasparenza, le scelte effettuate dalla Cooperativa attraverso i dati e gli aspetti fondamentali del **bilancio economico** e del **bilancio sociale** – nuove aperture,

progetti sui temi della solidarietà, della sostenibilità, dell'innovazione e della responsabilità sociale – con l'obiettivo di tramandare nel tempo lo spirito di una cooperativa forte nelle radici dei suoi solidi princìpi e valori fondanti, non solo per preservare l'attività di impresa ma per mantenere integra la sua capacità di generare valore per i soci stessi e per la comunità.

A tutti i soci e dipendenti che hanno partecipato è stato regalato un **buono sconto del 10% su tutta la spesa** che ha dato loro anche il diritto di ricevere in omaggio tre prodotti che celebrano un ritorno alle origini del prodotto Coop e la sua italianità, gli stessi che sono stati protagonisti dell'allestimento della mostra per i settant'anni del prodotto a marchio: un pacco da 500 gr di penne rigate della linea Fiorfiore, una bottiglia da 500 ml di olio extravergine di oliva Tutela e una confezione da 700 gr di passata di pomodoro della linea Vivi verde.

Soci Coop Lombardia 2018

Genere	Soci	Nuovi Soci 2018
Uomini	325.619	14.763
Donne	444.594	18.061
Totale	**770.213**	**32.824**

Età	Soci	Nuovi Soci 2018
< 30 anni	26.553	4.426
31 - 40 anni	93.348	6.462
41 - 50 anni	165.430	7.484
51 - 60 anni	177.300	6.670
> 60 anni	307.582	7.782
Totale	**770.213**	**32.824**

Cittadinanza Responsabile e solidarietà

Cittadinanza Responsabile è l'area progettuale di Coop Lombardia che, attraverso lo sviluppo di numerose iniziative di natura solidale, ha come scopo la diffusione e la sensibilizzazione verso l'economia e la cultura della **legalità** e del **rispetto dei diritti**. Fiore all'occhiello del suo operato è l'integrazione e la sinergia tra l'**attività commerciale** e l'**attività sociale**.

Coltivare Responsabilità

Il progetto **Coltivare Responsabilità**, nasce nel 2010 in seguito all'ingresso di Coop Lombardia nell'agenzia **Cooperare con Libera Terra**, la cui finalità è offrire sostegno alle cooperative nate sui terreni confiscati alle mafie, che realizzano i prodotti a marchio Libera Terra.

Fin dall'inizio l'impegno della Cooperativa ha voluto essere forte e d'impatto, adottando la nascente cooperativa **Rita Atria – Libera Terra di Castelvetrano**, che gestisce ettari di uliveti sottratti a Cosa Nostra.

In un'ottica formativa che unisce la conoscenza diretta dei prodotti e una forte esperienza di condivisione, dal

CAMPI DI VOLONTARIATO

3
CAMPI DI VOLONTARIATO

37
PERSONE COINVOLTE

PARTECIPANTI 2012-2018

315
SOCI E LAVORATORI COOP

2012 Coop Lombardia propone a soci e dipendenti la partecipazione ai **campi liberi**, campi di **volontariato**, **formazione** e **impegno** organizzati insieme alle cooperative aderenti a Libera Terra. I significativi sforzi intrapresi ogni anno per organizzare questa attività hanno una duplice funzione: far toccare con mano l'importanza che il progetto Libera Terra riveste per il territorio siciliano e trasferire questa importante esperienza di formazione, lavoro e cooperazione nella propria quotidianità, una volta rientrati in Lombardia. A partire dalla sua introduzione nel 2012, sono **più di 315** le persone che, tra soci e lavoratori, hanno partecipato con entusiasmo all'iniziativa.

Nel 2018 sono stati organizzati **3 campi di volontariato** coinvolgendo **37 persone** tra dipendenti, soci e referenti territoriali dell'associazione Libera. I campi si sono svolti presso la cooperativa **Rita Atria – Libera Terra di Castelvetrano**, la cooperativa **Placido Rizzotto a San Giuseppe Jato** e, per la prima volta, presso la cooperativa **Le Terre di don Peppe Diana di Castel Volturno**.

Alcune giornate di volontariato sono state organizzate anche presso la **Masseria di Cisliano**, ristorante-pizzeria

nel sud-ovest della provincia di Milano, confiscata al clan Valle legato alla 'ndrangheta calabrese. In questi mini-campi liberi, soci e dipendenti hanno contribuito alla ristrutturazione dell'immobile, partecipando alla sua riconversione in struttura di housing sociale per famiglie in difficoltà e centro di accoglienza per scolaresche impegnate in percorsi sulla legalità e sulla responsabilità civile.

Festa del G(i)usto

La **Festa del G(i)usto** è un periodo promozionale dedicato ai prodotti di Libera Terra che prende vita dalle proposte progettuali di soci e dipendenti che hanno partecipato ai campi estivi sui terreni confiscati alle mafie in Sicilia e che, per l'occasione, si trasformano in "cantastorie", raccontando la forte valenza sociale e la qualità di questa linea.
Negli anni, l'area progettuale si è ulteriormente arricchita dando anche spazio ai prodotti di altre filiere di riconosciuta qualità e alto valore sociale, come la **linea Solidal** a marchio Coop e **Frutti di pace**, nettari e marmellate prodotti dalla cooperativa agricola bosniaca **Insieme**. Ai primi sono state dedicate attività promozionali aggiuntive in collaborazione con Fairtrade e la partecipazione alla World Challenge dedicata, mentre i secondi sono stati valorizzati in tutti i negozi in occasione del 25 novembre, giornata internazionale per

l'eliminazione della violenza contro le donne, in qualità di esempio positivo di riscatto e rinascita femminile dalle violenze della guerra.

Nel 2018, l'iniziativa ha previsto un'attività promozionale in **quattro appuntamenti annuali** con i prodotti ottenuti dal lavoro sui terreni confiscati alle mafie in Puglia, Campania, Calabria e Sicilia. È stato inoltre riconosciuto un premio ai punti vendita che hanno raggiunto i migliori risultati di allestimento e di vendita.

Il 25 novembre 2018, oltre alla vendita proattiva dei Frutti di pace, Coop Lombardia ha destinato l'**1% delle vendite** del proprio prodotto a marchio a **quattro centri antiviolenza della Regione Lombardia**: il CADOM di Monza, l'associazione EOS di Varese, l'associazione SVS Donna Aiuta Donna per la provincia di Milano e la cooperativa Sirio a Treviglio.

Dona la spesa

DONA LA SPESA

106.173
CHILOGRAMMI DI MERCE RACCOLTA

51
PUNTI VENDITA COINVOLTI

67
ONLUS DESTINATARIE

Anche nel 2018 Coop Lombardia ha aderito a **Dona la spesa**, la raccolta nazionale cooperativa di generi alimentari e di prodotti per l'igiene personale. Due le raccolte organizzate nel corso dell'anno, la prima a maggio e la seconda a ottobre.

Per distribuire la merce raccolta alle comunità limitrofe ai punti vendita interessati, sono state coinvolte principalmente le onlus già attive nel progetto.

I **106.173 kg di prodotti donati** sono il risultato di un impegno corale a cui hanno aderito i soci della cooperativa, i dipendenti di **51 negozi** e i volontari di **67 onlus**.

Buon fine

Buon fine è il progetto di Coop Lombardia per il **recupero delle eccedenze dei prodotti alimentari** prima della scadenza, attivo già dal 2007 in applicazione della "legge del Buon Samaritano".

L'iniziativa innesca un processo virtuoso che prevede la **donazione diretta**, "a km zero", di prodotti alimentari e non alimentari perfettamente utilizzabili ma non più vendibili che, in assenza di un possibile uso alternativo, sarebbero smaltiti come rifiuti. Destinatarie delle donazioni sono le onlus territoriali, in grado di riutilizzare immediatamente i prodotti – in gran parte freschi e freschissimi – nelle mense e nelle comunità assistite, trasformandoli quotidianamente in pasti e pacchi spesa per i più bisognosi.

La **filiera corta**, attraverso il rapporto diretto con le onlus e le organizzazioni caritative che operano nel territorio, crea un **sistema solidale di comunità**, un'**economia civile** di straordinario valore sociale riconosciuto anche dalle istituzioni. Non a caso, il progetto Buon fine è stato preso a esempio nella legge 166/2016 contro gli sprechi alimentari proposta dall'onorevole Maria Chiara Gadda.

Il progetto è attivo in **55 punti vendita su 56** e nel 2018 ha portato alla donazione di oltre **1.154 tonnellate di cibo** per un valore economico di oltre **6.194.468 euro**, consentendo alle **105 onlus** destinatarie di distribuire oltre **2.306.972 di pasti** a quasi **7.000 persone** in stato di bisogno.

BUON FINE

1.154
TONNELLATE DI PRODOTTI DONATI

55
PUNTI VENDITA COINVOLTI

105
ONLUS DESTINATARIE

2,307
MILIONI DI PASTI DISTRIBUITI

Due mani in più

Il progetto **Due mani in più** è nato nel 2002 dalla collaborazione tra Coop Lombardia, Caritas Ambrosiana, Consorzio Farsi Prossimo e Auser Milano. Si tratta di un servizio a supporto di chi, provato dagli anni o dalla malattia, non è più in grado di fare la spesa in prima persona.

Alla semplicità del servizio di **consegna dei prodotti a domicilio** si aggiunge il valore dell'ascolto, che restituisce il significato profondo di tutto il progetto: l'elenco della spesa è solo un "pretesto" per prendere contatto con le persone anziane, stimolare l'interazione e accompagnare il servizio con il rapporto umano che si instaura con il volontario.

Nel 2016 il progetto è diventato un libro, scritto dalla giornalista Marta Ghezzi, e nello stesso anno ha ottenuto dal comune di Milano il prestigioso riconoscimento dell'**Ambrogino d'oro**.

Con gli anni, l'iniziativa è cresciuta e si è strutturata in **21 punti vendita** grazie all'impegno di **180 volontari** che assistono circa **400 persone**. Le **spese consegnate** nel 2018 sono state circa **8.000.**

DUE MANI IN PIÙ

21
PUNTI VENDITA

180
VOLONTARI

400
PERSONE ASSISTITE

8.000
SPESE CONSEGNATE

Alimenta l'Amore

Alimenta l'Amore è una campagna promossa da Coop Lombardia in collaborazione con i comuni e le associazioni animaliste. Il suo intento è quello di creare una maggiore sensibilità nei confronti del **benessere animale**, avvertito ormai come prioritario da un numero sempre crescente di persone. Coop è stata tra i primi a schierarsi dalla parte degli animali, prendendo decisioni concrete non sempre facili all'interno di una catena attiva nel settore della grande distribuzione.

Coop Lombardia ha allestito presso tutti i propri punti vendita milanesi e numerosi altri punti vendita lombardi una **raccolta permanente di cibo per cani**

e gatti, che viene poi distribuito alle associazioni animaliste. Il contributo dei soci e cittadini, attraverso i loro acquisti, è molto importante per aiutare gli animali in difficoltà e le persone che si prendono cura di loro.

Al termine dello scorso anno è stato raggiunto l'importante risultato di oltre **900.000 pasti donati** per gli animali da quando è stato avviato il progetto. Inoltre, in collaborazione con le varie associazioni coinvolte, la Cooperativa organizza anche dei **Pet Day** durante i quali i volontari presenti nei punti vendita forniscono ai clienti le informazioni necessarie al fine di favorire una corretta relazione uomo-animale.

Nel corso del 2018, l'iniziativa si è estesa ulteriormente, portando a **41 i punti vendita** in cui è attivo il progetto Alimenta l'amore. Inoltre, domenica 18 novembre 2018, al Teatro Dal Verme di Milano si è svolta la 5ª edizione del **Dreamers Day**, il primo evento al mondo dedicato ai "sognatori concreti", dal taglio decisamente dog-friendly. Nel corso della serata, infatti, ha preso la parola, tra gli altri, anche Sara Turretta, fondatrice dell'associazione **Save the Dogs and Other Animals**, che con il centro **Impronte di gioia** si occupa di contrastare il fenomeno del maltrattamento di cani e gatti in Romania.

ALIMENTA L'AMORE

41
PUNTI VENDITA

900.000
PASTI DONATI

PRESTITO SOCIALE

Trasparenza e sostenibilità

Il 2018 ci ha raccontato un'Italia in equilibrio precario. Da un lato, le famiglie italiane hanno notato un lieve miglioramento negli ultimi due anni e guardano con maggiore ottimismo al futuro. Dall'altro, il presente appare complesso e contraddittorio, sollecitando una rinnovata attenzione ai consumi e un parallelo rafforzamento della tensione al risparmio, che le famiglie italiane tradizionalmente vivono come un sacrificio indispensabile per una tranquillità futura.

La situazione in corso ha sicuramente inciso anche sulla raccolta del Prestito sociale, che rispecchia e replica inevitabilmente gli andamenti, le dinamiche economiche e le preoccupazioni delle famiglie italiane, presentando al 31 dicembre 2018 un **saldo pari a 1.036 milioni di**

euro, al netto degli interessi maturati nell'anno, in contrazione di 36 milioni di euro. Una diminuzione tuttavia molto ridotta rispetto alle attese.

Infatti, sono stati moltissimi i soci prestatori che hanno confermato la fiducia verso la Cooperativa: al 31 dicembre 2018 si registrano **115.815 libretti attivi**, di cui **2.216 sono i nuovi libretti** aperti e 3.188 i libretti chiusi nel corso dell'anno. I **soci prestatori** titolari di libretto a fine 2018 sono invece **109.761**. Il deposito medio si attesta a **8.912 euro**, in leggera contrazione rispetto all'anno precedente. La dinamica della raccolta è stata tuttavia costantemente in territorio negativo nel corso del 2018, con la sola eccezione del mese di agosto e dicembre, quando si è registrato un segno positivo.

Si sono accentuate le nuove modalità di approccio da parte dei soci prestatori, prevalentemente dovute all'introduzione dell'**obbligo di prenotazione del prelievo**, che ha determinato anche nel 2018 un'ulteriore riduzione del numero dei prelievi a fronte di un aumento dell'importo medio prelevato sulla singola operazione. Resta tuttavia ancora alto il numero di operazioni effettuate nel corso dell'anno, con oltre **646.000 operazioni di versamento e di prelievo**, compresi i movimenti relativi agli interessi, che corrispondono a una media di **2.078 visite e contatti giornalieri con gli Uffici Soci**.

Anche nel 2018 la gestione del Prestito sociale è stata al centro degli obiettivi della Cooperativa, che ha ulteriormente modernizzato il servizio, introducendo la **prenotazione web**, due sportelli automatici, uno a Milano Bonola e uno a Crema, e ha avviato il percorso per attivare la firma digitale su tutta la rete nel corso del 2019, che consentirà un ulteriore miglioramento in termini di servizio oltre che di efficienza e rispetto ambientale, data la conseguente riduzione delle ricevute cartacee.

I NUMERI DEL PRESTITO SOCIALE

109.761
SOCI PRESTATORI

2.216
NUOVI LIBRETTI APERTI

115.815
TOTALE DEI LIBRETTI ATTIVI

Remunerazione del Prestito sociale

Il Consiglio di Amministrazione della Cooperativa ha monitorato costantemente il livello di remunerazione del Prestito sociale, con l'obiettivo di offrire ai propri soci un rendimento stabile e in linea con forme analoghe di investimento. Da tale monitoraggio – finalizzato a tutelare i prestiti dei soci e la loro redditività, preservando allo stesso tempo l'equilibrio patrimoniale e finanziario della Cooperativa, per lo sviluppo della quale il Prestito sociale continua a rappresentare una forma di finanziamento importante – è scaturita la decisione di mantenere **sostanzialmente stabili i tassi di rendimento offerti**, che pertanto si sono attestati come segue:

IMPORTO	INTERESSE ANNUO LORDO	INTERESSE ANNUO NETTO
Fino a 4.000 euro	0,20%	0,15%
Da 4.001 a 17.000 euro	0,30%	0,22%
Da 17.001 euro a 36.000 euro	0,80%	0,59%

Tale politica di remunerazione ha garantito un **rendimento medio annuo del 0,26% lordo** e **dello 0,19% netto** se calcolato su deposito medio, fino ad arrivare allo **0,55% lordo** e allo **0,41% netto** se calcolato **su deposito massimo**.

La completa gratuità del servizio, con nessun costo di gestione né di spesa per operazione, contribuisce a rendere il Prestito sociale un investimento in liquidità ancora conveniente. Ed è proprio la pronta e normativamente regolamentata liquidabilità, che fa del prestito un investimento comodo e versatile per il socio prestatore.

Il **costo medio di remunerazione** della raccolta per la Cooperativa si è attestato nel 2018 allo **0,45%**, prima dell'attribuzione del costo del servizio, rappresentato dalla quota parte del costo del personale dedicato al servizio di raccolta, che incide per un ulteriore **0,35%**.

Carta Sociocoop di più

Si conferma anche per l'anno 2018 il generale apprezzamento per la **carta Sociocoop di più**, che consente l'addebito della spesa effettuata nei punti vendita di Coop Lombardia direttamente sul libretto del Prestito sociale.

La carta fornisce un servizio comodo, gratuito e premiante, grazie all'assegnazione di punti aggiuntivi a ogni spesa effettuata oltre che a fine anno. La carta viene consegnata al punto vendita contestualmente alla richiesta, è immediatamente disponibile all'uso e dà al socio prestatore la possibilità di scegliere personalmente il proprio codice PIN, che garantisce adeguati livelli di sicurezza per uno strumento comodo e funzionale.

Sono **11.341 i soci prestatori** che hanno deciso di possedere e utilizzare la carta, effettuando nel corso dell'anno **239.089 spese**, per un valore di oltre **10,5 milioni di euro**.

La Cooperativa ha inoltre continuato a emettere le **carte prepagate Ri-Money**, a circuito Visa, che a fine 2018 erano **8.102,** di cui **417 emesse in corso d'anno**. Il volume complessivo delle ricariche effettuate dai possessori della carta ammonta a **7,3 milioni di euro** per un totale di **20.694 operazion**i.

CARTA SOCIOCOOP DI PIÙ

11.341
POSSESSORI DELLA CARTA SOCIOCOOP DI PIÙ

239.089
SPESE

10,5
MILIONI DI EURO VALORE DELLE SPESE

CARTA RI-MONEY

8.102
CARTE PREPAGATE RI-MONEY

Prodotti assicurativi e d'investimento

È proseguita anche nel 2018 l'attività di offerta di **prodotti assicurativi** rivolta esclusivamente ai soci, svolta in collaborazione con il **Gruppo Unipol** e proposta nei nostri punti vendita da personale specializzato e formato in accordo alle normative vigenti.

Il servizio, presente in gran parte della rete commerciale di Coop Lombardia, ha previsto un importante **percorso formativo** che ha visto nel corso del 2018 l'erogazione di oltre **1.250 ore di formazione** a tutti gli addetti alla vendita di prodotti assicurativi e d'investimento.

L'attività di raccolta nel 2018 ha conseguito un volume complessivo di **nuovi premi incassati per 6,6 milioni di euro**, registrando una contrazione rispetto all'anno precedente, imputabile al minor collocamento dei prodotti di investimento a capitale garantito. La diminuzione del volume di incassi è stata tuttavia ampiamente compensata da un'importante crescita del numero dei contratti rispetto all'anno precedente, che passano **dai 1.269 del 2017 ai 1.464 contratti del 2018**, grazie anche all'introduzione di nuove proposte di tutela e copertura delle esigenze assicurative delle famiglie dei soci.

Il collocamento delle **polizze RC auto**, avviato nel 2015, ha portato nel 2018 alla stipula di **779 nuovi contratti**, con un **incremento del 5%** rispetto all'anno precedente, per un totale di **291.000 euro di premi incassati**. L'opportunità di acquistare le polizze auto è stata offerta a tutti i soci dipendenti con un'agevolazione molto apprezzata, tanto che proprio i **soci dipendenti rappresentano circa il 29% dei nuovi clienti**.
La proposta di prodotti assicurativi è stata integrata dai piani **pensionistici individuali**, tema di grande attualità e scelta determinante per garantire in futuro un livello di vita adeguato, e dai **piani di accumulo**, che nel corso del 2018 hanno visto la sottoscrizione di **33 nuove polizze** per complessivi **144.000 euro**.

L'attività si è svolta nel pieno rispetto delle norme di riferimento richiamate dall'IVASS. In particolare, sono state regolarmente effettuate tutte le ore di formazione previste per mantenere i requisiti di professionalità e l'aggiornamento specialistico finalizzato all'accrescimento delle conoscenze e delle competenze relative alla tipologia di prodotti offerti e all'evoluzione della normativa di riferimento.

PRODOTTI ASSICURATIVI

6,6
MILIONI DI EURO DI NUOVI PREMI INCASSATI

779
NUOVI CONTRATTI RC AUTO

PRODOTTO COOP

L'impegno di Coop Lombardia nei confronti di soci e consumatori è quello di garantire prodotti di qualità, **buoni non soltanto da mangiare ma anche da pensare**: sostenibili, trasparenti, rispettosi della salute di chi li acquista, dei diritti dei lavoratori che li producono e del benessere degli animali coinvolti nella loro produzione.

Linee di prodotto

Dalla base dei prodotti Coop sono nate linee specifiche che si sviluppano dalla quotidiana attenzione di Coop alle esigenze dei consumatori e sono realizzate nel pieno rispetto dei suoi valori.

Fiorfiore

Cura e passione nella scelta delle migliori materie prime e dei produttori vocati a lavorazioni di qualità, recupero della tradizione e reinterpretazione in chiave moderna delle ricette sono solo alcuni degli ingredienti alla base dell'eccellenza dei prodotti proposti con la linea Fiorfiore, un vero e proprio viaggio alla scoperta dell'identità e della cultura gastronomica italiana e non solo, attraverso oltre **250 referenze selezionate**.

Origine

TRACCIABILITÀ TOTALE
FILIERA DI QUALITÀ

La nuova linea Origine sintetizza conoscenza dei processi produttivi, controllo e garanzie certificate di sicurezza a partire dalla fase di produzione e, ancora prima, dalla raccolta nei campi o dall'alimentazione dell'animale da cui deriva la materia prima alimentare, fino al consumo. Su queste filiere Coop lavora da oltre 15 anni e controlla ogni singolo passaggio per garantire una **tracciabilità totale**.

Crescendo baby

Cescendo baby **è una linea completa di prodotti alimentari e non alimentari che accompagna il bambino fin dai primi mesi di vita**. La linea comprende un'ampia offerta di prodotti alimentari, biologici e privi di OGM, tra cui farine, omogeneizzati di carne e frutta, nettari, pastine e merende senza sale o zuccheri aggiunti. La linea è completata da prodotti specifici per l'igiene fino all'abbigliamento, con tutta la sicurezza di una qualità garantita e di un grande rispetto per la natura.

Crescendo kids

Crescendo kids è una linea di prodotti innovativi e

gustosi, particolarmente adatti a comporre una **dieta bilanciata per bambini e ragazzi**: ogni ricetta è studiata per contenere l'apporto calorico e ridurre la presenza di grassi, zucchero e sale. Si tratta di prodotti pensati e studiati con il contributo e la supervisione di un comitato scientifico costituito dallo **European Childhood Obesity Group**, il più autorevole organismo europeo nel campo dell'obesità infantile, e dalla **Società Italiana dell'Obesità**. I prodotti della linea si caratterizzano per una particolare attenzione all'apporto calorico, l'assenza di grassi tropicali come l'olio di palma e di cocco e di aromi artificiali, l'integrazione di nutrienti utili come le fibre, l'assenza di coloranti e grassi idrogenati, come in tutti i prodotti a marchio Coop.

Vivi verde

La linea Vivi verde comprende **prodotti alimentari biologici e prodotti non alimentari a basso impatto ambientale**. I prodotti alimentari della linea sono **oltre 260**, dall'ortofrutta fresca ai succhi di frutta, dal latte alle uova, dalle carni avicunicole all'olio extravergine d'oliva. La gamma dei prodotti non alimentari comprende invece detersivi confezionati e sfusi, detergenti per la casa e la persona, tovaglioli e fazzoletti di carta certificata, lampadine a basso consumo, fino alle sementi dell'orto.

Solidal

La linea Solidal è guidata dal principio dell'**equa ripartizione dei benefici**. Prodotti alimentari e non alimentari appartenenti a questa linea vengono acquistati nei paesi in via di sviluppo a prezzi equi e senza la necessità di intermediari. Con la linea Solidal si intende offrire opportunità di sviluppo autonomo a produttori che si trovano in condizioni di svantaggio. Attraverso la **certificazione Fairtrade®**, vengono garantiti ai produttori prezzi stabili, finanziamenti anticipati e agevolati, contratti di acquisto di lunga durata: strumenti utili per la lotta alla povertà e per il rafforzamento dei produttori sui mercati locali nel nome di un futuro migliore.

Bene.sì

Sempre più italiani sono guidati, nelle loro scelte alimentari, da **motivazioni di tipo salutistico**, consapevoli che il cibo sia una componente essenziale del proprio benessere. Per questo motivo Coop ha rinnovato, ampliandola, la linea Bene.sì. La nuova linea propone due categorie di prodotto per soddisfare anche le esigenze più specifiche: i prodotti contraddistinti dal colore viola sono **prodotti funzionali**, cioè arricchiti con ingredienti in grado di svolgere un'azione benefica specifica, mentre i prodotti contrassegnati dai colori verde-azzurro e giallo-ocra sono **prodotti free from**, ovvero senza quegli ingredienti che si eliminano per necessità o semplicemente per variare la dieta (come glutine, lievito e lattosio).

Amici speciali

Amici speciali è la nuova linea di **prodotti Coop dedicata agli animali domestici**, cui la Cooperativa garantisce la stessa attenzione, in termini di controlli e sicurezza, che riserva a tutti i suoi articoli. I prodotti di questa linea non contengono coloranti né conservanti, sono cruelty free e hanno uno standard qualitativo garantito. La creazione della linea ha beneficiato della collaborazione scientifica con il **Dipartimento di Scienze Veterinarie dell'Università di Milano**, che ha guidato l'attenzione al benessere e alla cura della salute degli animali domestici attraverso un'alimentazione sana, specifica e funzionale. Completano la linea prodotti per la cura e l'igiene, accessori e giochi.

D'Osa

D'Osa è la linea di prodotti pensata per chi prova grande soddisfazione nel cucinare a casa e ama lanciarsi in nuove preparazioni. La linea comprende una proposta completa di **oltre 50 referenze di miscele, preparati, lieviti, amidi, decorazioni** e altri ingredienti che rendono facile e gratificante la realizzazione di piatti dolci e salati. La linea va quindi incontro a chi non rinuncia a esprimere la propria fantasia in cucina ma ha la necessità di ridurre i tempi e la complessità di preparazione delle ricette.

Io

La linea Io è una linea di **prodotti per l'igiene personale e la cura del corpo** che rinnova l'impegno della Cooperativa nei confronti dell'ambiente, con confezioni a ridotto utilizzo di plastica e l'offerta di pratiche ricariche per i detergenti liquidi. I prodotti della linea **Io Advance** rispondono a esigenze di bellezza più mirate con creme viso, creme corpo e shampoo per trattamenti specifici, mentre la linea **Bagno io** – che comprende bagno-crema, bagnoschiuma, doccia-schiuma e detergenti intimi – è stata completamente rinnovata nelle formulazioni e nelle profumazioni.

Alleviamo la salute

Alleviamo la salute è la linea di **carni e prodotti animali** introdotta per rispondere ai segnali d'allarme lanciati dai maggiori enti internazionali sugli effetti dell'uso degli antibiotici negli allevamenti.
L'impegno di Coop in questo senso, che si è immediatamente concretizzato nell'introduzione di una linea di prodotti avicoli allevati a terra completamente senza uso di antibiotici, vuole essere di ampio respiro, combattendo l'antibiotico-resistenza tramite la progressiva **riduzione dell'uso degli antibiotici in tutti gli allevamenti** e favorendo le **buone pratiche di allevamento innovative basate sul benessere degli animali**.

I NUMERI DI ALLEVIAMO LA SALUTE

1.800
ALLEVAMENTI COINVOLTI

80.000
VITELLI ALLEVATI SENZA ANTIBIOTICI NEGLI ULTIMI 4 MESI DI VITA

200.000
BOVINI ADULTI ALLEVATI SENZA ANTIBIOTICI NEGLI ULTIMI 4 MESI DI VITA

300.000
SUINI ALLEVATI SENZA ANTIBIOTICI NEGLI ULTIMI 4 MESI DI VITA

3.000
SUINI ALLEVATI ALL'APERTO

Bovini, suini, latte e pesce fresco

Grazie all'implementazione delle migliori pratiche di benessere e bio-sicurezza negli allevamenti, tutto il **bovino a marchio Coop** è allevato con riduzione e razionalizzazione dell'uso di antibiotici e il non utilizzo degli stessi negli ultimi 4 mesi di vita. Inoltre, dal 2005 a tutte le vacche da latte nella filiera produttiva di **latte fresco a marchio Coop** sono garantite adeguate superfici minime per capo e riposo. Anche tutto il **suino Origine a marchio Coop** e le **50 referenze dei salumi Fiorfiore Coop** provengono da suini allevati con riduzione e razionalizzazione nell'uso di antibiotici e il non utilizzo degli stessi negli ultimi 4 mesi di vita.

Il marchio **Pesca sostenibile** di Coop riunifica i principali schemi di certificazione riconosciuti a livello mondiale come MSC, FOS, ASC e GlobalGap. Inoltre, il **pesce fresco Origine a marchio Coop** – orate, branzini, rombo, trota, persico, spigola e tranci di salmone – è allevato senza uso di antibiotici negli ultimi 6 mesi, secondo rigorosi capitolati di fornitura e disciplinari che promuovono le migliori pratiche relativamente a sicurezza e qualità del prodotto, tutela dell'ambiente e diritti dei lavoratori.

Le uova

Le **uova a marchio Coop**, provengono esclusivamente da **allevamenti a terra** e da **allevamenti biologici**, dove le galline possono razzolare liberamente. Nel 2010, la Cooperativa ha poi esteso a tutto l'assortimento quanto già attuato per le uova a marchio Coop. Quest'impegno riguarda anche molti prodotti Coop confezionati che hanno le uova come ingrediente: maionese, salse e tutta la pasta all'uovo, sia fresca sia secca. Anche per le produzioni interne ai punti vendita si utilizzano solo uova di galline allevate a terra. Inoltre, dal 2018 tutte le uova Coop provengono da **galline allevate senza uso di antibiotici**.

26 milioni
AVICOLI NON TRATTATI CON ANTIBIOTICI

230 milioni
UOVA DA GALLINE ALLEVATE SENZA ANTIBIOTICI

Gastronomia Gusto qui

Le produzioni gastronomiche **Gusto qui**, realizzate nel **laboratorio di Rivalta Scrivia** rispettando norme severissime in termini di igiene e sicurezza, prevedono l'utilizzo di materie prime prevalentemente a marchio Coop e un'etichetta parlante che ne dichiara la provenienza.

Nell'ambito dell'offerta di prodotti già pronti, nel 2018 la Cooperativa ha deciso di effettuare due iniziative promozionali legate a preparazioni tipicamente stagionali – l'**insalata di riso** in estate, le **lasagne al ragù** d'inverno – riscuotendo ottimi riscontri da parte dei clienti.

PRODUZIONE ARTIGIANALE

400 mila
EURO
DI PANETTONI
E COLOMBE

1 milione
DI EURO
DI FOCACCIA
LIGURE

Forneria Coop

Con le sue **50 referenze al giorno**, l'assortimento della forneria Coop è ampio e profondo, fatto con materie prime di qualità e anche con **farine di tipo 1 e 2**.

Nel 2019 è iniziata la produzione di **pane con lievito madre** e alle produzioni artigianali già esistenti, come focaccia ligure, focaccia romana, panettone e colomba, si aggiungerà anche la **schiacciatina**.

Approvato dai soci

Un'attività molto importante, portata avanti in collaborazione con i Comitati Soci di Zona, è **Approvato dai soci**, giornate dedicate ai soci che vengono invitati ad assaggiare e dare il proprio giudizio ai prodotti a marchio Coop. La valutazione permette di mantenere alta la qualità del prodotto a marchio, rendendo i soci protagonisti delle proprie scelte di consumo.

Tutti i prodotti Coop sono sottoposti a rigorosi controlli di filiera e qualità, ma solo quelli testati e con un'alta percentuale di gradimento da parte dei soci ottengono il marchio Approvato dai soci, visibile in etichetta.

Nel 2018, nell'ambito dell'iniziativa, sono stati testati **182 prodotti**, con una **percentuale di approvazione del 98,4%**. I **soci intervistati** sono stati **53.740**, arrivando a un totale di **570.178 partecipanti** nel periodo compreso tra il 2000 e il 2018, in cui sono stati testati in tutto **2.805** prodotti.

In occasione del 70° anniversario del prodotto a marchio, è stata organizzata un'**attività unica nazionale** che, a ottobre, ha visto la partecipazione di quasi 27.000 soci. Nel complesso, l'attività – la prima di questo tipo nella storia di **Approvato da soci**, si è svolta in **173 punti vendita** dislocati sul tutto il territorio nazionale, effettuando un cospicuo numero di test che hanno visto coinvolti **20 prodotti**.

APPROVATO DAI SOCI 2018

477
TEST

182
PRODOTTI

53.740
SOCI INTERVISTATI

98,4%
PERCENTUALE DI APPROVAZIONE

APPROVATO DAI SOCI 2000-2018

2.805
PRODOTTI

570.178
SOCI INTERVISTATI

FOCUS

Prodotti ortofrutticoli

Qualità sicura Coop

Con l'introduzione di **5 nuove referenze Fiorfiore**, nel 2018 le vendite di prodotti ortofrutticoli freschi, a marchio, del programma Qualità sicura Coop da produzione integrata sono ammontate a **763.580 quintali.** L'assortimento è attualmente composto da **41 prodotti** declinati su **404 referenze**, per la cui produzione sono coinvolti **86 fornitori** con **155 stabilimenti** di confezionamento e **5.151** aziende agricole.

Vivi verde

Le vendite di prodotti ortofrutticoli a marchio Coop Vivi verde, provenienti da agricoltura biologica, sono ammontate nel 2018

FOCUS

a **114.906 quintali.** Nel corso dell'anno sono state introdotte **8 nuove referenze** tra cui aromi essiccati e bergamotto. L'assortimento è attualmente composto da **327 referenze**, per la cui produzione sono coinvolti **21 fornitori** con **38 stabilimenti** di confezionamento e **1.522 aziende agricole**. Queste produzioni sono state controllate dai tecnici Coop Italia che hanno effettuato **27 verifiche** ispettive presso tutti i centri di condizionamento e a campione sulle aziende agricole.
È stato realizzato anche un corposo piano di analisi sui residui di pesticidi che ha prodotto **34.788 determinazioni** analitiche da parte di Coop e dei fornitori.

Frutta e legumi secchi

Nel 2018 le vendite di ortofrutta e legumi secchi a marchio Coop hanno raggiunto **51.637 quintali.** È stata progettata e sviluppata una nuova linea di 19 referenze biologiche Vivi verde, 4 referenze Bene.sì, 2 referenze di mandorle italiane, una di pistacchi non

FOCUS

salati e una di pinoli Fiorfiore. L'assortimento è composto da **81 referenze di cui 49 da agricoltura biologica**, sviluppate con **13 fornitori**, **16 stabilimenti** di confezionamento e **237** aziende agricole. Sono state effettuate dai tecnici di Coop Italia **8 ispezioni** sui fornitori e **13.735 determinazioni** complessive da Coop e dai fornitori.

Verdure a marchio Coop

Nel 2018 le vendite di verdure a marchio Coop hanno raggiunto **100.548 quintali** (di cui 8.088 quintali da agricoltura biologica). Sono coinvolti **7 fornitori**, **12 stabilimenti** di confezionamento e **313 aziende agricole**. L'assortimento è composto da **62 referenze**, di cui **17 da agricoltura biologica**. Sono state effettuate dai tecnici Coop Italia **6 ispezioni** sui fornitori e un imponente piano di analisi: **4.893 determinazioni** sono state svolte da parte di Coop, 16.008 determinazioni dai fornitori.

Certificazioni e marchi sul prodotto Coop

Filiera controllata

La certificazione di **Filiera controllata** attesta che viene garantita e documentata lungo tutta la filiera la rintracciabilità del prodotto e che sono gestiti in tutte le fasi i requisiti igienico-sanitari fissati dal protocollo HACCP.

Agricoltura biologica

Il **marchio europeo dell'agricoltura biologica** garantisce la conformità delle produzioni ottenute con metodo biologico in tutte le fasi della filiera di produzione, dal campo alla tavola, in conformità alle norme dell'Unione Europea.

Ecolabel

Il **marchio europeo Ecolabel** certifica il ridotto impatto ambientale dei prodotti, in conformità al regolamento CE n. 66/2010.

FILIERA CONTROLLATA

1.396

PRODOTTI TRA GROCERY, CARNI, PRODOTTI ITTICI E ORTOFRUTTA

AGRICOLTURA BIOLOGICA

737

PRODOTTI TRA GROCERY, CARNI, ORTOFRUTTA E PRODOTTI NON ALIMENTARI

ECOLABEL

12

PRODOTTI TRA CUI CARTA ASSORBENTE, DETERGENTI CHIMICI E RISME DI CARTA

FSC®

Il **marchio FSC®** identifica i prodotti contenenti legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.

PEFC™

La **certificazione PEFC™** identifica i prodotti contenenti legno o derivati provenienti da foreste le cui forme di gestione boschiva rispondono a determinati requisiti di sostenibilità.

EPD

La **dichiarazione ambientale di prodotto (EPD)** si basa sui principi dello **standard ISO 14025**, relativo ai sistemi di etichettatura e rappresenta uno strumento di comunicazione volontario attraverso cui Coop fornisce ai consumatori informazioni relative alle performance ambientali dei propri prodotti.

FSC®

26

PRODOTTI TRA CUI CARTA ASSORBENTE, TOVAGLIOLI, TOVAGLIE, TOVAGLIETTE E RISME DI CARTA

PEFC™

10

TRA CUI LA COMPONENTE DI CELLULOSA CONTENUTA NEI PANNOLINI

EPD

2

TRA CARNI DI VITELLO, CARNI BIANCHE E CARNI DI BOVINO ADULTO

Pesca sostenibile

I marchi **FOS® (Friend of the Sea), MSC (Marine Stewardship Council), Dolphin Safe® e Global GAP** attestano la sostenibilità delle modalità di pesca e approvvigionamento dei prodotti ittici.

Spiga barrata

Il **marchio Spiga barrata**, di proprietà dell'**Associazione Italiana Celiachia (AIC)**, segnala al consumatore celiaco l'idoneità del prodotto rispetto alle sue esigenze alimentari.

Fairtrade®

Fairtrade® è il marchio internazionale di certificazione del **commercio equo e solidale**.

PESCA SOSTENIBILE

58
PRODOTTI

SPIGA BARRATA

392
PRODOTTI PRESENTI NEL PRONTUARIO AIC
DI CUI
33
SPIGA BARRATA

FAIRTRADE®

49
PRODOTTI TRA GROCERY, ORTOFRUTTA E PRODOTTI NON ALIMENTARI

Sicurezza, controlli qualità e nutrizione

Per Coop l'attenzione alla **sicurezza** e alla **qualità** e l'**impegno a garantire la salute e il benessere dei consumatori** si concretizza nei continui investimenti mirati non soltanto a effettuare i controlli sui prodotti e sui processi di produzione previsti dagli accordi con i fornitori, ma anche a mettere in atto campagne di sensibilizzazione verso questi ultimi e verso i consumatori. Inoltre, Coop è da sempre attenta anche al **profilo nutrizionale** dei propri prodotti a marchio e alla comunicazione relativa dello stesso, sia sul packaging sia attraverso altre modalità.

LABORATORIO COOP ITALIA

9.411
DETERMINAZIONI ANALITICHE

1.892
CAMPIONI

Laboratorio Coop Italia

Coop Italia dispone da oltre vent'anni di un laboratorio che garantisce un'efficace e attenta sorveglianza sulle tematiche più attuali e innovative nel controllo della sicurezza e della qualità dei prodotti a marchio Coop. Nel 2018 presso il laboratorio Coop Italia sono state effettuate **9.411 determinazioni analitiche** su **1.892 campioni**.

FORNITORI PRODOTTO A MARCHIO COOP

550
FORNITORI

1.210
AUDIT

Controllo fornitori e prodotti sul prodotto Coop

I prodotti a marchio Coop devono rispettare capitolati tecnici spesso più stringenti rispetto alle normative vigenti. Inoltre, annualmente vengono definiti piani di controllo ordinari e straordinari, basati sull'analisi del rischio, implementati sia direttamente da Coop Italia che dai fornitori interessati, che ne verificano la conformità ai vari parametri.

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

Attività sul prodotto non a marchio

Coop sottopone a controllo periodico anche i fornitori di prodotti non a marchio, con lo scopo di garantire

FORNITORI PRODOTTO NON A MARCHIO

73
AUDIT

20.173
DETERMINAZIONI ANALITICHE

la sicurezza e la qualità di tutti i prodotti presenti nei punti vendita. Attraverso il **progetto Qualità** Coop coinvolge sia fornitori nazionali (tramite controlli svolti da Coop Italia) sia quelli locali (tramite l'intervento delle Cooperative interessate) con l'obiettivo di garantire la genuinità, la salubrità, la sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti in assortimento e di sensibilizzare il mondo produttivo nei confronti di una sempre maggior tutela dei consumatori. Nel 2018 sono stati effettuati **73 audit** e complessivamente **20.173 determinazioni analitiche su prodotti alimentari**. Altri controlli sono eseguiti dagli Uffici Qualità delle singole cooperative, che verificano il rispetto dei parametri previsti per le produzioni interne.

CONTROLLI QUALITÀ EFFETTUATI IN LOMBARDIA

AUDIT QUALITÀ			
Totale audit qualità ai punti vendita			**287**
da laboratorio esterno			122
staff Ufficio Qualità			165
SPESE			
Spese per controlli qualità			**156.645 euro**
	TOTALE	**SUPER**	**IPER**
Prodotti sfusi e preincartati analizzati	**550**	**223**	**327**
Macelleria (macinato e pronto da cuocere)	198	119	79
Cucina/ristoro/bar	54	/	54
Pollo allo spiedo	99	62	37
Pane da produzione interna	65	10	55
Tonno	50	29	21
Pasticceria da produzione interna	76	/	76
Sushi	8	3	5
	TOTALE	**SUPER**	**IPER**
Tamponi di superficie analizzati	**2.785**	**1.030**	**1.755**
Salumi, latticini e gastronomia	820	420	400
Pescheria	620	230	390
Macelleria	770	370	400
Corner sushi	20	10	10
Gelateria/ristoro	105	/	105
Pasticceria	260	/	260
Cucina	190	/	190

Etica: il presidio delle filiere

Con l'adesione allo **Standard Etico SA 8000** la Cooperativa ha messo in campo nuovi strumenti per presidiare il tema dei **diritti dei lavoratori**: ai fornitori dei prodotti a marchio si richiede la sottoscrizione di un **codice di comportamento basato** su questo standard. Per verificare che questo sia rispettato, dal 1998 a oggi sono state effettuate **quasi 1.900 ispezioni tra fornitori e subfornitori**. In caso di irregolarità Coop chiede un immediato piano di miglioramento e, in casi particolarmente gravi, può decidere di escludere dalle forniture i fornitori e subfornitori coinvolti.

Dall'inizio del progetto sono state sospese complessivamente 11 aziende agricole, di cui 4 dal 2015.

Nel 2018 Coop è stata citata tra le **best practice contro lo sfruttamento in agricoltura** nell'ambito del **progetto BeAware**, promosso dal **Milan Center For Food Law And Policy**, così come nel **rapporto annuale di Open Society**. Anche l'indagine di **Oxfam** – che nel 2018 ha portato alla stesura del **Rapporto Oxfam Italia sullo sfruttamento dei lavoratori nelle filiere agroalimentari** – ha confermato come Coop sia, tra le realtà della distribuzione italiana, la più attenta al tema.

Buoni & Giusti

Buoni & Giusti è la campagna Coop volta a **promuovere l'eticità delle filiere produttive**, soprattutto per le **filiere ortofrutticole a rischio**, che ha coinvolto oltre 800 fornitori di ortofrutta, nazionali e locali.

Dal lancio della campagna nel 2016, sono state individuate **13 filiere ortofrutticole** particolarmente **esposte ai rischi di illegalità**, tra cui quella del pomodoro da trasformazione sotto i riflettori, che hanno rilanciato con enfasi lo storico impegno di Coop. L'attività di audit etico è poi continuata nel 2018 anche su ulteriori filiere ortofrutta ed è stata estesa alle filiere

dei vini Fiorfiore/Assieme e dell'olio extravergine d'oliva 100% italiano.

É stato mantenuto anche il **presidio sul pomodoro rosso da trasformazione**: nel 2018 sono stati svolti audit in **45 aziende**, coinvolgendo tutti i **5 fornitori** di prodotto a marchio Coop.

Nel 2018 sono stati effettuati **171 audit** con il coinvolgimento di **80 fornitori**, mentre a partire dal lancio della campagna sono stati eseguiti **699 audit** complessivi che hanno coinvolto **300 fornitori**.

Imprenditoria legale

In virtù di un ragionamento più ampio sulle attività di Coop relativamente all'etica, che comprende anche il tema dell'imprenditoria legale, dalla fine del 2015 è stata richiesta alle **oltre 7.200 aziende agricole coinvolte nelle filiere ortofrutticole del prodotto a marchio Coop** l'adesione alla **Rete del lavoro agricolo di qualità** – iniziativa del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, del Ministero dell'Economia e delle Finanze, dell'INPS. L'implementazione di questa richiesta è stata effettuata gradualmente a partire dalle 13 filiere identificate come maggiormente critiche e risollecitata nel tempo. La stessa attività è stata richiesta anche alle circa **1.500 aziende agricole coinvolte nella filiera del pomodoro da industria**.

CENTRO RELAZIONI SOCI E CONSUMATORI

In un'ottica di miglioramento continuo del servizio prestato alla propria clientela, il **Centro Relazioni Soci e Consumatori di Coop Lombardia, attivo dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 17.00**, rappresenta il canale diretto a cui Soci e clienti possono rivolgersi per **informazioni, reclami, proposte e suggerimenti**.
I canali di comunicazione sono molteplici:

numero verde
Filodiretto e servizi **Per te 800.016.706**

e-mail
filodiretto@lombardia.coop.it

segnalazioni a punto vendita presso i punti di ascolto

coop

VALORE AMBIENTALE

VALORE AMBIENTALE IN CIFRE

IMBALLAGGI

290

PRODOTTI COOP COINVOLTI DALLA POLITICA DELLE 3R

837 ton

MATERIALE DI CONFEZIONAMENTO RISPARMIATO

814 ton

DI PLASTICA RICICLATA

8.002 ton

CO_2 RISPARMIATA

RACCOLTA DIFFERENZIATA

6.400,724 ton

RIFIUTI RECUPERATI

OLIO ESAUSTO
61,008 ton

CARTA E CARTONE
4.221,472 ton

DALL'OLIO ALL'OLIO

40 ton

OLIO RECUPERATO CON IL PROGETTO

22

PUNTI VENDITA COINVOLTI

RISPARMIO ENERGETICO E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

44

PUNTI VENDITA EFFICIENTATI

1.213.315 kWh

ENERGIA ELETTRICA RISPARMIATA

12

COLONNINE DI RICARICA PER LE AUTO ELETTRICHE

RACCOLTA RAEE "UNO A ZERO"

PRODOTTI TECNOLOGICI RECUPERATI

4.800 Kg

BUON FINE

PRODOTTI ALIMENTARI RECUPERATI

1.154 ton

L'IMPEGNO DI COOP A FAVORE DELL'AMBIENTE

Il **rispetto dell'ambiente** è parte integrante del patrimonio di valori Coop. Ispira i criteri di gestione di tutta la filiera e di ogni attività al principio di **precauzione**, a quello di **responsabilità** e a quello di **razionalizzazione dei consumi**. In particolare la tutela dell'ambiente è alla base della sicurezza alimentare e della **salute delle persone**, per garantire benessere e qualità della vita anche alle generazioni future.

L'impegno di Coop si traduce in azioni concrete sui prodotti a marchio Coop, nella gestione dei punti vendita e del trasporto delle merci improntata all'abbattimento delle emissioni inquinanti, nella riduzione dei rifiuti e nel coinvolgimento degli stakeholder delle filiere produttive.

L'impegno di Coop alla tutela dell'ambiente ispira i criteri di gestione di tutta la filiera del prodotto Coop: dai vari livelli di produzione – progettati e realizzati con l'obiettivo di **minimizzare gli sprechi di risorse e l'emissione di sostanze dannose per l'ambiente** – all'immagazzinamento, fino alla distribuzione e alla gestione dei punti vendita, dando ai consumatori la possibilità di accrescere la propria consapevolezza circa l'impatto ambientale delle scelte di consumo individuali e collettive.

I prodotti Coop hanno significativamente contribuito alla diffusione di sistemi biologici o comunque più rispettosi dell'ambiente, alla tutela della biodiversità, al benessere animale, a interventi per il risparmio energetico, alla promozione della tutela degli ecosistemi marini, all'adozione di schemi di certificazione, alla promozione di strategie di riduzione, riutilizzo, recupero e riciclo degli imballaggi.

Nel 2018, unica catena della grande distribuzione italiana, Coop ha aderito alla campagna di impegni su base volontaria – la **Pledging Campaign** – per l'implementazione del mercato della **plastica riciclata**, lanciata dalla Commissione Europea. Lo ha fatto articolando un piano di azioni su categorie definite di prodotti che, in proiezione, permetteranno di raggiungere nel 2025, attraverso l'uso di plastica riciclata, un **risparmio totale di plastica vergine stimato di 6.400 tonnellate annue**.

Questa forte azione si inserisce all'interno della campagna **Coop per l'ambiente – Diamo all'ambiente una nuova impronta**, un rilancio dello storico impegno della Cooperativa sui temi della **sostenibilità ambientale** e dell'**economia circolare** che, oltre a puntare sull'adesione alla Pledging Campaign, definisce ulteriori e sfidanti obiettivi quali la progressiva riduzione della plastica in tutti i prodotti Coop (in assoluto e attraverso l'uso di materiale riciclato), l'eliminazione di microplastiche aggiunte in cosmetici e detergenti, la riprogettazione degli imballaggi affinché siano riciclabili, compostabili o riutilizzabili, riaffermando la storica policy delle **3R: risparmio, riutilizzo, riciclo**.

COOP: INSIEME PER UN FUTURO SOSTENIBILE

ALCUNI PRODOTTI A MARCHIO COOP COINVOLTI

27
REFERENZE DI ACQUA

56
REFERENZE DI DETERGENTI

78
REFERENZE DI ORTOFRUTTA

Il progetto, nato come **Coop for Kyoto** nel 2006, si è posto l'obiettivo di incentivare la **riduzione dell'immissione di gas serra in atmosfera** per favorire azioni di miglioramento e di sensibilizzazione in vista di una maggiore tutela dell'ambiente tra tutti i fornitori. Nel corso degli anni, il progetto si è evoluto, includendo anche l'attenzione alla **sostenibilità ambientale dei processi produttivi** con temi come quello della lotta allo spreco, delle donazioni e degli imballaggi.

Nel 2018 Coop Italia ha deciso di assegnare al progetto **Coop: insieme per un futuro sostenibile** una cadenza biennale, in modo da poter inserire nell'edizione del 2019 un approfondimento sulla tematica degli **imballaggi**. Questa azione determinerà una maggiore sensibilizzazione e consapevolezza sulle tematiche specifiche da parte dei vari attori delle filiere produttive.

IMBALLAGGI

Dal 1996, sul packaging dei prodotti, Coop implementa i principi fondamentali della **Direttiva europea sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggi** e nel corso del 2018 ha riconfigurato le azioni di prevenzione sul packaging, ridefinendo e aggiornando la metodologia di calcolo dei benefici.

Grazie a questo approccio, nel 2007 Coop è stata la prima catena distributiva a riportare sull'etichetta dei prodotti a marchio una **chiara indicazione dei materiali da imballaggio utilizzati** e della loro destinazione a fine vita, con l'obiettivo di favorire il loro corretto smaltimento e incentivare la raccolta differenziata.

Per le azioni di riduzione degli imballaggi e l'uso di ricariche, su **290 prodotti Coop** coinvolti dalla politica delle 3R si stima un risparmio complessivo in peso di **837 tonnellate di materiale di confezionamento** e l'utilizzo di **814 tonnellate di plastica riciclata**.

Queste azioni hanno contribuito a ridurre l'emissione di **8.002 tonnellate di CO_2** equivalenti in atmosfera.

RIDUZIONE DEGLI IMBALLAGGI

290
PRODOTTI COOP COINVOLTI DALLA POLITICA DELLE 3R

837
TONNELLATE DI MATERIALE PLASTICO RISPARMIATO

814
TONNELLATE DI PLASTICA RICICLATA UTILIZZATA

8.002
TONNELLATE DI CO_2 EQUIVALENTI RISPARMIATE

BUON FINE

Coop è stata la prima catena della grande distribuzione in Italia che ha avuto il coraggio, la volontà e la capacità di affrontare **il problema degli sprechi alimentari**, generati all'interno della propria rete.

Il problema dello spreco di cibo viene affrontato da Coop con una pluralità di approcci a monte e a valle della filiera, nel processo organizzativo e logistico e nella gestione della rete di vendita: un impegno fortemente caratterizzato dal nostro modello di sostenibilità e responsabilità sociale.

Questo approccio nel corso degli anni ha migliorato l'efficienza organizzativa, ha **ridotto gli sprechi**, ma non ha eliminato totalmente le "eccedenze alimentari", cioè i prodotti alimentari che vengono realizzati, trasformati, distribuiti o preparati per il servizio, ma che restano invenduti.

Facendo di necessità virtù Coop ha trasformato un problema endogeno in una risorsa per la comunità attraverso il progetto **Buon fine**, **donando i prodotti recuperati alle organizzazioni non profit** che li destinano alle fasce sociali più povere, deboli ed esposte alla crisi. Il progetto oltre a essere un'importante risorsa sociale ha anche una forte valenza ambientale, poichè recuperando e donando le eccedenze le sottrae dai quantitativi dei rifiuti generati nella rete di vendita.
Il risultato del 2018 è il recupero di **1.154 tonnellate** di prodotti alimentari sottratti ai rifiuti.

BUON FINE

1.154
TONNELLATE DI PRODOTTI ALIMENTARI RECUPERATI


NIENTE FAVOLE,
SOLO STORIE
A BUON FINE.
#CoopNoSpreco
BUON FINE
Da più di dieci anni recuperiamo ogni giorno eccedenze alimentari e le doniamo alle onlus per preparare pasti caldi a chi ne ha bisogno.
www.partecipacoop.org
coop
Lombardia

RACCOLTA DIFFERENZIATA

Nella rete di vendita di Coop Lombardia viene svolta quotidianamente la raccolta differenziata, separando i diversi materiali di risulta e suddividendoli tra quelli da smaltire e quelli che si possono recuperare, riciclare o reimpiegare.

Conteggio quantitativi rifiuti 2018 suddivisi per provincia

Rifiuto
Imballaggi in carta e cartone
Imballaggi in plastica
Imballaggi in legno
Imballaggi metallici
Imballaggi in materiali misti
Imballaggi in vetro
Ferro e acciaio
Rifiuti ingombranti
Raee professionali
Raee professionali (componenti rimossi da apparecchiature fuori uso)
Batterie al piombo esauste
Batterie e accumulatori raccolti dai clienti
Rifiuti distributori di carburante
Scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione
Oli e grassi commestibili
Totale

I dati riportati non sono esaustivi di tutti i kg di rifiuti avviati a recupero, in quanto comprendono solo i rifiuti smaltiti attraverso soggetti privati che hanno l'obbligo di emettere il formulario di identificazione del rifiuto. Non comprendono invece tutto il materiale che rientra tra i rifiuti assimilati all'urbano, gestiti dai soggetti che operano per il servizio pubblico, i quali non hanno l'obbligo di emettere la documentazione per singolo ritiro.

Rifiuti avviati a recupero

Nel 2018 è proseguito l'impegno nella riduzione dei rifiuti e del corretto avvio a recupero dei materiali attraverso l'ottimizzazione dei processi e la sensibilizzazione di tutto il personale della rete di vendita.

In particolare, si segnala l'avvio a recupero di **4.221,072 tonnellate di carta e cartone** e di **61,008 tonnellate di olio esausto** generato dalla produzione gastronomica interna e destinato a nuova vita come i sottoprodotti di origine animale.

BG	BS	CO	CR	MB	MI	PV	VA	LO	Totale (peso netto in kg)
366.670	3.600	264.480	338.320	224.865	2.335.532	328.160	280.709	78.736	4.221.072
11.260				1.470	530		2.260		15.520
19.000	2.072	7.340		8.770	45.700	17.320	8.846		109.048
		2.900							2.900
22.620	6.180	47.358	4.040	1.410	1.460.670	3.630	8.060	1.100	1.555.068
					191				191
	3.825	2.970	17.940	1.880	117.680		1.860		146.155
	8.104	11.440	6.660		4.100				30.304
	1.187	21.116	632	110	33.495	-	5.420	427	62.387
128	165	130	183	193	1.208	138	141	18	2.304
	30	5			235				270
70	20		170		576			215	1.051
		81	68	78	265				492
	1.470	844			190.320		200	120	192.954
4.620	4.950	2.070	4.550	3.390	27.323	6.505	6.340	1.260	61.008
424.368	**31.603**	**360.734**	**372.563**	**242.166**	**4.217.825**	**355.753**	**313.836**	**81.876**	**6.400.724**

Manuale per la gestione dei rifiuti

Data la complessità della materia e il continuo aggiornamento normativo, si è reso indispensabile lavorare all'interno della Cooperativa per fornire un'indicazione chiara e comune, redigendo uno specifico **manuale per la gestione dei rifiuti** capace di rispondere alle criticità di gestione dei rifiuti nei singoli punti vendita.

La guida, appositamente progettata, si divide in due parti – **L'ABC della gestione dei rifiuti in generale** e **La gestione dei rifiuti nei punti vendita Coop** – ed è stata ideata in collaborazione con Hyper Edizioni a seguito della progettazione congiunta tra Coop Lombardia, Inres, Coop Allenza 3.0, Novacoop, Coop Liguria e Unicoop Firenze.

Inoltre, è stato predisposto un **manuale per la consultazione on line** già attivo in tutti i negozi dall'inizio dell'anno.

Formazione interna sulla gestione dei rifiuti

Si è svolto nel mese di aprile 2018 il modulo di **formazione interna sulla gestione rifiuti nei punti vendita** sulla base del manuale per la gestione dei rifiuti in Coop, che ha coinvolto **106 dipendenti**, comprendendo sia figure di regia che addetti di tutti i punti vendita.

Il modulo è stato articolato partendo dalla normativa di riferimento, il **D. Lgs. 152/06**, per poi delineare le corrette attività operative e di back office seguendo importanti capisaldi come il rispetto del principio di legalità, il rispetto della missione di Coop per la tutela dell'ambiente, l'aumento dell'efficienza nella riduzione dei costi diretti dei singoli punti vendita.

Dall'olio all'olio

Con il progetto **Dall'olio all'olio** Coop Lombardia promuove il **recupero dell'olio alimentare esausto presso i propri punti vendita**, attuando azioni informative e di sensibilizzazione rivolte a soci e clienti.

Il progetto è realizzato in partnership con le amministrazioni comunali, le aziende del settore, le istituzioni, le associazioni ambientaliste e le università, generando un sistema virtuoso di economia circolare.

La raccolta fatta dai cittadini a casa propria, in bottiglie di plastica di uso comune, viene poi conferita in **contenitori dedicati collocati all'interno dei punti vendita Coop**. L'olio recuperato viene poi nobilitato, passando da rifiuto a risorsa sotto forma di biocarburante e additivo per colle, vernici, asfalto e mangimi.

Per questa attività Coop Lombardia non ha ritorni economici e le aziende che recuperano l'olio destinano parte dell'utile a un progetto di **recupero di uliveti confiscati alla mafia** in Sicilia.

Dall'olio all'olio promuove così la cultura del recupero, del riuso, del riciclo, del risparmio e della sostenibilità dei comportamenti individuali e collettivi. La raccolta presso i supermercati semplifica il sistema e consente di incrementare sensibilmente la percentuale di recupero, attualmente marginale.

Nel 2018 sono state raccolte circa **40 tonnellate di olio alimentare in 22 negozi** di Coop Lombardia.

DALL'OLIO ALL'OLIO

40
TONNELLATE
DI OLIO RECUPERATO

22
PUNTI VENDITA

Raccolta RAEE "uno a zero"

Dal 2017 a Milano si svolge la **raccolta RAEE "uno a zero"**: il conferimento di piccoli elettrodomestici non più funzionanti presso due punti vendita Coop Lombardia, attraverso il **progetto CRM Recovery**.

Nel negozio di **via Palmanova** e presso il **centro La Torre di Baggio** è possibile conferire, in appositi contenitori, **piccoli apparecchi elettronici**, contribuendo così al recupero di materiali critici – cioè di difficile reperimento in natura – come oro, argento, cobalto, grafite e platino.

Il progetto è proseguito nel 2018 garantendo una raccolta di **4.800 chilogrammi di prodotti tecnologici** che altrimenti avrebbero potuto finire erroneamente nella raccolta indifferenziata.

RACCOLTA RAEE

4.800
CHILOGRAMMI DI PRODOTTI TECNOLOGICI

RIDUZIONE DEI CONSUMI NEI PUNTI VENDITA

Per **ridurre i consumi energetici** di un punto vendita Coop, vengono adottate le seguenti **tecnologie impiantistiche e costruttive**:

- sistemi di telecontrollo e regolazione
- caldaie a condensazione
- free cooling e recupero di calore dall'aria espulsa
- recupero di calore dai frigoriferi alimentari
- lampade a risparmio energetico, dimmerizzazione e sfruttamento della luce naturale
- inverter su pompe e ventilatori
- copertura dei banchi dei surgelati
- risparmio dell'acqua e raccolta delle acque meteoriche
- produzione e utilizzo di energia da fonti rinnovabili

Interventi di efficientamento energetico nella rete di Coop Lombardia nel 2018

	Tipologia di intervento			
Tipologia di negozio	**Relamping**	**Adeguamento telegestione**	**Adeguamento telegestione e relamping**	**Totale negozi efficientati**
Supermercati	6	9	19	34
Ipermercati		8	2	10
Totale	**6**	**17**	**21**	**44**

Questi interventi hanno consentito di risparmiare **1.213.315 kWh, pari a – 2,8%** del consumo totale.
Nel 2018 inoltre sono stati installati **4 nuovi impianti fotovoltaici** e **12 colonnine di ricarica per le auto elettriche**.

	Potenza impianto fotovoltaico	Postazioni di ricarica per auto elettriche
Ipercoop Flaminia (Brescia)	300 kWp	4
Coop Duca d'Aosta (Busto Arsizio)	65 kWp	2
Coop Repubblica (Busto Arsizio)	12 kWp	/
Coop Parabiago	109 kWp	2
Enercoop Opera	/	4

BENESSERE ANIMALE

Si vedano le pp. 126-128 del presente documento

Con la campagna **Alleviamo la salute**, Coop si impegna a migliorare le condizioni di allevamento degli animali per eliminare o ridurre l'utilizzo degli antibiotici, contrastando così il fenomeno della antibiotico-resistenza e offrendo ai consumatori maggiori garanzie per quanto riguarda la loro salute. Per questo **il benessere animale è nell'interesse di tutti.**

L'impegno di Coop è massimo in particolare per le **filiere controllate**, dove vi sono le maggiori garanzie sul prodotto grazie alla conoscenza e al controllo di tutte le fasi della produzione, partendo dai mangimifici e passando attraverso tutte le fasi di lavorazione fino al prodotto finito.

Il benessere animale è nell'interesse di tutti

La campagna **Alleviamo la salute** è stata festeggiata il 23 ottobre 2018 presso il **parco tecnologico padano** di Lodi.

All'evento erano presenti **oltre 200 fornitori Coop** e tutti i principali attori delle filiere di carne a marchio, uova e derivati, nonché i maggiori stakeholder e le istituzioni interessate alla tematica della riduzione degli antibiotici in allevamento.

Alcune parole chiave hanno fatto da guida ai vari momenti dell'evento – nell'ordine: **discontinuità, integrazione, italianità, innovazione, cambiamento e leadership** – che ha ripercorso le tappe e le principali tematiche del progetto, dando la parola direttamente a fornitori e allevatori delle filiere di carne a marchio Coop.

In questa occasione Coop ha condiviso vive testimonianze, ma soprattutto si è proiettata verso nuove sfide future, basandosi sempre sui criteri della sicurezza, della qualità e della difesa dell'ambiente e rilanciando con richieste di ulteriori garanzie sui temi del benessere animale, della bio-sicurezza e sull'uso di antibiotici.

Dichiarazione ambientale di prodotti EPD® per la carne bovina Coop

A partire dal 2013 **Coop Italia** ha deciso di **certificare**, prima al mondo, **la propria filiera italiana di vitello a carne bianca e bovino adulto**, entrambi a marchio Coop. A fine 2016, ha rinnovato tale certificazione attraverso la pianificazione, per entrambe le filiere, di verifiche di parte terza dei modelli di calcolo a supporto della **certificazione EPD®** e, in campo, presso i fornitori e gli impianti di macellazione. La puntuale misurazione dell'impatto ambientale dell'intero processo produttivo, analizzato attraverso la **metodologia L.C.A.** (Analisi del Ciclo di Vita), ha permesso di individuare le fasi a maggiore impatto della filiera, come la produzione degli alimenti zootecnici, la fermentazione enterica degli animali o la gestione delle deiezioni.

La verifica di sorveglianza svoltasi nel 2018 ha confermato la **validità dei documenti EPD®** attualmente pubblicati (https://www.environdec.com/Detail/?Epd=9590; https://www.environdec.com/Detail/?Epd=9591).

Sulla base delle EPD pubblicate nel 2016 e ancora in corso di validità, si può affermare che:

- l'impronta di carbonio per un chilogrammo di carne di vitello (a carne bianca), suddivisa nelle quattro principali fasi che la caratterizzano (allevamento, macellazione, lavorazione della carne e trasporto), è di **22 kg di CO_2 equivalenti**.
- l'impronta di carbonio per un chilogrammo di carne di bovino adulto, suddivisa nelle quattro principali fasi che la caratterizzano (allevamento, macellazione, lavorazione della carne e trasporto), è di **22,5 kg di CO_2 equivalenti**.

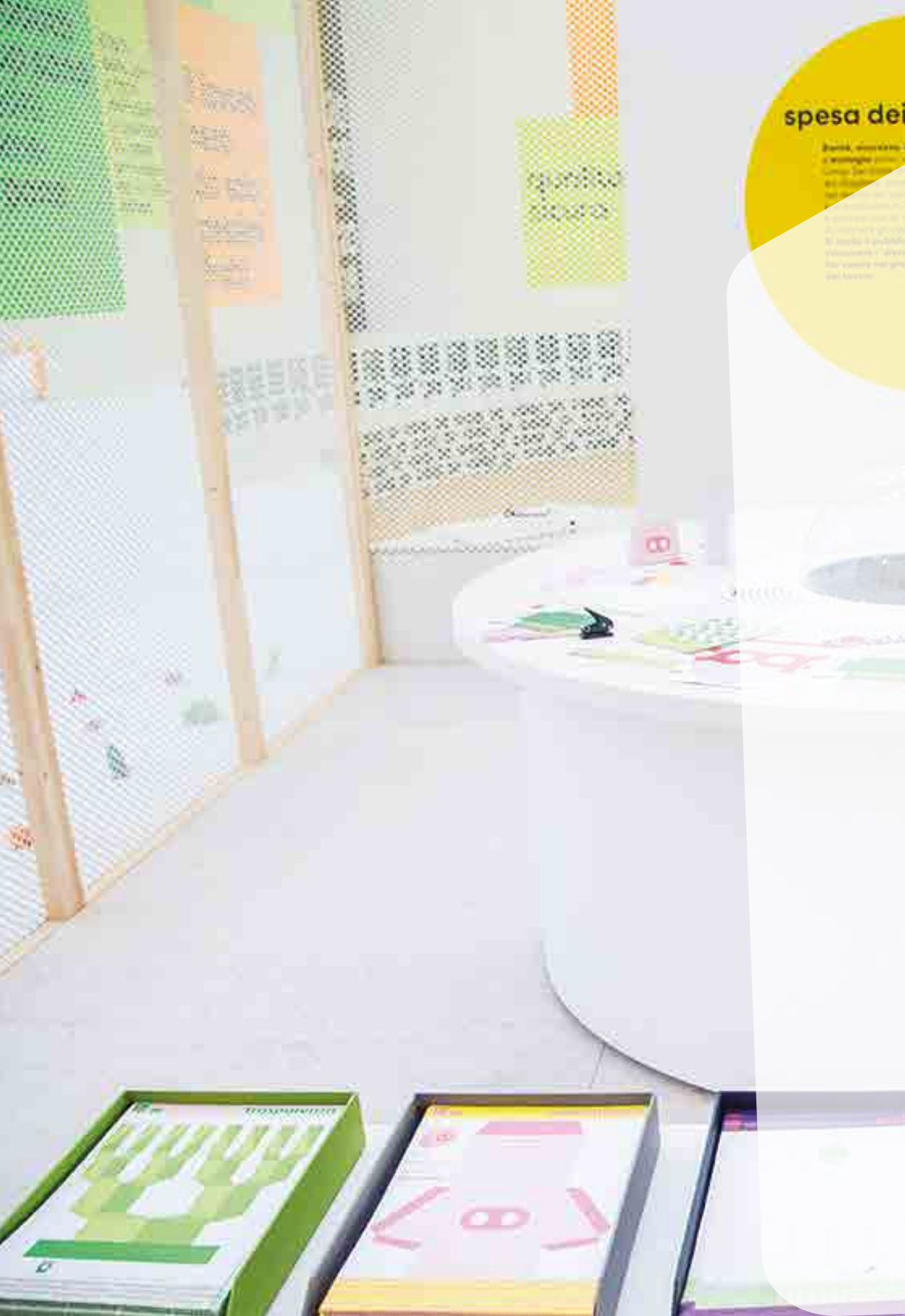
Molti allevamenti, fornitori di Coop, sono dotati di impianti fotovoltaici o impianti di digestione anaerobica delle deiezioni prodotte dai bovini. Il biogas prodotto all'interno dei digestori viene bruciato in cogeneratori annessi all'impianto allo scopo di produrre energia termica ed elettrica, in parte utilizzate in loco e in parte immesse in rete.

IL CALCOLATORE D'IMPATTO AMBIENTALE: L'IMPRONTA DELLA TUA SPESA

I prodotti che consumiamo, prima di arrivare sulla nostra tavola, attraversano fasi di produzione e distribuzione che generano impatti sull'ambiente, in particolare emissioni nell'aria di gas sera misurati in CO_2.

Il **calcolatore d'impatto ambientale** di Coop, inserito nel sito **e-coop.it**, nasce per rendere consapevoli i consumatori dell'impronta che spesa e alimentazione hanno sull'ambiente. In questo modo, sarà possibile simulare la propria spesa, facendo riferimento alle principali tipologie di prodotti che finiscono normalmente nel carrello.

Per iniziare è sufficiente indicare per **quante persone** e per **quanti giorni** si fa la spesa, per poi aggiungere i prodotti nelle quantità che si ritiene di consumare nei giorni indicati. Verrà quindi **calcolata l'emissione di CO_2** della spesa, convertendola **su base settimanale** per persona, e saranno forniti alcuni suggerimenti per un'alimentazione all'insegna della sostenibilità ambientale ma anche della salute.


spesa dei
Trasparenza

VALORE CULTURALE

VALORE CULTURALE

IN CIFRE

SAPERE COOP

STUDENTI
20.714

CLASSI
870

INSEGNANTI
1.793

INCONTRI
2.401

COOP MUSIC AWARDS

EDIZIONI
7

MUSICISTI
70

COOP FOR WORDS

EDIZIONI
16

AUTORI
436

COOP PER LA SCUOLA

EDIZIONI
6

SCUOLE
3.804

PRODOTTI DONATI
6.134

VALORE PRODOTTI DONATI
€ 719.902

UNA MANO PER LA SCUOLA

EDIZIONI
3

PUNTI VENDITA
37

MATERIALE DIDATTICO DONATO
54.144

VALORE MATERIALE DONATO
€ 113.650

LA COMUNICAZIONE DIGITALE DI COOP LOMBARDIA

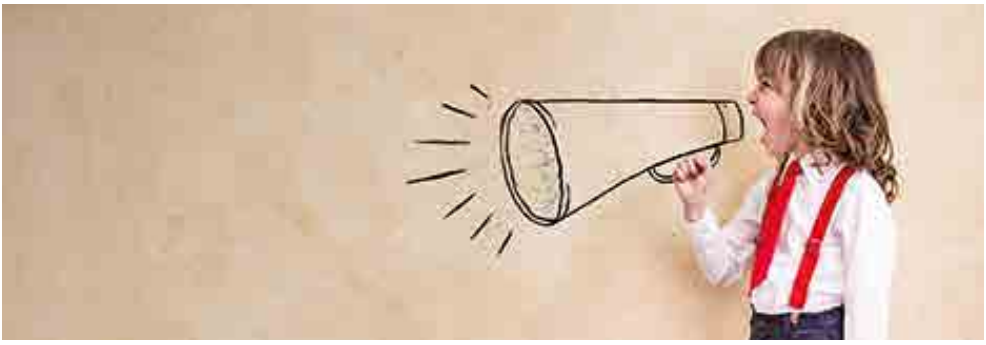
UTENTI DEL PORTALE PARTECIPACOOP.ORG
100.000

FAN
91.446

UTENTI RAGGIUNTI
22 milioni

APERTURA NEWSLETTER
+ 30%

INTERAZIONI
207.000



L'attenzione di Coop Lombardia verso i giovani e il mondo della scuola si traduce nella formulazione di un'**offerta didattica e formativa gratuita** per gli istituti di ogni ordine e grado: un patrimonio di conoscenze che nel tempo ha fatto scuola e, a partire dal 1999, è riconosciuto anche dal Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca.

SCUOLA, RICERCA, PREVENZIONE E COMUNICAZIONE

Sul fronte della **cultura**, alle ormai tradizionali iniziative legate alla scuola, si sono aggiunti nel 2018 altri nuovi progetti, realizzati in collaborazione con l'**Istituto Europeo di Oncologia** e mirati a sensibilizzare i cittadini nei confronti di una tematica fondamentale come il **ruolo dell'alimentazione nella prevenzione delle malattie oncologiche**.

È proseguito anche l'impegno della Cooperativa nell'informare gli stakeholder in merito alla propria attività, non solo attraverso la pubblicazione del **bilancio sociale**, insignito l'anno scorso del **Vivisalute Award**, ma anche con campagne e **strumenti di comunicazione trasparenti e innovativi** che hanno saputo raccontare al meglio l'identità e i valori di Coop.

Saperecoop

Attraverso il progetto **Saperecoop**, Coop Lombardia mette a disposizione di tutte le scuole, di ogni ordine e grado, una ricca offerta di proposte didattiche per educare i futuri cittadini a **scelte di consumo responsabili e consapevoli** attraverso laboratori, animazioni ed esperienze di didattica cooperativa.

Nel 2018, in Lombardia, **1.793 insegnanti** hanno impegnato **20.714 studenti** di **870 classi** – 39 dell'infanzia, 274 della scuola primaria, 319 della scuola media inferiore e 238 della scuola superiore – partecipando a **2.401 incontri** su percorsi a tema quali **Ambiente e sostenibilità**, **Cibo: salute e benessere** e **Cittadinanza e cooperazione**, con la possibilità per le scuole di rendicontare le attività svolte dai propri studenti sul portale **www.saperecoop-lombardia.it**.

SAPERECOOP

1.793
INSEGNANTI

20.714
STUDENTI

870
CLASSI

2.401
INCONTRI

Coop per la scuola

COOP PER LA SCUOLA

3.804
SCUOLE DEL TERRITORIO LOMBARDO

6.134
PRODOTTI DONATI

719.902
EURO VALORE DEI PRODOTTI

Nel corso dell'esercizio 2018 è stata promossa la **6ª edizione di Coop per la scuola**, iniziativa nata per sostenere le scuole che si trovano in difficoltà a causa della carenza di risorse da destinare alle attrezzature tecnologiche e agli strumenti didattici.

Nel 2018 la relazione forte e consolidata di Coop Lombardia con gli istituti scolastici è stata confermata e ha trovato nuova linfa vitale: a iscriversi quest'anno sono state **3.804 scuole del territorio lombardo**, segnando un **incremento del 95%** rispetto alle 1.814 dell'anno precedente.

Gli straordinari risultati raggiunti hanno permesso a Coop per la scuola di essere prima accolto quale progetto del Consorzio Nordovest, poi di diventare, a partire dal 2019, un'**iniziativa di stampo nazionale** adottata da Coop Italia per tutte le grandi cooperative di consumo del suo circuito.

Una mano per la scuola

Per offrire un supporto alle famiglie in difficoltà con figli in età scolare, nel 2018 Coop Lombardia ha promosso la **3ª edizione** della raccolta solidale di materiale didattico **Una mano per la scuola**.

Nel fine settimana dal 6 al 9 settembre, in **37 punti vendita** si è svolta una colletta che ha visto impegnato il personale Coop insieme ai volontari di 41 onlus e associazioni territoriali per raccogliere donazioni di **54.144 pezzi** di **materiale didattico** del valore complessivo di **113.650 euro**.

UNA MANO PER LA SCUOLA

37
PUNTI VENDITA

54.144
MATERIALE DIDATTICO DONATO

Collaborazioni con scuole secondarie e università

Al fine di attrarre giovani talenti tra i diplomati e i laureati, Coop Lombardia ha attivato nuove **collaborazioni con diverse scuole secondarie**, in modo particolare con gli istituti alberghieri delle province di Milano e Varese.

In diverse occasioni la Cooperativa è stata ospite presso le scuole interessate, dove ha presentato agli studenti la sua realtà lavorativa e le sue **opportunità di inserimento e crescita professionale**. Inoltre, alcune scolaresche sono state accolte presso l'Ipercoop di Sesto San Giovanni, dove hanno assistito a una presentazione "sul campo" dei mestieri valorizzati dalla Cooperativa.

Il 2018 ha visto anche la partecipazione di Coop Lombardia ai **career day** organizzati da prestigiosi atenei come l'**Università Cattolica del Sacro Cuore**, l'**Università Bocconi**, l'**Università di Milano-Bicocca** e l'**Università Carlo Cattaneo – LIUC**: eventi che le hanno dato l'opportunità di entrare in contatto con centinaia di laureandi e laureati interessati al mondo della grande distribuzione organizzata.

Coop for Words

Coop for Words è il premio artistico-letterario, giunto alla sua **16ª edizione**, istituito da Coop Lombardia insieme a Coop Alleanza 3.0, Coop Reno e Unicoop Firenze. Dedicato agli **under 39** e diviso in più categorie – poesia, racconti dello scontrino, podcast, canzone d'autore e articolo di giornale – nel 2018 il concorso ha visto la partecipazione di **533 opere** presentate da **436 autori**. I vincitori sono stati premiati all'interno della prestigiosa cornice del **Festival della Letteratura di Mantova** da una giuria d'onore presieduta dallo scrittore **Carlo Lucarelli**.

COOP FOR WORDS

533
OPERE

436
AUTORI

MaggioLAB

MaggioLAB è invece la competizione che dà agli **studenti delle scuole secondarie di primo grado** la possibilità di cimentarsi nel riscrivere il finale di libri famosi: un nuovo concorso ideato per trasmettere ai bambini il piacere della lettura e della scrittura, che nel 2018 ha visto il coinvolgimento di tutta la città di Milano.

Coop Music Awards - Premio Bertolini

Nel novembre 2018 si è svolta a Cremona la **7ª edizione di Coop Music Awards – Premio Antonio Bertolini**, concorso internazionale di musica classica, quest'anno dedicato alla musica da camera.

Il premio è stato voluto da Coop Lombardia per ricordare la figura di Antonio Bertolini, grande cooperatore e convinto assertore, nelle idee e nelle azioni, dell'importanza di arte e cultura nello sviluppo della società.

Il concorso, sotto la direzione artistica del Maestro Luca Schieppati, ha visto la partecipazione di **29 ensemble**, per un totale di **oltre 70 musicisti** provenienti da Giappone, Repubblica Ceca, Russia, Cina, Germania, Stati Uniti, Francia, Corea, Spagna e naturalmente Italia.

Dopo un attento lavoro di selezione, la giuria ha assegnato il **1° premio al Trio Incendio** (pianoforte, violino e violoncello), il **2° premio al Gaia String Quartet** (quartetto d'archi) e il **3° premio ex-aequo allo Yugen Piano Trio** (pianoforte, violino e violoncello) e al **Trio Azure** (pianoforte, violino e violoncello).

Progetto Smartfood

L'avvio del **progetto Smartfood** vede dal 2018 Coop Lombardia a fianco dell'**Istituto Europeo di Oncologia (IEO)** in un'ambiziosa collaborazione tesa a sviluppare informazione e sensibilizzazione verso ciò che la scienza afferma sul potere del cibo e della corretta alimentazione rispetto alla prevenzione delle malattie. All'interno dei punti vendita sono state realizzate le **isole Smartfood**, dove è possibile trovare informazioni e prodotti stagionali selezionati dal team IEO, e per informare al meglio soci e clienti è stata istituita la figura del **cantastorie Smartfood**, riservata a dipendenti formati direttamente dagli specialisti dello IEO.

Nel 2018 è stato inoltre organizzato un **ciclo di seminari** in cui esperti dell'Istituto hanno presentato non solo i loro studi, ma anche poche semplici regole per rendere più "smart" la dieta quotidiana delle persone.
Le attività sono state accompagnate da momenti di **raccolta fondi a supporto della ricerca scientifica** per la lotta alle malattie oncologiche e dalla possibilità, per i soci, di utilizzare i propri punti per prenotare **visite mediche presso lo IEO a tariffe agevolate**.

Progetto Vivismart

Il 2018 è stato anche l'anno del **progetto Vivismart**, il cui scopo è diffondere **buone abitudini alimentari**, rilanciando la dieta mediterranea a cominciare dalle scuole e dagli studenti.

Sviluppato attraverso un'alleanza con Barilla e Danone, nel suo primo anno sperimentale Vivismart ha coinvolto **4 città italiane**, tra cui Milano.

Al progetto hanno aderito **350 bambini** del capoluogo lombardo, che hanno potuto partecipare a percorsi dedicati a riscoprire l'equilibrio e la necessità di un regime alimentare ricco di acqua, frutta e verdura. Ma la sinergia non finisce qui: sono stati coinvolti anche specialisti di medicina generale che hanno seguito **25 famiglie con problemi di obesità**.

Totem interattivi sono stati attivati in punti vendita Coop Lombardia selezionati, e un'**app** è stata sviluppata per permettere alle persone di avere sempre con sé le istruzioni dei nutrizionisti. Secondo le stime, il progetto ha coinvolto **circa 1,4 milioni di cittadini**.

PROGETTO VIVISMART

4
CITTÀ COINVOLTE

350
BAMBINI

1,4
MILIONI DI CITTADINI COINVOLTI

Io ero, sono, sarò

Io ero, sono, sarò è un progetto editoriale e fotografico nato da un'idea di Coop Lombardia in partnership con l'**Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro**, allo scopo di attirare l'attenzione sulla diffusione del **tumore al seno**. È stato realizzato grazie alla preziosa collaborazione della giornalista e fotografa Silvia Amodio con il patrocinio dell'Unione Europea, dei ministeri della Sanità e dei Beni Culturali, della Regione Lombardia e del Comune di Milano.

L'iniziativa ha previsto l'allestimento di una **mostra composta da 50 fotografie** – ospitata dal Castello Sforzesco di Milano dal 19 maggio al 19 giugno 2018 e dall'**Istituto Europeo di Oncologia (IEO)** dal 17 ottobre al 26 novembre 2018 – e la pubblicazione di un **libro-catalogo fotografico** corredato dalle storie delle donne che hanno partecipato al progetto e da una serie di articoli scientifici e istituzionali.

L'intenzione di Silvia Amodio è stata fin da subito quella di dar vita a immagini delicate che, nonostante la durezza del tema, non respingessero l'osservatore e, al tempo stesso, raccontassero la malattia con onestà. Per questo la fotografa ha scelto di usare come filo conduttore un velo, vezzo tipicamente femminile che

le ha consentito di mostrare con garbo e sensibilità non solo le parti del corpo colpite dal male, ma anche cicatrici profonde non sempre visibili.

L'iniziativa, curata dall'autrice insieme a Luca Perreca, ha avuto la capacità di creare una comunità di donne che, incontratesi grazie al progetto fotografico, hanno dato vita a una pagina Facebook e a un sito web con il nome dell'iniziativa (**www.ioerosonosaro.it**), con l'intento di raccontare ancora meglio la testimonianza delle protagoniste della mostra e di raccoglierne di nuove.

Vivisalute Award premia il Bilancio sociale

A ottobre dell'anno scorso, nel corso di una tavola rotonda sul tema della prevenzione ospitata dall'Università Bocconi di Milano, l'associazione Vivisalute ha conferito a **Coop Lombardia** la targa **Vivisalute Award**.

Il premio ha riconosciuto l'impegno nell'offrire ai cittadini un servizio qualificato e d'eccellenza tramite la pubblicazione del **Bilancio sociale**, inteso come strumento per comunicare comportamenti coerenti finalizzati al benessere e per restituire ai soci e a tutti gli altri stakeholder informazioni e dati che rappresentano l'interdipendenza dei fattori economici con quelli sociali e ambientali, e l'impatto che essi hanno all'interno e all'esterno della Cooperativa.

SOCIETÀ SPORTIVE SUL TERRITORIO

Per ulteriori approfondimenti, si vedano le interviste ad alcune delle società sportive sostenute alle pp. 180-193 del capitolo dedicato alle testimonianze degli stakeholder

Nel 2018 sono state instaurate anche importanti **partnership con società sportive** che condividono con la Cooperativa gli stessi ideali di impegno civile e una visione dello sport quale strumento non solo di divertimento ma anche di crescita e benessere dei più giovani, come il **Rugby Parabiago**, la **Ginnastica Pro Patria di Busto Arsizio**, **Rari Nantes Crema**, **AN Brescia Pallanuoto** e **U.S. Cremonese**.

In particolare, la partnership con il Rugby Parabiago e con la U.S. Cremonese ha portato all'apertura, all'interno dei punti vendita di Parabiago e Cremona, di un **corner per la vendita** del merchandising delle squadre coinvolte, con l'obiettivo di valorizzare il territorio e cementare le comunità attraverso i legami sociali tipici di una società sportiva. Con lo stesso spirito è stata lanciata una **raccolta di figurine** dedicate a tutti i **400 tesserati** della società sportiva cremonese, dai "primi calci" ai giocatori della prima squadra.

LA COMUNICAZIONE DIGITALE

Sul versante della **comunicazione digitale**, il 2018 è stato un anno di consolidamento per il sito **partecipacoop.org**, strumento fondamentale per raccontare le attività sociali della Cooperativa. Lo scorso anno è stato registrato l'accesso di **oltre 100.000 utenti**, con **230.000 visualizzazioni**. Le iniziative sociali hanno trovato spazio anche nella newsletter settimanale, che ha riportato un **tasso di apertura maggiore del 30%** e un'ottima percentuale di click.

Nel 2018 la pagina **Facebook** di Coop Lombardia ha raggiunto **91.446 fan**, con una **crescita organica del +4,5%** rispetto all'anno precedente. Non solo, gli utenti unici raggiunti sono stati più di 22 milioni e hanno generato oltre **207.000 interazioni**. Il piano editoriale della pagina è ampio e variegato e ha l'obiettivo di raccontare le principali aree di lavoro, i valori e il mondo della Cooperativa.

Instagram è il social che parla ai giovani attraverso immagini fotografiche di impatto. Nel 2018 la Cooperativa si è rivolta a un pubblico compreso tra i 25 e i 34 anni, **ampliando la base fan del 73%** e raggiungendo i **951 follower**. Grazie alla pubblicazione costante di storie coinvolgenti, sono state raggiunte **33.000 impression** e, con i contenuti pubblicati nel feed, **26.467 impression** e **2.209 interazioni**.

Su **LinkedIn** Coop Lombardia ha la possibilità di raccontarsi come azienda dinamica alla ricerca di persone motivate e di parlare dei suoi valori fondanti, mostrandosi come un **good place to work**. Nel 2018 il canale ha raggiunto **8.684 follower**, ottenendo oltre **350.000 visualizzazioni** e circa **2.700 interazioni**.

Twitter è lo strumento di comunicazione istituzionale, dove la presenza della Cooperativa è stata consolidata nel 2018 da un **incremento di 112 follower**, **oltre 130.000 visualizzazioni** e quasi **5.000 visite** al profilo.

PRESENZA COOP LOMBARDIA SUI SOCIAL MEDIA

FACEBOOK
207.000
INTERAZIONI

91.446
FAN

INSTAGRAM
2.209
INTERAZIONI

951
FOLLOWER

LINKEDIN
2.700
INTERAZIONI

8.684
FOLLOWER

TWITTER
5.000
VISITE

130.000
VISUALIZZAZIONI

TESTIMONIANZE

I VALORI COOP NELLE ESPERIENZE DEI PARTNER SUL TERRITORIO

La pratica sportiva e l'attività motoria sono molto importanti per il benessere e per la salute della persona, a qualsiasi età. Per i bambini e i ragazzi, in particolare, lo sport è il contesto in cui si forma non solo il corpo, ma anche la personalità: la società sportiva è l'ambiente in cui si sperimenta l'amicizia con i compagni, la relazione con gli istruttori, la competizione leale con gli avversari, l'educazione alle regole. Attraverso lo sport facciamo esperienza del mondo e ci mettiamo alla prova.
Le associazioni e i gruppi sportivi, inoltre, hanno un ruolo fondamentale per le comunità a cui si rivolgono. Offrono spazi e attività che aggregano e includono, sono punti di riferimento per la trasmissione e la condivisione di valori quali la solidarietà, la legalità, la sostenibilità.
Coop Lombardia ha una lunga tradizione di partnership con società sportive con cui condivide valori e di cui sostiene, direttamente o attraverso speciali manifestazioni, le attività.
Per alcune di queste, come l'**Associazione Ciclistica Dilettantistica Lavena Coop Ponte Tresa**, in provincia di Varese, o la **polisportiva Volley Novate**, la Cooperativa è un partner storico che campeggia sulle divise. Per altre, come lo **Zanetti Volley Bergamo**, che oltre al team di Serie A femminile ha un ampio bacino di squadre giovanili, le collaborazioni si sono attivate soprattutto per le iniziative di avviamento allo sport rivolte a bambini e ragazzi. Per altre ancora, come il **Rugby Parabiago** o la **Ginnastica Pro Patria** di **Busto Arsizio**, il rapporto è nato in tempi recenti e in occasione delle aperture dei nuovi negozi.
A queste, in rappresentanza delle numerosissime società sportive lombarde che lavorano sul territorio insieme alla Cooperativa, è stato chiesto di raccontare qual è l'impatto del sodalizio con Coop Lombardia sulle famiglie, sugli sportivi e sui tifosi. La loro testimonianza è preziosa per la capacità di leggere le esigenze della comunità a cui si rivolgono e per la loro esperienza di dialogo con la pluralità di voci che il mondo dello sport ogni giorno sa unire.

Ginnastica Pro Patria, un incontro al momento giusto

INTERVISTA A
ROSARIO VADALÀ
Presidente

Qual è il vostro rapporto con Coop Lombardia? Come nasce?
Nasce da una nostra richiesta di sponsorizzazione a fine 2018. Con il nuovo anno la partnership si è concretizzata in un sostegno economico e nella distribuzione di una tessera dedicata ai nostri tifosi, che facendo gli acquisti alla Coop, possono sostenere la società donando il 3% della spesa.

Quale impatto hanno avuto sul territorio le iniziative con Coop?
Naturalmente sono solo pochi mesi che collaboriamo, ma le prime manifestazioni sono state molto partecipate, sia durante la gara nazionale che abbiamo ospitato lo scorso 24 febbraio, sia nelle diverse attività organizzate nella nostra sede di viale Duca D'Aosta.

Cosa significa per voi Coop Lombardia?
Per noi ha sempre significato qualità dei prodotti, disponibilità del personale, un negozio in cui fare la spesa serenamente. Ora siamo felici che un soggetto così importante dedichi tanta attenzione a noi e al nostro territorio. CI siamo incontrati al momento giusto.

Progetti per il futuro?
Stiamo progettando nuove iniziative, non c'è ancora nulla di definito ma sicuramente ci auguriamo di poter collaborare ancora per tanto tempo.

SOCIETÀ SPORTIVA
ASD GINNASTICA PRO PATRIA BUSTESE SPORTIVA

SEDE
BUSTO ARSIZIO (VA) VIA ARIOSTO 1

N. ISCRITTI
OLTRE 500

SEZIONI
GINNASTICA ARTISTICA MASCHILE, FEMMINILE, RITMICA E AMATORIALE

SITO
www.ginnasticapropatriabustese.it

Avere a cuore il territorio, insieme a Rugby Parabiago

INTERVISTA A
CRISTIANO BIENATI
Direttore Sportivo e Responsabile Marketing

Qual è il vostro rapporto con Coop Lombardia? Come nasce?
Il rapporto con Coop è nato di recente, nel luglio 2018, nei mesi precedenti all'apertura del punto vendita di Parabiago.
Coop Lombardia ci ha riconosciuto come una realtà solida e strutturata, con una lunga storia, radicata sul territorio e inserita nel tessuto sociale parabiaghese. Un partner su cui fare affidamento per avviare un dialogo con la nostra comunità.

Quali iniziative avete avviato con Coop e quale impatto hanno avuto sui vostri tifosi?
La prima grande novità è una speciale tessera fedeltà dedicata ai nostri tesserati e tifosi che vanno a fare la spesa alla Coop, che consente di destinare una piccola parte di tutti gli acquisti alle attività del club.
Molto bella e apprezzata anche l'idea di inserire all'interno del punto vendita un corner dedicato al nostro merchandising.

Un'iniziativa che sta avendo un riscontro molto positivo, sia tra i tifosi che tra gli abitanti di Parabiago che hanno a cuore il nostro club.

Coop Lombardia e i valori Coop sono un riferimento per voi?
Coop è sicuramente un partner con cui poter costruire un progetto molto importante e a lungo termine. Coop ha a cuore il socio, che è al centro di ogni attività e progetto:
una filosofia che condividiamo pienamente anche noi, che da sempre mettiamo al centro del club i nostri atleti, dai più piccoli ai più grandi, pensando al loro benessere e a dare loro la possibilità di vivere un ambiente sano e positivo, con grandi valori.

Progetti per il futuro?
Essere sempre più vicini, costruendo sinergie sempre più importanti nel segno dei valori che condividiamo.

SOCIETÀ SPORTIVA
RUGBY PARABIAGO 1948

SEDE
PARABIAGO (VA), VIA CARSO

N. ISCRITTI
898

ATLETI
450 + 350 BAMBINI 2-5 ANNI PROGETTO RUGBYTOTS

SQUADRE
GIOVANILI UNDER 6 E UNDER 18 MASCHILE E FEMMINILE, SERIE A MASCHILE, SERIE C1 NAZIONALE MASCHILE, SERIE A FEMMINILE

WEB/SOCIAL
rugbyparabiago.com
FACEBOOK E INSTAGRAM:
@rugbyparabiago1948

Giovani atleti crescono con Zanetti Volley Bergamo

INTERVISTA A
STEFANO CALVO
Responsabile Marketing

Qual è il vostro rapporto con Coop Lombardia? Come nasce?
Nasce dalla volontà comune di supportare lo sport tra i più giovani. Coop per esempio sostiene *Un assaggio di pallavolo*, progetto per promuovere le attività motorie a scuola attraverso il giocosport del minivolley, e lo Zanetti Volley Camp, che offre a bambini e ragazzi la possibilità di praticare pallavolo anche nel periodo estivo, unendo il divertimento alla sana alimentazione e al benessere. Coop Lombardia, da sempre sensibile a uno stile di vita consapevole, ci affianca in un percorso formativo per diffondere nelle scuole una corretta cultura alimentare e in generale per supportare gli insegnanti nel lavoro di conoscenza e di comunicazione di processi educativi.

Quale impatto hanno avuto sui tifosi le iniziative con Coop?
Grande riscontro e grande interazione, soprattutto su Instagram e Facebook, i

principali canali social seguiti dai nostri tifosi, in particolare dai più giovani. Nel corso della stagione agonistica il numero di condivisioni cresce sempre di più.

Cosa significa per voi Coop Lombardia?
Dal 2012 è un partner e un punto di riferimento per le nostre iniziative legate alle famiglie e ai supporter più giovani, per diffondere i valori di educazione e cultura sportiva, lealtà e salute per il benessere della persona che il Volley Bergamo condivide con Coop.

Progetti per il futuro?
Continuare insieme a diffondere la cultura dello sport. Nelle scuole, nel nostro settore giovanile e con le tante famiglie che riempiono il palasport di Bergamo e partecipano alle nostre manifestazioni.

SOCIETÀ SPORTIVA
ZANETTI VOLLEY BERGAMO

SEDE
VIA ALBRICCI, 11/A BERGAMO

ATLETI
243

SQUADRE
SERIE A1 FEMMINILE, GIOVANILI DA MINIVOLLEY A UNDER 18

SITO
volleybergamo.it
FACEBOOK E TWITTER
@volleybergamo
INSTAGRAM
@Volley Bergamo

Sempre al fianco delle ragazze della Novate Volley

INTERVISTA A
ISABELLA BOSCARATO
Presidente

Qual è il vostro rapporto con Coop Lombardia? Come nasce?
Il nostro rapporto con Coop Lombardia è una storia di collaborazione e stima reciproca, iniziata circa 40 anni fa grazie alla famiglia Scatena, che ha voluto realizzare un luogo di aggregazione e gioco per le ragazze della città di Novate e per le loro famiglie. La polisportiva nasce infatti come società femminile, e ancora oggi per noi è un onore avere il sostegno di Venezia Scatena.

Quale impatto hanno avuto sul territorio le iniziative con Coop?
Più che positivo, sui nostri tifosi soci e per il territorio. Grazie alla collaborazione con Coop abbiamo organizzato per due anni consecutivi un incontro di formazione, rivolto alle nostre ragazze e alle loro famiglie, tenuto dalla dott.ssa Alessandra Zambelli, tecnologo alimentare e consulente in ambito sicurezza ed educazione alimentare.
A livello prettamente sportivo, subito dopo l'inaugurazione della palestra ristrutturata

di via Brodolini e del nuovo supermercato, abbiamo rinnovato l'organizzazione del Trofeo Coop Lombardia.
In quell'occasione, le nostre ragazze con le loro famiglie hanno visitato tutti i reparti del supermercato, soffermandosi su alcuni prodotti Coop.

Cosa significa per voi Coop Lombardia?
Esperienza, professionalità, serietà e freschezza dei prodotti.
I valori Coop sono un riferimento. Cerchiamo di trasmettere con impegno e serietà a tutti, soprattutto ai ragazzi in fase di crescita, l'importanza della nutrizione in ambito sportivo, evidenziando il sacrificio e il valore del gruppo.

Progetti per il futuro?
In futuro ci auguriamo di continuare la nostra collaborazione cercando di trasmettere sempre di più i valori Coop attraverso la disciplina sportiva.

SOCIETÀ SPORTIVA
POLISPORTIVA COOP NOVATE VOLLEY ASD

SEDE
VIA BERTOLA 12, NOVATE (MI)

ISCRITTI
120

ATLETI
85

SQUADRE
8 SQUADRE, DAL MINIVOLLEY ALLA SERIE C

WEB/SOCIAL
polnovatevolley.it
FACEBOOK
@polisportivanovatevolley
INSTAGRAM
@coopnovatevolley

In sella a costo zero con Ciclistica Lavena Coop Ponte Tresa

INTERVISTA A
ROSANNA GUARNERI
Presidente

Come nasce il vostro rapporto con Coop Lombardia?

Lo storico sodalizio della Società Ciclistica Lavena Ponte Tresa con Coop nasce nel 1975, e da allora sulle nostre divise è stampato il logo, trasformato negli anni in Coop Lombardia.

Quale impatto hanno avuto sul territorio le iniziative con Coop?

Grazie al contributo di Coop Lombardia, ragazze e ragazzi dai 5 ai 16 anni possono praticare il ciclismo, utilizzando biciclette da corsa a costo zero per le famiglie e vestendo le divise con i nostri colori e il marchio Coop.

Cosa significa per voi Coop Lombardia?
Ci accomuna l'obiettivo di promuovere e sostenere lo sport, con particolare attenzione agli atleti più giovani. Oggi la società è in continua crescita grazie all'affiatamento e alla coesione dei suoi dirigenti, delle istituzioni sul territorio, dei nostri sponsor e naturalmente delle famiglie dei nostri tesserati.

Progetti per il futuro?
Proseguire nella nostra attività, con Coop sempre al nostro fianco, confermando gli ottimi risultati del 2018, in cui abbiamo organizzato 4 gare e ottenuto grandi soddisfazioni dai nostri giovani atleti.

SOCIETÀ SPORTIVA
ACD LAVENA COOP PONTE TRESA

SEDE
VIA A.DOVRANA 12, LAVENA PONTE TRESA (VA)

VELODROMO
VIA BOSCHIVA

ATLETI
31 NELLE CATEGORIE GIOVANISSIMI, ESORDIENTI ALLIEVI E AMATORI

WEB E SOCIAL
acdlavenacoop.it
FACEBOOK
@LavenaCoopPonteTresa


servitevi
da soli
io
tutto
alla
coop
contro
l'inquinamento
delle acque,
del suolo
e dell'atmosfera
lotta al carovita
19
68
-
19
77

RETE DI VENDITA


Lavena Ponte Tresa 10
11 Laveno Mombello
VARESE 19
Malnate 19
6 COMO
Cantù 5
Mapello 13
4 Cassano Magnago
4 Busto Arsizio
Desio 9
Muggiò 14
Arcore 1
Villasanta 1
MONZA 1
Treviglio 18
MILANO
Vigevano 20
LODI 12
PAVIA 15
Voghera 21

Coop Lombardia è presente in tutta la regione con i propri 56 punti vendita, a cui si aggiungono le 4 stazioni di carburante Enercoop.

- SUPERMERCATI COOP
- IPERCOOP
- ENERCOOP

COMITATI SOCI DI ZONA

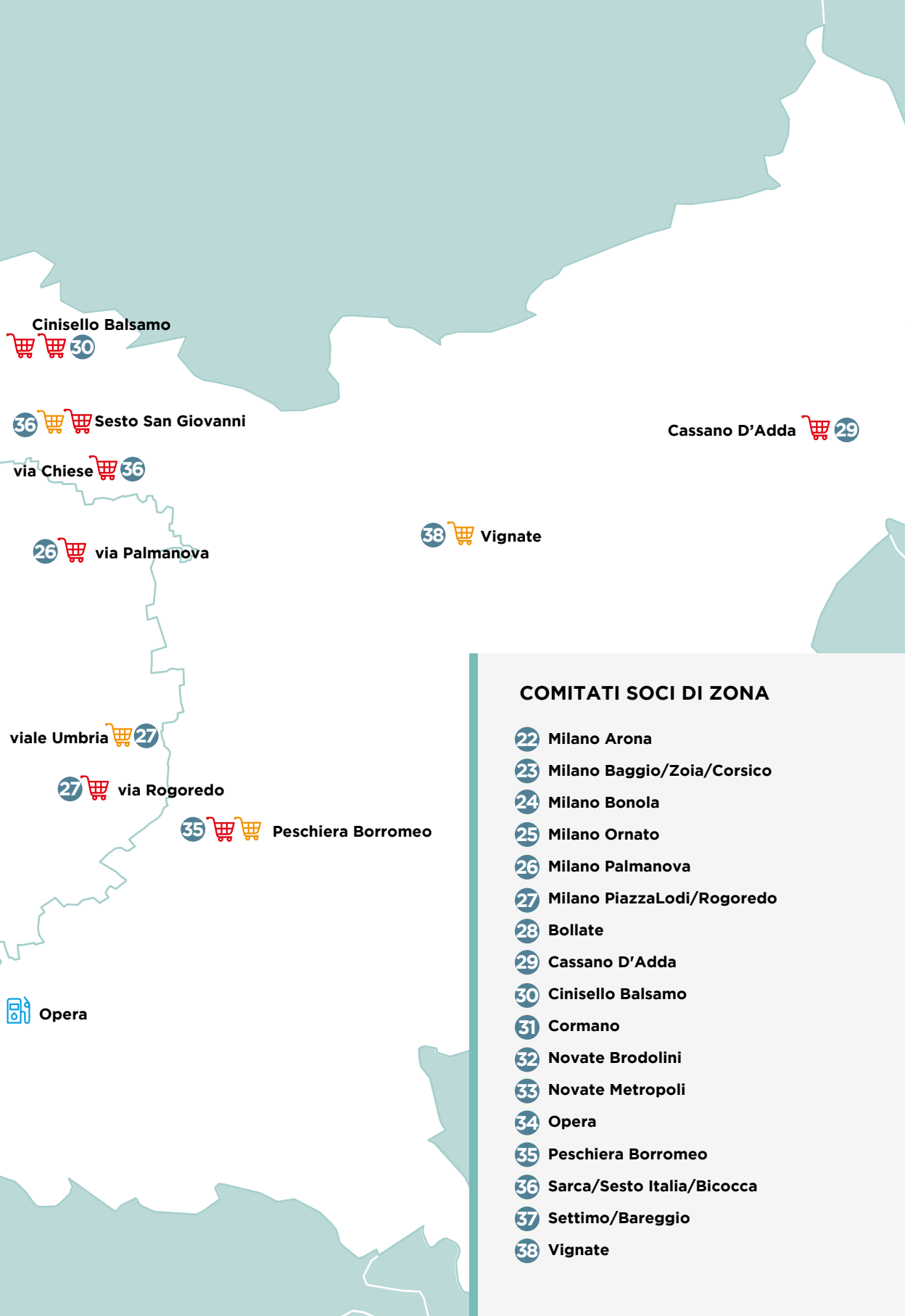
1. Arcore/Villasanta/Monza
2. Bergamo
3. Brescia
4. Busto Arsizio/Cassano Magnago
5. Cantù
6. Como
7. Crema
8. Cremona
9. Desio
10. Lavena Ponte Tresa
11. Laveno Mombello
12. Lodi
13. Mapello
14. Muggiò
15. Pavia
16. Soresina
17. Trescore Balneario
18. Treviglio
19. Varese/Malnate
20. Vigevano
21. Voghera

Nella sola Area Metropolitana di Milano Coop Lombardia conta 19 Supermercati, 7 Ipercoop e 1 stazione di carburante Enercoop.

SUPERMERCATI COOP

IPERCOOP

ENERCOOP



COMITATI SOCI DI ZONA

22 Milano Arona
23 Milano Baggio/Zoia/Corsico
24 Milano Bonola
25 Milano Ornato
26 Milano Palmanova
27 Milano PiazzaLodi/Rogoredo
28 Bollate
29 Cassano D'Adda
30 Cinisello Balsamo
31 Cormano
32 Novate Brodolini
33 Novate Metropoli
34 Opera
35 Peschiera Borromeo
36 Sarca/Sesto Italia/Bicocca
37 Settimo/Bareggio
38 Vignate

TABELLA DEI SERVIZI

supermercati / ipermercati	fotovoltaici	detersivi sfusi	recupero olio vegetale	buon fine	due mani in più	spesa a domicilio	corner salute	salvatempo	casse automatiche	etichette elettroniche	coopdrive	orientamento legale	centri socioculturali e scopriCoop
MILANO													
Milano via Gozzoli 130	●	●	●	●	●		●		●	●		●	●
Milano via Colletta		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Milano via Quarenghi 23		●	●	●	●	●	●		●	●		●	
Novate Milanese via Amoretti		●	●	●			●	●	●	●		●	
Peschiera Borromeo via Liberazione 8	●	●		●			●	●	●	●		●	
Sesto S. Giovanni viale Sarca 1		●		●		●	●	●	●	●		●	
Vignate via Cassanese		●		●			●		●	●		●	
Milano via Chiese			●	●					●	●	●		
Milano via Palmanova			●	●	●			●				●	
Milano via Arona 15			●	●		●		●	●			●	●
Milano via Ornato 28			●	●	●	●						●	
Milano via F.lli Zoia 88			●	●	●								
Milano via Rogoredo			●	●	●								
Bareggio via A. De Gasperi 1			●	●									
Bollate via Vespucci 8			●	●	●								
Cassano D'Adda via Milano				●	●			●	●		●	●	

supermercati / ipermercati	fotovoltaici	detersivi sfusi	recupero olio vegetale	buon fine	due mani in più	spesa a domicilio	corner salute	salvatempo	casse automatiche	etichette elettroniche	coopdrive	orientamento legale	centri socioculturali e scopriCoop
MILANO													
Cinisello Balsamo via Garibaldi 65				●	●							●	
Cinisello Balsamo via S. Paolo 4/9													
Cormano via Gramsci				●				●					
Corsico piazza F.lli Cervi 10				●	●								
Novate Milanese via Brodolini		●	●	●									●
Opera via A. Diaz 1				●					●				
Parabiago via B. Cavalieri 6	●			●					●	●	●		
Peschiera Borromeo via A. Moro 1				●	●								
Sesto S. Giovanni viale Italia 51				●	●	●							
Settimo Milanese via Reiss Romoli 18			●	●	●			●				●	
BERGAMO													
Mapello via St. Regia SS 342 Briantea		●		●						●			
Treviglio viale MonteGrappa 31		●		●				●				●	
Bergamo via Autostrada ang. via P. Spino	●	●	●	●				●			●	●	
Trescore Balneario via Grazia Deledda				●						●			

TABELLA DEI SERVIZI

supermercati / ipermercati	fotovoltaici	detersivi sfusi	recupero olio vegetale	buon fine	due mani in più	spesa a domicilio	corner salute	salvatempo	casse automatiche	etichette elettroniche	coopdrive	orientamento legale	centri socioculturali e scopriCoop
BRESCIA													
Brescia via Sorelle Ambrosetti 10	●	●		●			●	●	●	●	●		
Brescia via Mantova 104		●		●				●	●			●	●
Brescia via Salvo D'Acquisto 5				●									
COMO													
Cantù via Lombardia 68	●	●	●	●	●		●		●			●	
Como via Giussani 2				●									
CREMONA													
Crema via G. La Pira 12		●	●	●			●		●	●		●	
Cremona via Castelleone 108		●		●			●		●	●		●	
Cremona via Cà del Vescovo 1					●								
Cremona via del Sale				●	●								●
Soresina via Guida 4				●									
LODI													
Lodi* via A. Grandi 6				●				●				●	

*Nuova apertura in viale Pavia 102 nel 2019

supermercati / ipermercati	fotovoltaici	detersivi sfusi	recupero olio vegetale	buon fine	due mani in più	spesa a domicilio	corner salute	salvatempo	casse automatiche	etichette elettroniche	coopdrive	orientamento legale	centri socioculturali e scopriCoop
MONZA BRIANZA													
Arcore via Gilera 8				●									
Desio via Borghetto ang. via Milano	●	●	●	●				●				●	
Monza via Lecco				●		●			●	●			
Muggiò viale Repubblica 86			●	●									
Villasanta p.za Mar. della Libertà 2				●	●								
PAVIA													
Vigevano viale Industria 225		●	●	●	●		●	●	●	●		●	
Pavia viale Campari 66			●	●					●			●	
Voghera viale Mar. della Libertà	●			●						●	●		
VARESE													
Busto Arsizio viale della Repubblica 1				●					●				
Busto Arsizio viale Duca d'Aosta 6				●					●	●			
Cassano Magnago via Verdi 38	●		●	●						●			
Lavena Ponte Tresa via Colombo 21				●									
Laveno Mombello piazza Veneto 25			●	●									
Malnate via Marconi 11				●	●								
Varese via Daverio 44	●			●	●		●	●	●			●	●

Gruppo di lavoro sul Bilancio Sociale di Coop Lombardia
Andrea Belluardo, Alfredo De Bellis, Patrizia Di Giuseppe, Gianfranco Di Scioscio, Anna Di Silvestro, Adriano Franchi, Giovanni Grasso, Valter Molinaro, Andrea Pertegato, Daniela Preite, Filippo Schwamenthal, Giorgio Tulli

Fotografie
Archivio Coop
Silvia Amodio
Francesca Cassaro
Francesca Marta
Leda Mattavelli
Sofia Masini
Valter Molinaro
©123RF

Fonti
Coop Lombardia, Coop Italia
Ancc, Consumatori
www.e-coop.it

Si ringrazia tutto il personale Coop e i soci che hanno contribuito alla raccolta di dati e informazioni

Per segnalazioni e suggerimenti
info.soci@lombardia.coop.it
Coop Lombardia
Viale Famagosta 75
20142 Milano

Progetto grafico, prestampa e stampa
Glifo s.c., Pavia
www.glifoassociati.it

Coordinamento e adattamento editoriale
Echo s.c., Pavia
www.echo.pv.it

Stampato su carta certificata F.S.C.

Giugno 2019

solidarietà

qualità

s

legalità

lavoratori

dignità

comunità

soci

ambiente

lità

identità

cittadinanza

comunità

è la nostra natura