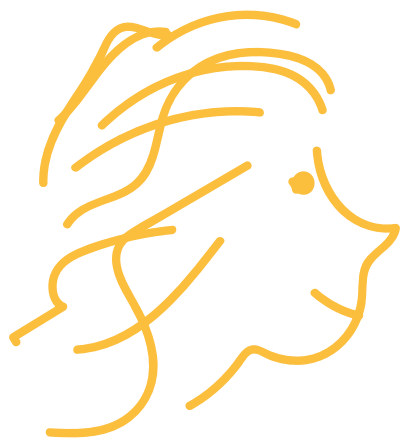
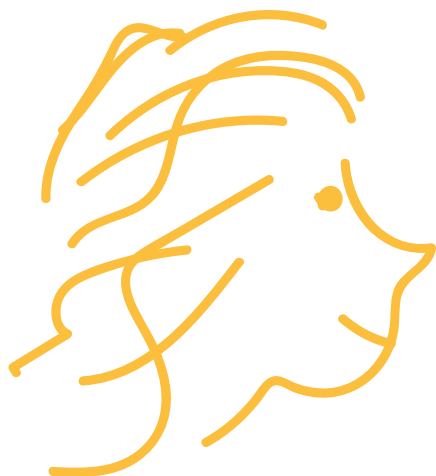




Bilancio Sociale 2019





Bilancio Sociale 2019



Distanti ma partecipi

COOPERARE È LA NOSTRA FORZA PIÙ GRANDE

9	INTRODUZIONE
14	PREMESSA METODOLOGICA



18	IDENTITÀ
20	IDENTITÀ E VALORI
22	NATA PER ESSERE FUTURO: BREVE STORIA DI COOP LOMBARDIA
32	GOVERNANCE
34	SISTEMA COOP
36	STAKEHOLDER
38	ORGANIGRAMMA AZIENDALE



40	VALORE ECONOMICO
42	VALORE ECONOMICO IN CIFRE
44	ANDAMENTO DELLA GESTIONE
48	PRINCIPALI FATTI DELLA GESTIONE
53	LA GESTIONE CARATTERISTICA DI COOP LOMBARDIA
55	L'andamento delle vendite
56	Nuove aperture e ammodernamento della rete di vendita
58	AZIONI COMMERCIALI
60	PREVALENZA
61	ENERCOOP
64	E-COMMERCE: COOP ONLINE
65	PARTECIPAZIONI
67	Società controllate
71	Società collegate
73	BILANCIO ECONOMICO
74	Bilancio d'esercizio



84	VALORE SOCIALE
86	VALORE SOCIALE IN CIFRE
88	LAVORATORI
89	Organizzazione e gestione delle risorse umane
91	Selezione e sviluppo dei dipendenti
92	Salute e sicurezza sul lavoro
95	Infortuni sul lavoro
96	Attività di formazione
96	Formazione professionale
100	Formazione del Servizio Prevenzione e Protezione
101	Il Piano Welfare Noi per Noi
102	Area Persona
103	Area Famiglia
104	Area Risparmio
105	Area Salute e Benessere
105	L'house organ Noicoop
106	SOCI, PARTECIPAZIONE, VOLONTARIATO E SOLIDARIETÀ
109	Progetto SmartFood
110	Cittadinanza Responsabile
111	Coltivare Responsabilità
112	Festa del G(i)usto
113	Due mani in più
114	Dona la spesa
115	Alimenta l'Amore
116	Buon Fine
117	Attività dei Soci sul territorio
118	PRESTITO SOCIALE
119	Remunerazione del Prestito sociale
120	Carta Sociocoop di più
121	Prodotti assicurativi e d'investimento
123	PRODOTTO COOP
124	Valori del prodotto Coop
125	Linee di prodotto
128	Il progetto Vivismart
129	Alleviamo la salute

- 130 Imprenditoria Legale
- 131 Buoni & Giusti
- 131 Il pomodoro da trasformazione
- 133 CENTRO RELAZIONI SOCI E CONSUMATORI
- 133 Filo diretto



134 **VALORE AMBIENTALE**

136 **VALORE AMBIENTALE IN CIFRE**

- 138 COOP PER L'AMBIENTE: DIAMO ALL'AMBIENTE UNA NUOVA IMPRONTA
- 140 La politica delle 3 R
- 141 COOP FOR FUTURE: INSIEME PER UNA BUONA SPESA
- 142 TECNOLOGIA, INNOVAZIONE E RISPETTO DELL'AMBIENTE
- 143 IMPLICAZIONI AMBIENTALI DEL PROGETTO BUON FINE
- 144 RACCOLTA DIFFERENZIATA
- 146 DALL'OLIO ALL'OLIO
- 147 RACCOLTA RAEE "UNO A ZERO"
- 147 SMEMORANDA COLLECTION



148 **VALORE CULTURALE**

150 **VALORE CULTURALE IN CIFRE**

- 152 SAPERECOOP
- 154 COOP PER LA SCUOLA
- 156 MAGGIOLAB
- 157 COOP FOR WORDS
- 157 UNA MANO PER LA SCUOLA
- 158 PRODOTTO COOP E STILI DI VITA
- 159 CONSUMATORI, UN MAGAZINE CHE CRESCE
- 160 La comunicazione digitale
- 161 Festa dello Sport
- 161 Human Dog 2019
- 161 Il Milanese Imbruttito per Alimenta l'Amore
- 161 Il nuovo supermercato Coop di Como



- 162 **TESTIMONIANZE**
- 164 INSIEME CONTRO L'EPIDEMIA E IL RISCHIO POVERTÀ:
LE VOCI DEI PARTNER
- 166 *Più forti contro fragilità e povertà insieme
a Croce Rossa Italiana*
Intervista a Sabina Liebschner
- 170 *#Milanoaiuta in soccorso ai più fragili:
portaMI la spesa continua fino a ottobre*
Intervista a Filippo Petrolati
- 174 *SmartFood, un'esperienza pionieristica
per una vera cultura della prevenzione*
Intervista a Lucilla Titta
- 178 *Dall'Ipercoop di Crema il sostegno e l'abbraccio
alla Brigada Cubana*
Intervista a Nilda D. Navarro



- 182 **RETE DI VENDITA**
- 184 MAPPA
- 188 TABELLA DEI SERVIZI

Una visione e una missione per il futuro



Daniele Ferrè
*Presidente
Coop Lombardia*



Alfredo De Bellis
*Vice Presidente Vicario
Coop Lombardia*



Daniela Preite
*Vice Presidente
Coop Lombardia*

IL BILANCIO SOCIALE DI COOP LOMBARDIA DEL 2019

Far ripartire il paese conciliando la tutela della salute e la ripresa economica è l'obiettivo che richiama l'attenzione dei cittadini, delle istituzioni e delle imprese: **l'emergenza Coronavirus** in poche settimane ha **cambiato profondamente la vita** e le certezze di tutti. La condizione necessaria per contenere il contagio ha imposto il distanziamento sociale e forti limitazioni alle libertà individuali, fattori che hanno fatto emergere un **inaspettato senso di responsabilità collettiva** e che hanno rimesso al centro dell'agenda politica e sociale i valori della competenza e conoscenza scientifica, della solidarietà, del volontariato, della cooperazione.

Dobbiamo fare tesoro di questa drammatica esperienza individuale e collettiva per progettare la ripartenza individuando le priorità degli investimenti come, per esempio: il sistema socio-sanitario universale e le strutture per garantirlo in tutta Italia; la ricerca e l'innovazione tecnologica e scientifica; lo sviluppo sostenibile; l'ambiente e il territorio; la scuola, la cultura e la conoscenza; il patrimonio storico-culturale e la sua valorizzazione.

Se a livello mondiale il **2019** sarà probabilmente ricordato come l'anno in cui **il riscaldamento climatico** è stato al centro del dibattito politico, sociale e culturale, il **2020** è segnato dalla **pandemia globale** e dalla più grave crisi economica e sociale dal Dopoguerra.

In questo contesto, il **modello cooperativo** e mutualistico può essere l'esempio intorno al quale **ricostruire le basi del nuovo ciclo economico** e sociale e **Coop**, in un'emergenza così epocale, grazie all'impegno di tutti i lavoratori e allo sforzo organizzativo messo in atto, ha continuato a garantire un **presidio di qualità, convenienza e legalità** per tutti i cittadini, di solidarietà verso le fasce più deboli, di supporto alla rete socio-sanitaria e del volontariato nel territorio anche attraverso i nostri Soci. Questo ruolo e questa missione sono radicati nella nostra storia passata e recente, li troviamo negli impegni e nei risultati del Bilancio che anche quest'anno presentiamo ai nostri Soci e all'insieme della comunità, seppur in forme e modalità completamente nuove per le conosciute ragioni della sicurezza e del distanziamento sociale.

I risultati del Bilancio economico e sociale consuntivo della Cooperativa sono relativi all'anno 2019, un contesto completamente diverso dall'attuale, ma dalla lettura attenta delle scelte effettuate emergono i valori dell'impegno economico, sociale, ambientale e culturale che dimostrano lungimiranza e attualità e che rendono il modello cooperativo il più efficace anche per rispondere alla drammatica situazione attuale e agli appuntamenti futuri.

Vediamo ora più in dettaglio i risultati e le politiche messe in campo da **Coop Lombardia**.

Il risultato economico è positivo: Coop Lombardia chiude l'esercizio **2019** con un **utile netto di 6,6 milioni** nonostante ci sia stata una riduzione di 31,3 milioni di euro nei ricavi delle vendite e prestazioni, per il continuo calo del comparto non alimentare, strettamente correlato al format degli ipermercati e per l'apertura di nuovi esercizi della concorrenza, in particolare discount, nei bacini di utenza della Cooperativa. Ai risultati economici hanno contribuito soprattutto i Soci con il 64% delle vendite totali realizzate da Coop Lombardia, sostanzialmente invariata rispetto all'esercizio 2018. La Cooperativa nel corso del 2019 ha rispettato l'impegnativo programma pluriennale di investimenti e sforzi organizzativi che hanno consentito di concretizzare il **trasferimento dei preesistenti punti vendita di Lodi e di Como, e di aprire un nuovo supermercato a Treviglio**. A Lodi è stato realizzato un superstore affiancato da un punto vendita Brico io e da un ristorante. A Como il superstore è caratterizzato dall'uso del legno nelle strutture e allestito con le più recenti tecniche costruttive eco-sostenibili. A Treviglio il nuovo supermercato integra la presenza della Cooperativa sul territorio in un contesto commerciale che prevede anche in questo caso un negozio Brico io oltre a un ristorante, un bar e il quinto distributore Enercoop, proseguendo così la presenza nel settore e la politica di calmierazione dei prezzi nei territori coinvolti. Inoltre, nel mese di luglio è stato aperto ad **Angera (VA)** il punto vendita **InCoop** di Coop Lombardia, la **prima esperienza nel campo del franchising**. Il negozio di prossimità ha una superficie di 350 mq e un assortimento di 4.000 referenze. L'apertura di Angera, il cui andamento nei primi mesi di attività è incoraggiante, rappresenta un test importante per lo sviluppo previsto nel 2020 di ulteriori aperture in franchising per la copertura dei territori che richiedono punti vendita di prossimità. Nel corso del 2020 verrà ultimato il piano di sviluppo triennale incrementando la presenza a Monza e a Busto Garolfo, territorialmente vicino a Parabiago e Busto Arsizio. I risultati economici e di sviluppo di Coop Lombardia sono strettamente legati alla fiducia che i Soci ripongono nella Cooperativa per il Prestito Sociale: al **31 dicembre 2019 si registrano 114.799 libretti attivi**.

La salute (come nel caso dell'emergenza attuale) è stata al centro dell'iniziativa **SmartFood sviluppata con l'Istituto Europeo di Oncologia**. Si sono svolti 10 seminari, in collaborazione con i nutrizionisti dello IEO, presentando ai Soci e ai consumatori semplici regole che permettono di rendere "smart" la dieta quotidiana. Molte delle attività sociali si caratterizzano per la vocazione solidale. Tra queste, il progetto **Due Mani in Più**, nato 18 anni fa (un servizio a supporto delle persone che a causa del peso degli anni e della malattia non sono più in grado di fare la spesa), oggi si è dimostrato strategico per le **fasce sociali più deboli**. 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, esperienze di didattica cooperativa. Nel 2019 in Lombardia i Soci hanno accompagnato nei negozi 1.708 insegnanti e 20.343 studenti di 862 classi (24 dell'infanzia, 239 nella scuola primaria, 374 nella scuola media inferiore e 225 nella scuola superiore) che hanno partecipato a 2.392 incontri su percorsi a tema, quali Ambiente e Sostenibilità, Cibo-Salute e Benessere, Cittadinanza e Cooperazione. Il 2019 è stato un anno molto significativo per **Coop per la scuola**: l'iniziativa, ideata nel 2013 da Coop Lombardia, è diventata nazionale. Le scuole iscritte complessivamente sul territorio italiano sono state 14.127, di cui 3.635 in Lombardia. Le scuole lombarde hanno richiesto oltre 7.000 articoli del catalogo, per un valore complessivo di circa 900.000 euro.

Non è semplice riassumere tutti i contenuti dell'impegno sociale e culturale dei Soci. Un capitolo importante è quello della **sostenibilità ambientale** (recupero degli invenduti) legato a quella **sociale** della redistribuzione dei prodotti alimentari recuperati alle fasce più deboli della popolazione (attività rafforzata durante l'emergenza Covid-19). Il progetto si chiama **Buon Fine** (nato nel 2005 in Coop Lombardia) e ha consentito nel 2019 la donazione di **1.313 tonnellate di cibo**, per un valore economico di oltre 7,3 milioni di euro, **distribuendo 2,6 milioni di pasti a quasi 7.000 persone in stato di bisogno**.

Questa è la cooperazione, questo è l'impegno dei lavoratori, dei Soci verso la comunità, un impegno che si conferma e rafforza nel tempo, anche di fronte alla drammatica situazione presente.

coop
di Como



P



STOP



P Entrata





PREMESSA METODOLOGICA

L'edizione 2019 del Bilancio Sociale di Coop Lombardia rinnova l'appuntamento con il documento di sintesi delle varie attività della Cooperativa e con la valutazione del loro impatto sulla società.

La situazione che viene descritta è quella al 31 dicembre dell'anno passato e non tiene quindi conto di quanto accaduto nei primi mesi del 2020, contraddistinti da una situazione drammatica che ha profondamente colpito la Cooperativa, i suoi soci e tutta l'Italia e che avrà certamente delle ripercussioni sul piano sociale ed economico, ma che non è ancora possibile valutare in modo obiettivo.

La presente pubblicazione rappresenta la fotografia di quanto accaduto nello scorso esercizio, con la consapevolezza che il prossimo avrà certamente degli elementi di discontinuità con i precedenti.

Il Bilancio Sociale è un documento che Coop redige ogni anno in forma volontaria ai fini di comunicare e condividere nel modo più trasparente possibile l'identità, i valori e le prospettive future.

Coop Lombardia presenta ai propri soci, ai dipendenti, ai partner, ai consumatori e a tutti i 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, si caratterizza per non focalizzarsi solo sugli aspetti economico-finanziari e patrimoniali, ma per avere l'obiettivo di:

- rappresentare le relazioni interne ed esterne alla Cooperativa che hanno un impatto sulle persone, sull'ambiente, sui 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 del 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 ed i dati possono essere facilmente confrontati, non solo con quelli del 2018, ma anche con quelli degli esercizi precedenti.

Ogni anno si distingue per 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.

I temi trattati sono suddivisi in quattro aree tematiche:

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.

Ogni anno il percorso prevede una sezione di **Testimonianze dal mondo Coop**: una serie di interviste ad alcuni importanti portatori di interesse della Cooperativa.

Per il 2019 sono state coinvolte istituzioni della società lombarda che hanno profuso un particolare impegno in occasione dell'emergenza dovuta alla pandemia da Covid-19. Si tratta di: **Croce Rossa Italiana; Fondazione Comunità Milano; Istituto Europeo di Oncologia**; i Soci e la popolazione di Crema che hanno sostenuto i medici e gli infermieri della **Brigada Cubana**.

In questo caso la redazione del Bilancio Sociale ha deciso per una piccola, ma doverosa licenza al limite temporale imposto dal bilancio 2019, per dare risalto e ringraziare alcune delle tante realtà che con Coop Lombardia hanno risposto alla chiamata delle istituzioni e delle comunità locali, con entusiasmo e abnegazione, per fronteggiare l'improvvisa emergenza.

Il Bilancio si chiude con una mappatura della **rete di vendita**, che rende visivamente chiara la distribuzione capillare dei negozi Coop in Lombardia e dei Comitati Soci, realtà in cui si consolida la relazione tra la Cooperativa e la comunità sul territorio.

La struttura e le finalità del Bilancio Sociale si ispirano agli standard internazionali e nazionali in materia di Responsabilità Sociale di Impresa (RSI), così 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 2019.



L'emergenza sanitaria quest'anno non ha permesso lo svolgimento delle Assemblee separate di bilancio secondo la consueta formula. Il Gruppo di Bilancio di Coop Lombardia si è comunque impegnato per realizzare tutti i consueti materiali e renderli disponibili nei tempi necessari al fine di dare la possibilità ai soci di valutare l'operato della Cooperativa in piena consapevolezza.

Sono stati quindi stampati, in quantità minore rispetto al solito, e resi disponibili sul sito **www.partecipacoop.org** il Bilancio Sociale 2019, sia nella presente versione estesa sia nella versione più sintetica, impaginata in un formato tabloid. Le assemblee sono state accompagnate anche dal consueto video di Bilancio, che sintetizza e commenta gli aspetti più significativi del Bilancio sociale e del Bilancio economico, anch'esso disponibile on line sia in versione sintetica sia integrale.

So

coop

Terr

Radici

lidarietà

Soci

Sicu

itorio

1

Identità

*Fin dalla sua fondazione,
Coop Lombardia ha l'ambizione
di mettere in pratica nel settore
della Grande Distribuzione
Organizzata i principi e i valori
del movimento cooperativo
internazionale. In qualità
di società cooperativa,
Coop Lombardia è una società
aperta, autonoma e solidale
che opera a vantaggio
dei consumatori e della comunità,
senza fini di speculazione privata,
in cui vige la partecipazione
democratica tra liberi e uguali.*

IDENTITÀ E VALORI

Coop Lombardia non è un'impresa come le altre ed è regolata da principi e valori che uniscono le cooperative di tutto il mondo. L'idea alla base della cooperazione nasce dal bisogno e dalla solidarietà: si costruisce così una risposta imprenditoriale originale che, dalle prime esperienze pionieristiche, in più di un secolo e mezzo di storia si sviluppa fino a diventare, a livello nazionale, una delle più grandi organizzazioni distributive italiane. È una storia di persone, di lavoro, di sacrifici ed entusiasmi, strettamente intrecciata con le vicende sociali del nostro paese. **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.**

Coop Lombardia opera nel campo della **grande distribuzione** e ha una rete di vendita di **43 supermercati e 14 ipermercati**. La sua missione è quella di favorire l'interesse dei Soci e dei consumatori, ai quali garantisce **sicurezza sui prodotti** e il **miglior rapporto tra qualità, convenienza e sostenibilità**. Più in generale, il suo scopo sociale è la **difesa degli interessi del consumatore**, che la Cooperativa persegue, oltre che con la propria politica commerciale, anche con iniziative e risorse destinate all'**impegno sociale**, alla **mutualità** e alla **solidarietà**.



1

**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.

4

**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.

2

**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.

5

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.

3

**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.

6

**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.

7

**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.

1984

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

1985

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



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.

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.

La strategia è chiara e il progetto ambizioso: unire le maggiori



1986

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

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 Nazionale**

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.



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

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.

del CFC dalle bombolette spray, del fosforo 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 nel 2018 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

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.

ideato il format di allestimento che vediamo oggi, progettato per il negozio di via Arona a Milano. 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 supermercato e ipermercato. 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. Sempre nel 1998 Coop è la prima azienda in

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.

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 nel decennio precedente) e in Sri



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, mentre a Cantù nasce la prima stazione di carburanti Enercoop.

Lanka, e le 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 LOMBARDIA 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**

2013

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

2015

Coop Lombardia partecipa a EXPO Milano 2015.



per la Scuola (2013). Tutte innovazioni che diventano presto nuovi standard per il mondo della grande distribuzione.

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 antibiotico-resistenza. Nello stesso periodo nasce la collaborazione con l'**Istituto Europeo di Oncologia**, che si concretizza in una serie di progetti e iniziative come **SmartFood** e **ViviSmart**, volti a sottolineare

2016

Viene inaugurato
il Supermercato del Futuro
a Milano Bicocca.



2017

La Cooperativa
lancia la campagna
Alleviamo la Salute.



l'importanza fondamentale di una corretta alimentazione nella prevenzione dei tumori. Il 2018 è anche l'anno del settantesimo anniversario del prodotto a marchio Coop, celebrato dalla mostra **Coop_70, valori in scatola** ospitata dalla Triennale di Milano.

Nel 2019, **la collaborazione con l'Istituto Europeo di Oncologia giunge alla sua piena maturazione** con l'installazione, all'interno dei negozi, di isole dove è possibile trovare informazioni e suggerimenti per una dieta più "smart" insieme a una selezione di prodotti stagionali, l'organizzazione di seminari didattici presso i punti vendita e la presentazione del primo Ricettario SmartFood. Parallelamente, prosegue lo sviluppo della rete di vendita della Cooperativa con l'apertura del **nuovo negozio di Treviglio** e la **ricollocazione dei negozi di Como e Lodi**. Inoltre, ad Angera, in provincia di Varese, Coop Lombardia sperimenta un nuovo modello di distribuzione in franchising con l'**apertura del primo negozio di prossimità a insegna InCoop**. Nello stesso anno, viene eletto il **nuovo Consiglio d'Amministrazione**.

2018

Il prodotto a marchio Coop festeggia il suo settantesimo anniversario 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.



2019

La collaborazione con l'Istituto Europeo di Oncologia entra a pieno regime e la rete vendita si amplia con l'apertura di un nuovo negozio a Treviglio e con l'inaugurazione del primo punto vendita InCoop ad Angera, prima esperienza della Cooperativa nell'ambito del franchising.



GOVERNANCE

I modello organizzativo di Coop Lombardia si fonda sulla partecipazione e sul ruolo attivo dei

Soci. Gli organi di governo compongono una struttura idonea a favorire il rafforzamento e la realizzazione della responsabilità sociale d'impresa.

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**, l'organo statutario che delibera sugli argomenti dell'attività cooperativa quali l'approvazione del bilancio e dei programmi strategici annuali e pluriennali, 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 costituiscono le unità territoriali del corpo sociale. I Comitati Soci di Zona sono definiti con delibera del Consiglio d'Amministrazione e comprendono i Soci iscritti ai punti vendita.

L'organo incaricato dell'attuazione dei programmi e degli obiettivi di Coop Lombardia è il **Consiglio d'Amministrazione**, composto da 25 membri per due terzi eletti dai Comitati Soci di Zona.

Nel corso dell'anno 2019 si sono svolte **49 Assemblee separate di bilancio** di Coop Lombardia con la partecipazione di **oltre 11.500 Soci**. È inoltre stato nominato il **nuovo Consiglio d'Amministrazione**, alla cui elezione hanno partecipato anche i Comitati Soci di Zona tramite le votazioni tenutesi nella giornata del 13 aprile.

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

Gabriella Bignotti

Corrado Boni

Emiliana Brognoli

Roberto Colombo

Maria Conti

Maria Croci

Marco Di Rienzo

Riccardo Ghirotto

Germano Gogna

Francesco Grasso

Giuseppe Impellizzeri

Maurizio Margutti

Idanna Matteotti

Daniela Melato

Elio Misuriello

Marco Picello

Cristina Redi

Rosella Reverdito

Umberto Ruzzante

Antonella Tontodonati Dolci

Mario Schilirò

Oliviero Giovanni Volpi

COLLEGIO SINDACALE

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

Presidente

Maria Vittoria Bruno

Sindaci effettivi

Claudio Cavazza

Sergio Ferrario

Sindaci supplenti

Manuela Ornella Cane

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.

Presidente

Serena Ronzani

Componenti

Claudio Caporicci

Bruno Ceccarelli

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.

COOP ITALIA

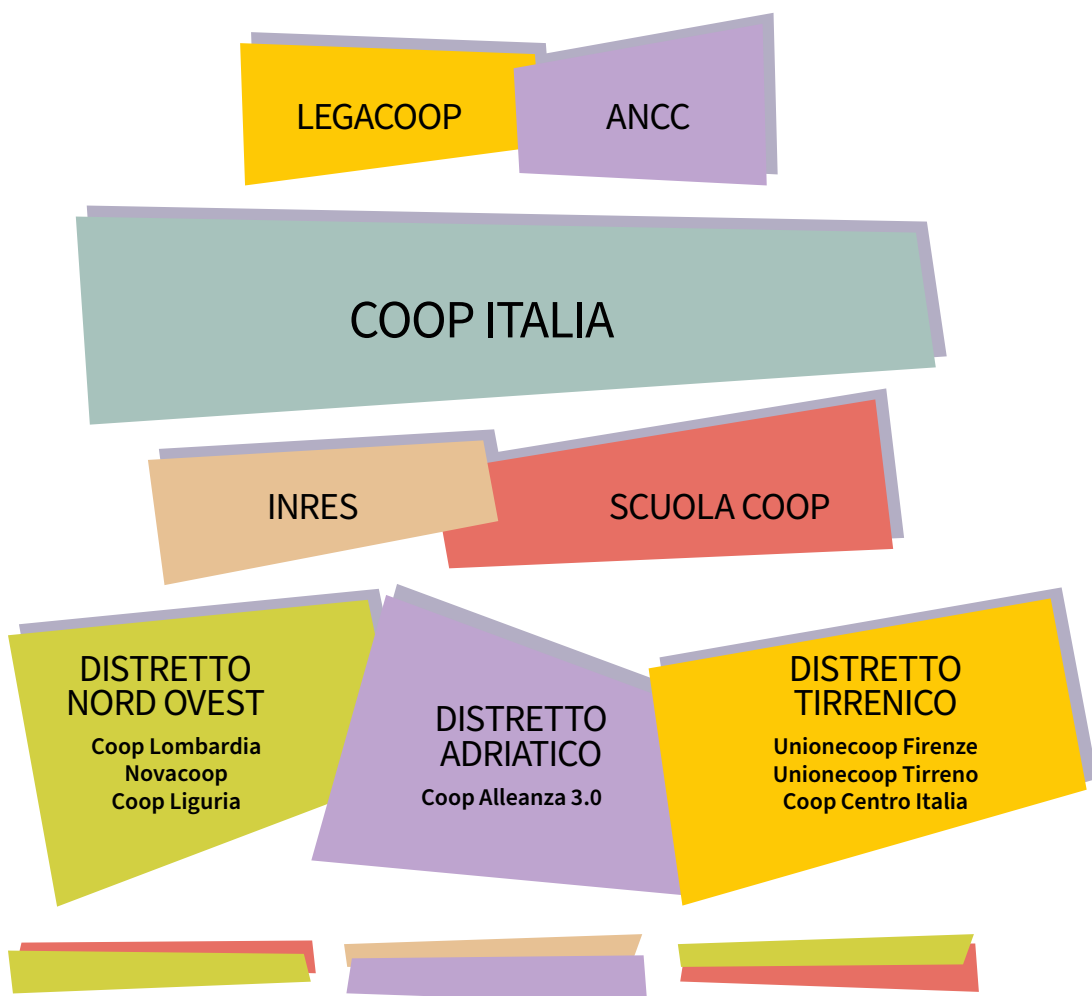
Coop Italia è l'organismo nazionale che elabora politiche e strategie di marketing e comunicazione unitarie per tutte le cooperative che aderiscono al sistema, ottimizza gli acquisti, definisce i prodotti a marchio e ne controlla costantemente la qualità, avendo come obiettivo la tutela dei consumatori,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

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

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.



**ISTITUTO NAZIONALE
CONSULENZA,
PROGETTAZIONE,
INGEGNERIA (INRES)**

L'**Istituto Nazionale Consulenza, Progettazione, Ingegneria** 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

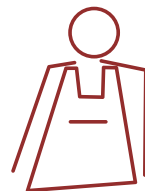
Scuola Coop è l'ente che si occupa della formazione a tutti i livelli del personale Coop, a partire dai dipendenti fino ai quadri dirigenziali. In generale, svolge attività di ricerca e innovazione finalizzate alla crescita del sistema e alla diffusione dei valori e della cultura cooperativa.

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 7 grandi cooperative di consumo, oltre a 12 medie cooperative e a 88 cooperative minori.

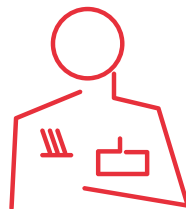
STAKEHOLDER

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**.



LAVORATORI

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



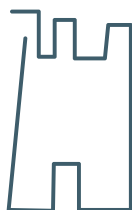
SOCI

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.



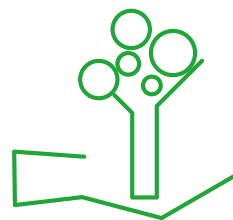
CONSUMATORI

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.



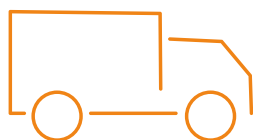
ISTITUZIONI

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.



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.



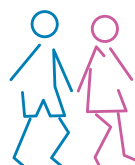
FORNITORI

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.



COMUNITÀ

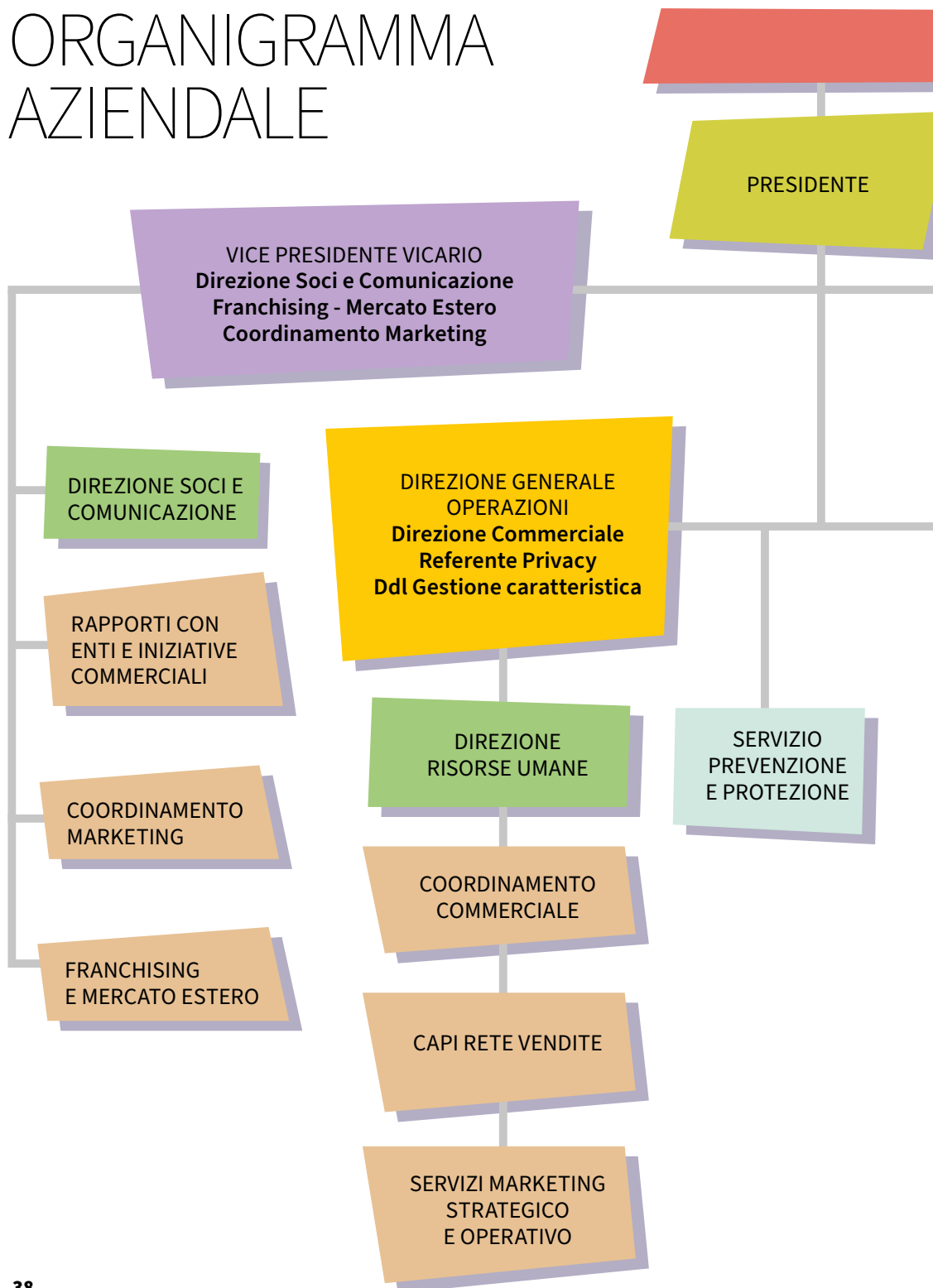
Rappresenta la società in generale come realtà collettiva verso la quale Coop rivolge impegni di solidarietà su più fronti e iniziative culturali e formative che contribuiscono ad arricchire ogni singolo individuo.



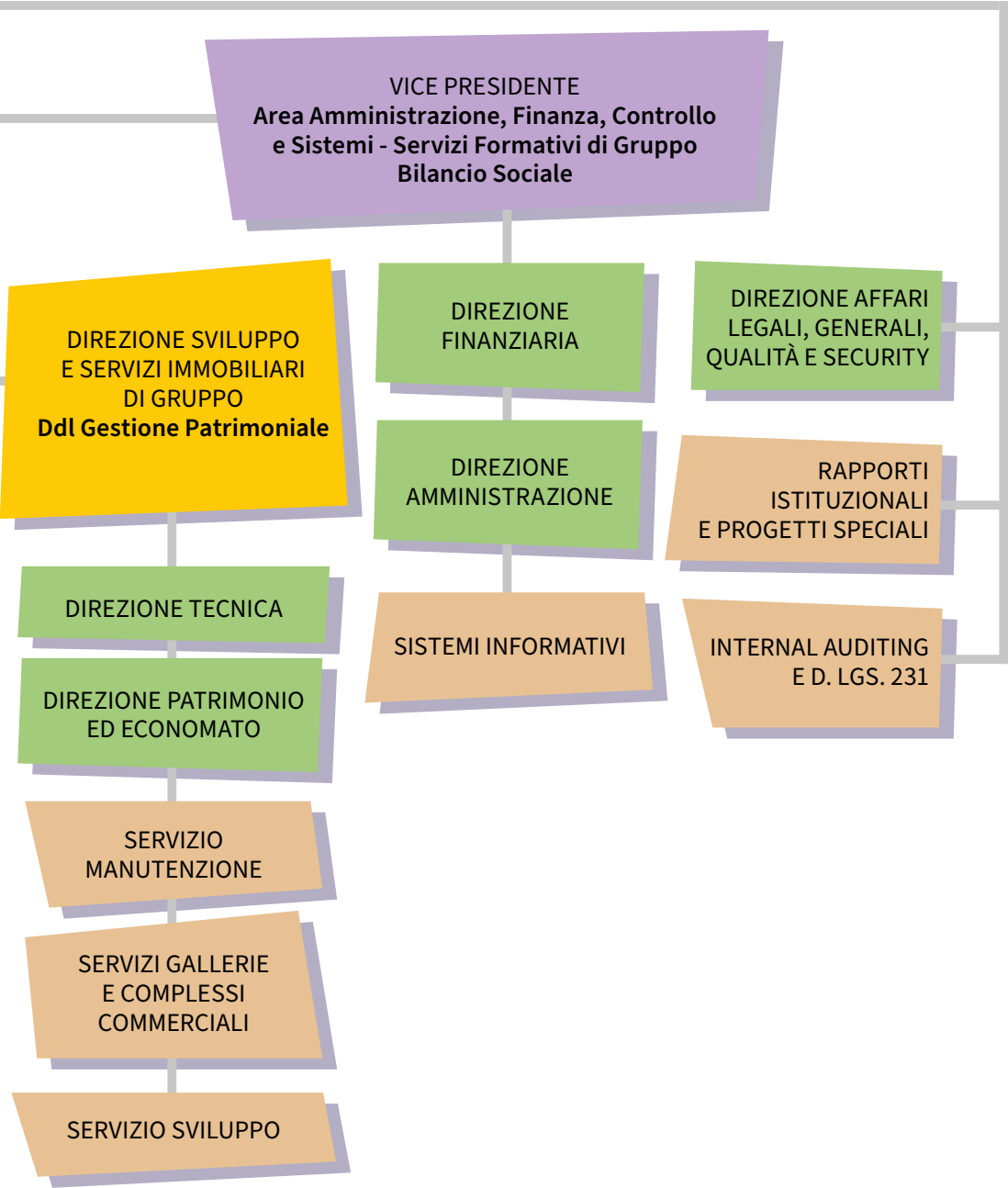
GENERAZIONI FUTURE

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.

ORGANIGRAMMA AZIENDALE



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE







2

Valore economico

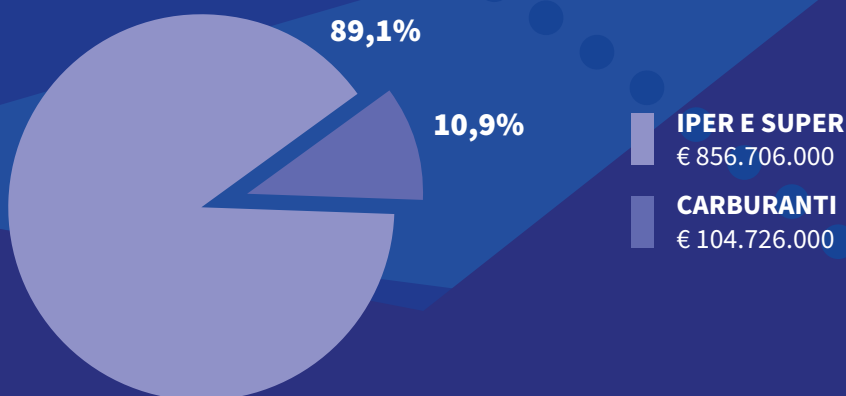
Coop Lombardia genera valore economico non soltanto attraverso lo svolgimento della sua attività caratteristica e la definizione di politiche commerciali e azioni promozionali nell'ambito della grande distribuzione, ma anche attraverso la gestione finanziaria e l'amministrazione delle società controllate e partecipate.

Valore economico **in cifre**

VENDITE

TOTALE RICAVI DA VENDITE

€ 961.432.000



RISULTATO DELLA GESTIONE FINANZIARIA E DELLE PARTECIPAZIONI

€ 25.311.000



UTILE NETTO

€ 6.638.000



PATRIMONIO NETTO

€ 524.726.000



PREVALENZA VENDITE AI SOCI

64 %

VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO

€ 190.540.000



AI DIPENDENTI

€ 133.891.000



ALLA COMUNITÀ

€ 5.340.000



ALLA FORMAZIONE

€ 1.142.000



ALLA RISERVA INDIVISIBILE

€ 5.945.000

RISULTATI ENERCOOP



STAZIONI ENERCOOP
IN LOMBARDIA

5



FATTURATO

104,7
milioni di euro



CARBURANTE EROGATO

74,6
milioni di litri

ANDAMENTO DELLA GESTIONE

Dal punto di vista economico, la Cooperativa ha chiuso l'esercizio 2019 con un **utile netto di 6,6 milioni di euro (+ 0,5 milioni di euro rispetto ai 6,1 milioni dell'anno precedente)**.

Il trascorso esercizio di Coop Lombardia ha evidenziato complessivamente una riduzione di 31,3 milioni di euro, pari al 3,3%, dei ricavi da vendite e prestazioni, nonostante la sostanziale tenuta delle vendite di carburanti e il continuo sviluppo di azioni commerciali. La contrazione delle vendite è legata principalmente al **continuo calo che interessa il comparto non alimentare, strettamente correlato all'andamento critico del format degli ipermercati**, che per decenni è stato protagonista del panorama distributivo italiano. Le vendite hanno anche subito lo **scenario competitivo lombardo**, che si è confermato fortemente agguerrito, in particolar modo per l'apertura di 34 nuovi esercizi della concorrenza, la maggior parte dei quali discount, nei bacini di utenza della Cooperativa.

L'ulteriore sviluppo delle vendite online, particolarmente consistente in Lombardia, ha fatto la sua parte per rendere ancora più complesso il quadro concorrenziale in cui opera la Cooperativa.

L'andamento del valore della produzione ha beneficiato di **plusvalenze immobiliari nette per 11,6 milioni di euro**, di cui 9,5 derivanti dall'operazione infragruppo con cui Coop Lombardia ha ceduto alla controllata AC&BC una porzione dell'immobile di Milano Arona al prezzo di 16,5 milioni di euro, determinato in base a valore di perizia, poi affittata dalla stessa Cooperativa a parametri di mercato. Le operazioni immobiliari effettuate sono orientate da un lato alla **valorizzazione di proprietà immobiliari non considerate strategiche**, dall'altro lato alla **progressiva concentrazione degli immobili in società controllate dedicate**, per meglio separare la gestione operativa dalla gestione degli immobili commerciali e civili. Queste ultime operazioni fanno parte della più ampia strategia che mira a rendere le partecipate immobiliari sempre più strutturate e specializzate, al fine di garantire una **gestione efficiente e razionalizzata del patrimonio immobiliare della Cooperativa**. All'incremento degli altri ricavi ha contribuito una cessione di diritti di superficie per 1,1 milioni di euro.



I **costi della produzione** sono complessivamente diminuiti, in coerenza con il minore costo per merci determinato dall'andamento delle vendite e alla variazione delle rimanenze legate a una più efficiente gestione logistica. Sui costi della produzione hanno inciso le nuove aperture del 2018 e del 2019, che hanno prodotto un aumento del costo per servizi e degli affitti e, in minor misura, del costo del personale. Sui costi della produzione hanno inoltre inciso gli accantonamenti effettuati nell'esercizio a copertura dei rischi commerciali di natura immobiliare e dei rischi inerenti l'evoluzione di un contenzioso.

La **differenza tra valore e costi della produzione**, a seguito delle dinamiche di costi e ricavi sopra sintetizzate, si attesta a 20,2 milioni di perdita a fronte dei 9,4 milioni di perdita dell'esercizio precedente, un netto peggioramento, pur considerando l'effetto dei proventi non ricorrenti precedentemente richiamati, che testimonia il forte impatto sul risultato della gestione caratteristica del calo dei volumi di vendita evidenziato nel trascorso esercizio.

Il risultato di esercizio ha beneficiato anche per il 2019 dei **risultati positivi (18,8 milioni di euro) di una gestione finanziaria attenta e lungimirante** in un anno iniziato con aspettative fosche e incerte, ma che si è poi mostrato, per l'insieme delle possibili forme di investimento, generalmente positivo. Si è consolidato anche 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, giunto a compimento nei trascorsi esercizi. La gestione delle partecipazioni comprende, per 3,1 milioni di euro, le plusvalenze realizzate nell'esercizio con la cessione delle partecipazioni del comparto Pharmacoop. **Nel complesso, la gestione finanziaria e la gestione delle partecipazioni hanno consuntivato nel 2019 proventi per 28,1 milioni di euro**, a fronte dei 25,4 milioni di euro dell'esercizio precedente e a fronte di rettifiche di valore che hanno pesato nel 2019 per 2,7 milioni di euro, contro i 9,1 milioni di euro del 2018.

Si ricorda che la Cooperativa, nel 2018, per tener conto delle particolari condizioni negative che avevano caratterizzato i mercati finanziari, aveva selettivamente applicato il D.L.119/2018, beneficiando della possibilità di non rilevare rettifiche di valore da valutazione per circa 12,6 milioni di euro, che avrebbero pesato eccessivamente su un unico esercizio per un andamento anomalo dei mercati finanziari. Nel 2019 l'opportunità prevista dal decreto non è stata applicata in quanto avrebbe avuto effetti non rilevanti.

L'andamento complessivo delle componenti sopra richiamate ha determinato la realizzazione di un **utile prima delle imposte di 5,1 milioni di euro**, inferiore a quello del precedente esercizio di 6,9 milioni. Si rileva un effetto positivo di 1,5 milioni sul conto economico delle componenti fiscali, sia per una riduzione delle imposte correnti, sia per le dinamiche delle imposte differite e anticipate, con un conseguente utile netto di 6,6 milioni.

La finanza sostenibile in Coop Lombardia

Anche nella gestione degli attivi finanziari Coop Lombardia tiene conto dei suoi valori. Negli ultimi anni, infatti, è venuto meno il tabù di poter utilizzare criteri di sostenibilità nella costruzione di un portafoglio di attivi finanziari investibili. Pertanto, anche nella selezione dei titoli del portafoglio finanziario della Cooperativa, i nuovi investimenti vengono ora valutati, oltre che tramite un'attenta e imprescindibile analisi dei fondamentali economici, anche attraverso una verifica di sostenibilità che si basa su tre fattori fondamentali: impatto ambientale, appropriatezza nella governance e impatto sociale.

L'attenzione crescente agli investimenti sostenibili e responsabili ha determinato un cambiamento importante nei mercati finanziari, portando all'ampliamento dei prodotti e delle soluzioni disponibili. La Cooperativa, con un obiettivo di adeguamento progressivo e di medio termine, sta intervenendo in modo graduale sul portafoglio titoli, al fine di aumentarne e migliorarne la qualità in termini di sostenibilità.

Nel 2019, compatibilmente con l'andamento dei mercati finanziari, si è proseguito con l'inserimento nel portafoglio finanziario di titoli obbligazionari legati a progetti, che hanno un diretto impatto positivo in

termini ambientali o sociali quali Green Bond, Social Bond e Sustainability Bond, sia direttamente che per il tramite di gestori terzi. È stato avviato anche un aggiornamento dei regolamenti interni che, senza sacrifici in termini di liquidabilità degli attivi, orienta il portafoglio nel medio periodo verso investimenti con profilo di elevata sostenibilità ambientale, sociale e di adeguata governance (ESG).

Seguendo una pratica già sperimentata nel 2018, il portafoglio titoli della Cooperativa al 31 dicembre 2019 è stato sottoposto a una valutazione complessiva secondo gli standard ESG. Il modello, elaborato internamente utilizzando i dati forniti da Bloomberg, ha restituito un profilo di sostenibilità del portafoglio discretamente elevato, che rispetto all'anno precedente evidenzia un incremento in termini di attivi valutabili e un miglioramento sulla scala di valutazione.

PRINCIPALI FATTI DELLA GESTIONE

1

LO SVILUPPO E L'AMMODERNAMENTO DELLA RETE DI VENDITA

Nel trascorso esercizio Coop Lombardia ha rispettato un impegnativo **programma pluriennale di sviluppo** in termini di investimenti e sforzi organizzativi prodotti, che ha consentito di concretizzare il **trasferimento dei punti vendita di Lodi e di Como** e di aprire un **nuovo supermercato a Treviglio**, nelle cui vicinanze è stato realizzato un nuovo distributore Enercoop. A Lodi è stato realizzato un superstore servito da un ampio parcheggio, affiancato da un punto vendita Brico io e da un ristorante. A Como è stato realizzato un innovativo superstore caratterizzato dall'uso di legno nelle strutture e allestito con le più recenti **tecniche costruttive eco-sostenibili**, a cui si affiancherà una galleria commerciale con due medie strutture in ambito non alimentare. A Treviglio è stato inaugurato un nuovo supermercato che integra la presenza della Cooperativa sul territorio, in un contesto commerciale che prevede anche in questo caso un negozio Brico io, oltre che un ristorante e un bar. Nelle adiacenze del piccolo supermercato è stato inoltre inaugurato il **quinto distributore Enercoop**, che consente a Coop Lombardia di rafforzare la presenza nel settore dei carburanti proseguendo la politica di calmierazione dei prezzi nei territori coinvolti.

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 ha reimpostato la focalizzazione della struttura sul formato dei punti vendita, con l'obiettivo di garantire un maggior presidio e una **maggiore efficacia dei processi commerciali e organizzativi dei punti vendita**, con maggiore riguardo alle specificità dei singoli formati. È inoltre proseguito il potenziamento, anche grazie a supporti informatici, delle **attività di coordinamento commerciale e di marketing**, per seguire con crescente efficacia le 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. La **revisione dei processi aziendali** con l'obiettivo della loro ottimizzazione ha coinvolto trasversalmente le diverse direzioni della Cooperativa, con un **effetto benefico sulla produttività complessiva** del lavoro.

3

UN ANNO ANCORA DIFFICILE PER LE VENDITE DELLA COOPERATIVA

Nonostante il continuo sviluppo di azioni commerciali a sostegno dei piani strategici, l'andamento delle vendite della Cooperativa, escludendo le vendite di carburanti, ha evidenziato complessivamente **una riduzione importante del 3,9%**, pari a 34,5 milioni di euro, dovuta alle ragioni già evidenziate in precedenza.

4

RISULTATI DELLA GESTIONE CARATTERISTICA PENALIZZATI DALL'ANDAMENTO DELLE VENDITE

L'andamento problematico delle vendite ha comportato una brusca discontinuità ai positivi effetti fino ad ora riscontrati nelle linee di intervento per il rilancio dell'attività caratteristica della Cooperativa: nonostante 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, la consistente perdita di ricavi ha inevitabilmente comportato un peggioramento del risultato della gestione caratteristica, interrompendo la tendenza innescata dalle azioni previste dai piani aziendali. L'impegno profuso nel **riposizionamento al ribasso dei prezzi**, nella **revisione degli assortimenti** e nella redistribuzione mirata degli sforzi promozionali, hanno comunque determinato una sostanziale **tenuta della marginalità**, a cui si è aggiunta una **gestione efficiente della forza lavoro**, i cui costi sono risultati stabili nonostante l'ampliamento del perimetro della rete di vendita e il riconoscimento dell'*una tantum* contrattuale.

5

**IL PROGRAMMA
DI WELFARE
AZIENDALE**

Il 2019 è stato un anno di sviluppo e consolidamento delle attività proposte all'interno del **piano welfare della Cooperativa denominato Noi per Noi**. Il piano opera su quattro ambiti tematici dedicati alla persona, con iniziative legate ai contenuti dei contratti di lavoro collettivi nazionali e integrativi, alla famiglia, con servizi e agevolazioni dedicate, al risparmio, con convenzionamenti e sconti riservati ai dipendenti e ai loro familiari, e alla salute e benessere, con l'arricchimento dei contenuti dei fondi di assistenza sanitaria integrativa previsti dai contratti collettivi e con iniziative specifiche. Il programma delle attività contenute nel piano di welfare aziendale della Cooperativa viene regolarmente condiviso attraverso tutti gli strumenti di comunicazione interna a dipendenti e collaboratori, a cui si affianca l'house organ bimestrale Noicoop, nato per favorire un continuo aggiornamento sulle più importanti iniziative della Cooperativa e assicurare un continuo scambio di informazioni tra le diverse funzioni aziendali.

6

**RISULTATI POSITIVI
DELLA GESTIONE
FINANZIARIA**

Nonostante un avvio sotto auspici poco favorevoli e caratterizzato da incertezza e volatilità, il 2019 ha visto prevalere inattesi segnali distensivi che hanno permesso alle **attività finanziarie** di ottenere **risultati particolarmente positivi**. I dati macroeconomici favorevoli sul reddito disponibile delle famiglie, il mantenimento delle politiche monetarie espansive delle banche centrali, il nuovo governo in Italia gradito all'Europa, le attese degli accordi per una "soft Brexit" e le distensioni per il commercio tra Stati Uniti e Cina hanno fatto sentire i loro effetti sui mercati finanziari, alimentando il recupero di attivi, che partivano dalle forti perdite subite nell'anno precedente. Ne è risultata una chiara contrapposizione fra l'andamento generalmente negativo del 2018 e quello altrettanto generalizzato, ma positivo, del 2019. La **gestione finanziaria** della Cooperativa ha conseguito un **positivo margine finanziario pari a 18,8 milioni di euro**, con un rendimento medio degli impieghi finanziari pari al 2,1% e con un costo medio delle fonti pari allo 0,42%, tra cui il Prestito Sociale, mediamente remunerato allo 0,26%, che ha garantito ai Soci prestatori un rendimento stabile e in linea con forme analoghe di investimento.



LA CESSIONE DELLE PARTECIPAZIONI NEL COMPARTO PHARMACOOOP

Nel corso dell'esercizio si è conclusa la complessa operazione, avviata nel 2018, con cui Coop Lombardia e Coop Alleanza 3.0 hanno ceduto al gruppo internazionale Admenta McKesson, operante col marchio Lloyds, le partecipazioni inerenti il comparto Pharmacoop, attivo nella gestione di farmacie comunali. L'operazione ha previsto la **cessione dell'intera partecipazione nella società capofila Pharmacoop S.p.A.** e dell'intera partecipazione nella società Pharmacoop Lombardia S.r.l., controllante delle società operative Azienda Farmaceutica Municipale (AFM) di Bergamo S.p.A. e Civiche Farmacie Desio S.p.A. I valori di cessione hanno consentito di realizzare un flusso di liquidità per un totale di 10,8 milioni di euro e hanno fatto emergere per la Cooperativa una **plusvalenza complessiva di 3,1 milioni di euro.**



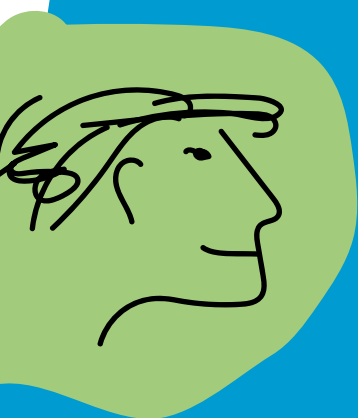
RAZIONALIZZAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO IMMOBILIARE

Nel corso dell'esercizio sono continuate le iniziative per razionalizzare e valorizzare il patrimonio immobiliare della Cooperativa, in coerenza ai piani di sviluppo approvati. In particolare, la Cooperativa ha avviato un **progetto di valorizzazione del compendio immobiliare di Milano via Arona**, in coerenza col rinnovato contesto urbano, direzionale e commerciale nel quale si insedia. La gestione dell'intervento sarà a carico della società controllata Arona Commercial & Business Center S.r.l., con cui Coop Lombardia ha sottoscritto un accordo per la cessione in più fasi dell'immobile per il coordinamento progressivo degli interventi di ristrutturazione. Nel trascorso esercizio è stata formalizzata la prima tranche del trasferimento dell'immobile, che ha comportato il realizzo di **proventi infragruppo di 9,5 milioni di euro.** Contestualmente all'esecuzione della prima fase del progetto sono stati avviati i relativi lavori di restyling delle facciate esterne e di ammodernamento degli impianti ascensori e delle scale mobili.

Assemblea straordinaria: ai voti l'integrazione di Coop Vicinato Lombardia

Q uest'anno l'Assemblea straordinaria dei Soci è chiamata a deliberare sulla realizzazione del processo di integrazione in Coop Lombardia di Coop Vicinato Lombardia (CVL), cooperativa di medie dimensioni aderente al Consorzio Nord Ovest che possiede una rete di 33 negozi di prossimità, fortemente integrata nel tessuto lombardo, con cui da diversi anni è attivo un rapporto di collaborazione finalizzato al supporto al programma di ristrutturazione della rete di vendita di CVL e all'efficientamento della sua struttura. CVL ha sviluppato nel 2019 ricavi per circa 70 milioni di euro con la sua rete di punti vendita a insegna InCoop, gestita con 400 dipendenti.

A fine 2019, CVL ha circa 45.000 Soci, di cui circa 4.000 prestatori e un Prestito Sociale di circa 30 milioni di euro. Coop Lombardia, che da tempo guarda con interesse lo sviluppo nell'ambito dei punti vendita di vicinato, vede nell'integrazione di CVL l'opportunità di arricchire la sua presenza sociale e commerciale sul territorio lombardo in un settore della grande distribuzione particolarmente promettente in cui applicare nuovi modelli organizzativi. L'integrazione con CVL consentirà di sfruttare le efficienze di un'unica struttura organizzativa a monte della rete di vendita, alleggerendone e diluendone i costi e consentendo di conservare gli obiettivi di salvaguardia del patrimonio, anche occupazionale, portati avanti dall'incorporata sin dal 2012.



**Distanti
ma partecipi**

COOPERARE
È LA NOSTRA FORZA
PIÙ GRANDE



LA GESTIONE CARATTERISTICA DI COOP LOMBARDIA

Il 2019 è stato il secondo anno del progetto di **rilancio dell'attività caratteristica di Coop Lombardia**. Nel trascorso esercizio, le attività si sono concentrate su quattro aree trasversali, individuate come prioritarie e strategiche, accomunate dall'obiettivo di **rafforzare il legame tra Soci e clienti e consolidare la distintività della Cooperativa**.

CONSOLIDAMENTO DEL PRESIDIO TERRITORIALE E RECUPERO DI EFFICIENZA

Il piano di sviluppo avviato nel 2018 è proseguito nel 2019 con **l'apertura dei negozi di Lodi, Como e Treviglio e di una stazione di carburanti Enercoop**. Nel 2020 la Cooperativa ultimerà il piano di sviluppo triennale incrementando la sua presenza con un **secondo negozio a Monza** e un **punto vendita a Busto Garolfo**, nelle adiacenze di Parabiago e Busto Arsizio. In termini di organizzazione ed efficientamento, sono molte le aree di intervento su cui si è lavorato e si continuerà a lavorare: negli ipermercati sono state implementate nuove strutture gestionali per il ricevimento delle merci, è stata istituita una segreteria commerciale unica per ipermercati e supermercati e si è esternalizzato il servizio di decorazione. È stata inoltre attuata una revisione dell'organizzazione delle parafarmacie e dei ristoranti. Gli organici delle nuove aperture sono stati dimensionati con nuove logiche e sono stati testati e applicati modelli organizzativi più flessibili, mentre per quanto riguarda i display per la visualizzazione dei prezzi, è stata **completata la conversione alle etichette elettroniche** in tutti gli ipermercati.

ANALISI DEGLI ASSORTIMENTI, GESTIONE DEGLI SPAZI E CLUSTERIZZAZIONE DEI FORMAT

Nel trascorso esercizio è stata attuata un'analisi critica e puntuale degli assortimenti, creando un nuovo processo di gestione degli spazi negli scaffali dei punti vendita, a cui è stato abbinato un intervento di clusterizzazione dei format. Tra le principali attività in supporto alla rete di vendita, è stato infatti definito il processo organizzativo e strutturale

di space management, con l'obiettivo di garantire la presenza costante nei punti vendita di tutti i prodotti in assortimento in tutte le ore del giorno e in tutti i giorni della settimana. Dopo una prima fase di test, da maggio l'attività è stata ampliata a oltre 10 punti vendita e si prevede l'ulteriore implementazione del progetto nel 2020. Il processo di clusterizzazione dei format è fortemente connesso al lavoro di revisione degli assortimenti e alla centralizzazione dei parametri per la gestione dello space management: l'obiettivo è quello di **uniformare il layout dei negozi** tra loro simili per **rendere il percorso della spesa omogeneo e intuitivo** sia in ottica di sequenza merceologica sia di logiche espositive.

CONSOLIDAMENTO DELL'IMMAGINE DI CONVENIENZA

Nel corso del 2019 è stato portato a termine un rilevante sforzo economico per completare il processo di **riposizionamento dei prezzi** che dal 2017 ha visto Coop Lombardia aumentare la propria competitività di 3,5 punti rispetto al mercato. L'attività ha previsto un **costante monitoraggio dei primi prezzi e dei prezzi del prodotto a marchio**. È stato inoltre progettato e ultimato il nuovo sistema automatico di gestione del pricing, che inizierà a essere utilizzato nei primi mesi del 2020.

POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE E MISURAZIONE DEL RITORNO SUGLI INVESTIMENTI

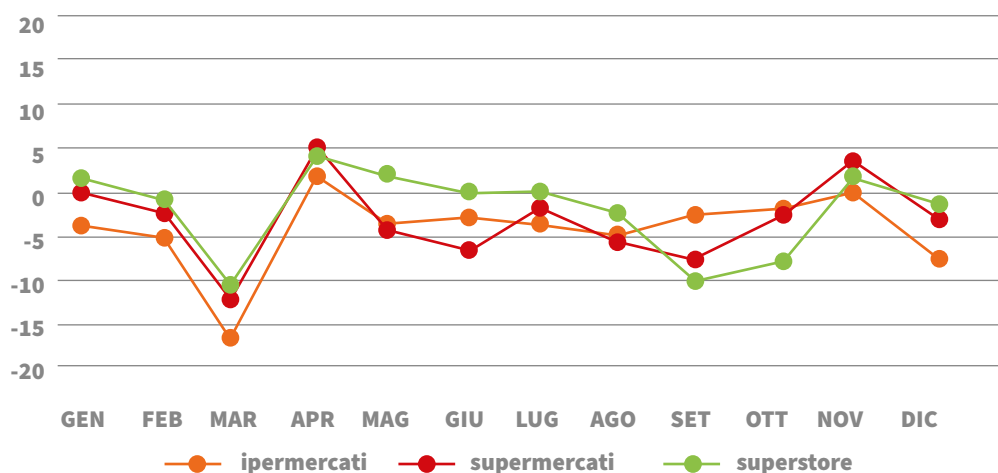
Dal punto di vista della comunicazione, Coop Lombardia ha consolidato l'affissione come strumento per dare visibilità alle proprie iniziative promozionali. Alcune attività sono state comunicate anche con camion vela e i rapporti già esistenti con emittenti televisive e di stampa locale sono stati confermati e consolidati. È stato inoltre avviato un **progetto strategico di coordinamento con i canali digitali**, che entrerà a regime nel 2020 con l'**integrazione sempre più forte dei canali online e offline**. È proseguito nel corso dell'esercizio, e si estenderà al 2020, il processo di ottimizzazione della tiratura del **volantino promozionale**, che si conferma **strumento fondamentale della comunicazione commerciale di prossimità**. L'obiettivo è di arrivare a breve a un radicale cambio del metodo di analisi, creando modelli per rapportare gli investimenti di comunicazione ai ritorni in termini di vendite incrementali.

L'andamento delle vendite

Nel trascorso esercizio, il totale delle vendite di ipermercati, superstore e supermercati, a rete corrente e con l'esclusione delle vendite di carburanti attraverso la rete di distributori Enercoop, ha fatto registrare una **flessione del -3,88% rispetto al 2018**. L'analisi per canale evidenzia una flessione più marcata per la rete degli ipermercati (-4,61%) rispetto ai supermercati (-3,25%), mentre i superstore segnano una flessione più limitata del -2,40%.

L'andamento delle vendite complessive a rete corrente della Cooperativa beneficia dell'andamento pressoché stabile (-0,57%) delle **vendite di carburanti** attraverso i cinque distributori Enercoop, compreso quello di nuova apertura a Treviglio.

Trend % fatturato 2019 vs 2018 per canale



focus



Nuove aperture e ammodernamento della rete di vendita

Nel 2019 la Cooperativa ha proseguito il piano di sviluppo e ammodernamento della rete di vendita iniziato nel 2018.

Tre sono state le nuove aperture: i due superstore di **Lodi e Como**, inaugurati rispettivamente a maggio e a novembre, e un supermercato di 800 mq a **Treviglio**, nelle vicinanze dell'Ipermercato, a fine novembre. Nelle adiacenze del nuovo punto vendita di Treviglio è stato aperto anche **un impianto di distribuzione di carburante Enercoop, il quinto della rete.**

In supporto alle nuove aperture, oltre a importanti attività promozionali di forte convenienza come il Sottocosto e programmi di buoni sconto dedicati, sono stati affiancati eventi di richiamo con personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo, quali Javier Zanetti, storico capitano dell'Inter impegnato in attività sociali, lo chef pasticcere Damiano Carrara e il cantautore Omar Pedrini, solo per citarne alcuni.

I nuovi punti vendita inaugurati nel trascorso esercizio proseguono nella linea intrapresa dalla Cooperativa di realizzare **strutture moderne e accattivanti, progettate con grande attenzione ai consumi e al rispetto dell'ambiente.** L'impianto fotovoltaico di Como consentirà, per esempio, di evitare di immettere nell'atmosfera l'equivalente del consumo di anidride carbonica prodotto in un anno da 81 famiglie, corrispondente alle emissioni assorbite da oltre 110 alberi nel corso di tutta la loro vita.



Oltre alle nuove aperture, nell'anno sono stati portati a termine numerosi **progetti di ristrutturazione e ammodernamento delle aree di vendita** che hanno coinvolto sia le piccole che le grandi superfici, dalla rivitalizzazione dei negozi di via Zoia a Milano alla ristrutturazione di Opera e Settimo Milanese, dall'inserimento del corner salute a Pavia, a una generale ristrutturazione dell'area vendita dell'ipermercato di Crema. In particolare, alla luce delle difficoltà generali del comparto non alimentare, è stato portato avanti il progetto di partnership con specialisti del settore con l'apertura di Brico Io all'interno dell'Ipermercato di Sesto San Giovanni, del corner UPIM a Vigevano e del corner Emporio Kasa a Cassano d'Adda.

Nel mese di luglio è stato aperto ad **Angera**, in provincia di Varese, il **primo punto vendita InCoop di Coop Lombardia**, che costituisce la prima esperienza della Cooperativa nel campo del franchising. Il negozio ha una superficie di 350 mq e un assortimento di 4.000 referenze e si propone come negozio di prossimità. L'apertura del punto vendita di Angera, il cui andamento nei primi mesi di attività è incoraggiante, rappresenta un test importante per lo sviluppo previsto nel 2020 di ulteriori aperture in franchising, in linea con i progetti della Cooperativa di utilizzare tali canali per la copertura dei territori che richiedono punti vendita di prossimità.

AZIONI COMMERCIALI

Nel corso del 2019 si sono radicate e rafforzate le iniziative commerciali avviate nel 2018, con continuità e coerenza alle linee del piano triennale della Cooperativa.

 Nel settore freschi e freschissimi, in particolare nell'ortofrutta e nella gastronomia, è stato lanciato da Coop Italia il progetto **Doppia convenienza**, supportato da forti investimenti in comunicazione a livello nazionale sui principali canali media. Il messaggio trasmesso intende evidenziare e trasferire, oltre a una convenienza economica sul prodotto, il valore della convenienza per la salute e per l'ambiente.

 Il progetto di valorizzazione della professionalità dei lavoratori dei reparti forneria ha visto affiancare alla già apprezzata focaccia ligure di produzione interna il **lancio della produzione di focaccia romana e di schiacciata ligure**, con immediato riscontro positivo dalla clientela. È stato inoltre intenso lo sforzo per dare maggiore risalto alla produzione interna di pane e non è mancata nemmeno la produzione di specialità tipiche. Le festività tradizionali sono invece state le occasioni per valorizzare le produzioni dei **panettoni** e delle **colombe artigianali**.

 Nei reparti pescheria sono proseguite le iniziative dell'**Asta del pesce**, una vera e propria vendita all'ingrosso di pesce proveniente da pescherecci che operano nel Mar Tirreno. Ogni asta del pesce costituisce un evento unico e originale, ma sempre caratterizzato da un grande successo e apprezzamento da parte di Soci e clienti, anche per i suoi aspetti di diffusione della conoscenza del prodotto fresco, italiano e di filiera corta.

 L'iniziativa **Prodotti in Lombardia**, lanciata nel corso dell'esercizio, ha l'obiettivo di valorizzare i fornitori di Coop Lombardia e i loro prodotti tipici lombardi, per rafforzare

ancor di più il legame della Cooperativa con le imprese del territorio. **Dal 29 agosto al 18 settembre tutti i prodotti coinvolti sono stati proposti con uno sconto del 20% sui prezzi consueti.** I produttori interessati all'iniziativa sono stati circa un centinaio e l'iniziativa ha più che raddoppiato le vendite dei prodotti coinvolti nella promozione. Il catalogo è stato il primo a non avere l'indicazione puntuale dei prezzi di vendita, ma solo la narrazione della storia delle aziende e dei prodotti del territorio. Sempre nell'ottica di rafforzare il legame con il territorio, insieme al Birrificio Poretti di Induno Olona, la Cooperativa ha promosso un concorso che ha avuto, come premio finale, una visita al birrificio.

■ Anche nel corso del 2019 Coop Lombardia ha dato continuità all'iniziativa **Sconto sulla spesa** nei confronti dei suoi lavoratori dipendenti, un segno di attenzione a chi ogni giorno opera all'interno della Cooperativa.



PREVALENZA

PREVALENZA

63,93%

Come richiesto dalla normativa vigente all'**art. 2545 del Codice Civile e all'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, sono in uso dal 2004 procedure conformi a precisi criteri di rilevazione e di calcolo. Tali procedure, che rilevano le vendite al minuto effettuate nei confronti dei Soci separatamente dalle vendite al minuto effettuate nei confronti di clienti terzi, sono costantemente monitorate al fine di garantire la corretta rilevazione dei dati richiesti.

L'incidenza delle vendite a Soci nel 2019 ammonta al 63,93% delle vendite totali, sostanzialmente invariata rispetto all'anno precedente.



ENERCOOP

Il progetto Enercoop è nato nel 2012 con il compito di **garantire su tutto il territorio nazionale la distribuzione di carburanti a un prezzo d'acquisto competitivo**, contribuendo così a rallentare l'aumento indiscriminato dei prezzi nelle aree di presenza. La garanzia si estende anche alla qualità del prodotto, che oltre a essere certificata all'origine dai fornitori, viene sistematicamente controllata attraverso esclusivi e innovativi impianti di monitoraggio, presenti nelle **stazioni di rifornimento** a marchio Enercoop.

- La prima stazione di servizio Enercoop di Coop Lombardia è stata inaugurata nel 2012 a **Cantù**, in un'area di circa 2.600 metri quadri adiacente al centro commerciale Mirabello. Il distributore ha conseguito risultati positivi già dai primi anni di attività e anche il 2019 si è confermato in linea con questa tendenza, con un'erogazione di circa **15,4 milioni di litri di carburanti per un fatturato totale di oltre 22 milioni di euro**, mantenendo i prezzi fortemente competitivi pur con una discreta marginalità.

- A **Mapello**, nel 2014, in un'area di circa 2.800 metri quadri adiacente al centro commerciale Continente, Coop Lombardia ha aperto la sua seconda stazione di servizio. I risultati sono stati subito molto positivi e incoraggianti, creando una immediata sinergia con la proposta commerciale offerta dal centro commerciale e, in particolare, dall'ipermercato. Tali risultati si sono mantenuti confortanti anche nello scorso esercizio, in quanto la stazione di Mapello ha erogato **19,5 milioni di litri di carburanti, per un fatturato totale 26,5 milioni di euro**, mantenendo anche nell'area bergamasca prezzi al litro sempre competitivi rispetto al mercato locale.

- A **Crema**, nel 2015, in adiacenza al centro commerciale Gran Rondò, Coop Lombardia ha aperto la sua terza stazione di servizio carburanti, con una formula simile a quella presentata a Mapello. Grazie alla competitività dell'offerta e all'importante presenza dei Soci nell'area cremasca e



CANTÙ

15,4

milioni di litri

22

milioni di euro
di fatturato



MAPELLO

19,5

milioni di litri

26,5

milioni di euro
di fatturato

CREMA

17

milioni di litri

23

milioni di euro
di fatturato

cremonese, il nuovo distributore di Crema, pur non trovandosi lungo un'arteria stradale di massima affluenza, ha erogato nello scorso esercizio **oltre 17 milioni di litri di carburanti, per un fatturato prossimo ai 23 milioni di euro.**

• A **Opera**, nel 2017, in adiacenza al centro commerciale Opera Centro, Coop Lombardia ha aperto la sua quarta stazione di servizio Enercoop, la prima in provincia di Milano, in un'area di circa 3.000 metri quadri. L'eterogeneo bacino di clientela della stazione di servizio ha dimostrato di apprezzare l'offerta già dai primi giorni, facendo registrare risultati molto positivi e creando una immediata sinergia con la proposta commerciale del centro commerciale e, in particolare, del superstore Coop. I risultati si confermano anche nel trascorso esercizio, in cui la stazione ha erogato **22,7 milioni di litri di carburanti, per un fatturato totale di oltre 31 milioni di euro.**



• A **Treviglio**, nel novembre 2019, in adiacenza al centro commerciale Foro Boario in cui è presente un nuovo punto vendita di Coop Lombardia, un nuovo punto vendita Bricio e altri negozi, è stata inaugurata la **quinta stazione di servizio Enercoop**. Anche il nuovo distributore presenta un sistema di erogazione con modalità self service e pagamento pre-pay per 24 ore al giorno per benzina e gasolio e un servizio di presidio e assistenza per i clienti in orari diurni. A integrazione dell'offerta sono state installate **due postazioni per la ricarica di autovetture elettriche di ultima generazione e un nuovo sistema di pagamento basato sul tempo di ricarica effettivo dei kWh** a un prezzo estremamente competitivo. Pur considerando le dimensioni ridotte della stazione rispetto alle precedenti, i risultati economici del nuovo distributore possono essere già considerati soddisfacenti.

OPERA

22,7

milioni di litri

31milioni di euro
di fatturato

Il programma di sviluppo della rete carburanti di Coop Lombardia continuerà anche nel 2020, sempre nella logica di sinergia e supporto alla propria rete di vendita: a **Busto Garolfo**, in adiacenza a un supermercato Coop, è in fase di realizzazione un progetto per l'apertura di una stazione di servizio in grado di erogare benzina, gasolio, metano e GPL. È prevista anche in questo caso l'installazione di quattro postazioni per la ricarica di autovetture elettriche di ultima generazione con i più aggiornati sistemi di pagamento.



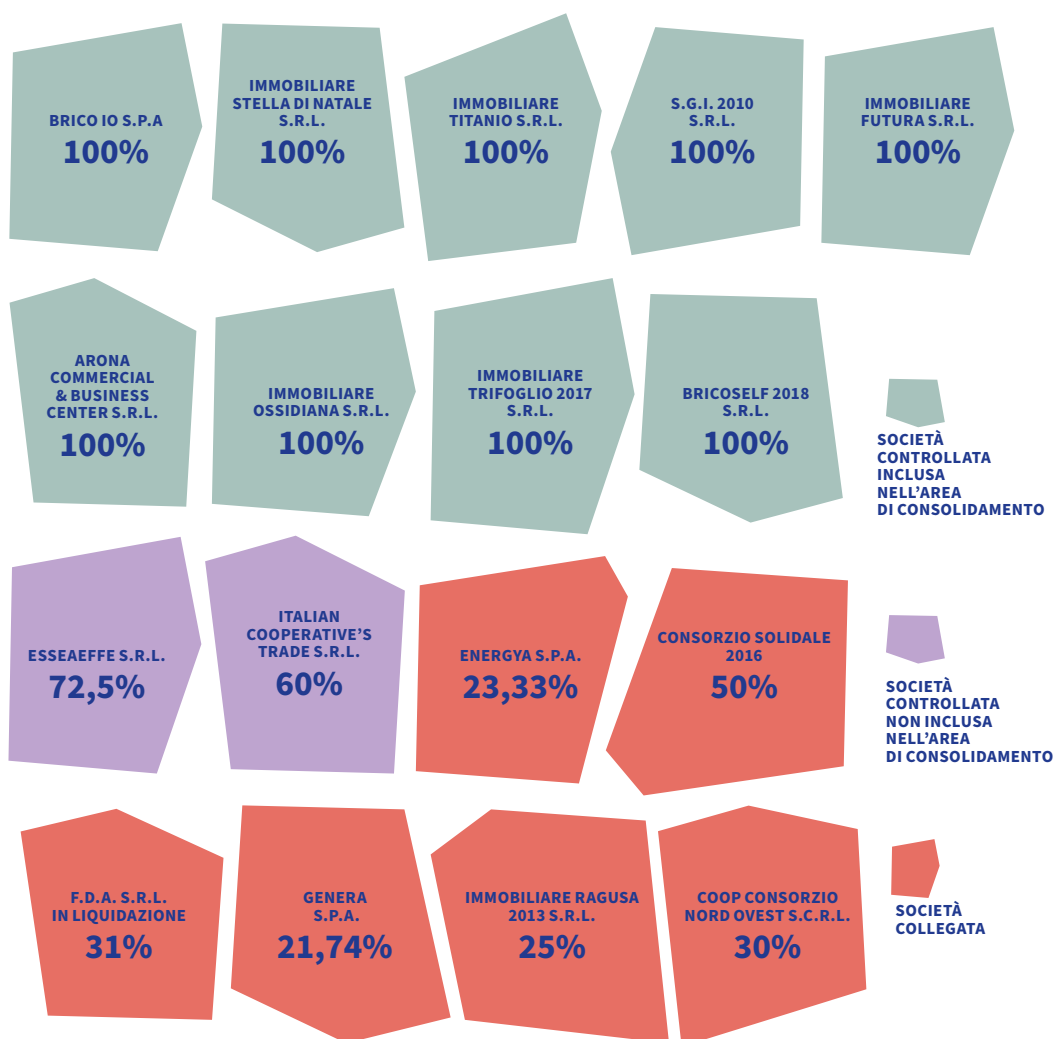
E-COMMERCE: COOP ONLINE

Coop Lombardia aderisce al **progetto nazionale Coop online**, che propone la **vendita su portale web di prodotti non alimentari**, con la possibilità anche di ritirarli presso il proprio punto vendita abituale. L'attività si concretizza in un'ampia offerta di prodotti di alta qualità da acquistare su web con sicurezza, semplicità e convenienza, grazie a un'interfaccia semplice e intuitiva e alla possibilità di scegliere tra diversi tipi di consegna, tra cui la consegna a domicilio su appuntamento o il ritiro gratuito nei numerosissimi punti vendita dove il servizio è disponibile. Tra le iniziative sul fronte del digitale intraprese nel 2019, si segnalano anche i riscontri positivi avuti dalla **collaborazione con la piattaforma di spesa on line Supermercato 24**, che ha raggiunto nel 2019 la **copertura di 29 punti vendita della rete di Coop Lombardia**, con un fatturato sviluppato di circa 2 milioni di euro.

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 2019





Elettricità



Brico10

Auto

Ferramenta

Giardinaggio

Brico10

Pannaggio



Brico10

16

17

18

22

15

Sedia con braccioli



34.90€

Brico10

VERDE

SOCIETÀ CONTROLLATE**Settore
bricolage****BRICO IO**

Brico io, con la sua presenza diffusa sul territorio italiano, si colloca ai **primi posti della classifica nazionale del settore bricolage. Il bilancio del 2019 conferma un risultato positivo**, grazie a un'attenta e dinamica gestione della rete diretta e alla ricerca di maggiore efficienza nella gestione organizzativa della sede aziendale. Tale gestione ha consentito di rafforzare e incrementare le performance della società in un contesto di mercato che si mantiene debole e caratterizzato da una crescente competizione e da un'accentuata sensibilità a fattori esogeni. Nel corso dell'anno, Brico io ha aperto **4 nuovi punti vendita in gestione diretta a Milano, Lodi, Brescia e Treviglio** e ha provveduto alla chiusura delle attività di 2 punti vendita a Chieti e a Bergamo, considerati non profittevoli, arrivando complessivamente a una **rete di punti vendita a gestione diretta di 75 unità**, con una crescita dei ricavi superiore all'1%. La rete dei punti vendita affiliati è rimasta numericamente invariata rispetto all'anno precedente, mantenendosi a 34 unità a seguito all'apertura di un nuovo punto vendita a Vittoria e alla chiusura del punto vendita di Termoli. Al fine della ricerca di maggiori sinergie con la capogruppo Coop Lombardia, Brico io ha allestito il suo **primo corner all'interno dell'Ipercoop Centro Sarca a Sesto San Giovanni**. I risultati sono stati incoraggianti e si valuterà in futuro come sviluppare il modello di corner per proporlo in altri punti vendita della grande distribuzione. Il 2019 e i primi due mesi del 2020 hanno visto cambiamenti importanti nella governance di Brico io. La nuova composizione del Consiglio d'Amministrazione e l'avvicendamento nelle figure apicali dell'organizzazione della società saranno le nuove basi per affrontare le prossime sfide del mercato. Il compito sarà quello di ripartire dalle solide basi costruite nelle precedenti gestioni e proseguire con rinnovato impegno nel processo di crescita, con un'ulteriore spinta nel creare efficienze e sinergie negli assetti organizzativi. Il bilancio del 2019 ha registrato

un **valore della produzione di 201.674 migliaia di euro**, in crescita rispetto all'anno precedente, con un **utile netto di 158 migliaia di euro**, al netto di un onere fiscale di 653 migliaia di euro.

Settore immobiliare

IMMOBILIARE STELLA DI NATALE

La società è titolare di diversi complessi immobiliari a destinazione prevalentemente commerciale. Nel corso del 2019, Immobiliare Stella di Natale **ha incorporato la società Immobiliare Turchese**, proprietaria di due centri commerciali siti a Brescia. La società ha inoltre continuato la sua normale attività di affitto e gestione dei fabbricati commerciali e ha distribuito **dividendi per 300 migliaia di euro**. Il bilancio della società chiude con un **utile netto di 327 migliaia di euro** e con un valore della produzione di 16.036 migliaia di euro.

S.G.I. 2010

La società possiede diverse unità immobiliari a uso abitativo e commerciale nelle provincie di Milano, Brescia, Varese, Monza-Brianza e Cremona. Nel corso dell'esercizio ha proseguito la sua normale attività di locazione e gestione degli immobili, oltre alla vendita di un'unità civile e di una commerciale a Milano e provincia. **Il bilancio del 2019 si è chiuso in sostanziale pareggio** con un valore della produzione di 2.382 migliaia di euro.

IMMOBILIARE FUTURA

La società ha acquistato negli anni passati un terreno di oltre 150.000 metri quadri a sud del Comune di Gallarate al fine di promuovere lo sviluppo immobiliare dell'area. Tuttavia, i provvedimenti adottati dal Comune di Gallarate non hanno consentito l'inizio dei lavori, per cui la società sta portando avanti iniziative per tutelare i propri interessi e per individuare soluzioni nell'ambito dei piani di sviluppo territoriale per una migliore valorizzazione dell'area. **Il bilancio del 2019 si è chiuso in sostanziale pareggio**, con un patrimonio netto di 83 migliaia di euro.

IMMOBILIARE OSSIDIANA

La società ha per oggetto l'attività edilizia e immobiliare in genere. **Nel corso dell'anno ha terminato, nel Comune di Treviglio, l'intervento immobiliare finalizzato all'edificazione del centro commerciale inaugurato nel mese di novembre.** L'immobile è stato concesso in affitto alla controllante Coop Lombardia a parametri di mercato. Il bilancio del 2019 si è chiuso con una perdita di 156 migliaia di euro e con un patrimonio netto di 179 migliaia di euro.

IMMOBILIARE TITANIO

La società possiede 12 immobili commerciali, ubicati in diverse regioni italiane, alcuni dei quali funzionali all'attività di Brico io. Nel corso dell'esercizio ha proseguito la sua normale attività di locazione e gestione degli immobili e ha chiuso il bilancio annuale con un **utile netto di 195 migliaia di euro** e con un valore della produzione di 1.809 migliaia di euro.

ARONA COMMERCIAL & BUSINESS CENTER (EX IMMOBILIARE PIOPPA 2015)

La società, costituita nel 2015 e avente per oggetto l'attività edilizia e immobiliare in genere, quest'anno ha modificato la propria denominazione in Arona Commercial and Business Center (AC&BC), **ha aumentato il proprio capitale sociale a 2 milioni di euro** e ha acquistato dalla controllante Coop Lombardia una porzione immobiliare del centro commerciale di via Arona a Milano, che ospita un superstore della Cooperativa. La porzione immobiliare è stata acquistata al prezzo di 16.500 migliaia di euro ed è stata concessa in affitto alla controllante Coop Lombardia a parametri di mercato. L'operazione avviata è volta alla riqualificazione e valorizzazione dell'immobile, in coerenza con il rinnovato contesto urbano, direzionale e commerciale nel quale si colloca, a seguito del completamento del complesso CityLife, la ristrutturazione del velodromo Vigorelli e la visibilità su Corso Sempione. Il progetto prevede il rifacimento delle facciate esterne, il restyling degli uffici ai piani superiori con un nuovo portale d'accesso e il rinnovamento impiantistico con efficientamento energetico. AC&BC ha avviato la prima fase del progetto, assumendo il ruolo di

committente dei lavori di ristrutturazione e accedendo ai necessari finanziamenti. Il bilancio del 2019 si è chiuso con un **utile netto di 112 migliaia di euro** e con un **valore della produzione di 870 migliaia di euro**.

IMMOBILIARE TRIFOGLIO

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 del 2019 si è chiuso in sostanziale pareggio.**

Altro settore

BRICOSELF 2018

La società è stata costituita nel 2018 per la conduzione di un progetto di sviluppo di attività nel settore bricolage, attualmente non realizzato. Al momento sono in fase di studio diverse iniziative. Nel corso dell'anno Coop Lombardia ha acquistato dalla controllata Brico io la totalità della partecipazione nella società, che ha chiuso **il bilancio del 2019 in sostanziale pareggio.**

Settore intermediazione assicurativa

ESSEAEFFE

La società gestisce agenzie di assicurazione con varie sedi a Milano su mandato della compagnia Unipol Sai. Il bilancio del 2019 ha chiuso con un **utile netto di 32 migliaia di euro** e con un valore della produzione di 2.334 migliaia di euro, confermando la capacità della società di generare risultati economici positivi nonostante il competitivo contesto di mercato in cui opera.

Settore export

ITALIAN COOPERATIVE'S TRADE

La società ha per oggetto sociale l'attività di promozione, vendita, esportazione, distribuzione e commercio, con particolare riferimento ai mercati asiatici, di prodotti a marchio Coop o a marchi riconducibili a Coop Italia. Nel 2019 è proseguita l'impostazione dei contatti per commercializzare prodotti nei mercati asiatici. Il bilancio del 2019 ha chiuso con una perdita di 100 migliaia di euro e con un patrimonio netto pari a 324 migliaia di euro.

SOCIETÀ COLLEGATE

FDA (IN LIQUIDAZIONE)

Nel corso dell'anno la società ha proseguito 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 di liquidazione al 30 giugno 2019 non ha previsto sostanzialmente ulteriori oneri legati alla liquidazione, oltre a quelli già riflessi nei bilanci della società.

IMMOBILIARE RAGUSA 2013

La società 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 2019, a seguito della scadenza del contratto di leasing, la società ha riscattato l'immobile sottoscrivendo contestualmente un mutuo fondiario e ha proseguito la normale attività di locazione e gestione dell'immobile. L'esercizio si è chiuso con una perdita di 703 migliaia di euro e con un patrimonio netto pari a 268 migliaia di euro.

GENERA

La società si pone come **oggetto sociale la promozione, lo sviluppo e il consolidamento del movimento cooperativo lombardo** attraverso il sostegno operativo e finanziario, anche tramite partecipazioni di rischio, di imprese che abbiano all'interno delle proprie norme statutarie o nella propria mission valori cooperativi conclamati e prioritari. Il bilancio del 2019 non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Tuttavia, la situazione economica presenta una perdita di 97 migliaia di euro. La quota di patrimonio netto posseduta da Coop Lombardia è pari a 423 migliaia di euro, pari al valore di iscrizione della partecipazione.

COOP CONSORZIO NORD OVEST (CCNO)

Alla società è affidata la **gestione centralizzata dei servizi logistici, commerciali, informativi e di amministrazione merci** delle cooperative associate. Essendo una società consortile, il bilancio di esercizio ha chiuso in pareggio dopo la ripartizione ai Soci dei costi di gestione, che per Coop Lombardia ammontano a 8.119 migliaia di euro.

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 ha chiuso in pareggio dopo la ripartizione ai Soci dei costi di gestione, non significativi. Coop Lombardia ha versato alla società un importo di 3.000 migliaia di euro per dotarlo delle risorse necessarie per il suo funzionamento.

ENERGYA

La società ha per oggetto la raffinazione, l'importazione, la produzione, la lavorazione, lo stoccaggio, il commercio e la vendita, in proprio e per conto di terzi, di **carburante e altri prodotti petroliferi**. Nel 2019 Coop Lombardia ha incrementato la propria partecipazione nella società, arrivando ad avere una **partecipazione del 23,33%**. Il bilancio del 2019 non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Tuttavia, la situazione economica presenta un utile 27 migliaia di euro.



BILANCIO ECONOMICO

74-83 BILANCIO
D'ESERCIZIO

BILANCIO D'ESERCIZIO

1. STATO PATRIMONIALE

dati in unità di Euro

ATTIVO	31.12.2019	31.12.2018
A) CREDITI VERSO SOCI PER VERSAMENTI ANCORA DOVUTI	-	-
B) IMMOBILIZZAZIONI		
I. Immobilizzazioni immateriali		
1) Costi di impianto e ampliamento	451.014	31.717
2) Costi di sviluppo	5.471	6.886
3) Diritti di brevetto industriale e di utilizzo opere dell'ingegno	421.663	176.045
4) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	194.617	238.800
5) Avviamento	7.282.685	8.975.319
6) Immobilizzazioni in corso e acconti	867.616	2.124.950
7) Altre	6.154.742	5.993.550
Totale immobilizzazioni immateriali	15.377.809	17.547.267
II. Immobilizzazioni materiali		
1) Terreni e fabbricati	257.014.210	225.608.970
2) Impianti e macchinari	46.832.073	42.061.165
3) Attrezzature industriali e commerciali	13.840.111	13.759.060
4) Altri beni	9.265.894	8.495.208
5) Immobilizzazioni in corso e acconti	30.250.265	25.381.388
Totale immobilizzazioni materiali	357.202.553	315.305.791
III. Immobilizzazioni finanziarie		
1) Partecipazioni in:		
a) imprese controllate	91.699.221	84.790.162
b) imprese collegate	2.858.210	2.667.048
d-bis) altre imprese	139.472.598	139.484.701
Totale partecipazioni	234.030.029	226.941.911
2) Crediti:		
a) verso imprese controllate:		
a1 bis) verso imprese controllate entro l'esercizio	6.544.604	37.444.417
a2 bis) verso imprese controllate oltre l'esercizio	121.341.804	92.618.473
b) verso imprese collegate:		
b1 bis) verso imprese collegate oltre l'esercizio	3.644.097	3.894.097
d) verso altri:		
d1 bis) verso altri esigibili entro l'esercizio	200.000	200.000
d2 bis) verso altri esigibili oltre l'esercizio successivo	6.360.965	6.954.896
Totale crediti	138.091.470	141.111.883
3) Altri titoli	341.265.517	280.468.417
Totale immobilizzazioni finanziarie	713.387.017	648.522.211
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI (B)	1.085.967.378	981.375.269

dati in unità di Euro

ATTIVO		31.12.2019	31.12.2018
C) ATTIVO CIRCOLANTE			
I. Rimanenze			
1) Materie prime, sussidiarie e di consumo		1.669.945	2.227.484
4) Prodotti finiti e merci		67.246.700	79.866.587
Totale rimanenze		68.916.645	82.094.071
II. Crediti			
1) Verso clienti		7.119	33.640
2) Verso imprese controllate		22.782.473	10.916.274
3) Verso imprese collegate		43.767.634	48.940.083
5 bis) Crediti tributari:			
entro l'esercizio		3.904.022	7.360.965
oltre l'esercizio		3.416.211	4.126.680
5 ter) Crediti per imposte anticipate		7.239.469	7.229.527
5 quater) Verso altri:			
5 quater b) _verso altri		25.822.945	34.882.428
Totale crediti verso altri		25.822.945	34.882.428
Totale crediti		106.939.873	113.489.597
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		6.784.898	20.805.655
6) Altri titoli		501.528.321	491.416.891
Totale attività finanziarie		508.313.219	519.191.711
IV. Disponibilità liquide			
1) Depositi bancari e postali		82.432.002	126.246.628
3) Denaro e valori in cassa		4.072.120	4.556.482
Totale disponibilità liquide		86.504.122	130.803.110
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE (C)		770.673.859	845.578.489
D) RATEI E RISCONTI			
1) Ratei e risconti attivi		4.999.434	8.767.384
TOTALE RATEI E RISCONTI (D)		4.999.434	8.767.384
TOTALE ATTIVO		1.861.640.671	1.835.721.142

dati in unità di Euro

PASSIVO E PATRIMONIO NETTO		31.12.2019	31.12.2018
A) PATRIMONIO NETTO			
I. Capitale		12.926.964	12.739.544
III. Riserve di rivalutazione		14.231.199	14.231.199
IV. Riserva legale		119.195.370	117.356.754
V. Riserve statutarie		368.587.673	364.481.431
VI. Altre riserve		3.167.429	3.408.395
VII. Riserva per operazioni di copertura dei flussi finanziari attesi		-20.085	-
IX. Utile (perdite) dell'esercizio		6.637.783	6.128.720
TOTALE PATRIMONIO NETTO (A)		524.726.333	518.346.043
B) FONDI PER RISCHI E ONERI			
2) Per imposte, anche differite		3.687.140	4.967.482
3) Strumenti finanziari derivati passivi		26.428	-
4) Altri		12.239.833	18.711.227
TOTALE FONDI PER RISCHI E ONERI (B)		15.953.401	23.678.709
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO		19.729.812	20.631.806
D) DEBITI			
3) Debiti verso Soci per finanziamenti entro l'esercizio successivo (Prestito Sociale)		1.021.204.089	1.036.709.334
4) Debiti verso banche:			
a1) entro l'esercizio successivo		16.629.533	11.678.253
a2) oltre l'esercizio successivo		73.756.763	12.202.307
7) Debiti verso fornitori		50.161.727	50.382.216
9) Debiti verso imprese controllate		2.637.228	12.173.240
10) Debiti verso imprese collegate		45.461.521	49.530.139
12) Debiti tributari		5.718.149	15.706.567
13) Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale		3.207.532	6.040.494
14) Altri debiti			
a1) entro l'esercizio successivo		27.505.406	71.774.493
a2) oltre l'esercizio successivo		48.616.946	-
TOTALE DEBITI (D)		1.294.898.895	1.266.197.043
E) RATEI E RISCONTI			
1) Ratei e risconti passivi		6.332.230	6.867.541
TOTALE RATEI E RISCONTI (E)		6.332.230	6.867.541
TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO		1.861.640.671	1.835.721.142

2. CONTO ECONOMICO

dati in unità di Euro

	31.12.2019	31.12.2018
A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni attività minuto:		
a) ricavi vendite attività minuto verso Soci	589.040.489	609.497.016
b) ricavi vendite attività minuto a terzi	266.861.072	276.512.202
c) altri ricavi	373.277	302.120
d) ricavi da fornitori	64.326.400	65.639.013
Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni attività minuto	920.601.238	951.950.351
2) Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	-6.958.299	-
5) Altri ricavi e proventi:		
a) ricavi servizi mensa	388.363	363.635
b) ricavi gestione immobiliare	42.799.139	25.110.192
c) recupero costi vari	2.843.945	3.754.295
d) ricavi diversi	4.818.613	11.544.288
Totale altri ricavi e proventi	50.850.059	40.772.410
Totale valore della produzione	964.492.998	992.722.761
B) COSTI DELLA PRODUZIONE		
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	645.002.316	676.103.335
7) Per servizi	117.451.674	115.642.647
8) Per godimento di beni di terzi	24.586.677	22.511.628
9) Per il personale:		
a) salari e stipendi	100.434.120	99.553.938
b) oneri sociali	27.594.904	27.555.455
c) trattamento di fine rapporto	6.580.359	6.598.136
e) altri costi	3.889.130	3.156.897
Totale costi per il personale	138.498.512	136.864.426
10) Ammortamenti e svalutazioni:		
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	3.051.014	3.267.431
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	26.494.911	25.002.641
d) svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	1.491.807	3.658.949
Totale ammortamenti e svalutazioni	31.037.731	31.929.021
11) Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	6.219.127	-2.045.081
13) Altri accantonamenti	5.979.378	5.269.000
14) Oneri diversi di gestione	15.939.872	15.880.654
Totale costi della produzione	984.715.288	1.002.155.630
Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)	-20.222.290	-9.432.869

dati in unità di Euro

	31.12.2019	31.12.2018
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI		
15) Proventi da partecipazioni:		
a) in imprese controllate	3.448.013	1.100.000
b) in imprese collegate	-	13.966
c) in altre imprese	3.296.938	3.440.332
Totale proventi da partecipazioni	6.744.950	4.554.298
16) Altri proventi finanziari:		
a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni:		
1) imprese controllate	2.049.516	1.943.393
3) altre imprese	168.278	111.640
b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni	6.406.374	5.098.757
c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	22.106.065	28.884.128
d) proventi diversi dai precedenti:		
3) altre imprese	3.185.266	3.437.314
Totale altri proventi finanziari	33.915.499	39.475.232
17) Interessi e altri oneri finanziari:		
a) verso imprese controllate	16.153	17.401
c1) interessi su Prestito Sociale	4.570.776	4.656.830
c2) interessi e altri oneri finanziari diversi	8.004.983	13.914.177
Totale interessi e altri oneri finanziari	12.591.912	18.588.408
17bis) Utili e perdite su cambi	-14.635	-17.052
Totale proventi e oneri finanziari	28.053.902	25.424.070

dati in unità di Euro

	31.12.2019	31.12.2018
D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE		
18) Rivalutazioni:		
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	58.247	2.851
Totale rivalutazioni	58.247	2.851
19) Svalutazioni:		
a) di partecipazioni	382.352	1.091.202
b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni	145.749	-
c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni	2.273.472	8.029.606
Totale svalutazioni	2.801.573	9.120.808
Totale delle rettifiche di valore di attività finanziarie	-2.743.326	-9.117.957
Risultato prima delle imposte	5.088.286	6.873.244
20) Imposte sul reddito dell'esercizio:		
a) imposte correnti	170.910	2.022.473
b) imposte relative a esercizi precedenti	-436.466	-9.066
c) imposte differite o anticipate	-1.283.941	-1.268.883
Totale imposte sul reddito dell'esercizio	-1.549.497	744.524
RISULTATO DELL'ESERCIZIO	6.637.783	6.128.720

3. RENDICONTO FINANZIARIO

dati in unità di Euro

	31.12.2019	31.12.2018
A. Flussi finanziari derivanti dall'attività operativa (metodo indiretto)		
Utile (perdita) dell'esercizio	6.637.783	6.128.720
Imposte sul reddito	-265.556	2.013.407
Interessi passivi/(attivi)	-21.323.587	-20.886.824
(Dividendi)	-3.596.938	-4.554.298
(Plusvalenze)/Minusvalenze derivanti dalla cessione di attività	-4.737.393	-10.115.837
1. Utile/(perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione	-23.285.691	-27.414.832
<i>Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>		
Accantonamenti ai fondi	14.812.219	14.433.573
Ammortamenti delle immobilizzazioni	29.545.925	28.270.072
Svalutazioni per perdite durevoli di valore	2.743.326	1.091.202
Altre rettifiche in aumento/(diminuzione) per elementi non monetari	-1.599.315	8.026.755
<i>Totale rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>	<i>45.502.155</i>	<i>51.821.601</i>
2. Flusso finanziario prima delle variazioni del ccn	22.216.464	24.406.770
<i>Variazioni del capitale circolante netto</i>		
Decremento/(Incremento) delle rimanenze	14.192.542	-2.941.282
Decremento/(Incremento) dei crediti verso clienti	26.522	-23.571
Incremento/(Decremento) dei debiti verso fornitori	-253.786	9.813.835
Decremento/(Incremento) ratei e risconti attivi	3.773.391	-1.455.976
Incremento/(Decremento) ratei e risconti passivi	-535.312	791.337
Altri decrementi/(Altri incrementi) del capitale circolante netto	-4.550.962	-21.374.921
<i>Totale variazioni del capitale circolante netto</i>	<i>12.652.395</i>	<i>-15.190.578</i>
3. Flusso finanziario dopo le variazioni del ccn	34.868.859	9.216.192
<i>Altre rettifiche</i>		
Interessi incassati/(pagati)	22.546.671	22.534.470
(Imposte sul reddito pagate)	-1.841.053	-2.509.404
Dividendi incassati	3.596.938	4.554.298
(Utilizzo dei fondi)	-19.481.496	-8.468.945
Altri incassi/(pagamenti)*	600.972	700.874
<i>Totale altre rettifiche</i>	<i>5.422.033</i>	<i>16.811.293</i>
Flusso finanziario dell'attività operativa (A)	40.290.892	26.027.485

* Effetto della fusione di General Shopping Center S.r.l.

dati in unità di Euro

	31.12.2019	31.12.2018
B. Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento		
<i>Immobilizzazioni materiali</i>		
(Investimenti)	-48.762.933	-46.908.151
Disinvestimenti	4.859.166	11.309.874
<i>Immobilizzazioni immateriali</i>		
(Investimenti)	-1.013.878	-2.700.470
Disinvestimenti	91.054	373.040
<i>Immobilizzazioni finanziarie</i>		
(Investimenti)	-214.247.189	-173.028.688
Disinvestimenti	102.709.217	108.688.638
<i>Attività finanziarie non immobilizzate</i>		
(Investimenti)	-708.994.409	-662.368.008
Disinvestimenti	750.337.587	819.759.163
Flusso finanziario dell'attività d'investimento (B)	-115.021.386	55.125.398
C. Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento		
<i>Mezzi di terzi</i>		
Incremento/(Decremento) debiti a breve verso banche	-	-
Accensione finanziamenti	216.262.706	363.292.680
(Rimborso finanziamenti)	-185.834.760	-405.886.328
<i>Mezzi propri</i>		
Aumento di capitale a pagamento	946.449	823.277
(Rimborso di capitale)	-759.029	-24.388
Cessione/(Acquisto) di azioni proprie		
(Dividendi e acconti su dividendi pagati)	-183.862	-250.735
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)	30.431.505	-42.045.493
INCREMENTO (DECREMENTO) DELLE DISPONIBILITÀ LIQUIDE (A ± B ± C)	-44.298.988	39.107.390
Effetto cambi sulle disponibilità liquide		
<i>Disponibilità liquide all'inizio dell'esercizio</i>		
Depositi bancari e postali	126.246.628	87.020.469
Denaro e valori in cassa	4.556.482	4.675.252
Totale disponibilità liquide a inizio esercizio	130.803.110	91.695.720
<i>Disponibilità liquide a fine esercizio</i>		
Depositi bancari e postali	82.432.002	126.246.628
Denaro e valori in cassa	4.072.120	4.556.482
Totale disponibilità liquide a fine esercizio	86.504.122	130.803.110
VARIAZIONE DELLE DISPONIBILITÀ LIQUIDE	-44.298.988	39.107.390

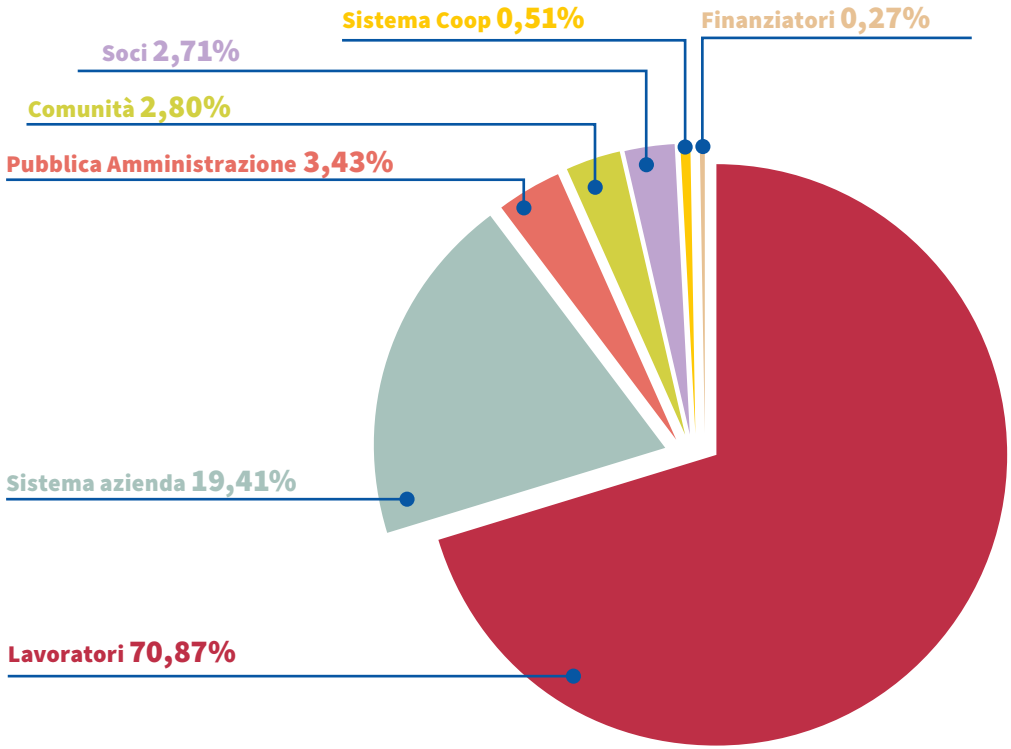
RENDICONTO DEL VALORE AGGIUNTO

€/000	31.12.2019	31.12.2018
Vendite nette Grande Distribuzione Organizzata	768.742	799.651
- di cui vendite ai Soci	587.619	609.497
- di cui vendite a terzi	181.123	190.154
Vendite carburante	85.738	86.358
Ricavi immobiliari e altri ricavi	44.265	41.075
Proventi netti gestione finanziaria e partecipazioni	25.405	21.343
Totale vendite, altri ricavi e proventi finanziari	924.150	948.427
Costo merci, al netto di sconti e premi fornitori	-576.709	-603.121
Costi per servizi e prestazioni esterne	-120.325	-114.985
Costi per affitti e locazioni	-24.587	-22.512
Oneri diversi di gestione	-7.432	-8.064
Accantonamenti per rischi e oneri	-4.558	-5.269
Totale costi per merci, servizi, affitti e oneri diversi	-733.610	-753.951
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	190.540	194.476

Il valore aggiunto prodotto risulta così destinato:

	31.12.2019	%	31.12.2018	%
AI LAVORATORI DIPENDENTI				
Formazione del personale	1.142	0,60%	3.776	1,94%
Costo del personale	133.891	70,27%	133.256	68,52%
ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE				
Amministrazione Centrale (IRES, Bolli, Imposta di registro)	708	0,37%	93	0,05%
Amministrazioni Locali (IMU, IRAP, Rifiuti, ecc.)	5.833	3,06%	6.169	3,17%
AI FINANZIATORI				
Altri finanziatori, per remunerazione di altri finanziamenti	516	0,27%	380	0,20%
AI SOCI				
Soci, per remunerazione Prestito Sociale, al lordo di ritenute	4.571	2,40%	4.657	2,39%
Soci, comunicazioni istituzionali	592	0,31%	490	0,25%

	31.12.2019	%	31.12.2018	%
ALLA COMUNITÀ				
Iniziative sociali, attività culturali, sponsorizzazioni, solidarietà	5.340	2,80%	6.635	3,41%
AL SISTEMA COOPERATIVO				
Contributo ANCC	162	0,09%	97	0,05%
Fondo mutualistico promozione e sviluppo Cooperazione (L. 59/92)	199	0,10%	184	0,09%
Contributi Associativi	603	0,32%	866	0,45%
AL SISTEMA AZIENDA				
Ammortamenti e svalutazioni	31.038	16,29%	31.929	16,42%
Quota di Utile destinata a Riserva	5.945	3,12%	5.945	3,06%
TOTALE VALORE AGGIUNTO DESTINATO	190.540	100,00%	194.476	100,00%



DIVENTA S



DIVENTA S
SOCIO COOP

EASY



PER TE CHE AMI LA PRATICITÀ



DIVENTA S
SOCIO COOP

WELLNESS



PER TE CHE AMI IL BENESSERE



DIVENTA S
SOCIO COOP

FOODIE



PER TE CHE AMI IL GUSTO



DIVENTA S
SOCIO COOP

GREEN



PER TE CHE AMI LA NATURA

**A TUA STESSA
DI SPESA**

**DIVENTA
SOCIO COOP**

Ricavi un Buono da
25€
per la tua spesa

+



In REGALO una borsa di prodotti
a marchio  e il resto ricattato per te!



coop

Scadenza 31/12/2018 nei punti vendita COOP - via Marconi,
COOP - via Dante, Bolzano, 10, via D'Amico
SCALE NUOVO PLAMINIA



Richiedi informazioni all'Ufficio Soci:
www.socio.coop o al numero 112



Richiedi informazioni all'Ufficio Soci:
www.socio.coop o al numero 112



Richiedi informazioni all'Ufficio Soci:
www.socio.coop o al numero 112



Richiedi informazioni all'Ufficio Soci:
www.socio.coop o al numero 112

3

Valore sociale

Coop Lombardia genera valore sociale primariamente attraverso le sue politiche di gestione delle risorse umane, formazione professionale e welfare aziendale, improntate alla tutela dei diritti dei lavoratori e, secondariamente, attraverso iniziative, servizi, attività e progetti di carattere solidale che coinvolgono Soci, volontari e comunità locali, nonché attraverso l'impegno quotidiano per garantire ai consumatori una linea di prodotti a marchio convenienti, sicuri, trasparenti e sostenibili.



ABBIA

Valore sociale **in cifre**

DIPENDENTI



4.320

DIPENDENTI

1.385

UOMINI

2.935

DONNE

1.762

FULL TIME

2.558

PART TIME

FORMAZIONE



201.436

ORE DI FORMAZIONE

PER **3.681** LAVORATORI

71% DONNE **29%** UOMINI

SOCI



321.520

UOMINI

438.571

DONNE

760.091

SOCI

37.865

NUOVI SOCI

PRESTITO SOCIALE



1.021

MILIONI DI EURO
AL LORDO DEGLI INTERESSI MATURATI

4,6

MILIONI DI EURO
DI INTERESSI LORDI MATURATI

114.799

NUMERO LIBRETTI
ATTIVI

2.117

NUOVI LIBRETTI APERTI
NEL CORSO DELL'ANNO

656.000

OPERAZIONI DI VERSAMENTO
E PRELIEVO

PRODOTTI COOP



11

LINEE

4.800

REFERENZE

EVENTI ORGANIZZATI
DAI SOCI SUL TERRITORIO



350

DUE MANI IN PIÙ



21

PUNTI VENDITA

180

VOLONTARI

400

ASSISTITI

8000

SPESA CONSEGNATE

BUON FINE



1.313

TONNELLATE
CIBO RECUPERATO

7,3

MILIONI
VALORE ECONOMICO

105

ORGANIZZAZIONI
DI VOLONTARIATO
COINVOLTE

2,6

MILIONI DI PASTI
PER I BISOGNOSI

7.100

PERSONE
ASSISTITE

DONA LA SPESA



334

TONNELLATE
DI MERCE DONATA

113.331

CHIOGRAMMI
DI MERCE DESTINATA
ALLE PERSONE FRAGILI

63

ASSOCIAZIONI
COINVOLTE

ALLEVIAMO LA SALUTE



2.000

ALLEVAMENTI
COINVOLTI

30

MILIONI DI ANIMALI
COINVOLTI



LAVORATORI

Il rispetto delle persone, l'equità di trattamento e il lavoro di squadra sono gli elementi che guidano da sempre l'organizzazione e la gestione delle risorse umane di Coop Lombardia. Formazione, sicurezza e crescita personale, in particolare, sono state le principali linee guida che hanno caratterizzato il trascorso esercizio, in cui molti dipendenti hanno avuto l'opportunità di migliorare la propria posizione all'interno della Cooperativa, assumendo ruoli di maggiore responsabilità.

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Nel 2019 la gestione delle risorse umane di Coop Lombardia è stata influenzata dalle **aperture dei nuovi punti vendita** e dalle **novità normative che hanno offerto ai dipendenti una nuova possibilità di pensionamento anticipato**, la cosiddetta “quota 100”. Questi fattori sono stati determinanti per un **ricambio generazionale** che ha visto l’uscita di oltre 130 dipendenti e l’avvio di una serie di assunzioni orientate soprattutto ai giovani e alle persone che avevano già maturato una specializzazione pregressa nell’ambito dei reparti freschi e freschissimi della grande distribuzione. Questa riorganizzazione ha generato un notevole lavoro di formazione e di gestione del personale, offrendo **numeroso possibilità di crescita professionale per i lavoratori**, che in numero rilevante hanno beneficiato di percorsi di sviluppo interno legati a nuove professionalità e, in alcuni casi, di percorsi di sviluppo di carriera.

Le nuove aperture dei punti vendita di Lodi, Como e Treviglio, oltre ad aver consentito la completa **ricollocazione del personale impiegato nel vecchio negozio di Lodi**, hanno reso necessarie **nuove assunzioni**, in particolare giovani che si sono avvicinati per la prima volta al mondo del lavoro. Anche per i nuovi punti vendita è stato applicato il modello organizzativo che, oltre a rendere più snello e multifunzionale

DIPENDENTI
FULL TIME

1.762

DIPENDENTI
PART TIME

2.558

Andamento e analisi dell’organico

Full-time	31.12.2019	% su totale	31.12.2018	% su totale	Var. assolute
Donne	670	15,51	670	15,22%	
Uomini	1.092	25,28	1.096	24,90%	-4
Totale full-time	1.762	40,79	1.766	40,12%	-4
Part-time	31.12.2019	% su totale	31.12.2018	% su totale	Var. assolute
Donne	2.265	52,43	2.300	52,25%	-35
Uomini	293	6,78	336	7,63%	-43
Totale part-time	2.558	59,21	2.636	59,88%	-82
Totale	4.320	100	4.402	100,00%	136

il gruppo di regia, sta consentendo di mantenere il costo del lavoro entro i parametri di sostenibilità definiti dai piani aziendali.

Nel febbraio 2019, dopo una lunga e complessa trattativa durata cinque anni, è stato siglato, da parte delle Associazioni Cooperative ANCC-Coop, Confcooperative Consumo e Utensia, AGCI Settore Consumo e delle organizzazioni sindacali FILCAMS-CGIL, FISASCAT-CISL, UILTuCS-UIL, un accordo di **rinnovo della parte economica del CCNL per i dipendenti di imprese della distribuzione cooperativa**. L'accordo ha portato a un aumento retributivo mensile a regime di 65 euro lordi, di cui 50 euro da febbraio 2019 e la restante parte da luglio 2019, al IV livello, riparametrati e riproporzionati. È stata inoltre riconosciuta un'indennità *una tantum* di 1.000 euro, di cui la metà corrisposti a febbraio 2019 e la rimanente metà riconosciuta a marzo 2020.

In questo rinnovo, le parti hanno riconosciuto quanto spettante rispetto all'adeguamento retributivo e alla cosiddetta "vacanza contrattuale", lasciando però 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.



SELEZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI

Nel corso del 2019 la Cooperativa ha partecipato a diverse attività di employer branding finalizzate ad aumentare l'attrattività dell'insegna Coop nel mondo del lavoro e, in particolare, tra i giovani. Per la realizzazione di queste attività sono stati utilizzati diversi canali, tra i quali un maggior presidio della **pagina LinkedIn della Cooperativa**, la creazione di una **pagina web sul sito InfoJobs**, nonché la **partnership con i master organizzati da Istud Business School in Food & Beverage e Human Resources**.

Inoltre, la Cooperativa ha partecipato a diversi **Career Day** organizzati da scuole secondarie e università. A Milano Coop Lombardia è stata attivamente presente agli eventi dedicati al reclutamento organizzati dall'Università Bocconi, dallo IULM, dall'Università Cattolica, dall'Università degli Studi di Milano e dall'Università di Milano-Bicocca, durante i quali sono stati attivati contatti con **oltre 1.000 candidati**, tra diplomandi, laureandi e neo laureati che stanno approcciando il mondo del lavoro.

La selezione del personale ricopre un ruolo strategico per Coop Lombardia, dato il suo compito di individuare talenti che siano in grado di contribuire allo sviluppo della Cooperativa e che nel tempo siano in grado di ricoprire ruoli di crescente responsabilità. Il processo di selezione è stato migliorato e maggiormente strutturato, prevedendo diversi passi di valutazione e introducendo i videocolloqui, la somministrazione di test comportamentali e la valutazione delle dinamiche di gruppo a integrazione dei colloqui individuali.

Le opportunità di crescita interna, nel corso del 2019, si sono concretizzate con l'**avvio di oltre 100 percorsi di sviluppo**, da distinguere tra percorsi di crescita orizzontali, che hanno consentito l'ampliamento delle competenze tecniche per gli specialisti dei reparti freschi, e percorsi di crescita verticali, che hanno accompagnato l'assunzione di un ruolo di maggior responsabilità, come ad esempio quello del capo negozio, dei capi reparto e dei coordinatori di reparto.



SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

La Cooperativa 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 **continuo aggiornamento della 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, dal 2017 la formazione relativa alla sicurezza sul lavoro è gestita direttamente dal Servizio di Prevenzione e Protezione. Tra le attività salienti del 2019 è proseguito l'aggiornamento della valutazione dei rischi, focalizzato in particolare sullo stress lavoro correlato. A tale scopo è stato utilizzato il **nuovo metodo StART (Stress Assessment and Research Toolkit)**, costruito da un gruppo di ricerca dell'Università di Bologna, che ha coinvolto oltre 150 dipendenti.

Nel corso dell'anno sono stati aggiornati tutti i documenti di valutazione dei rischi specifici dei negozi, garantendo così, oltre a una puntuale valutazione dei rischi generali e sistemici, una precisa **valutazione dei rischi particolari di ciascun punto vendita**, frutto di un'attenta analisi che ha coinvolto il Servizio di Prevenzione e Protezione della Cooperativa e una primaria società di consulenza italiana.

La Cooperativa ha inoltre avviato un percorso per l'adozione di un **sistema di gestione della sicurezza conforme allo standard ISO 45001**, che sarà portato a compimento quest'anno e garantirà una sempre maggiore focalizzazione sulle tematiche di sicurezza del lavoro a tutti i livelli aziendali.

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 raggiungendo l’ambizioso risultato di una **riduzione delle non conformità del 60% rispetto al 2018**.

Il 2019 ha visto anche il **compimento dell’adozione del supporto informatico** con cui la Cooperativa monitora e analizza le proprie performance relativamente alla formazione in salute e sicurezza. L’utilizzo di questo software gestionale verrà esteso anche al monitoraggio degli adempimenti legati al sistema di gestione.

	2017		2018	
	Numero infortuni	Numero giorni assenza	Numero infortuni	Numero giorni assenza
SUPER	36	649	43	921
IPER	67	1.248	47	989
SEDE	1	15	2	66
TOTALE	104	1.912	92	1.976



Infortunati sul lavoro

Nel 2019 la Cooperativa ha ottenuto un ulteriore risultato nella riduzione degli infortuni sul lavoro, consolidando ulteriormente il lungo cammino intrapreso negli ultimi dieci anni. Quest’anno anche il numero di giornate perse è diminuito sensibilmente, indice di una riduzione della gravità degli infortuni, testimoniando l’ottimo lavoro fatto nel sensibilizzare il personale e nel migliorare costantemente gli ambienti di lavoro.

2019		delta 19/18		delta %	
Numero infortuni	Numero giorni assenza	Numero infortuni	Numero giorni assenza	Numero infortuni	Numero giorni assenza
35	780	-8	-141	-19%	-15%
41	769	-6	-220	-13%	-22%
0	0	-2	-66	-100%	-100%
76	1.549	-16	-427	-17%	-22%



ATTIVITÀ DI FORMAZIONE

Nel corso del 2019 è proseguito il forte investimento della Cooperativa nelle attività di formazione del personale. Le principali modalità formative impiegate sono state l'**aula** e il **training on the job**; in parallelo, l'**e-learning** ha continuato a essere un'importante ed efficace alternativa nella formazione e informazione ai dipendenti. La formazione si è svolta principalmente presso la **Scuola dei Mestieri**, che dal 2015 è il luogo ideale per favorire i processi di sviluppo per il personale di vendita di Coop Lombardia.



ORE TOTALI
DI FORMAZIONE

201.436

PARTECIPANTI
AI CORSI

6.136

Formazione professionale

Un'area importante di investimento formativo ha riguardato le **competenze tecniche, di aggiornamento e di formazione al ruolo e al prodotto**. Per garantire uno standard qualitativo adeguato in aula, accanto a professionisti interni, la Cooperativa si è avvalsa di esperti docenti esterni, in grado di implementare metodologie didattiche innovative e coinvolgenti.

Le attività di formazione professionale sono state numerose: momenti legati all'avvio di nuovi servizi, software e procedure, corsi sulle tecniche di vendita, formazione per il consolidamento delle competenze di prodotto.

Ore totali di formazione	201.436
Partecipazioni ai corsi	6.136
Dipendenti coinvolti	3.681
% donne formate	71%
% uomini formati	29%



Particolare attenzione è stata infatti dedicata ai settori macelleria, forneria, ortofrutta, pescheria, salumi e formaggi, funghi e vino. Anche i farmacisti impiegati nei Corner Salute hanno partecipato a momenti di aggiornamento sui prodotti, così come il personale dedicato alla vendita dei prodotti Coop Voce. In occasione delle aperture dei nuovi punti vendita, il personale coinvolto è stato supportato con attività di formazione specifica. In preparazione delle numerose iniziative **Smart Food** realizzate nei punti vendita e sviluppate dalla Cooperativa in collaborazione con lo IEO (Istituto Europeo di Oncologia), sono stati organizzati momenti di preparazione del personale della Cooperativa incentrati sulla **conoscenza delle linee guida di una sana alimentazione**. Proseguendo poi nella direzione di una maggiore sensibilità dei dipendenti sulle buone prassi in tema di privacy, sono state effettuate diverse **sessioni informative di aggiornamento in merito al GDPR**.

L'attività di formazione è stata erogata anche tramite **Scuola Coop**, l'ente di formazione nazionale di sistema, le cui attività sono proseguite anche nel 2019 coinvolgendo quadri e impiegati direttivi, di sede e di punto vendita, anche attraverso **seminari sul prodotto a marchio, con focus particolare rivolto alla linea Origine e IO** e all'impegno di Coop nella **riduzione delle plastiche**.

Al fine di favorire l'**inserimento nei punti vendita di persone con disabilità**, sono stati organizzati incontri ad hoc rivolti ai tutor designati. L'obiettivo della formazione è stato quello di accompagnare al meglio le nuove risorse nel loro percorso di apprendimento e avvio lavorativo.

**DIPENDENTI
COINVOLTI NELLA
FORMAZIONE**

3.681

DONNE

71%

UOMINI

29%

Attività di formazione realizzate nel 2019

Attività	Destinatari	Canale
Scuola dei Mestieri: macelleria, forneria, ortofrutta, pescheria, salumi e formaggi, funghi, corner salute, cantine vino	Addetti, Vice Capi Reparto, Capi Reparto, Capi Negozio, Responsabili Iper	Iper/Super
Scuola dei Mestieri: Gestione delle risorse umane	Capi Reparto	Iper/Super
Scuola dei Mestieri : Servizio al cliente e tecniche di vendita	Addetti, Personale Accoglienza e Soci	Iper/Super
Formazione tutor per l'inserimento di categorie protette	Capi Negozio, Capi Reparto	Iper/Super
Formazione personale per progetto SmartFood – IEO	Figure Individuate	Iper/Super
Formazione Privacy GDPR: focus sulle attività del Prestito Sociale	Personale Accoglienza e Soci	Iper/Super
Formazione Privacy GDPR per i coordinatori del trattamento dei dati	Figure Individuate	Sede
Formazione sui servizi: Coop Drive, Enercoop, libretto Socio prestatore online, Unisalute, Enercasa, Corner Upim	Capi Negozio, Capi Reparto, Addetti Individuati, Personale Accoglienza e Soci	Iper/Super
Formazione aggiornamento Coop Voce	Capi Reparto, Personale Accoglienza e Soci	Iper/Super
Formazione nuovi franchising	Figure Individuate	Super
Formazione contabilità base	Figure Individuate	Sede
Formazione presidenti Comitati Soci di Zona	Presidenti dei Comitati Soci di Zona	/
Formazione alternanza scuola/lavoro "Il buono della legalità"	Figure Individuate	/

Attività	Destinatari	Canale
Formazione procedure per la gestione dei corrispettivi telematici	Capi Negozio, Personale Accoglienza e Soci	Iper/Super
Formazione sulla gestione dei rifiuti	Capi Negozio, Direttori di Negozio, Capi Rete Vendite, Responsabili Tecnici e Manutentori, Responsabili Sds, Responsabili Accoglienza	Iper/Super/Sede
Formazione procedure autocontrollo 852/04 specifica al ruolo	Capi Negozio e Capi Reparto	Iper/Super
Formazione apprendisti	Apprendisti	Iper/Super
Formazione nuovo software gestione (formazione obbligatoria)	Capi Negozio	Super
Formazione software gestione presenze	Capi Negozio	Super
Formazione prodotti assicurativi e finanziari	Personale Soci e Specialisti Servizi Finanziari	Iper/Super
Formazione obbligatoria ECM Farmacisti	Specialisti Vendita Prodotti Farmaceutici	Iper/Super
Formazione e-learning Privacy GDPR, 231 e 852/04	Personale di Vendita e di Sede	Iper/Super/Sede
Formazione pre-apertura nuovi negozi	Capi Reparto e Addetti	Iper/super

I progetti della Cooperativa per il 2020 prevedono la continuità dell'investimento nella formazione e nell'innovazione. Protagonisti saranno addetti e Capi, soprattutto della rete vendita. Un focus particolare riguarderà i più giovani, attraverso iniziative che li coinvolgeranno su diversi fronti, come l'ascolto e l'innovazione.

Formazione del Servizio Prevenzione e Protezione



ORE TOTALI
DI FORMAZIONE

17.794



CORSI SQUADRE
EMERGENZA

30



PERSONE FORMATE
PER SQUADRE
EMERGENZA

538

Nel corso del 2019, la Cooperativa ha avviato un nuovo e ambizioso **programma di aggiornamento della formazione in materia di sicurezza dei propri lavoratori**. Il programma prevede una pianificazione quinquennale che permetterà di aggiornare la totalità della forza lavoro (oltre 4.000 dipendenti) su due importanti tematiche: il **benessere fisico** (declinato su **analisi della postura e promozione dell'esercizio fisico**) e la **corretta alimentazione**, affrontati con docenze esperte svolte da chinesiologi specializzati. Il piano di aggiornamento è parte del più ampio progetto di **adesione alla rete WHP di Regione Lombardia**, portato avanti dall'Ufficio Welfare in collaborazione col Servizio di Prevenzione e Protezione. I corsi in oggetto, in totale 35, hanno coinvolto il personale impiegato nei negozi della provincia di Milano e Lodi, per un totale di **793 dipendenti**.

La Cooperativa ha proseguito con la realizzazione di numerosi **corsi dedicati ad aumentare il numero di addetti alle squadre emergenza, sia antincendio che primo soccorso**, organizzando **30 corsi** con circa **540 persone formate**. Sono stati inoltre formati i dipendenti che sono andati, nel corso dell'anno, a ricoprire 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 sviluppate 17.794 ore di formazione complessive.**

Il piano di formazione per il 2020 è stato radicalmente modificato e dedicato alle **azioni di risposta alla pandemia da Covid-19** e, più in particolare, alle misure di prevenzione e protezione essenziali a garantire la salute dei lavoratori e a mantenere le funzionalità della rete di vendita e della sede della Cooperativa.



IL PIANO WELFARE NOI PER NOI

Il 2019 è stato un anno di ulteriore consolidamento per le attività proposte all'interno del piano welfare della Cooperativa, ma non sono mancate alcune novità. Quella che segue è una sintesi delle iniziative più significative realizzate nel corso dell'anno per ciascuna delle aree tematiche del piano.



Area Persona

L'area tematica informa sugli strumenti di flessibilità (permessi, aspettative, congedi ecc.) e le tante iniziative a sostegno dei Collaboratori.



PREMIO DIPENDENTI LAUREATI O DIPLOMATI (4ª EDIZIONE)

Nel trascorso esercizio si è svolta la quarta 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 quattro i dipendenti che hanno visto riconosciuto l'impegno per l'importante obiettivo raggiunto.

NOI PER TE (2ª EDIZIONE)

Nel mese di luglio è stata avviata la seconda edizione dell'iniziativa Noi per Te, che ha l'obiettivo di realizzare un sogno o soddisfare un bisogno di un collega o dei suoi familiari. Ispirandosi al crowdfunding, l'iniziativa prevede tre fasi: la raccolta di idee, la selezione di un'idea e la raccolta di fondi per l'iniziativa selezionata attraverso la comunicazione e il coinvolgimento di tutti i dipendenti della Cooperativa.

BORSE DI STUDIO IN MEMORIA DI ODDINO MAGNANI

L'iniziativa, attiva da diversi anni nel territorio cremonese e dedicata ai Soci dell'area, è stata aperta per il secondo anno consecutivo anche ai dipendenti Soci e ai loro figli. Il bando ha previsto l'assegnazione di tre borse di studio: due per lauree triennali e una per lauree magistrali. Le tesi oggetto di valutazione hanno come requisito la trattazione di temi della cooperazione, legalità, tutela del consumatore, tutela dell'ambiente e tutela del territorio cremonese.



In quest'area sono presenti servizi a supporto delle famiglie e per conciliare gli impegni lavorativi con quelli famigliari.

Area Famiglia

BORSE DI STUDIO (4ª EDIZIONE)

Coop Lombardia, con l'obiettivo di premiare i più meritevoli tra i figli dei propri dipendenti, ha erogato 47 borse di studio rivolte agli studenti delle scuole superiori, ai diplomati, agli studenti universitari e ai laureati nell'anno accademico 2018/2019. 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. Per l'edizione 2019 la Cooperativa ha deciso di ampliare il bando, inserendo una novità: una graduatoria specifica e riservata, per entrambi i bandi, dedicata ai figli dei dipendenti con Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA).



PREMIAMO L'IMPEGNO (4ª EDIZIONE)

L'11 giugno 2019 si è svolto l'evento Premiamo l'impegno, che ha accolto presso la Scuola dei Mestieri i vincitori delle borse di studio, i genitori e gli accompagnatori dei ragazzi e ragazze e i dipendenti diplomati o laureati.

PRESTITO SCUOLA (4ª EDIZIONE)

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.

ON THE ROAD

Nel 2019 la Cooperativa ha sperimentato un servizio di orientamento scolastico e di orientamento al lavoro completamente online. Per l'orientamento scolastico sono

stati offerti due percorsi: il percorso Teenager, per i ragazzi di 13-14 anni interessati alla scelta di una scuola superiore, e il percorso Young, per i ragazzi dai 17 ai 19 anni interessati a scegliere un percorso universitario. Per la ricerca del lavoro, con il percorso Job Seeker ci si è rivolti ai giovani dai 19 ai 35 anni. I figli dei dipendenti che si sono iscritti hanno potuto seguire un percorso a tre tappe: l'analisi delle proprie attitudini e del proprio modo di relazionarsi, la partecipazione a un seminario interattivo in modalità streaming e un momento conclusivo di scambio via web con un professionista per approfondire il proprio profilo e ricevere strumenti utili allo sviluppo del proprio percorso individuale.

BANDO PER VOUCHER COMUNE DI BRESCIA

Nel corso del 2019 è proseguita la collaborazione tra Coop Lombardia e il Comune di Brescia: confermando la sua adesione alla Rete Territoriale di Conciliazione, la Cooperativa ha offerto ai collaboratori dei negozi della zona la possibilità di richiedere un contributo a fronte delle spese sostenute per l'utilizzo di servizi di conciliazione famiglia-lavoro.



Nell'ambito di quest'area sono state attivate numerose convenzioni rivolte ai dipendenti e ai dipendenti Soci.

Area Risparmio

Tra le convenzioni più significative si segnala:

-  la **convenzione ATM** che prevede la possibilità di richiedere l'abbonamento annuale ai mezzi pubblici di Milano e hinterland a un 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 dipendenti Soci **per l'acquisto di energia elettrica e gas per uso domestico** promossa da EnercasaCoop, società del gruppo Novacoop;
-  la **collaborazione con DeAgostini Scuola**, che permette di offrire a tutti i dipendenti corsi di lingue online a un prezzo molto vantaggioso;
-  la prosecuzione del **progetto Box Office**, che offre la possibilità di acquistare direttamente dal portale Noi per Noi i biglietti per cinema e parchi divertimento a un prezzo scontato;
-  l'**offerta Coop Voce**, agevolata per i dipendenti Soci.

In questa sezione del portale Noi per Noi sono reperibili le informazioni riguardo ai fondi di assistenza sanitaria integrativa previsti dal CCNL.

Area Salute e Benessere

Dal 2015 Coop Lombardia partecipa a un **tavolo di lavoro dell'Alleanza Territoriale di Sesto San Giovanni** che vede coinvolto il comune e altre imprese del territorio, grazie al quale si sono potuti offrire servizi ai lavoratori delle aziende partecipanti nell'ambito dei temi di conciliazione tra famiglia e lavoro.

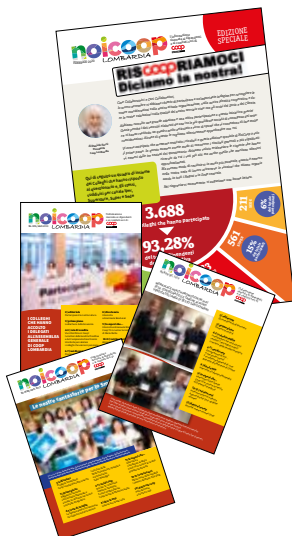
Dal 2018, il tavolo aderisce al programma di Regione Lombardia **Workplace Health Promotion**, nell'ambito del quale Coop Lombardia ha avviato una sperimentazione di **buone pratiche per promuovere stili di corretta alimentazione e attività fisica**. Il programma è proposto all'interno del piano welfare ma si sviluppa in stretta collaborazione con il Servizio di Prevenzione e Protezione e prevede anche il coinvolgimento dei medici del lavoro. Nel 2020 a fronte della pandemia da Covid-19 è stata aggiunta una sezione dedicata a questa emergenza, dando evidenza a informazioni e servizi per affrontarla al meglio.

L'HOUSE ORGAN NOICOOP

Nel 2019 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 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 la Festa dello Sport a Cassano d'Adda, l'apertura del primo negozio in franchising InCoop ad Angera e le nuove aperture di Treviglio e Como, la prima edizione a carattere nazionale della campagna Coop per la Scuola e il progetto di ascolto collettivo **Diciamo la nostra!**, pensato per dare voce a tutti coloro che lavorano in Cooperativa.



SOCI, PARTECIPAZIONE, VOLONTARIATO E SOLIDARIETÀ

Coop Lombardia è una **cooperativa di consumatori**, persone che condividono valori importanti e che si sono unite per tutelare il loro potere d'acquisto e assicurarsi prodotti sani e di qualità. Con la loro quota sociale, versata all'atto dell'iscrizione, **i Soci sono a tutti gli effetti proprietari della Cooperativa**. La partecipazione è uno dei cardini dell'agire cooperativo: partecipando alle scelte della Cooperativa e alle attività sociali, i Soci diventano protagonisti delle scelte che riguardano la propria quotidianità, nel fare la spesa ma anche nel tutelare gli interessi della comunità.

I Soci di Coop Lombardia nel 2019 sono **oltre 760.000** ed eleggono i Comitati Soci di Zona, **organismi territoriali di rappresentanza** che restano in carica per tre anni e rappresentano il cuore e il motore quotidiano della Cooperativa sul territorio.

I **Soci volontari** perseguono obiettivi mutualistici, cooperativi e di solidarietà e investono tempo ed energie per promuovere tra i cittadini una **cultura della responsabilità e della reciprocità** attraverso decine di iniziative sui temi del consumo consapevole, della solidarietà, della cultura e del tempo libero. Quella che segue è una rassegna, inevitabilmente sintetica, delle principali iniziative realizzate nel corso dell'anno.



Il voto in Assemblea: la partecipazione ai tempi del Covid-19

A causa dell'attuale situazione di emergenza causata dal Covid-19 e in ragione dei provvedimenti restrittivi alla circolazione delle persone, emanati a tutela della salute pubblica, per quest'anno le **Assemblee separate** e l'**Assemblea generale** si terranno con una **modalità straordinaria**.

La partecipazione non avverrà direttamente, ma **esclusivamente tramite delega** e istruzioni di voto conferite a un **soggetto terzo**, detto **rappresentante designato**. Il rappresentante designato è stato individuato nello **Studio Legale Associato Frau, Ruffino, Verna di Milano, piazza Sant'Alessandro 3**, mentre al fine di contenere le occasioni di spostamento, le Assemblee separate sono state individuate nel numero di 10 secondo il calendario disponibile nei punti vendita e sull'area riservata raggiungibile dal sito www.partecipacoop.org.

Per esprimere il proprio voto, è sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile presso ciascun punto vendita, con la delega e le istruzioni di voto e consegnarlo presso il punto vendita nel quale si è iscritti, portando con sé la carta Sociocoop ai fini dell'identificazione, nei giorni indicati. La delega e le istruzioni di voto possono essere modificate o revocate, con le stesse modalità con cui sono state conferite, entro la fine del secondo giorno precedente la data di prima convocazione dell'Assemblea separata a cui il Socio ha diritto d'intervento. Per quanto riguarda l'elezione dei Soci delegati, poiché il rappresentante designato è tale sia per le Assemblee separate sia per l'Assemblea generale, si procederà mediante l'elezione di 5 Soci delegati, i quali dovranno comunque delegare il rappresentante designato per la partecipazione all'Assemblea generale.

Al fine di dare la più ampia conoscibilità dei temi all'ordine del giorno, tutto il relativo materiale sarà reso disponibile sia presso i punti vendita sia nell'area riservata raggiungibile dal sito www.partecipacoop.org.



Progetto SmartFood

Nell'ottica della **tutela della salute di Soci e consumatori** si colloca l'avvio del progetto SmartFood, che dal 2018 vede 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.

Con il progetto SmartFood, la ricerca svolta dai nutrizionisti dello IEO approda all'interno dei punti vendita di Coop Lombardia attraverso una serie di attività che abbracciano diversi canali: all'interno dei negozi sono state realizzate le **Isole SmartFood**, dove è possibile trovare informazioni e prodotti stagionali selezionati, mentre per informare al meglio Soci e clienti è stata istituita la figura del **cantastorie SmartFood**, formata direttamente dagli specialisti dello IEO.

Il progetto prevede inoltre l'organizzazione di seminari in cui gli esperti dell'Istituto Europeo di Oncologia presentano al pubblico alcune semplici regole per rendere più "smart" la dieta quotidiana. Le attività sono 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. Nel 2019 si sono svolti **10 seminari**, nel corso dei quali è stato presentato il primo **Ricettario SmartFood**, che raccoglie una serie di ricette ideate dai follower dei canali social del progetto e validate dall'Istituto.



CITTADINANZA RESPONSABILE

Cittadinanza Responsabile è l'area progettuale di Coop Lombardia che ha come scopo la **sensibilizzazione verso l'economia e la cultura della legalità e del rispetto dei diritti**. Fiore all'occhiello del suo agire è l'integrazione e la sinergia tra l'attività commerciale e l'attività sociale.



Coltivare Responsabilità

Il progetto **Coltivare Responsabilità** nasce nel 2010, a seguito dell'ingresso di Coop Lombardia nell'agenzia Cooperare con Libera Terra, la cui finalità è il **supporto alle cooperative nate sui terreni confiscati alle mafie che realizzano i prodotti a marchio Libera Terra**. Da subito l'impegno di Coop Lombardia ha voluto essere forte e d'impatto, adottando la nascente cooperativa Rita Atria – Libera Terra, che gestisce ettari di uliveti sottratti a Cosa Nostra.

In un'ottica formativa che unisce conoscenza dei prodotti e un'esperienza emozionale e di condivisione tra Soci e dipendenti, dal 2012 la Cooperativa organizza i **Campi Liberi, campi di volontariato, formazione e impegno ospitati dalle cooperative Libera Terra**. L'impegno significativo intrapreso per organizzare questa attività ha una duplice funzione: far toccare con mano l'importanza che il progetto riveste per il territorio siciliano e trasferire questa importante esperienza di formazione, lavoro e cooperazione nella propria quotidianità, una volta rientrati in Lombardia.

Nel 2019 sono stati organizzati **2 campi di volontariato** coinvolgendo **26 persone** tra dipendenti e Soci. I campi si sono svolti presso la cooperativa **Terre di Rita Atria** a Castelvetro e la cooperativa **Placido Rizzotto** a San Giuseppe Jato. Dal 2012, sono più di 340 le persone che hanno vissuto questa esperienza. Una giornata di volontariato è stata organizzata anche presso la **Masseria di Cislano**, ristorante-pizzeria nel sud-ovest della provincia di Milano confiscato alla 'ndrangheta. In questi mini-campi liberi, Soci e dipendenti hanno contribuito alla ristrutturazione del bene, partecipando alla sua riconversione in **social housing per famiglie in difficoltà** e accoglienza di scolaresche impegnate in percorsi sulla legalità e responsabilità civile.



Festa del G(i)usto

Altra attività caratteristica è la **Festa del G(i)usto**, periodo promozionale dedicato ai prodotti di Libera Terra che prende vita nel contesto delle esperienze e dalle proposte progettuali dei dipendenti che hanno partecipato ai campi estivi sui terreni confiscati alle mafie in Sicilia. Per l'occasione, dipendenti e Soci diventano "cantastorie" dei prodotti Libera Terra, raccontando la storia di forte valenza sociale e la qualità di questa linea.

L'area progettuale negli anni si è ulteriormente arricchita dando 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.

Il 25 novembre 2019, 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**: CADOM Monza e Brianza, EOS Varese, Cooperativa Liberamente a Pavia e Cooperativa Sirio a Treviglio.



Due Mani in Più

Nato nel 2002 dalla collaborazione di Coop Lombardia con Caritas Ambrosiana, Consorzio Farsi Prossimo e Auser Milano, **Due Mani in Più è un servizio a supporto degli anziani che non sono più in grado di fare la spesa.** Alla semplicità del servizio di consegna dei prodotti a domicilio si aggiunge il valore dell'ascolto, che restituisce il senso reale di tutto il progetto: l'elenco della spesa è solo un pretesto per prendere contatto con l'anziano, 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 firmato dalla giornalista Marta Ghezzi e ha ottenuto il riconoscimento dell'**Ambrogino D'Oro**. Nel tempo, è cresciuto e si è strutturato in **21 punti vendita** grazie a **180 volontari** che assistono circa **400 persone**.

Nel 2019, le spese consegnate sono state circa 8.000.

SPESE CONSEGNATE

8.000

PERSONE ASSISTITE

400

PUNTI VENDITA ATTIVI

21



Dona la Spesa

MERCE DONATA

113.331 kg

PRODOTTI DESTINATI
A ENTI BENEFICIARI

334 tonnellate

Anche nel 2019 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 alimentari organizzate nel corso dell'anno: la prima a maggio e la seconda a ottobre.

Nel progetto sono stati coinvolti principalmente gli enti benefici già attivi nel progetto Buon Fine, per distribuire alle comunità limitrofe del punto vendita quanto raccolto durante le giornate. Gli oltre **113.331 kg di merce donata** sono il risultato di un impegno corale a cui hanno aderito i Soci della cooperativa, i dipendenti di 51 negozi e i volontari di 63 onlus diverse. A oggi, il progetto ha permesso di raccogliere in Lombardia un totale di **334 tonnellate di prodotti da destinare agli enti benefici**.



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 maggiore sensibilità sul tema del **benessere animale**, avvertito ormai da un numero sempre maggiore di persone.

A tal fine, 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 distribuita alle associazioni animaliste. Al termine dello scorso anno è stato raggiunto l'importante risultato di **oltre 1 milione di pasti donati per gli animali** da quando è stato avviato il progetto.

In collaborazione con le varie associazioni, vengono organizzate anche giornate durante le quali i volontari presenti nei punti vendita danno informazioni ai cittadini al fine di favorire una corretta relazione uomo-animale. L'iniziativa si è estesa ulteriormente nel corso del 2019 portando a **48 i punti vendita** in cui è attivo il progetto Alimenta l'Amore.

PASTI DONATI

oltre **1** milione

PUNTI VENDITA ATTIVI

48



PERSONE
IN CONDIZIONI
DI BISOGNO

7.000



ONLUS
DESTINATARIE

105



VALORE DEL CIBO

7,3

milioni di euro



ALIMENTI DONATI

1.313

tonnellate



PUNTI VENDITA
ATTIVI

56



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”. Il progetto prevede la **donazione diretta di prodotti alimentari e non alimentari perfettamente utilizzabili ma non più vendibili**, che in assenza di un possibile uso alternativo sarebbero smaltiti come rifiuti. Destinatari delle donazioni sono le Onlus 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: il progetto Buon Fine è stato infatti preso a modello nella **legge 166/2016 contro gli sprechi alimentari**.

Il progetto è attivo in continuità in **56 punti vendita** su 57 e nel 2019 ha portato alla donazione di **oltre 1.313 tonnellate di cibo** per il valore di **oltre 7,3 milioni di euro**, permettendo alle **105 Onlus destinatarie** di distribuire **oltre 2,6 milioni di pasti** a **oltre 7.000 persone** in condizioni di bisogno.



Attività dei Soci sul territorio

Attraverso i suoi **38 Comitati Soci di Zona**, Coop Lombardia programma una serie di **eventi all'interno dei propri punti vendita e sui territori** dove è insediata. Nel 2019, grazie all'impegno di **oltre 600 volontari**, sono stati organizzati **circa 350 appuntamenti** che spaziano da concerti a spettacoli teatrali, da cene di raccolta fondi per associazioni locali a gite sociali, da corsi di ginnastica a lezioni di scrittura, fotografia e cucina.

Molti eventi sono stati dedicati al ricordo di **date simboliche 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, i diritti dell'infanzia.

VOLONTARI

600

APPUNTAMENTI

350

COMITATI SOCI
DI ZONA

38

PRESTITO SOCIALE

Alla fine del 2019 la **raccolta del Prestito Sociale** ha presentato un saldo pari a **1.021 milioni di euro**, al lordo degli interessi maturati nell'anno per **4,6 milioni di euro**, in contrazione di 15,5 milioni di euro. Un calo fisiologico, che in parte ancora risente degli effetti dell'introduzione delle normative che ne hanno reso meno pratica la fruizione prevedendo l'obbligo di prenotazione dei prelievi. Tuttavia, il calo si presenta contenuto rispetto alle attese, coerentemente alle caratteristiche distintive del Prestito Sociale, che lo rendono **un investimento di liquidità comodo, flessibile e completamente gratuito**.



RENDIMENTO MEDIO
LORDO

0,26%



LIBRETTI ATTIVI

114.799



DEPOSITO MEDIO

8.856 euro



OPERAZIONI
DI VERSAMENTO
E PRELIEVO

656.00

Si conferma solida la fiducia che i Soci ripongono nella Cooperativa: a fine 2019 si sono registrati **114.799 libretti attivi, 2.117 nuovi depositi e 3.133 chiusure** (600 delle quali dovute a decessi). Il deposito medio si attesta a **8.856 euro**, in leggera contrazione rispetto all'anno precedente. Resta alto il gradimento del servizio con **oltre 656.000 operazioni di versamento e di prelievo** effettuate nel corso dell'anno.

Il 2019 ha poi visto il compimento di due importanti traguardi per la gestione del Prestito Sociale:

- L'implementazione della **firma digitale** in tutti i punti vendita della rete, che favorirà a partire dal 2020 un **risparmio annuale di circa 3 milioni di fogli stampati**.
- L'attivazione del **libretto online**, che consente al Socio prestatore di visionare in tempo reale sul sito di Coop Lombardia il saldo e la movimentazione del proprio deposito, permettendo al contempo l'esecuzione di alcune operazioni come il prelievo con bonifico, la prenotazione di assegno circolare e il preavviso di prelievo.



LA REMUNERAZIONE DEL PRESTITO SOCIALE

La Cooperativa, nonostante l'andamento sempre più contenuto dei tassi d'interesse, nel corso di tutto il 2019 ha mantenuto invariata la remunerazione del Prestito Sociale, con l'obiettivo di offrire ai propri Soci prestatori un **rendimento stabile e migliorativo** rispetto a forme analoghe di investimento.

I tassi sono quindi rimasti costanti per tutto l'anno e invariati rispetto al 2018, attestandosi come segue:

Tassi di interesse

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 37.000 euro	0,80%	0,59%

Tale politica di remunerazione ha garantito un **rendimento medio annuo dello 0,26% lordo (0,19% netto) sul deposito medio**, fino ad arrivare allo **0,56% lordo (0,41% netto) sul deposito massimo**.

La completa **gratuità del servizio**, che non prevede costi di gestione né di spesa per operazione e la pronta liquidabilità, contribuiscono a rendere il Prestito Sociale un investimento conveniente e versatile per il Socio prestatore.



CARTA SOCIOCOOP DI PIÙ

La carta Sociocoop di più ha raggiunto nel 2019 un grande risultato, con **oltre 2.500 nuove attivazioni** che portano il numero dei possessori e fruitori della carta a 14.272, con **264.075 spese effettuate** nel corso dell'anno, per un valore di **oltre 11,4 milioni di euro**.

Questo importante traguardo è frutto di un investimento mirato della Cooperativa, che attraverso la realizzazione di un'intensa attività promozionale legata all'uso della stessa ha previsto il **raddoppio dei punti per tutte le transazioni pagate con la carta** e un ulteriore omaggio a scelta al raggiungimento di 20 spese, in un periodo predefinito.

La carta Sociocoop di più, che consente l'**addebito della spesa effettuata nei punti vendita di Coop Lombardia direttamente sul libretto di Prestito Sociale**, viene consegnata in negozio contestualmente alla richiesta ed è immediatamente disponibile all'uso. La sua emissione è impostata in modo da permettere al Socio prestatore la possibilità di scegliere personalmente il proprio codice PIN, che garantisce adeguati livelli di sicurezza per uno strumento comodo e funzionale.

Si conferma anche per l'anno 2019 l'assegnazione di punti aggiuntivi a fine anno, in relazione alle classi di spesa effettuate. Grazie a questo ulteriore vantaggio sono stati erogati **oltre 1,3 milioni di punti in più a 3.380 Soci prestatori**.

NUOVE CARTE
ATTIVE

2.500

SPESE EFFETTUATE

264.075

VALORE

11,4
milioni di euro

POSSESSORI CARTA
SOCIOCOOP DI PIÙ

14.272

PRODOTTI ASSICURATIVI E D'INVESTIMENTO

È proseguita positivamente anche nel 2019 l'offerta di **prodotti assicurativi**, svolta in collaborazione con il **Gruppo Unipol** e proposta nei punti vendita di Coop Lombardia tramite personale specializzato. **L'offerta è esclusivamente rivolta ai Soci**, a integrazione dello scambio mutualistico con la Cooperativa, ed è gestita direttamente nell'ambito dei punti vendita.

Il servizio, presente in gran parte della rete commerciale di Coop Lombardia, ha previsto un impegnativo percorso formativo, che ha prodotto nel corso del 2019 l'erogazione di oltre 1.200 ore di formazione a tutti gli addetti alla vendita.



Restano esclusi dal servizio i piccoli negozi, dove la struttura non consente tale attività a causa di spazi troppo ristretti e pertanto poco adatti anche in riferimento alla necessaria riservatezza.

Attraverso questa attività, i Soci di Coop Lombardia possono usufruire di numerosi benefici: dall'offerta di polizze vita e di altri prodotti assicurativi di risparmio, alle polizze specifiche del ramo danni, tra cui quelle finalizzate alla tutela dell'abitazione e della persona, oltre a un'offerta di qualità e di convenienza sul prodotto auto.

PREMI INCASSATI

7,2

milioni di euro

L'attività di raccolta nel 2019 ha generato un volume complessivo di **nuovi premi incassati dalla compagnia assicurativa per 7,2 milioni di euro**, registrando un **aumento dell'8% rispetto al 2018**, dovuto a un incremento del collocamento dei prodotti di investimento a capitale garantito. L'aumento del volume d'affari è stato accompagnato da un incremento del numero di polizze intermedie, che passano dalle 1.743 del 2018 alle 1.936 del 2019, grazie alle tante polizze RC auto rinnovate nei punti vendita, simbolo della continua fiducia che i Soci ripongono nei prodotti proposti dalla Cooperativa.

POLIZZE
INTERMEDIATE

1.936

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 2019 hanno visto la sottoscrizione di **49 nuove polizze** per complessivi **195.420 euro**.



PRODOTTO COOP

Il prodotto Coop costituisce l'espressione massima della missione della Cooperativa, contribuendo a diffondere i valori per i quali è nata e per i quali continua a essere un punto di riferimento per i milioni di Soci e clienti. **Nel prodotto a marchio si realizza l'impegno di Coop nel rispondere ai fondamentali bisogni legati a qualità, sicurezza e convenienza, trasparenza, legalità, rispetto delle persone e dell'ambiente.**

VALORI DEL PRODOTTO COOP

Il prodotto Coop è:



SICURO

Le garanzie si basano su una accurata selezione dei fornitori, la definizione di rigorosi capitolati tecnici spesso più restrittivi delle norme di legge, nonché l'attuazione di verifiche e controlli lungo la catena di fornitura. Tutto questo grazie anche a collaborazioni scientifiche con autorevoli soggetti terzi istituzionali e non.



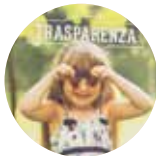
ETICO

Tutti i prodotti Coop sono realizzati nel rispetto dei diritti fondamentali della persona e dei lavoratori. I fornitori dei prodotti a marchio si impegnano contrattualmente a rispettare il codice etico di Coop Italia, accettando inoltre verifiche ispettive in tutti i passaggi della propria filiera di fornitura e responsabilizzando la stessa.



ECOLOGICO

I prodotti Coop rispettano l'ambiente grazie alla scelta di materie prime e di metodi di produzione più sostenibili, packaging con il minor impatto ambientale possibile nonché importanti azioni di sensibilizzazione verso i propri fornitori.



TRASPARENTE

I consumatori hanno accesso ad informazioni in merito a origine delle materie prime, processi produttivi, prodotti finiti e filiere, sia attraverso l'etichetta sia con siti dedicati.



BUONO

I prodotti Coop sono il risultato di efficaci partnership con produttori di qualità, industriali o artigianali, e sono progettati e testati per garantire gli aspetti prestazionali e l'Approvato dai Soci.



CONVENIENTE

I grandi volumi all'acquisto garantiscono il miglior rapporto qualità-prezzo possibile al fine di tutelare il potere di acquisto dei consumatori. Nelle categorie di maggior consumo i Prodotti Coop consentono di risparmiare fino al 30% rispetto agli analoghi prodotti di marca arrivando fino al 40% come risparmio medio per i farmaci a marchio Coop.

LINEE DI PRODOTTO

Il prodotto a marchio Coop si articola in varie linee dedicate aventi specifiche finalità per intercettare specifici target di consumatori o soddisfare differenti esigenze di consumo.

I prodotti a marchio Coop sono **circa 4.800**.

LINEA COOP: IL MAINSTREAM DELL'OFFERTA

È costituita da un'ampia gamma di prodotti di largo consumo, in grado di soddisfare i bisogni quotidiani di chi ha a cuore la salute, il rispetto dell'uomo e dell'ambiente senza alcuna rinuncia alla bontà.

La linea è l'espressione del più elevato rapporto tra qualità e prezzo ed è rivolta a tutti i nuclei familiari.

LINEA ORIGINE: TRACCIABILITÀ TOTALE, FILIERA DI QUALITÀ

Include una serie di prodotti provenienti da filiere certificate, su cui Coop lavora da anni, sottolineando così la conoscenza dei processi produttivi, il controllo e le garanzie certificate di sicurezza lungo tutto il percorso del prodotto. Un'attività che inizia 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.



LINEA FIORFIORE: IL MEGLIO DELLA CULTURA GASTRONOMICA

È la linea premium composta da una selezione di specialità alimentari che rappresentano l'eccellenza della cultura gastronomica italiana e del mondo. Nel corso del 2019 si è consolidata l'offerta della linea dei vini tipici e spumanti, che conta ora 19 etichette, e quella della linea delle birre, che aumentano il livello di specializzazione: alle due birre prodotte secondo il metodo di tradizione belga, blonde e blanche, è seguita infatti una birra inglese in stile IPA.

Tra le novità di prodotto del 2019, da segnalare anche il cuore di filetto di baccalà da merluzzo nordico pescato ad amo al largo delle coste norvegesi e le cozze sarde allevate nel golfo di Oristano, che si vanno ad aggiungere alla bottarga di muggine lavorata in Sardegna. Degne di nota anche due novità nella gastronomia: lo speck di San Candido in vaschetta e il parmigiano stagionato per 40 mesi.



**LINEA VIVI VERDE: LA SCELTA NATURALE**

La linea, lanciata nel 2009, concretizza la visione di Coop rispetto il rapporto tra uomo e ambiente. Comprende prodotti biologici, sani e genuini grazie a un sistema di produzione che rispetta gli animali e l'ambiente, e prodotti non alimentari ecologici, realizzati con criteri sostenibili e di compatibilità ambientale. A fine 2019 si è concluso il processo per cui tutto il pack dei prodotti Vivi verde Coop è riciclabile.

**LINEA CASA: PRODOTTI ECONOMICI E FUNZIONALI**

Propone un vasto assortimento di prodotti per la pulizia della casa e per la detergenza dei tessuti, oltre a usa e getta e prodotti a base cellulosa certificati FSC, a garanzia di materie prime provenienti da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali. Nel 2019 è uscita una nuova linea di detersivo liquido per lavatrice concentrato 3 azioni in monodose, sviluppato in 3 varianti sempre con una percentuale di plastica riciclata nella confezione e la referenza foglietti salva colore per lavatrice. La proposta si è estesa anche ai prodotti non alimentari con una linea di contenitori per frigo e una linea di piccoli elettrodomestici.

**LINEA BENE.SÌ: IN EQUILIBRIO SU TUTTA LA LINEA**

Bene.sì è una proposta di prodotti rispondenti a una domanda di benessere, destinati a un sempre più ampio target di consumatori con esigenze specifiche e/o elevata consapevolezza dello stretto legame tra alimentazione e benessere. Nel corso dell'anno c'è stata una forte ripresa dello sviluppo di nuove referenze e della riformulazione di ricette esistenti. Tra le novità si segnalano gli oli di semi biologici (lino e sesamo) spremuti a freddo, il latte UHT ad alta digeribilità, i dolcificanti e i frollini senza latte e senza uova.

**LINEA AMICI SPECIALI: ESSERE AMICI CONVIENE**

Rappresenta la linea completa e specializzata di prodotti per animali domestici in grado di soddisfare le loro esigenze, anche quelle più specifiche. La collaborazione con il Dipartimento di Scienze Veterinarie per la Salute, la Produzione Animale e la Sicurezza Alimentare dell'Università di Milano costituisce un supporto scientifico indipendente e autorevole per la valutazione delle ricette, equilibrate e idonee alle specifiche esigenze, con le elevate garanzie che Coop assicura per tutti i suoi prodotti. Nel corso dell'anno, l'offerta

della linea è ulteriormente cresciuta, con l'introduzione di 7 nuove ricette.

LINEA SOLIDAL: EQUITÀ E QUALITÀ

Equa ripartizione dei benefici: è questo il principio che nel 1995 Coop ha concretizzato e che oggi è rappresentato dalla linea Solidal, una proposta di prodotti acquistati nei paesi in via di sviluppo, attraverso rapporti commerciali più diretti che riducono la necessità d'intermediari. Nel corso del 2019 si è gradualmente realizzato il passaggio, nel mondo del dolciario per il prodotto Coop, all'utilizzo nelle proprie formulazioni di cacao certificato Fairtrade.



LINEA CRESCENDO: IL TUO BAMBINO È IN BUONISSIME MANI

Testimonia l'impegno di Coop verso i consumatori più giovani, dalla primissima infanzia fino ai 10 anni, ponendo particolare attenzione al tema dell'adeguato apporto nutrizionale. Per garantire la maggior sicurezza e qualità nutrizionale di questi prodotti dedicati all'infanzia, si sono attivate o rafforzate forme qualificate di collaborazione con la comunità scientifica riconosciuta e autorevole per questo target di consumatori.



LINEA IO: BELLEZZA E BENESSERE

La proposta del segmento personal care si sviluppa in un'ampia gamma di prodotti, che offrono risposte complete e altamente qualificate sia ai bisogni quotidiani, sia a quelli più specifici. La linea prevede una gamma adatta alla copertura di tutte le principali esigenze di uomo e donna come: igiene corpo e orale, prodotti per capelli, solari, rasatura e depilazione. Diverse le novità del 2019: una nuova linea di deodoranti e di salviette umidificate, due struccanti, un prodotto per l'igiene intima, i rasoi uomo e donna.



LINEA D'OSA: FACILE CUCINARE!

È la linea di prodotti pensata per chi ha poco tempo da dedicare ai fornelli ma nello stesso tempo ama cucinare. La linea comprende sia referenze alimentari sia, a partire dal 2019, referenze non alimentari. La proposta D'Osa nel mondo dei prodotti alimentari si compone di 50 referenze – una linea completa di preparati per panificati, preparati per dolci, lieviti, amidi, decorazioni e altri ingredienti – mentre l'assortimento del non alimentare è composto da 41 referenze tra stampi forno, lasagnere, pirofile e accessori per pasticceria.



IL PROGETTO VIVISMART

L'innovativo progetto **ViviSmart**, avviato nel 2017, si rivolge alle famiglie sul tema dei **corretti stili di vita** ed è promosso dall'alleanza tra Barilla, Coop Italia, Danone, Fondazione Barilla Center for Food & Nutrition, ANCC-Coop e Fondazione Istituto Danone.

Il progetto, nato con l'obiettivo di riavvicinare la popolazione italiana alle buone abitudini della **dieta mediterranea** attraverso una serie di iniziative di edutainment, ha coinvolto simultaneamente **4 città** (Milano, Genova, Parma, Bari), **16 scuole, 80 insegnanti, 1.525 bambini e famiglie, 16 punti vendita** e medici di medicina generale nell'arco di tempo tra settembre 2017 e maggio 2018. A seguito della partecipazione alla campagna educativa, gli scolari hanno iniziato a sostituire le merendine con più frutta e verdura e si sono dimostrati più disponibili a provare cibi nuovi. La stessa considerazione vale per il movimento: sono molti di più i bambini che hanno deciso di dedicare più tempo all'attività fisica, riducendo le ore passate davanti alla televisione o giocando ai videogiochi.

Parallelamente, nell'ambito di ViviSmart, è partito anche un progetto con la Società Italiana di Medicina Generale che coinvolge medici e famiglie con l'obiettivo di aumentare le conoscenze in tema di dieta equilibrata. Il modello di intervento **coinvolge 20 medici di medicina generale e più di 100 famiglie** in un percorso interattivo di educazione sanitaria che prevede attività di counseling da parte dei medici, regolari misurazioni dei parametri fisici e una serie di incontri nel corso del periodo di osservazione con lo scopo di verificare l'effettiva modifica delle abitudini alimentari e degli stili di vita dei partecipanti.

Nel 2019 il progetto ViviSmart è proseguito con l'**obiettivo di coinvolgere maggiormente scuole** e punti vendita cercando di proporre attività per aumentare ulteriormente le conoscenze di bambini e famiglie sulle abitudini alimentari più corrette, anche con il supporto di social network e del web. Dal 3 maggio al 26 maggio presso alcuni punti vendita Coop di Milano, Genova, Parma e Bari si è tenuta la seconda parte del progetto ViviSmart durante la quale alle persone è stato chiesto di creare i migliori abbinamenti possibili di piatto per ogni momento della giornata.

ALLEVIAMO LA SALUTE

A fine aprile 2017 Coop ha lanciato la campagna **Alleviamo la salute** per tutelare il **benessere degli animali** e contrastare il **problema della antibiotico-resistenza**.

Animali che vivono meglio hanno meno bisogno di essere curati: un uso degli antibiotici solo quando necessario e in maniera mirata è possibile solo attraverso un cambiamento sostanziale delle politiche gestionali e sanitarie degli allevamenti, migliorando così costantemente il livello di benessere degli animali. L'obiettivo è quello di **ridurre, e quando possibile eliminare, l'uso di antibiotici negli allevamenti degli animali da reddito**.



Il progetto Coop rappresenta una vera e propria rivoluzione nella gestione degli allevamenti degli animali da reddito, che ha finora coinvolto complessivamente **2.000 allevamenti** tra tutte le varie filiere di carne a marchio Coop e su base annua più **quasi 30 milioni di animali**.

Nel 2017 la campagna ha coinvolto le **filieri avicole, delle uova, dei bovini adulti e dei salumi** della linea Fiorfiore.

I primi sono stati i 5 avicoli speciali Fiorfiore seguiti poi da tutto il pollo a marchio della linea Origine, in aggiunta anche al pollo rosticceria, che oggi è possibile trovare al 100% allevato senza uso di antibiotici. Da giugno 2017 vi sono anche due referenze di uova a marchio Coop da galline allevate senza uso di antibiotici e da allevamento a terra certificate da due enti terzi.

Dall'inizio di luglio 2017 sono stati posti in vendita anche i primi salumi Fiorfiore prodotti da **suini allevati liberi, senza uso di antibiotici negli ultimi 4 mesi**, sulle colline del Chianti e in Maremma. Da ottobre 2017 i lavori si sono estesi anche alla filiera della carne bovina, in particolare **vitellone e scottona**, che vantano anch'essi un'importante riduzione degli antibiotici e la loro eliminazione negli ultimi 4 mesi di vita, oltre alla certificazione del **Centro di Referenziamento Nazionale del Benessere Animale Italiano (CrenBA)**.

All'inizio del 2018 analoghi obiettivi sono stati raggiunti per il **vitello incrocio**, dove Coop oggi garantisce l'allevamento senza uso di antibiotici negli ultimi 4 mesi nonché il rispetto

dei requisiti del CRENBA. Nello stesso periodo, anche per il **suino Origine** è stato soddisfatto il requisito del non utilizzo di antibiotici nelle filiere a marchio Coop negli ultimi 4 mesi di vita. Da giugno 2018 sono stati coinvolti anche prodotti industriali a marchio Coop in cui l'uovo è un ingrediente significativo, quali la **maionese**, le **salse** e la **pasta all'uovo**, prodotti con uova da galline allevate senza l'uso di antibiotici. Ultima, ad ottobre 2018, la filiera del **pesce fresco allevato a marchio Coop**, che non utilizza antibiotici negli ultimi 6 mesi di vita dell'animale.

Nel febbraio 2019 è stato raggiunto l'obiettivo di allevare **tacchini senza uso di antibiotici dalla nascita** e a ottobre l'obiettivo è stato raggiunto per i **vitelli bianchi e neri allevati senza uso di antibiotici negli ultimi 4 mesi di vita**. All'interno del progetto Alleviamo la salute, in relazione alla filiera delle **vacche da latte**, è stato portato avanti un lavoro sinergico tra Coop e fornitori, con raggiungimento della certificazione del CRENBA e il mutuo riconoscimento nell'ambito della certificazione di servizio di controllo Coop.

IMPRENDITORIA LEGALE

Dal 2015 è stata richiesta 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 – per le **oltre 7.200 aziende agricole** coinvolte nelle filiere del prodotto ortofrutta a marchio Coop. L'implementazione di questa richiesta è stata effettuata gradualmente a partire dalle 13 filiere identificate come maggiormente critiche e risollecitata nel tempo. Malgrado le notevoli difficoltà riscontrate, a fine dicembre 2018 circa un terzo delle aziende agricole di cui sopra ha provveduto a richiedere l'iscrizione. Di queste, circa la metà l'ha ottenuta. Viceversa, i dati riferiti al totale delle aziende agricole afferenti a tutte le filiere ortofrutta si attestano su circa il 15% in termini di richiesta di iscrizione. La stessa attività è stata richiesta anche alle circa **1.000 aziende agricole coinvolte nella filiera del pomodoro da industria**. I fornitori sono stati nuovamente sollecitati a far chiedere l'iscrizione alla rete da parte delle aziende agricole loro afferenti.

Buoni & Giusti

Buoni & Giusti è la campagna Coop volta a promuovere l'eticità delle filiere produttive, soprattutto per le filiere ortofrutticole più a rischio, che ha coinvolto **oltre 800 fornitori di ortofrutta** (nazionali e locali) di Coop. Dal lancio della campagna, 13 sono state le filiere ortofrutta e di 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 ed è stata estesa alle filiere dei vini Fiorfiore e Assieme e all'olio extra-vergine d'oliva siciliano, per un totale di 864 aziende agricole sottoposte ad audit tra il 2015 e il 2019.

Buoni & Giusti continua a essere una delle principali campagne istituzionali su cui si è articolata, durante tutto l'anno, la comunicazione valoriale nazionale, con l'obiettivo di **sensibilizzare il consumatore e stimolare tutti gli attori della filiera sul tema del lavoro nero** e sull'autenticità dei prodotti alimentari. La campagna è stata supportata da strumenti di comunicazione dal forte impatto a mezzo stampa, web, punto vendita, differenziando i soggetti in relazione ai piani di controlli attuati.

Il pomodoro da trasformazione

Il pomodoro da trasformazione Coop è 100% di origine italiana e contempla garanzie sui residui chimici, inferiori del 70% ai limiti previsti di legge, e l'applicazione di metodi di coltivazione rispettosi dell'ambiente e del territorio. Tutta la filiera produttiva, dalla raccolta in campo alla vendita, è mappata e controllata per gli aspetti di sicurezza, etica, legalità e diritti dei lavoratori.

Il pomodoro da trasformazione per Coop comprende **5 fornitori, 7 impianti di trasformazione** e circa **1.000 aziende agricole**, delocalizzati nelle regioni Basilica, Campania, Emilia Romagna, Lazio, Puglia e Toscana. L'attenzione su questa filiera, iniziata fin dal 2015, è stata fortemente rafforzata dal 2016.

La politica di Coop in quest'ambito prevede innanzitutto la sottoscrizione, da parte dei fornitori, della lettera di adesione alla Responsabilità sociale di Coop per l'intera catena di approvvigionamento e l'iscrizione alla Rete agricola di qualità da parte delle aziende agricole afferenti alla loro filiera.

Gli audit, che vengono effettuati su tutti i fornitori, si basano sull'analisi del rischio: negli ultimi 6 anni, sono stati circa **350 gli audit** di Coop. In generale, nel corso degli anni, si è potuto riscontrare un notevole miglioramento delle condizioni dei lavoratori, soprattutto nelle aziende del Sud Italia. La gestione della salute e della sicurezza dei lavoratori è buona e in molti casi ottimale nelle aziende del Nord. In generale non sono state riscontrate non conformità critiche e solo per due casi di aziende agricole negli ultimi anni si è decisa la sospensione immediata a fronte di non conformità gravi.



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

Filo diretto

Nel corso del 2019 i suggerimenti, le segnalazioni e le **richieste di informazioni di Soci e clienti sono state 2.846.**

Gli ambiti sui cui i nostri Soci e clienti si sono rivelati più sensibili sono stati distribuzione del volantino promozionale, informazioni sui prodotti in assortimento e sulle attività promozionali in corso, oltre che chiarimenti sulle iniziative speciali come il collezionamento.

Interessante notare che sempre più consumatori si sono rivolti al Filo Diretto o direttamente nei nostri negozi per avere informazioni legate all'origine dei prodotti e alla tracciabilità della filiera, questo è un indicatore dell'attenzione sempre maggiore verso tematiche di qualità alimentare e di volontà di conoscenza e consapevolezza circa i processi di lavorazione e di vita dei prodotti e delle materie prime.

SEGNALAZIONI
FILO DIRETTO

2.846





4

Valore ambientale

Coop Lombardia genera valore ambientale gestendo la propria filiera in un'ottica ecosostenibile, improntata al riciclo, alla riduzione della plastica negli imballaggi e alla razionalizzazione dei consumi energetici.

La tutela dell'ambiente è infatti alla base della sicurezza alimentare e della salute delle persone, sia oggi che per le generazioni future.

Valore ambientale **in cifre**

CONSUMI GREEN



2.668

MILIONI DI KWH/ANNO
DI CONSUMI ENERGETICI IN
MENO GRAZIE AL RELAMPING



1.094

MILIONI KWH/ANNO
DI PRODUZIONE
FOTOVOLTAICA IN PIÙ



8

NEGOZI CON IMPIANTI
FOTOVOLTAICI



8

NEGOZI CON COLONNINE
DI RICARICA RAPIDA
AUTO ELETTRICHE

PACKAGING



366

PRODOTTI A MARCHIO
COINVOLTI NELLA POLITICA
DELLE 3 R



1.022

TONNELLATE
MATERIALE
DI CONFEZIONAMENTO
RISPARMIATO



1.934

TONNELLATE
PLASTICA RICICLATA
IMPIEGATA



-9.420

TONNELLATE
EMISSIONI DI ANIDRIDE
CARBONICA

PROGETTO BUON FINE



1.313

TONNELLATE DI CIBO
RECUPERATE



-2.717

TONNELLATE DI EMISSIONI
DI ANIDRIDE CARBONICA



-14,4

TONNELLATE
DI EMISSIONI DI METANO



-429

CHIOGRAMMI DI EMISSIONI
DI PARTICOLATO
PM 2,5 E PM 10



11

MILIONI DI ETTOLITRI
DI ACQUA RISPARMIATI



925

ETTARI DI TERRA
RISPARMIATI

RACCOLTA DIFFERENZIATA



6.070.589

CHIOGRAMMI
DI RIFIUTI DESTINATI
ALLA RACCOLTA
DIFFERENZIATA



60

TONNELLATE
DI OLIO ALIMENTARE
ESAUSTO RACCOLTO



6.410

CHIOGRAMMI
RAEE RACCOLTI

COOP PER L'AMBIENTE: DIAMO ALL'AMBIENTE UNA NUOVA IMPRONTA

Per rilanciare il suo storico impegno sul fronte della sostenibilità ambientale e dell'economia circolare con obiettivi ancora più ambiziosi, dal 2018 Coop ha articolato la campagna **Coop per l'ambiente: diamo all'ambiente una nuova impronta**.

Le azioni intraprese in quest'ambito dalla Cooperativa sono coerenti alle iniziative su base volontaria proposte dalla Commissione UE nell'ambito della **strategia europea per la plastica nell'economia circolare**.



Più nello specifico, Coop – unica tra le grandi aziende della grande distribuzione italiana – ha aderito alla cosiddetta **Pledging Campaign**, una campagna su base volontaria per ridurre complessivamente l'utilizzo della plastica negli imballaggi, con l'obiettivo di raggiungere i 10 milioni di tonnellate di plastica riciclata nel 2025, e alla **Circular Plastics Alliance**, sottoscrizione della dichiarazione che contiene tutti gli impegni proposti dalla UE per raggiungere l'obiettivo entro il 2025 di utilizzo di almeno 10 milioni di tonnellate di materie plastiche riciclate nel mercato europeo. La Circular Plastics Alliance, di cui **Coop è stata tra i primi 107 firmatari nel settembre 2019**, prevede l'elaborazione di piani di lavoro e programmi di ricerca specifici, la stesura di linee guida sul riciclaggio per tutti i prodotti in plastica e un sistema di monitoraggio volontario dei volumi di plastiche riciclate utilizzate nei prodotti europei.

Dal lancio della campagna Coop ha articolato un piano di azioni sul packaging e su prodotti di categorie definite, tra cui la **riduzione della plastica da tutti i prodotti a marchio** (in assoluto e attraverso l'uso di materiale riciclato), **l'eliminazione delle microplastiche aggiunte in cosmetici e detersigenti a marchio**, e la **riprogettazione degli imballaggi** affinché siano riciclabili, compostabili o riutilizzabili.



Contestualmente ha stimato il valore dell'implementazione di tali azioni: in proiezione, si stima che le misure adottate determineranno nel 2025 un **risparmio totale di 6.400 tonnellate annue di plastica vergine**.

Tra il 2018 e il 2019 l'impegno sottoscritto da Coop con l'Unione Europea ha dato i seguenti risultati:

■ **Tutte le vaschette dell'ortofrutta** confezionata a marchio Coop sono in **plastica riciclata per almeno l'80%**.

■ Tutte le **cassette riutilizzabili** usate per l'ortofrutta contengono il **40% di plastica riciclata**, che salirà al 60% entro il 2025.

■ Tutti gli **imballi della linea Vivi verde** sono diventati riciclabili, compostabili o riutilizzabili.

■ Le **bottiglie di acqua minerale Coop** sono in **plastica riciclata per il 30%**: la modifica ha riguardato 27 referenze e la percentuale di plastica riciclata aumenterà fino a raggiungere il 50% nel gennaio 2023.

■ Circa due terzi **dei flaconi della detergenza casa e tessuti** a marchio Coop sono realizzati con **plastica riciclata in percentuale variabile dal 25% al 100%**.

RISPARMIO ANNUO
DI PLASTICA
VERGINE

6.400
tonnellate

PRODOTTI COINVOLTI

366

RISPARMIO SU
MATERIALE DI
CONFEZIONAMENTO

1.022

tonnellate

IMPIEGO DI
PLASTICA RICICLATA

1.934

tonnellate

EMISSIONI IN
MENO DI CO₂
NELL'ATMOSFERA

9.420

tonnellate

Entro la fine del 2022, con otto anni di anticipo, verranno raggiunti per tutti i prodotti Coop gli obiettivi che l'Unione Europea ha fissato come obbligatori entro il 2030: **nell'arco di un quadriennio tutti i prodotti a marchio Coop saranno dunque realizzati con materiali di imballaggio riciclabili, compostabili o riutilizzabili.**

LA POLITICA DELLE 3 R

La politica delle 3 R, adottata da Coop per il packaging, si propone i seguenti obiettivi:

- semplificazione generale
- riduzione della quantità assoluta di materiale
- rapporto peso pack/prodotto
- uso di materiali riciclati al posto degli omologhi vergini
- uso di materiali riciclabili (preferibilmente monomateriali)
- uso di ricariche come alternativa ai materiali vergini

Nel 2019, su **366 prodotti a marchio coinvolti dalla politica delle 3 R** si stima un **risparmio complessivo di 1.022 tonnellate di materiale di confezionamento** e l'impiego di **1.934 tonnellate di plastica riciclata**. Queste azioni hanno contribuito a ridurre l'emissione di **9.420 tonnellate di CO₂ equivalente** in atmosfera.





COOP FOR FUTURE: INSIEME PER UNA BUONA SPESA

Nel 2019 Coop Italia ha lanciato una nuova edizione del progetto **Coop for Future: insieme per una buona spesa**, volto a sensibilizzare i fornitori Coop sui temi della sostenibilità. I criteri di valutazione si sono basati sulle azioni messe in campo dai fornitori in questo senso, tra cui la riduzione dei consumi energetici, la riduzione dei consumi idrici, le azioni per ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi, la loro riciclabilità, la riduzione degli sprechi (alimentari e non) e della loro gestione in un'ottica di economia circolare e valorizzazione energetica, nonché aspetti ambientali più generali tra cui le certificazioni di filiera e la redazione di rapporti di sostenibilità.

Tra tutti i **370 fornitori di prodotto a marchio partecipanti** ne sono stati premiati cinque, uno per ogni principale settore merceologico. Inoltre, sono state assegnate menzioni speciali a 9 aziende in relazione alle tematiche della lotta allo spreco, degli imballaggi e della riduzione dell'impatto ambientale. L'evento di premiazione si è svolto il 27 novembre a Milano, con grande partecipazione di tutti i fornitori aderenti.

**FORNITORI
DI PRODOTTI
A MARCHIO
COINVOLTI**

370



TECNOLOGIA, INNOVAZIONE E RISPETTO DELL'AMBIENTE

I punti vendita Coop sono progettati e realizzati utilizzando le tecnologie più innovative per consentire abbattimenti significativi dell'impatto ambientale.

L'innovazione della rete esistente è un processo di continuo miglioramento per la sostenibilità dei negozi.

Nel 2019 solo le attività di relamping e la sostituzione di impianti tecnologici vetusti come centrali frigo, unità trattamento aria e gruppi di condizionamento hanno ridotto i consumi energetici di circa 2.668 milioni di kWh. Inoltre, gli investimenti sostenuti per realizzare i nuovi negozi hanno prodotto nuovi e significativi risultati nel corso dell'anno. A Como e Lodi sono stati installati **impianti fotovoltaici**, portando a 8 i punti vendita di Coop Lombardia dotati di questa tecnologia. A Como la potenza nominale di 190 kWp produrrà in un anno circa **220.000 kWh**, consentendo di evitare l'immissione in atmosfera di **oltre 78.980 chilogrammi di anidride carbonica**, mentre a Lodi la potenza nominale di 124 kWp produrrà in un anno circa **124.000 kWh**, consentendo di evitare l'immissione in atmosfera di oltre **70.804 chilogrammi di anidride carbonica**. Con questi due nuovi impianti la potenza fotovoltaica installata da Coop Lombardia arriva a **1.094 milioni di kWh all'anno**.

PUNTI VENDITA
CON IMPIANTI
FOTOVOLTAICI

8

POTENZA
FOTOVOLTAICA
PRODOTTA
IN UN ANNO

1.094

milioni di kWh

Entrambi i nuovi negozi sono dotati della colonnina di **ricarica veloce per auto elettriche**, in grado di ricaricare contemporaneamente due auto in poco più di 40 minuti. Complessivamente, sono 8 i negozi di Coop Lombardia che hanno le colonnine di ricarica elettrica: Como, Lodi, Crema, Opera, Treviglio, Parabiago, Busto Arsizio e Brescia Flaminia.

IMPLICAZIONI AMBIENTALI DEL PROGETTO BUON FINE

Il progetto di Coop Lombardia per il recupero delle eccedenze dei prodotti alimentari prima della scadenza non rappresenta solo un contributo significativo per il sostegno sociale alle fasce più deboli della comunità, ma ha anche importanti ricadute ambientali. Il processo virtuoso che prevede la donazione diretta di prodotti alimentari e non alimentari a chilometro zero consente di ridurre drasticamente l'impatto ambientale della filiera dei rifiuti.

Nel 2019 il recupero di 1.313 tonnellate di cibo ha permesso di abbattere le emissioni di anidride carbonica di 2.717 tonnellate, le emissioni di metano di 14,4 tonnellate, di particolato PM 2,5 e PM 10 di 429 chilogrammi e di risparmiare 11 milioni di ettolitri di acqua e 925 ettari di terra.



RECUPERO DI CIBO

1.313

tonnellate

EMISSIONI IN MENO DI CO₂

2.717

tonnellate

EMISSIONI IN MENO DI METANO

14,4

tonnellate

EMISSIONI IN MENO DI PARTICOLATO PM 2,5 E PM 10

429

kg

RISPARMIO DI ACQUA

11

milioni di ettolitri

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 2019 suddivisi per provincia

Rifiuto	BG	BS
Carta e cartone	364.095	42.150
Plastica	31.900	100
Legno	37.700	9.035
Metalli	960	8.840
Imballaggi in materiali misti	42.080	/
Rifiuti ingombranti	/	630
RAEE professionali	37.833	451
RAEE professionali (componenti rimossi da apparecchiature fuori uso)	177	108
Batterie al piombo esauste	590	225
Batterie e accumulatori raccolti dai clienti	272	/
Rifiuti distributori di carburante	21	/
Scarti inutilizzabili per il consumo e la trasformazione	/	680
Oli e grassi commestibili	4.660	3.900
Totale	520.288	66.119



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.

CO	CR	MB	MI	PV	VA	LO	Totale (peso netto in kg)
264.280	322.410	261.410	2.309.680	349.660	304.760	115.190	4.333.635
/	/	970	100	/	9.680	/	42.750
4.060	/	11.130	33.080	13.720	20.250	7.120	136.095
80.710	59.500	160	18.122	1.780	200	26.145	196.417
27.160	/	34.440	902.060	/	8.020	/	1.013.760
/	11.080	780	32.200	6.860	/	11.180	62.630
113	190	27	11.779	20.765	620	2.940	74.718
61	110	131	1.171	60	91	13	1.922
/	/	/	460	/	/	/	1.275
/	190	/	824	20	/	121	1.427
300	/	/	31	/	/	/	352
1.140	120	9.900	129.560	1.120	/	/	142.520
1.540	4.880	2.180	32.453	6.155	6.110	1.210	63.088
379.384	398.480	321.128	3.471.420	400.140	349.731	163.919	6.070.589

DALL'OLIO ALL'OLIO

Dall'Olio all'Olio è il progetto di Coop Lombardia che promuove il **recupero dell'olio alimentare esausto** presso i propri negozi attuando azioni informative e di sensibilizzazione verso 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**.

OLIO RACCOLTO

60 tonnellate

PUNTI VENDITA
CHE ADERISCONO
ALL'INIZIATIVA

23

La raccolta del materiale viene fatta a domicilio, in bottiglie di plastica di uso comune che sono poi conferite dalle persone in contenitori dedicati collocati all'interno dei punti vendita Coop. L'olio recuperato viene poi nobilitato, passando da rifiuto a risorsa quale biocarburante, additivo per colle, vernici, asfalto e mangimi.

Nel 2019 sono state raccolte oltre 60 tonnellate di olio alimentare in 23 negozi Coop Lombardia, con un incremento del 26% rispetto all'anno precedente.



RACCOLTA RAEE “UNO A ZERO”



RACCOLTA RAEE

6.410 kg

RAEE “uno a zero” è l’iniziativa di conferimento di piccoli elettrodomestici non più funzionanti attraverso il progetto CRM Recovery, sperimentata presso due punti vendita di Coop a Milano e ora estesa in **3 ipermercati (Milano Bonola, Milano Baggio e Milano PiazzaLodi) e 2 superstore della città di Milano (via Arona e via Palmanova)**, dove 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.

Nel 2019 il progetto ha garantito la raccolta di 6.410 chilogrammi di prodotti tecnologici che altrimenti avrebbero potuto finire erroneamente nella raccolta indifferenziata.

SMEMORANDA COLLECTION



ARTICOLI VENDUTI

116.000



BOTTIGLIE DI
PLASTICA RICICLATE

1,5 milioni

L’iniziativa, legata a **Coop per la Scuola**, è stata particolarmente apprezzata per la qualità e il design dei prodotti in catalogo, ma soprattutto per la coerenza del messaggio di sostenibilità e attenzione per l’ambiente che l’ha animata: tutti i prodotti in catalogo – borse, zaini e marsupi – sono stati realizzati interamente con bottiglie di plastica riciclate e su ogni articolo era riportato il numero di bottiglie utilizzate per la sua realizzazione.

Complessivamente, **sono stati venduti circa 116.000 articoli, l’equivalente di oltre 1,5 milioni di bottiglie di plastica riciclate.**

coop

di lodi





Brico

5 Valore culturale

Coop Lombardia genera valore culturale attraverso i percorsi di educazione al consumo consapevole sviluppati in collaborazione con le scuole di ogni ordine e grado e attraverso la coltivazione delle relazioni costruite sul territorio con istituzioni, realtà culturali e associazioni, che rappresentano un patrimonio straordinario di esperienze condivise e conoscenze indissolubilmente legato al modo di intendere il ruolo che la Cooperativa esercita nei confronti della comunità.

Valore culturale **in cifre**

SAPERE COOP



20.343

STUDENTI



862

CLASSI



1.708

INSEGNANTI

24

SCUOLA
DELL'INFANZIA

374

SCUOLA
MEDIA INFERIORE



2.392

INCONTRI

239

SCUOLA
PRIMARIA

225

SCUOLA
SUPERIORE

COOP FOR WORDS



533

OPERE PRESENTATE



399

AUTORI

COOP PER LA SCUOLA



3.634

SCUOLE ISCRITTE
IN LOMBARDIA



14.127

SCUOLE ISCRITTE
IN TUTTA ITALIA



€ 900.000

VALORE DEI PREMI
EROGATI IN LOMBARDIA



44.498

NUMERO PREMI
EROGATI ALLE SCUOLE

UNA MANO PER LA SCUOLA



41

ONLUS E ASSOCIAZIONI
TERRITORIALI



37

PUNTI VENDITA



63.723

PRODOTTI PER LA
DIDATTICA DONATI



€ 129.865

VALORE PRODOTTI
DONATI

PRODOTTO COOP E STILI DI VITA



15.000

VISITATORI



737

LABORATORI PER FAMIGLIE



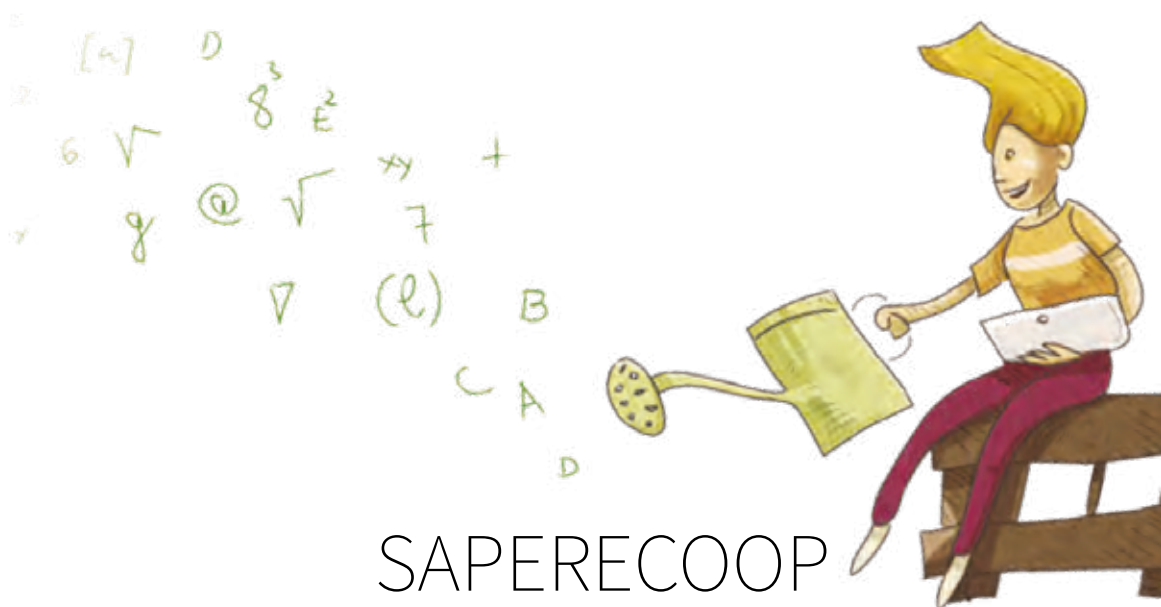
677

VISITE GUIDATE



1.340

STUDENTI AI PERCORSI
DI EDUCAZIONE
AL CONSUMO
CONSAPEVOLE



SAPERECOOP

INSEGNANTI

1.708

STUDENTI

20.343

CLASSI

862

INCONTRI

2.392

Attaverso il progetto **Saperecoop**, Coop Lombardia mette a disposizione delle 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.

La direzione dell'impegno quarantennale di Coop con la scuola – iniziato nel 1980 accanto a studenti di ogni età, insegnanti, comunità – è di particolare attualità: **la cultura e l'educazione sono i veri motori dello sviluppo** perché sono in grado di innescare un cambiamento positivo nella vita del singolo individuo, della sua comunità e più in generale del mondo, sono strumenti essenziali per raggiungere i diciassette obiettivi definiti nell'agenda 2030 dell'ONU per lo sviluppo sostenibile.

Nel 2019 nei percorsi Saperecoop in Lombardia sono stati coinvolti **1.708 insegnanti** e **20.343 studenti di 862 classi** (24 dell'infanzia, 239 nella scuola primaria, 374 nella scuola media inferiore e 225 nella scuola superiore) che hanno partecipato a **2.392 incontri** su percorsi a tema quali ambiente e sostenibilità, cibo, salute e benessere, cittadinanza e cooperazione.



Inoltre, nell'ambito dell'iniziativa nazionale **Saturday for Future**, promossa da Coop, nel mese di novembre 2019, **20 classi di studenti di scuole primarie e secondarie** hanno presidiato i negozi e sensibilizzato Soci e clienti di Milano, Brescia, Crema, Cremona, Corsico, Parabiago e Vignate sui temi della sostenibilità e sull'impatto ambientale delle scelte di acquisto dei consumatori.

Le parole chiave dei percorsi Coop di educazione al consumo consapevole

- **Ambiente:** biodiversità, filiera agroalimentare, sicurezza alimentare, risorse, sostenibilità
- **Alimentazione:** educazione al gusto, salute, stili di vita e benessere
- **Cittadinanza e territorio:** responsabilità, legalità e sviluppo, identità e culture, cooperazione ed economia solidale
- **Progetti speciali e CTPO:** progetti speciali e percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento
- **Formazione insegnanti:** percorsi dedicati agli insegnanti

COOP PER LA SCUOLA



SCUOLE ISCRITTE
IN LOMBARDIA

3.634



PREMI RICHIESTI

44.498



VALORE

€ 900.000

Nel 2019 si è svolta la **7ª campagna Coop per la Scuola** al fine di sostenere le scuole in difficoltà per le carenze di risorse destinate agli strumenti didattici e alle attrezzature tecnologiche. L'iniziativa è diventata una campagna a carattere nazionale, adottata da Coop Italia per tutte le grandi cooperative di consumo.

Nel 2019 la campagna ha confermato e rafforzato la relazione forte e consolidata con gli istituti scolastici: **su 14.127 scuole iscritte a livello nazionale, le scuole della Lombardia sono state 3.634**. L'iniziativa ha sviluppato una richiesta totale di **44.498 premi**, per la maggioranza prodotti tecnologici. Le scuole lombarde partecipanti hanno richiesto **oltre 7.000 articoli del catalogo**, per un valore complessivo di circa **900.000 euro**. Gli articoli più richiesti (oltre il 50% del totale) sono stati quelli appartenenti alla categoria "creatività", a seguire le aree "apprendimento" e "tecnologia" (circa il 15% per entrambe), lo sport e gli "accessori".

Il progetto, nato in Coop Lombardia, ha saputo nel tempo coniugare la capacità di ascolto delle problematiche delle scuole allo sviluppo di idee e soluzioni innovative, per trovare, in rete con gli istituti stessi, risposte efficaci per il mondo della scuola.



Dal 9 settembre al 1° dicembre 2019

DONA ALLA TUA SCUOLA MATERIALE INFORMATICO E DIDATTICO


OGNI 15 EURO DI SPESA
RICEVERAI 1 **BUONO SCUOLA**
DA RACCOLGERE
E CONSEGNARE ALLA
TUA SCUOLA

 
ACCELERA
LA TUA RACCOLTA
ACQUISTANDO
I **PRODOTTI SPONSOR**
E I **PRODOTTI VIVI VERDE**


CONVERTI I TUOI
PUNTI SOCIO COOP
IN **BUONI SCUOLA**



...E IN PIÙ
COLLEZIONA
LE BORSE



1 BOLLINO OGNI 15€ DI SPESA

www.cooperlascuola.it



In tutti i Supermercati e Ipermercati di Coop Liguria, Coop Lombardia, Novacoop e Coop Vicinato Lombardia.



MAGGIOLAB

Nell'ambito dei programmi di sostegno alla cultura e di promozione sociale, Coop Lombardia sostiene il **concorso letterario dedicato agli studenti delle scuole secondarie di primo grado del Comune di Milano**. Il concorso ha l'obiettivo di stimolare negli studenti l'interesse per la lettura, l'attitudine alla scrittura e le loro doti di creatività e ha il patrocinio dell'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia e del Comune di Milano.

Il 2019 è stato l'anno record di iscrizioni e l'iniziativa ha coinvolto **68 sezioni** di **15 diverse scuole** per un totale di circa **1.700 alunni**.

SCUOLE COINVOLTE

15

SEZIONI

68

ALUNNI PARTECIPANTI

1.700



COOP FOR WORDS

Coop for Words è il premio letterario arrivato alla sua diciassettesima edizione e a cui Coop Lombardia partecipa assieme 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 2019 il concorso ha visto la partecipazione di **533 opere** presentate da **399 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.

OPERE

533

AUTORI

399

UNA MANO PER LA SCUOLA

Nel 2019 Coop Lombardia ha promosso la **7ª edizione di Una Mano per la Scuola**, la **raccolta solidale di materiale didattico** a supporto delle famiglie in difficoltà con figli in età scolare.

Nel fine settimana dal 5 all'8 settembre, in **37 punti vendita** Coop Lombardia è stata realizzata una colletta solidale che ha visto impegnato il personale Coop insieme ai volontari di **41 onlus e associazioni territoriali** che hanno raccolto **donazioni di oltre 63.723 prodotti per la didattica**, per un valore pari a **129.865 euro**.

PRODOTTI PER LA
DIDATTICA DONATI

63.723

VALORE

€ 129.865

PRODOTTO COOP E STILI DI VITA

Nel 2019 si è conclusa la **mostra dedicata al prodotto Coop alla Triennale di Milano**. L'esposizione è durata dal 16 novembre 2018 al 13 gennaio 2019 e, oltre a raccontare principi, scelte e valori che hanno guidato l'evoluzione del prodotto a marchio e della sua comunicazione, è stata accompagnata da un **percorso di educazione al consumo realizzato in collaborazione con la cooperativa Pandora**.

Alla mostra hanno partecipato 1.340 studenti di 64 classi appartenenti a 31 scuole. 677 sono state le visite guidate prenotate e 737 i laboratori per famiglie presso la Fattoria Didattica. 15.000 sono le persone che hanno scelto di visitare l'esposizione.

Il prodotto Coop è stato poi protagonista nel 2019 di numerosi appuntamenti di **formazione e approfondimento sulle filiere, dedicati ai Soci e ai cittadini**. Occasioni per promuovere la consapevolezza nei consumi e i valori cooperativi attraverso momenti conviviali e importanti campagne di sensibilizzazione.

STUDENTI

1.340

VISITE GUIDATE

677LABORATORI
PRESSO FATTORIA
DIDATTICA**737**

VISITATORI

15.000

CONSUMATORI, UN MAGAZINE CHE CRESCE

La rivista Consumatori è un indispensabile strumento di comunicazione con i Soci e con tutti gli amici del mondo Coop. La versione digitale, in forte crescita grazie anche ai social network e alla newsletter dedicata, affianca ma non sostituisce l'irrinunciabile magazine di carta, che grazie anche a un'attenta gestione delle tirature in Lombardia raggiunge una platea di **circa 300 mila lettori**.

Da un'indagine SWG di maggio 2019 condotta sul territorio nazionale, il magazine risulta avere un indice di gradimento in crescita: i Soci identificano la rivista come **“responsabile”, “affidabile”, “concreta” e i suoi contenuti utili, chiari e di piacevole lettura**.

Consumatori piace perché parla di temi fortemente identitari per la comunità dei Soci e degli amici di Coop: nelle pagine di competenza il magazine offre un ampio ventaglio di articoli per la promozione dei territori e delle loro attrattive, grazie anche a firme di grande popolarità come Silvia Amodio, Fabio Fimiani e Omar Pedrini. In primo piano, i temi della sostenibilità e dell'amore per gli animali, delle produzioni tipiche, della genitorialità e dell'educazione al consumo consapevole, delle grandi kermesse culturali e musicali.

Anche durante l'emergenza sanitaria Consumatori ha confermato il proprio ruolo, superando le difficoltà dovute al rapido evolversi della situazione, innescando un circolo virtuoso tra rivista di carta, edizione digitale e diffusione via social network, evitando che gli articoli risultassero inattuali o superati e anzi informando e intrattenendo i suoi lettori con contenuti di qualità.





LA COMUNICAZIONE DIGITALE

Sul versante della comunicazione digitale, il 2019 è stato un anno di ulteriore consolidamento per il sito **partecipacoop.org**, strumento fondamentale per raccontare le attività sociali della Cooperativa che l'anno scorso ha registrato l'accesso di **oltre 53.000 utenti**, con **112.559 visualizzazioni**.



Nel corso dell'anno la pagina **Facebook di Coop Lombardia** ha raggiunto **92.641 fan**, con una crescita dell'1,3% rispetto all'anno precedente. Gli utenti unici raggiunti sono stati **più di 6,5 milioni** e hanno generato oltre **67.000 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 2019 la Cooperativa si è rivolta a un pubblico compreso tra i 25 e i 34 anni, ampliando la base fan del **59,5%** e raggiungendo i **1.517 follower**. Grazie alla pubblicazione costante di storie coinvolgenti, sono state raggiunte **1.220.844 impression** e una copertura di **1.111.637 utenti**.



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 2019 il canale ha raggiunto **12.350 follower**, ottenendo quasi **350.000 visualizzazioni**.



Twitter è lo strumento di comunicazione istituzionale, dove la presenza della Cooperativa è stata consolidata nel 2019 dal raggiungimento di **1.839 follower**, **oltre 106.000 visualizzazioni** e più di **1.300 visite al profilo**.



Nel corso dell'anno anche il canale **YouTube** di Coop Lombardia ha raggiunto risultati importanti, registrando **1.890 iscritti** e **oltre 943.000 visualizzazioni**.

Tra le campagne che nel 2019 hanno avuto ampio spazio su tutti i canali digitali della Cooperativa, si segnalano:



FESTA DELLO SPORT

Una due giorni di sport e divertimento ospitata dal centro sportivo G. Facchetti di Cassano D'Adda, dove sabato 1 e domenica 2 giugno oltre 2000 persone tra famiglie, bambini e ragazzi hanno avuto la possibilità di cimentarsi in tantissime discipline sportive grazie alla presenza di circa 30 associazioni sportive del territorio lombardo.



HUMAN DOG 2019

Dal 31 maggio al 30 giugno, sono stati oltre 580.000 i visitatori della mostra Human Dog che ogni anno ha luogo nella prestigiosa cornice del Castello Sforzesco. L'evento, realizzato con la collaborazione del Comune di Milano, celebra il rapporto con i nostri amici a quattro zampe.



IL MILANESE IMBRUTTITO PER ALIMENTA L'AMORE

Un progetto video nato per incoraggiare le adozioni responsabili di cani e gatti, patrocinato dal Comune di Milano, realizzato con la collaborazione del Parco Canile Milano, e affidato agli "imbruttiti" per sfruttare la loro ironia come uno strumento di comunicazione potente per dimostrare che i sentimenti vanno oltre le apparenze.

IL NUOVO SUPERMERCATO COOP DI COMO

Dal 21 novembre 2019 a Como c'è un nuovo supermercato Coop: un negozio amico dell'ambiente e dei cittadini, con prodotti di qualità e servizi innovativi, radicato sul territorio e che raccoglie tutti i valori della Cooperativa.





6

Testimonianze

Per Coop Lombardia è molto importante ascoltare le voci dei partner, perché è nello scambio di esperienze e competenze che si realizza, in situazioni di emergenza come in tempi di ordinaria straordinarietà, la missione di costruire una vera cultura della solidarietà e della responsabilità sociale.

INSIEME CONTRO L'EPIDEMIA E IL RISCHIO POVERTÀ: LE VOCI DEI PARTNER

Ogni anno chiediamo ai rappresentanti di aziende, enti e associazioni scelte tra i nostri stakeholder di raccontarci la loro esperienza di lavoro con Coop Lombardia. Quest'anno abbiamo chiesto ai nostri interlocutori di seguirci in una riflessione non rituale, focalizzando la nostra attenzione non al solo 2019, come imporrebbe il criterio di rendicontazione, ma ai primi mesi del 2020 e alle strategie di risposta all'epidemia di Covid-19. Una "licenza" che si è resa necessaria per adeguarsi al sentire comune: l'emergenza sanitaria ha creato una cesura tra ciò che è stato prima e ciò che viviamo adesso, cambiando la nostra percezione delle cose. Restare nel 2019 avrebbe significato correre il rischio di fare valutazioni inattuali, superate dagli eventi. Anticipando quindi quello che sarà un tema portante del bilancio sociale del prossimo anno, siamo partiti dal raccontare come Coop Lombardia, dai Comitati Soci sul territorio fino alla Direzione, abbia dimostrato e continui a



dimostrare la propria capacità di mettere in campo spazi, persone, logistica e di agire tempestivamente e concretamente per rispondere all'emergenza. Il valore della solidarietà, costitutivo del sentire umano prima ancora che della ragion d'essere della Cooperativa, non può essere disgiunto da una reale ed effettiva capacità di agire e ottenere risultati.

Abbiamo operato e continuiamo a operare in rete con **Croce Rossa Italiana**, mettendo a disposizione i nostri punti vendita e le nostre esperienze di raccolta solidale. Testimone del sodalizio con CRI, la presidente del Comitato lombardo **Sabina Liebschner**, a cui abbiamo chiesto un primo bilancio della collaborazione, ben sapendo che la sfida non si esaurisce con la fine del lockdown:



sono migliaia le famiglie in difficoltà a cui vogliamo stare vicini.

Per **Fondazione di Comunità Milano**, di cui abbiamo intervistato il presidente **Filippo Petrolati**, abbiamo potuto mettere a disposizione finanziamenti, volontari e la collaudata macchina organizzativa del nostro progetto **Due mani in più**, il servizio di consegna della spesa a domicilio che Coop Lombardia porta avanti da più di 10 anni con Consorzio Farsi Prossimo e Caritas Ambrosiana.

Al di là dell'emergenza - comunque restando nel campo della salute - con il programma **SmartFood dell'Istituto Europeo di Oncologia**, di cui ci parla la responsabile **Lucilla Titta**, a partire

da inizio 2019 abbiamo sviluppato un innovativo progetto di promozione di una vera cultura della prevenzione, portando gli esperti di nutrizione e l'eccellenza della ricerca scientifica all'interno dei nostri negozi per parlare dei "cibi intelligenti" che ci aiutano a restare in salute.

Da Crema e dal fronte di contrasto all'epidemia di Covid-19 arriva la straordinaria esperienza della **Brigada Cubana Henry Reeve**, un gruppo di **52 medici e infermieri** giunti a sostegno dei colleghi italiani. Nel racconto della collega di Coop Alleanza 3.0 **Nilda D. Navarro**, cubana e italiana di adozione, le azioni che Coop Lombardia ha intrapreso per sostenerli durante la loro permanenza e ringraziarli per il loro prezioso contributo.

PIÙ FORTI CONTRO FRAGILITÀ E POVERTÀ INSIEME A CROCE ROSSA ITALIANA

Sostenere le fasce più fragili della popolazione durante il lockdown è stato importantissimo, ma ancora più importante è continuare a farlo ora: si rinnova giorno dopo giorno l'impegno al fianco di **Croce Rossa Italiana**, che fin dall'inizio dell'emergenza si è attivata assistendo capillarmente anziani e famiglie in difficoltà.

Con "Più forti insieme" Coop ha messo a disposizione le sue risorse e la sua esperienza per supportare concretamente le attività dei volontari e dei Comitati territoriali.

Per un primo bilancio dell'esperienza ci rivolgiamo a **Sabina Liebschner, presidente del Comitato lombardo di CRI**.

In cosa consiste il vostro rapporto con Coop Lombardia?

Con "Il tempo della gentilezza", Croce Rossa Italiana ha definito la campagna di aiuto alle persone fragili nell'emergenza Covid-19, mobilitando migliaia di volontari nella consegna gratuita della spesa e dei farmaci. A queste azioni si è aggiunta la consegna di pacchi viveri a persone e famiglie in difficoltà, che nel tempo è purtroppo diventata sempre più necessaria. Iniziative come la campagna "Più forti insieme" rendono possibile continuare in maniera proficua questo impegno verso la popolazione lombarda, duramente segnata dall'emergenza Covid-19.

Quali sono le attività e le forze che avete messo in campo?

Con "Dona la spesa", 39 punti vendita Coop Lombardia stanno raccogliendo beni alimentari non deperibili, che vengono ritirati da 22 comitati di Croce Rossa presenti sul territorio per essere distribuiti a persone in difficoltà.

Questa iniziativa è rafforzata da "Più forti insieme" - cui hanno aderito 57 punti vendita, con il coinvolgimento di 33 Comitati territoriali - che consente di acquistare presso i punti vendita



una carta solidale del valore di 5 euro, oppure trasformare 300 punti Coop in 3 euro.

Azioni che possono sembrare piccole ma sono determinanti: tutti i fondi raccolti dai punti vendita vengono infatti devoluti ai Comitati territoriali di Croce Rossa, che in questo modo aumentano la loro capacità di incidenza positiva sul territorio. Inoltre, vengono promosse donazioni tramite bonifico a un conto corrente dedicato al Comitato Regionale Lombardia di Croce Rossa Italiana: in questo modo, anche i Comitati che non hanno un punto vendita nel loro territorio, potranno comunque beneficiare della generosità degli acquirenti Coop.

Com'è stato lavorare con Coop Lombardia?

Di Coop Lombardia abbiamo da subito potuto apprezzare una grande disponibilità e serietà nel proporre e definire un progetto per noi di grande valore. È stata e continua a essere un'esperienza estremamente positiva, perché, oltre all'aiuto materiale determinante per compiere al meglio il nostro servizio, "Più forti insieme" stimola un senso di solidarietà, una consapevolezza dell'importanza di dare ognuno il proprio contributo che sono essenziali a ogni vera rinascita sociale. Rinascita di cui, oggi, si sente quanto mai il bisogno.

Come hanno impattato le iniziative sul territorio?

Come Croce Rossa Lombardia ci troviamo ogni giorno a far fronte alle ferite aperte da un'emergenza che, nella nostra Regione, ha colpito con particolare violenza. Ferite che, lungi dal rimarginarsi rapidamente, qua e là stanno diventando più profonde. Per contrastarla, la donazione di viveri riveste un'importanza sempre maggiore nel nostro territorio, poiché essenziale a garantire la prosecuzione di un servizio di assistenza alle persone vulnerabili.

L'impatto delle iniziative messe in atto da Coop Lombardia è perciò determinante sia nel suo effetto immediato - poiché supporta attivamente i Comitati nelle azioni a favore delle persone più fragili - sia nella sua funzione di sensibilizzazione della popolazione a iniziative di solidarietà. E proprio questo suggerire, attraverso strumenti semplici, che ognuno può essere d'aiuto a ricostruire, che fare la propria parte si può, è forse l'impatto più significativo delle azioni di Coop Lombardia, cui va la nostra gratitudine.



#MILANOAIUTA IN SOCCORSO AI PIÙ FRAGILI: PORTAMI LA SPESA CONTINUA FINO A OTTOBRE



La partnership con Fondazione di Comunità Milano, costituitasi nel 2018 e attiva dal 2019, si è attivata proprio in questi mesi di emergenza, intorno al servizio **PortaMI la spesa**, a cui Coop Lombardia ha contribuito stanziando 100.000 euro e portando l'esperienza di Due mani in più, adeguato e potenziato per l'occasione.

A raccontarci l'esperienza è **Filippo Petrolati, presidente di Fondazione di Comunità Milano**.

Quali sono gli interventi che avete messo in opera?

Durante l'emergenza Covid-19 Fondazione di Comunità Milano ha avviato la campagna di raccolta fondi #MilanoAiuta arrivando a raccogliere finora la cifra di 1.392.173 euro, grazie a oltre 1.000 donatori, cittadini e imprese, tra cui Coop Lombardia. Una parte rilevante dei fondi sono andati a sostenere più di 70 interventi emergenziali presentati da enti senza scopo di lucro a favore delle fasce più fragili colpite dal contagio e dalle misure restrittive: anziani, disabili, malati, persone in comunità o strutture residenziali, ma anche famiglie vulnerabili e senza fissa dimora, a cui sono venute a mancare le più essenziali forme di cura e assistenza, non solo da parte degli operatori ma anche dei propri cari.

Un'altra parte è stata, invece, destinata a quattro progettazioni di più ampio respiro, realizzate da reti del terzo settore, in stretta collaborazione con le istituzioni locali. Tra queste rientra il progetto PortaMI la spesa.



In cosa consiste il progetto?

L'iniziativa, promossa da Confcooperative Milano-Lodi-Monza e Brianza, in partenariato con Legacoop, Consorzio Farsi Prossimo e le cooperative sociali Spazio Aperto Servizi e Spazio Aperto, consiste nell'attivazione di un servizio di logistica, prenotazione e consegna gratuita di beni di prima necessità a persone fragili, in particolare anziani soli senza reti familiari o amicali, con 1.108 spese consegnate, per 538 utenti, oltre ad un servizio garantito a 11 comunità per disabili. Da sottolineare che oltre alla spesa, gli operatori delle cooperative sociali hanno potuto fornire ascolto, orientamento e supporto alle situazioni di maggiore vulnerabilità e sofferenza. Coop Lombardia ha accompagnato la riflessione sulla progettualità, proponendo la sua estensione a comuni limitrofi alla città di Milano e garantendo un supporto economico al Fondo #MilanoAiuta, che ha permesso di prorogare PortaMI la spesa fino alla fine di ottobre, nella fase post emergenziale e in concomitanza con il piano anti-caldo sulla città di Milano.

Come valuta l'esperienza di partnership con la cooperativa?

La partnership si fonda sulla condivisa visione di un sistema di welfare di comunità, che chiama le imprese del territorio ad affiancare l'ente pubblico e il terzo settore nella continua ricerca di soluzioni innovative per dare prontamente risposta ai bisogni in continua evoluzione del nostro territorio, caratterizzato da profondi cambiamenti sociali ed economici. Una collaborazione all'interno della quale Fondazione di Comunità Milano si pone come interlocutore aperto all'ascolto, alla condivisione di idee e visioni e catalizzatore di attori e risorse, in un processo di corresponsabilità teso al bene comune e capace di garantire sempre i diritti di tutti nella flessibilità delle diverse situazioni e sfide che le nostre comunità in futuro dovranno affrontare.



SMARTFOOD, UN'ESPERIENZA PIONIERISTICA PER UNA VERA CULTURA DELLA PREVENZIONE



“S iamo quello che mangiamo”, o per meglio dire ciò che scegliamo di mettere in tavola, e per restare in buona salute è necessario che la nostra scelta sia consapevole e fondata su informazioni chiare e autorevoli.

Con il progetto **“Mangia sano. La salute vince”** condotto in partnership con **SmartFood Istituto Europeo di Oncologia**, la promozione del consumo consapevole incontra la ricerca scientifica, per realizzare nei negozi di Coop Lombardia una campagna di prevenzione di ampio respiro.

Oltre alle **Isole SmartFood**, dove i consumatori trovano informazioni, prodotti selezionati e anche un utile ricettario per scegliere i “cibi intelligenti”, il programma prevede anche seminari di formazione a cura dei ricercatori IEO e raccolte fondi a favore della ricerca.

Abbiamo chiesto a **Lucilla Titta**, responsabile del **Programma SmartFood dell'Istituto Europeo di Oncologia**, di raccontarci questa partnership dal suo punto di vista.

Com'è stato lavorare con Coop Lombardia?

La partnership con Coop Lombardia è stata per me un'esperienza molto stimolante e direi pionieristica. Per la prima volta infatti ricercatori e nutrizionisti hanno avuto la possibilità di “entrare” nei supermercati per suggerire gli alimenti ideali per comporre colazioni, spuntini e pasti salutari e dare consigli sull'alimentazione quotidiana. Tutta l'operazione di comunicazione ed educazione alimentare si è basata sulle linee guida del mio gruppo di lavoro SmartFood.



Com'è nata l'idea di SmartFood e in cosa consiste?

Il Programma SmartFood in scienze della nutrizione e comunicazione nasce all'Istituto Europeo di Oncologia di Milano. Lo scopo principale del programma è la divulgazione scientifica nell'ambito di nutrizione e salute, con l'obiettivo di creare e diffondere messaggi condivisi dalla comunità scientifica, combattere disinformazione e asimmetria informativa, indurre una scelta alimentare consapevole per promuovere salute e prevenzione. Il supporto fondamentale delle attività è la ricerca scientifica a cui il programma SmartFood partecipa attraverso indagini e studi epidemiologici che esaminano il ruolo dell'esposizione nutrizionale e le sue relative implicazioni rispetto al rischio d'insorgenza di patologie croniche.

Qual è la storia del rapporto tra IEO e Coop Lombardia?

La prevenzione è un cardine dell'attività clinica e della ricerca dell'Istituto Europeo di Oncologia e sappiamo ormai quanto alimentazione e stile di vita siano importanti per abbattere il rischio di insorgenza di molte malattie oncologiche e non. È importante trovare partner in grado di diffondere il messaggio e di incidere sui comportamenti quotidiani delle persone. Coop Lombardia è un alleato ideale per la sua cultura aziendale e il suo radicamento sul territorio.

Nell'intera rete di vendita Coop Lombardia da più di un anno si trovano aree espositive permanenti a rotazione stagionale dedicate alla salute e alla prevenzione, le Isole SmartFood, identificate dal claim "Mangia sano. La salute vince". Qui i consumatori possono scegliere tra alimenti come frutta e verdura fresca di stagione; semi, frutta secca e disidratata; spezie; cereali e legumi; pesce, uova e latticini; minestrone e zuppe; cioccolato e caffè. Tutti ingredienti indicati da SmartFood IEO per comporre piatti salutari.

Qual è l'impatto delle azioni di Coop Lombardia, per la vostra esperienza?

La nuova frontiera della scienza della nutrizione è quella di individuare abitudini alimentari che possano ridurre il rischio di malattie croniche (diabete, patologie cardiovascolari, tumori) e aumentare l'aspettativa di vita. Con questa partnership Coop Lombardia ha certamente contribuito ad aumentare la consapevolezza nei consumatori dell'importanza di una sana alimentazione e di un corretto stile di vita.



DALL'IPERCOOP DI CREMA IL SOSTEGNO E L'ABBRACCIO ALLA BRIGADA CUBANA



Si legge ancora oggi negli occhi e nelle parole dei cremaschi la commozione per lo straordinario aiuto che la **Brigada Cubana Henry Reeve** ha prestato nelle strutture assistenziali di Crema, in piena emergenza da Covid-19. Dal 23 marzo al 22 maggio, **36 medici, 15 infermieri e 1 specialista in logistica** con esperienza internazionale sono intervenuti in una delle aree più colpite dal contagio.

“Un’esperienza di profonda e straordinaria solidarietà” per **Nilda D. Navarro di Coop Alleanza 3.0**, addetta alle vendite di origine cubana, chiamata a rivestire il ruolo di referente e interprete per Coop Lombardia, che si è attivata subito assieme all’Associazione Nazionale di Amicizia Italia-Cuba per accoglierli e sostenerli durante la loro permanenza.

**Puoi raccontarci com'è andata?**

È accaduto tutto molto in fretta: la Brigada è arrivata il 22 marzo e il giorno successivo era già in servizio. Dalla Protezione Civile è arrivata la richiesta di attivarci per fornire ai medici prima di tutto abbigliamento invernale. Coop Lombardia ha subito risposto, tramite l'Ipercoop di Crema, fornendo a ognuno di loro giubbotti, felpe e una sim Coopvoce con 100 giga di traffico internet. A questi si sono aggiunti 3 tablet e 2 smartphone a disposizione dell'ospedale da campo.

L'accoglienza è stata calorosa, vero?

Sì! Con il personale cubano si è da subito creata un'intesa speciale. Anche e soprattutto con i pazienti. Quando abbiamo partecipato alla cerimonia di saluto, le persone ci venivano incontro per strada, per salutarli, ringraziarli e lasciare loro un messaggio o un pensiero. Eravamo tutti emozionati e commossi.

Che cosa avete organizzato per i componenti della Brigada?

Abbiamo raccolto 3.600 euro grazie alla solidarietà dei Soci Coop: ognuno di loro ha ricevuto una gift card da 50 euro e abbiamo fatto la spesa tutti insieme, in un clima di festa, assieme ai colleghi dell'Ipercoop di Crema. È stata un'esperienza indimenticabile. Da cubana e italiana di adozione sono orgogliosa di quello che siamo riusciti a fare per la popolazione colpita dal coronavirus.

Avete in programma di sentirvi ancora, per altre occasioni?

Ora che l'ospedale da campo è stato smantellato, vogliamo proporre ai cittadini di Crema di mettere proprio lì una targa ricordo, per testimonianza di ciò che ha fatto la Brigada Cubana Henry Reeve e come simbolo della nostra amicizia.









7

Rete di vendita

*I negozi Coop Lombardia sono
gli spazi in cui si salda la
relazione tra la Cooperativa
e le comunità sul territorio.
Ipermercati, supermercati,
stazioni Enercoop e a breve anche
negozi di prossimità, per una
presenza sempre più capillare
e disegnata sulle esigenze dei
Soci e dei consumatori.*





**Coop Lombardia è presente
in tutta la regione con i propri
57 punti vendita,
a cui si aggiungono le 5 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

 Parabiago

 28 Bollate

Novate M.se Brodolini  32

 31 Cormano

Novate M.se  33

via Ornato  25

 24 via Quarenghi

 37 Bareggio

 37 Settimo M.se

 22 via Arona

 23 via F.lli Zoia

MILANO

 23 via Gozzoli

 23 Corsico

 34

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



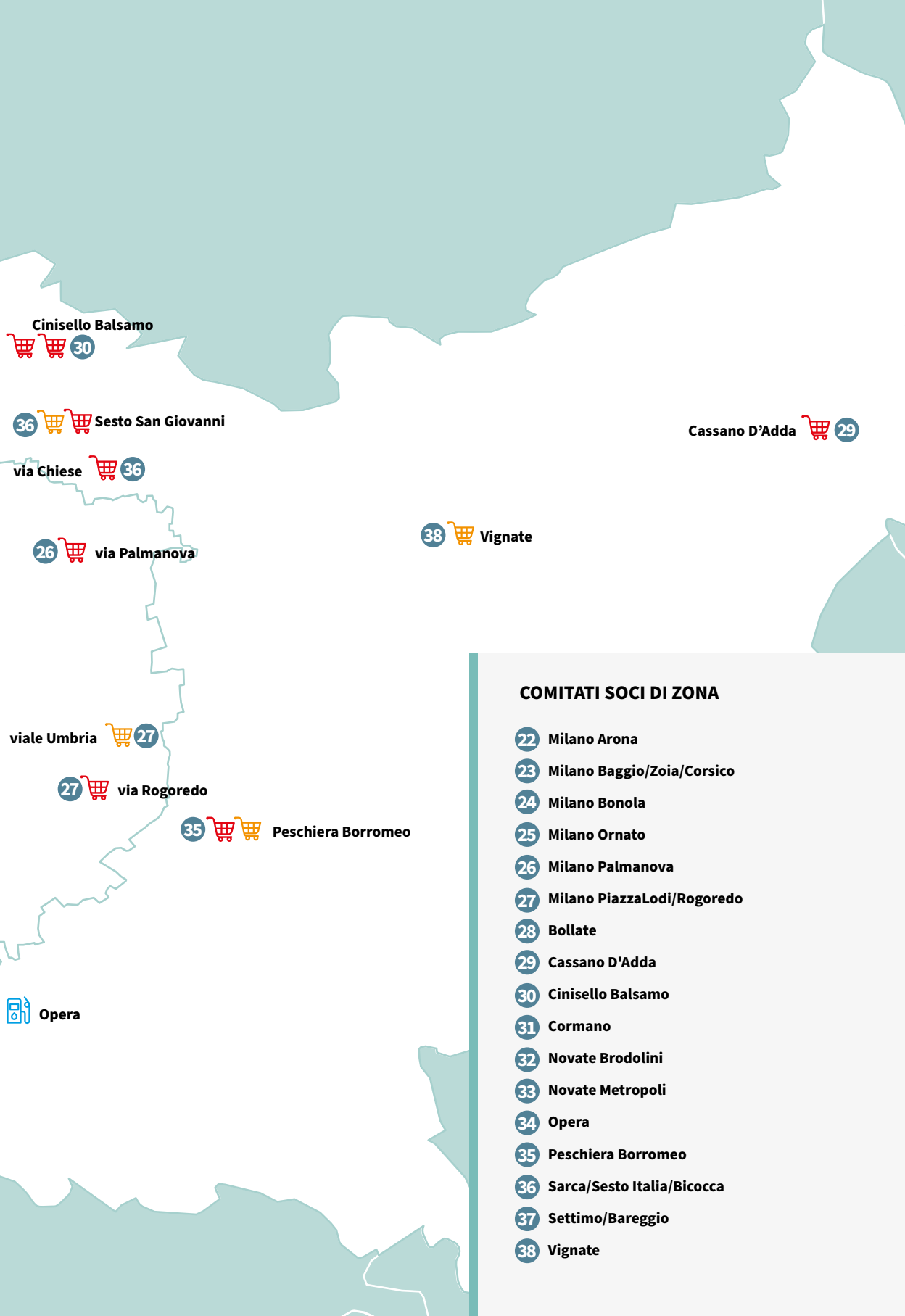
SUPERMERCATI COOP



IPERCOOP



ENERCOOP



Cinisello Balsamo



36  Sesto San Giovanni

Cassano D'Adda  29

via Chiese  36

26  via Palmanova

38  Vignate

viale Umbria  27

27  via Rogoredo

35   Peschiera Borromeo

 Opera

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 viale Umbria		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Milano via Quarenghi 23		●	●	●	●	●	●		●	●		●	●
Novate Milanese via Amoretti		●	●	●			●	●	●	●		●	
Peschiera Borromeo via Liberazione 8	●	●		●			●	●	●	●		●	
Sesto S. Giovanni viale Sarca 1		●		●		●	●	●	●	●	●	●	
Vignate Strada Provinciale 103 ang. via Galilei		●		●			●		●	●		●	
Milano via F. Von Hayek 4 (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 strada Statale 11				●	●			●	●	●	●	●	
Cinisello Balsamo via Garibaldi 65				●	●							●	



supermercati



ipermercati

Fotovoltaici	Detersivi sfusi	Recupero olio vegetale	Buon fine	Due mani in più	Spesa a domicilio	Corner salute	Salvtempo	Casse automatiche	Etichette elettroniche	Coopdrive	Orientamento legale	Centri socioculturali e scopricoop
--------------	-----------------	------------------------	-----------	-----------------	-------------------	---------------	-----------	-------------------	------------------------	-----------	---------------------	------------------------------------

MILANO												
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 Bonaventura Cavalieri 6	●			●				●	●	●		
Peschiera Borromeo via A. Moro 1				●	●							
Sesto S. Giovanni viale Italia 4				●	●	●						
Settimo Milanese via Reiss Romoli 18			●	●	●		●				●	
BERGAMO												
Mapello via St. Regia SS 342 Briantea		●		●					●			
Treviglio viale Monte Grappa 31		●		●			●		●		●	
Bergamo via Autostrada ang. via Pietro Spino	●	●	●	●			●			●	●	
Trescore Balneario via Grazia Deledda				●					●			
Treviglio viale Merisio	●			●					●			

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 Vittorio Veneto				●									
COMO													
Cantù via Lombardia 68	●	●	●	●	●		●		●	●		●	
Como via Cecilio 4	●						●		●	●			
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 viale Pavia 102	●			●				●	●	●		●	
MONZA BRIANZA													
Arcore via Gilera 8				●									
Desio via Borghetto angolo via Milano	●	●	●	●				●				●	
Monza via Lecco 32				●		●			●	●			



supermercati



ipermercati

	Fotovoltaici	Detersivi sfusi	Recupero olio vegetale	Buon fine	Due mani in più	Spesa a domicilio	Corner salute	Salvtempo	Casse automatiche	Etichette elettroniche	Coopdrive	Orientamento legale	Centri socioculturali e scopricoop
MONZA BRIANZA													
Muggiò viale Repubblica 86			●	●									
Villasanta piazza Martiri della Libertà 2				●	●								
PAVIA													
Vigevano viale Industria 225		●	●	●	●		●	●	●	●		●	
Pavia viale Campari 66			●	●			●		●			●	
Voghera viale Martiri della Libertà	●			●						●	●		
VARESE													
Busto Arsizio viale Duca D'Aosta 6	●			●					●	●			
Busto Arsizio viale della Repubblica 1				●					●	●			
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**

Alfredo De Bellis, Morena Bruni,
Luca Conte, Gianfranco Di Scioscio,
Anna Di Silvestro, Maurizio Margutti,
Francesco Mastroieni, Valter Molinaro,
Andrea Pertegato, Daniela Preite,
Cristina Redi, Giorgio Tulli

**Progetto grafico
Glifo s.c.:**

Sonia Adavastro
Luciano Ferro
Antonio Galesi
www.studioglifo.it

Coordinamento e adattamento editoriale

Echo s.c.:

Armando Barone
Luca De Giovanni
Francesca Monza
www.echo.pv.it

Fotografie

Archivio Coop
Silvia Amodio
Francesca Cassaro
Roberto Conte
Francesca Marta
Leda Mattavelli
Sofia Masini
Valter Molinaro
Adobe Stock

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

Stampato su carta
certificata F.S.C.

Giugno 2020



