



# Bilancio Sociale 2020





*SOSTENERE*

*SCEGLIERE*

*COINVOLGERE*



# Bilancio Sociale 2020



PARTECIPARE

VOTARE

COOPERARE

## 9 Introduzione

### 14 Premessa metodologica

**1**

## 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

**2**

## 40 VALORE ECONOMICO

- 42 *VALORE ECONOMICO IN CIFRE*
- 44 ANDAMENTO DELLA GESTIONE
- 48 PRINCIPALI FATTI DELLA GESTIONE
- 56 LA GESTIONE CARATTERISTICA DI COOP LOMBARDIA
- 58 L'andamento delle vendite
- 60 AZIONI COMMERCIALI
- 62 L'incorporazione di Coop Vicinato Lombardia
- 63 PREVALENZA
- 63 E-COMMERCE: COOP ONLINE
- 64 Le nuove aperture
- 66 Il concept "Ogni spesa ha il suo stile"
- 67 ENERCOOP
- 70 PARTECIPAZIONI
- 71 Società controllate
- 75 Società collegate
- 77 BILANCIO ECONOMICO
- 78 Bilancio d'Esercizio

# 3

## 89 VALORE SOCIALE

### 90 VALORE SOCIALE IN CIFRE

- 92 LAVORATORI
- 93 Organizzazione e gestione delle risorse umane
- 95 Selezione e sviluppo dei dipendenti
- 96 Salute e sicurezza sul lavoro
- 100 Attività di formazione
- 100 Formazione professionale
- 104 Formazione del Servizio Prevenzione e Protezione
- 105 Il Piano Welfare Noi per Noi
- 106 Area Persona
- 107 Area Famiglia
- 108 Area Risparmio
- 108 Area Salute e Benessere
- 109 L'house organ Noicoop
- 110 SOCI, PARTECIPAZIONE, VOLONTARIATO E SOLIDARIETÀ
- 111 Partecipare, votare, cooperare
- 112 Le candidature per il rinnovo dei Comitati dei Soci di Zona
- 113 Le risposte dell'emergenza sanitaria
- 119 A Monza il primo supermercato "Autism Friendly" in Europa
- 121 Cittadinanza responsabile
- 125 PRESTITO SOCIALE
- 126 Remunerazione del Prestito Sociale
- 127 Carta Sociocoop di più
- 128 Prodotti assicurativi e d'investimento
- 130 CENTRO RELAZIONI SOCI E CONSUMATORI
- 130 Filo diretto
- 131 Prodotto Coop
- 132 Valori del prodotto Coop
- 134 Linee di prodotto
- 139 DIRITTI DEI LAVORATORI E LOTTA AL CAPORALATO
- 139 La certificazione etica SA 8000 dei prodotti Coop
- 140 Imprenditoria legale
- 141 Buoni & Giusti
- 142 Il pomodoro da trasformazione e da passata casalinga
- 143 Non siamo tutti uguali

# 4

## 145 VALORE AMBIENTALE

### 146 VALORE AMBIENTALE IN CIFRE

- 148 DIAMO ALL'AMBIENTE UNA NUOVA IMPRONTA
- 149 I risultati delle azioni nel periodo 2018-2020
- 151 COOP E LIFEgate A CACCIA DI PLASTICA
- 152 IMBALLAGGI: RIDURRE, RECUPERARE, RIUTILIZZARE, RICICLARE
- 153 COOP E L'Ecodesign DEGLI IMBALLAGGI NELL'ECONOMIA CIRCOLARE
- 154 LA SPESA SBALLATA
- 154 QUID, LA RETINA RIUTILIZZABILE
- 155 L'AGRICOLTURA DI PRECISIONE E LA RIDUZIONE DEI PESTICIDI
- 157 ALLEVIAMO LA SALUTE
- 159 SPRECO ALIMENTARE: LE IMPLICAZIONI AMBIENTALI DEL PROGETTO BUONFINE
- 162 LA GESTIONE DEI RIFIUTI
- 164 DALL'OLIO ALL'OLIO: LA RACCOLTA DI OLIO VEGETALE DALLE UTENZE DOMESTICHE
- 165 RACCOLTA REE "UNO A ZERO"
- 166 TECNOLOGIA, INNOVAZIONE E RISPETTO PER L'AMBIENTE

# 5

## 169 VALORE CULTURALE

### 170 VALORE CULTURALE IN CIFRE

- 178 COOP PER LA SCUOLA
- 179 UNA MANO PER LA SCUOLA
- 180 PRESIDIO WEB INFANZIA
- 181 GIORNATA DELLA MEMORIA
- 182 CONSUMATORI, IL MAGAZINE SEMPRE AL CENTRO DELLA VITA COOPERATIVA
- 183 PARTECIPACoop E I SOCIAL: LA "VOCE" DELLA COOPERATIVA

# 6

## 187 TESTIMONIANZE

- 189 STORIE DI SOLIDARIETÀ E RESILIENZA:  
COOP LOMBARDIA E I SUOI PARTNER
- 190 “INSIEME POSSIAMO FARE LA DIFFERENZA”:  
LA COLLABORAZIONE CON CROCE ROSSA ITALIANA  
CONTINUA  
*Intervista a Sabina Liebschner*
- 192 SMART FOOD, UNA GRANDE OPPORTUNITÀ PER FARE  
PREVENZIONE ED EDUCAZIONE ALIMENTARE  
*Intervista a Lucilla Titta*
- 196 “IL PROGETTO AUTISM FRIENDLY È UN SEGNALE FORTE,  
DI CULTURA E DI VALORE”  
*Intervista a Nico Acampora*
- 200 LA SOLIDARIETÀ, L'AMORE PER GLI ANIMALI MA ANCHE  
UNA FINESTRA SUL MONDO: TUTTO QUESTO  
È ALIMENTA AMORE  
*Intervista a Silvia Amodio*
- 204 I NOSTRI OCCHI COMUNICAVANO PIÙ DI MILLE PAROLE  
*Intervista a Valeria Soluri*

# 7

## 209 RETE DI VENDITA

- 210 MAPPA
- 214 TABELLA DEI SERVIZI

**E PRIMAVERA  
MANGIA SANO.  
LA SALUTE VINCE.**

**SmartFood**  
Powered by IEO

**coop**  
Lombardia

**SCEGLI IL TUO SPUNTINO Smart**



IN BASE ALLA TUA  
DETERMINATA SCELTA  
TUA FRUTTA FRESCA  
DI STAGIONE  
E DI QUALITÀ  
FRUTTA E GUSTO  
SANO, VIGILANTE

**CREA LA TUA COLAZIONE Smart**



SCEGLI IL FRUTTO  
DI STAGIONE



SCEGLI IL TUO FRUTTO  
E CEREALI  
INTEGRALI  
SANO SANO, VIGILANTE  
DETERMINATA SCELTA

SCEGLI IL TUO FRUTTO  
E CEREALI  
INTEGRALI  
SANO SANO, VIGILANTE  
DETERMINATA SCELTA

SE VEDI IL COLORE  
DEI MIEI OCCHI  
SEI TROPPO VICINO!  
STAI ALMENO  
A 1 METRO

**coop**

# Il Bilancio Sociale di Coop Lombardia nell'anno della pandemia

**U**n anno fa, presentando i risultati del Bilancio di Esercizio di Coop Lombardia, avevamo intuito che gli effetti della pandemia sarebbero stati profondi, diffusi e duraturi nell'economia, nella società, nella cultura. L'anno 2020 è stato testimone della peggiore recessione mondiale dal dopoguerra e le previsioni più ottimistiche per l'Italia indicano un recupero dei livelli precedenti la pandemia nel 2023, mentre per i più pessimisti sarà il 2025.

La Cooperativa ha tempestivamente adattato le sue attività all'emergenza pandemica, che ha imposto, nelle sue diverse fasi, forti condizionamenti a Soci e clienti. L'impatto di questa situazione e le criticità sono state affrontate anche grazie allo straordinario senso di appartenenza e responsabilità delle lavoratrici e dei lavoratori impegnati in prima linea nei negozi.

Il nostro modello cooperativo e mutualistico è in questo senso un esempio positivo di resilienza e solidarietà per ricostruire le basi del nuovo ciclo economico e sociale in Italia. Coop, con la sua rete commerciale e le filiere dei prodotti a marchio, ha garantito e garantisce un presidio di qualità, lavoro, sicurezza, convenienza e legalità per tutti i cittadini e, con l'impegno sociale e di solidarietà verso le fasce più deboli, ha supportato la rete del volontariato e socio-sanitaria nel territorio.

Il frutto di questo impegno generale è evidente nei risultati economici della gestione caratteristica di Coop Lombardia: le vendite complessive a rete corrente hanno registrato un aumento del 5,31% rispetto al 2019. L'andamento non è stato omogeneo perché i provvedimenti restrittivi adottati per contrastare la pandemia hanno penalizzato gli ipermercati (-2,43%) e i distributori Enercoop (-26%), le cui performance sono state più che compensate dall'aumento di vendite dei superstore (+18,75%) e dei supermercati (+11,24%). Il totale delle vendite 2020, intese come totale corrispettivi al lordo dell'Iva, ammonta a 1.060 milioni di euro (+2,16%).



**Daniele Ferrè**

*Presidente  
Coop Lombardia*



**Alfredo De Bellis**

*Vice Presidente Vicario  
Coop Lombardia*



**Daniela Preite**

*Vice Presidente  
Coop Lombardia*



La Cooperativa chiude l'esercizio 2020 con un utile netto di 6,9 milioni, rispetto ai 6,6 milioni del 2019.

Il Bilancio 2020 di Coop Lombardia contiene diversi elementi di discontinuità rispetto al precedente esercizio, legati innanzitutto al regime straordinario della gestione operativa indotto dalla pandemia, che ha portato un incremento di vendite, una minore pressione promozionale e ricadute negative nella gestione immobiliare della Cooperativa. Un ulteriore elemento di discontinuità è costituito dall'incorporazione di CVL (Coop Vicinato Lombardia), avvenuta formalmente in data 1.11.2020 ma con effetti contabili retrodatati al 1.1.2020. L'incorporazione in Coop Lombardia delle attività di CVL, una cooperativa di medie dimensioni aderente al Consorzio Nord Ovest, è una notizia importante per la cooperazione di consumo in Lombardia. Con questa fusione Coop Lombardia è cresciuta di 33 negozi, fortemente integrati nel tessuto lombardo. Inoltre grazie all'apertura di due nuovi supermercati a Busto Garolfo e Monza, la rete di Coop Lombardia nel 2020 risulta composta da 92 negozi: 14 ipermercati, 18 superstore, 23 supermercati, 37 negozi di vicinato. Le lavoratrici e i lavoratori nel 2020 raggiungono il ragguardevole numero di 4.728 occupati, di cui 366 provenienti dall'incorporazione di Coop Vicinato Lombardia; le donne sono 3.243 e rappresentano circa il 69% delle persone inserite. Oltre ai fattori sopraricordati, la rivalutazione degli immobili commerciali effettuata ex art. 110 D.L. 104/2020, abbinata alla revisione della durata economica utile degli immobili strumentali e al conseguente adeguamento delle aliquote di ammortamento rappresenta un ulteriore fattore che rende poco rappresentativo il confronto dei bilanci dei due ultimi esercizi della Cooperativa. Con le considerazioni precedentemente esposte, l'esercizio 2020 di Coop Lombardia ha evidenziato complessivamente un aumento netto del valore della produzione di 89,7 milioni di euro, attribuibile, oltre che all'incorporazione delle attività di CVL, al particolare andamento delle vendite caratteristiche indotto dalla pandemia, che ha più che compensato gli effetti negativi sul calo delle vendite di carburanti e sui ricavi della gestione immobiliare della Cooperativa.

Durante l'anno 2020 l'impegno sociale di Coop Lombardia è stato profondamente condizionato dal contesto sanitario emergenziale. La sospensione di tutte le attività in presenza dal mese di marzo non ha impedito alla Cooperativa di svolgere un ruolo di primaria importanza nel supporto alle fasce sociali più deboli. Le direttrici di intervento della Cooperativa per aiutare la comunità e far fronte all'emergenza sono state:

- l'attivazione e il potenziamento di servizi gratuiti di consegna della spesa;
  - la rete di sostegno alle famiglie indigenti;
  - il supporto economico alle strutture ospedaliere e al personale sanitario.
- Con i contributi raccolti grazie alla generosità di Soci e clienti e alle azioni



solidali riconducibili ai progetti Due Mani in Più, Buon Fine, Dona la spesa e Alimenta l'Amore, la Cooperativa nel 2020 ha destinato alla comunità lombarda complessivamente circa 10 milioni di euro.

Durante il 2020 si è mantenuto il rapporto e il sostegno storico alle scuole lombarde attraverso il progetto Saperecoop. Nei primi due mesi del 2020 ben 5.888 studenti di 256 classi hanno partecipato a 631 incontri su percorsi a tema, quali Ambiente e Sostenibilità, Cibo-Salute e Benessere, Cittadinanza e Cooperazione. Da marzo è stata avviata la didattica a distanza che ha integrato i percorsi in presenza: in tutto sono state 139 le classi che hanno usufruito delle animazioni in 605 incontri (466 in DAD e 139 in presenza) per 1.210 ore di lezione.

I Comitati Soci Coop e i Soci volontari, nonostante le restrizioni dovute al Covid, sono stati protagonisti sia nella costruzione della rete solidale nei territori, sia attraverso la partecipazione ai diversi appuntamenti istituzionali della Cooperativa come le votazioni per l'approvazione del Bilancio, il rinnovo dello Statuto, e infine per il rinnovo dei Comitati Soci di Zona: nel mese di ottobre, si sono candidati 671 Soci, 424 dei quali sono stati eletti (nel febbraio 2021), costituendo i 42 nuovi Comitati Soci di Zona di Coop Lombardia.

Per un quadro più dettagliato di tutte queste attività e dei progetti sociali è possibile visitare il sito [www.partecipacoop.org](http://www.partecipacoop.org).

Durante le Assemblee separate, che si sono svolte nel mese di maggio secondo le modalità di partecipazione imposte dalla pandemia, sono stati illustrati e resi disponibili a tutti i Soci i dati completi del Bilancio Economico e Sociale 2020 di Coop Lombardia. Nell'Assemblea Generale di giugno sarà infine definitivamente approvato il Bilancio. Il documento del Bilancio di Esercizio, come ormai da tradizione, è affiancato dal presente Bilancio Sociale, fondamentale strumento che documenta la responsabilità sociale della cooperativa, descrivendo il suo impegno non solo in ambito economico, ma anche sociale, ambientale e culturale. Purtroppo, sia nel 2020 sia in questa prima parte dell'anno, una caratteristica fondamentale che ci contraddistingue, la partecipazione, è stata fortemente limitata – soprattutto nei momenti di incontro - dalle regole anti Covid.

A tutti i Soci va il nostro ringraziamento per aver comunque continuato ad essere presenti e attivi anche nelle modalità online.

L'accelerazione della campagna vaccinale, che finalmente comprende anche tutto il nostro personale, fa però ben sperare per il futuro.

Il nostro augurio quindi è di poter ricominciare presto a incontrarci e confrontarci in presenza.



SCEGLI QUELLO CHE  
È DESCRITTO QUI SOTTO

**SEI TROPPO  
VICINO**

STAI ALMENO A 1 METRO



452



# Gastronomia

639



# Premessa metodologica

**L'**edizione 2020 del Bilancio Sociale rinnova l'appuntamento con il documento di sintesi delle attività della Cooperativa e con la valutazione del loro impatto sulla società. In questo anno così difficile, segnato dalla pandemia, acquisisce un significato particolare, perché diventa la testimonianza di un evento storico, che ha costretto tutti ad adattarsi e a cambiare le proprie abitudini, rendendo ancora più evidente il valore della Responsabilità Sociale di una Cooperativa di Consumo come Coop Lombardia.

Il Bilancio Sociale è un documento che Coop ha scelto di redigere ogni anno in forma volontaria per comunicare e condividere nel modo più trasparente possibile l'identità, i valori e le prospettive future. In quest'anno in cui molte realtà cooperative – secondo le indicazioni del d.l. 14 luglio 2019 – dovranno presentare per la prima volta il Bilancio Sociale, Coop Lombardia presenta la sua XXX edizione.

Coop Lombardia offre 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, non si focalizza solo sugli aspetti economico-finanziari e patrimoniali, e viene redatto con 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.

Il presente Bilancio mostra molti elementi di discontinuità con i precedenti: quest'anno abbiamo posto particolare accento sul Valore Sociale, su quanto Coop Lombardia abbia fatto per Soci e consumatori sin dai primi momenti della pandemia, garantendo il servizio, dotandosi rapidamente di tutti i presidi di sicurezza, restando vicino alla Comunità locale e alle persone in difficoltà.

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 e i dati possono essere facilmente confrontati, non solo con quelli del 2019, 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:**

- 1. 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
- 2. 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

**3. 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

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

Come anticipato, in questa nuova edizione vi è una maggiore differenza tra le varie aree: lo spazio dedicato al valore culturale ha subito una contrazione, legata alla difficoltà di realizzare eventi, spettacoli e iniziative culturali in presenza.

Coop Lombardia e i suoi Soci volontari hanno tuttavia messo in campo le proprie energie per cogliere le opportunità della comunicazione digitale, costruendo nuovi percorsi insieme a istituzioni, realtà culturali e associazioni sul territorio.

Ogni anno un capitolo del Bilancio è dedicato alle **Testimonianze dal mondo Coop**: una serie di interviste ad alcuni importanti portatori di interesse della Cooperativa.

Per il 2020 sono stati coinvolti stakeholder che hanno profuso un particolare impegno in occasione dell'emergenza dovuta alla pandemia da Covid-19, per andare a toccare con mano la capacità di risposta all'emergenza della Cooperativa, in tutte le sue componenti, dai Soci volontari alla Direzione, agli stakeholder sul territorio lombardo.

Per raccontare queste storie di solidarietà e resilienza sono stati intervistati: Sabina Liebschner, Presidente del Comitato lombardo di **Croce Rossa Italiana**; Lucilla Titta, responsabile del programma **SmartFood dell'Istituto Europeo di Oncologia**; Nico Acampora, fondatore di **PizzAut**, laboratorio di inclusione sociale che ha dato vita a un ristorante gestito da persone autistiche, con cui la Cooperativa ha sviluppato il concept del primo supermercato Autism Friendly d'Europa e Silvia Amodio, fotografa e giornalista, consulente per Coop per tanti progetti culturali e sociali, tra cui **Alimenta l'Amore**.

In conclusione, abbiamo voluto intervistare la collega Valeria Soluri, in **rappresentanza dei lavoratori di Coop Lombardia**, che in quest'anno così difficile e intenso sono stati i veri protagonisti dello straordinario impegno che la Cooperativa ha messo a servizio della comunità.

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 di Zona, realtà in cui si consolida la relazione tra la Cooperativa e la comunità sul territorio, che quest'anno è ancora più ricca e puntuale perché mostra la localizzazione di tutti i nuovi punti vendita di CVL che sono stati acquisiti del corso del 2020.

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 2020.

Come ogni anno il Bilancio Sociale è stato presentato – nel corso delle Assemblee - in diverse forme, per rendere più fruibile a tutti i contenuti della Responsabilità Sociale: il presente Bilancio in forma estesa, che raccoglie il maggior numero di dati e informazioni; una versione sintetica, più agile, in formato tabloid e un video di Bilancio Sociale che propone le interviste ai responsabili della Governance Cooperativa. Tutti questi materiali sono disponibili su **[www.partecipacoop.org](http://www.partecipacoop.org)**.







# 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

**C**oop 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 oggi ha una rete di vendita composta da 92 punti vendita di cui: 14 ipermercati, 17 superstore, 24 supermercati e 37 negozi di vicinato. 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.

**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.

**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.

**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.

**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.

**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



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

## 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.





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 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.

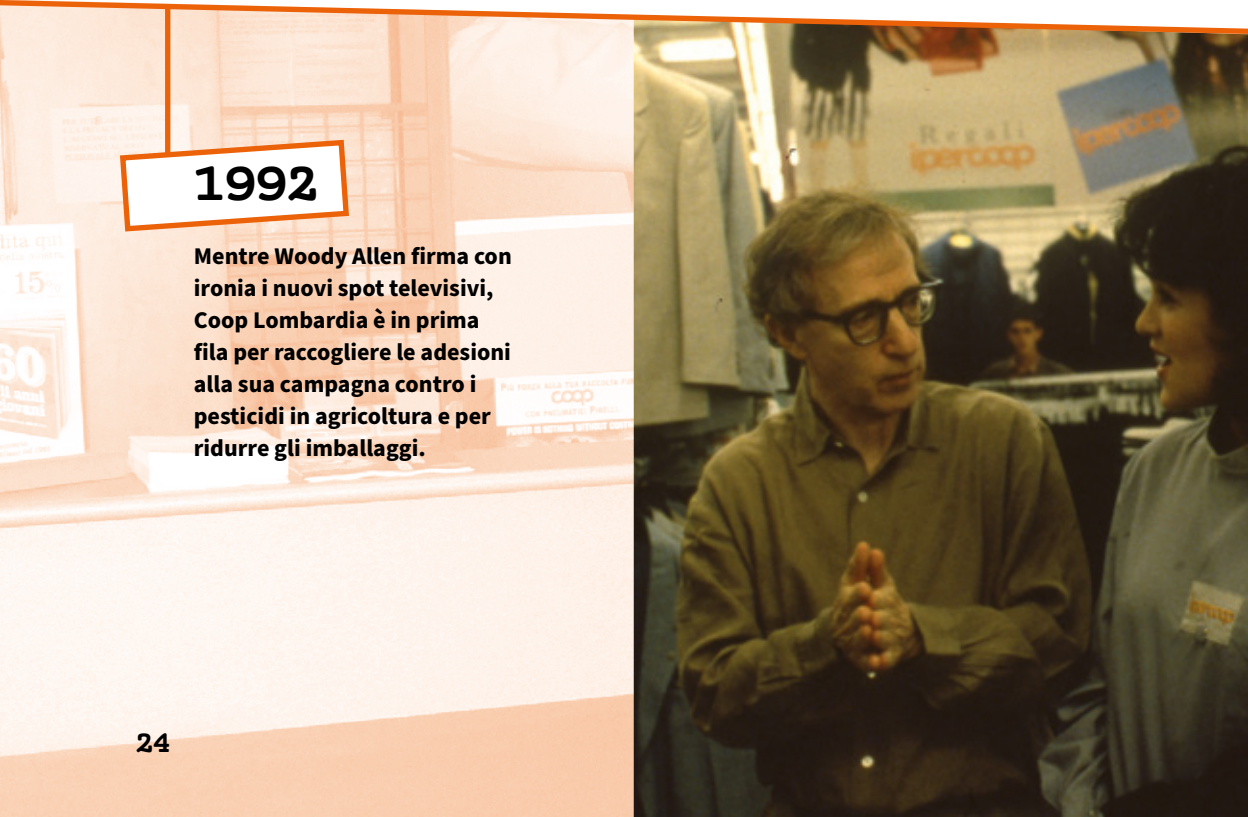


**1986**

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

## LA 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 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**

**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.



**cooperative, un'unica rete distributiva:** questi i tre pilastri su cui fondare la cooperativa che oltre trent'anni dopo farà gli onori di casa a EXPO 2015.

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

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

**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.

**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.

**1995**

La Cooperativa raggiunge quota 180.000 Soci.

## COOP LOMBARDIA DIVENTA IL “LABORATORIO” IN CUI SPERIMENTARE LE INNOVAZIONI DEL SISTEMA COOP.

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

**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.



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 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

**2006**

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



**2007**

Nasce il progetto **Buon Fine**.

**2010**

La Cooperativa entra nell'agenzia Cooperare con Libera Terra.



sempre 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 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 LOMBARDA STABILISCE I NUOVI STANDARD.

**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.

**2013**

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



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

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

**2015**

**Coop Lombardia partecipa a EXPO Milano 2015.**



**2016**

**Viene inaugurato il Supermercato del Futuro a Milano Bicocca.**





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 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**



**2017**

La Cooperativa lancia la campagna **Alleviamo la Salute**.

**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.



**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**.

Nel **2020** la rete vendita di Coop Lombardia si è ampliata con **33 nuovi negozi**, di cui **2 supermercati** e **31 “mini”** grazie alla **fusione con Coop Vicinato Lombardia**, la più grande Cooperativa di vicinato della Regione, nata nel 2012 dall'integrazione di cinque Cooperative lombarde. In questo modo Coop Lombardia ha arricchito la sua presenza sul territorio. L'unione ha permesso di creare una struttura unica e più efficiente a monte della rete vendita, alleggerendo i costi e mantenendo gli obiettivi di salvaguardia del patrimonio, anche occupazionale. La rete di vendita di Coop Lombardia è oggi composta da **92 punti vendita** di cui: **14 ipermercati**, **18 superstore**, **23 supermercati** e **37 negozi di vicinato**.



**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.



**2020**

Con il processo di fusione per incorporazione di Coop Vicinato Lombardia (CVL), la più grande Cooperativa di vicinato della regione, Coop Lombardia ha arricchito la sua presenza sociale e commerciale sul territorio ampliando la rete con 33 nuovi negozi, di cui 2 supermercati e 31 “mini”.

# Governance



**I**l 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 **42 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 2020 si sono svolte le Assemblee Separate di Bilancio, anche se in una modalità nuova dettata dalla necessità di distanziamento a causa della pandemia. **“Distanti, ma partecipi”**, i Soci hanno potuto votare in negozio il Bilancio della Cooperativa e hanno indicato **i delegati** che li hanno rappresentati all'Assemblea Generale del 26 giugno. Anche se le modalità di voto hanno subito grandi cambiamenti, hanno mantenuto intatto lo spirito di mutualità e partecipazione. Le **Assemblee Separate di Bilancio** di Coop Lombardia hanno visto la partecipazione di **41.557 Soci**.

## 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*

**Claudia Cavazza**

**Eduardo Galardi**

*Sindaci supplenti*

**Manuela Ornella Cane**

**Barbara Giulia Pozzoli**

## 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



oop 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.

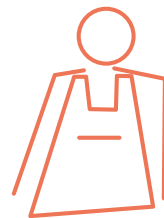
**SCUOLA COOP**

**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



## 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.

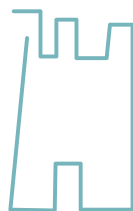
**L**e attività che Coop Lombardia svolge sono sempre orientate al coinvolgimento di un insieme di **soggetti e realtà collettive a cui è diretta l'azione cooperativa**. Questi soggetti prendono il nome di **portatori di interesse** o **stakeholder**.





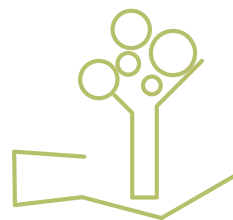
## CONSUMATORI

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.



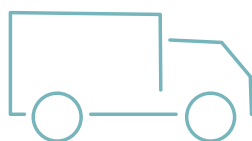
## ISTITUZIONI

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

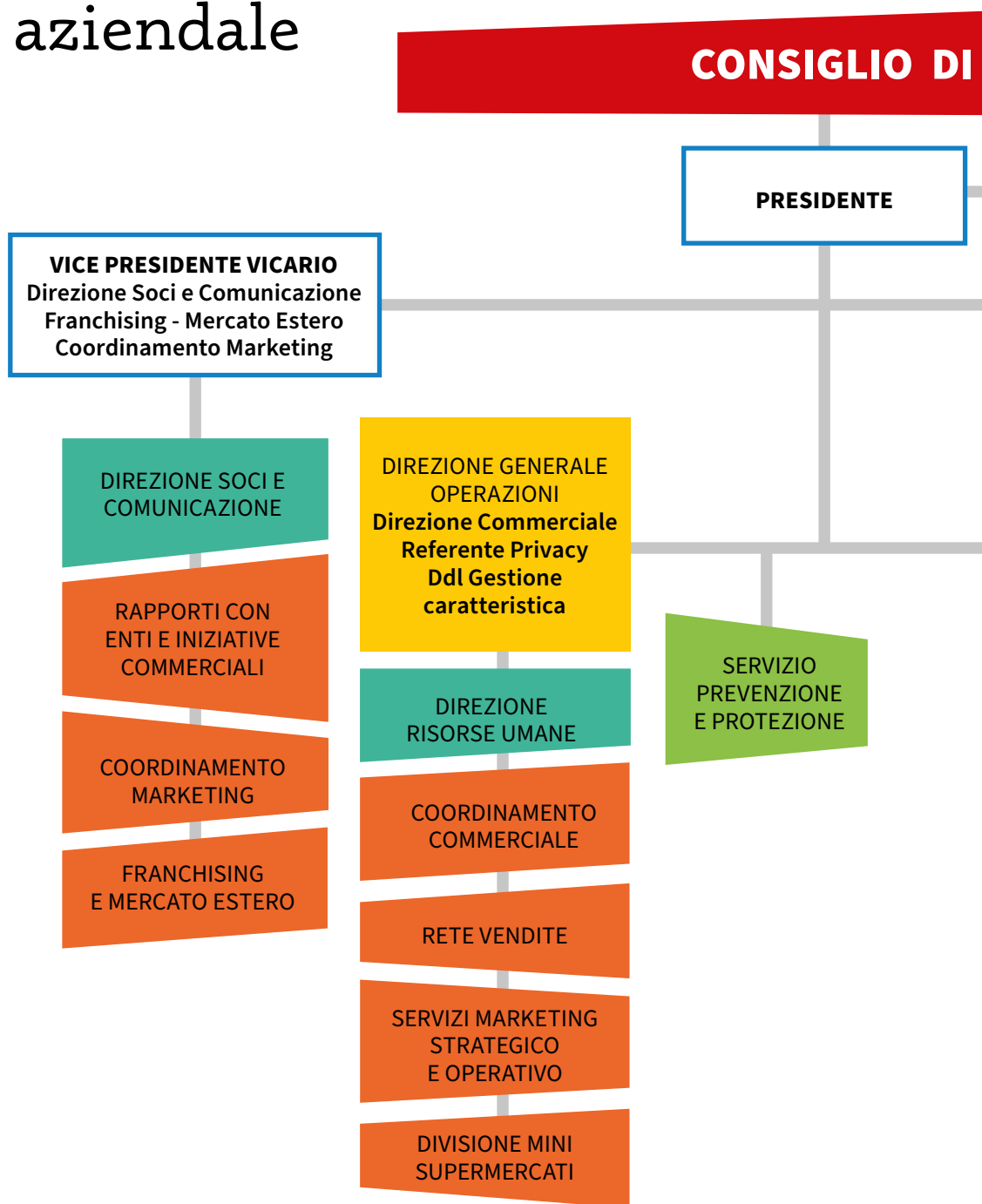
Rappresenta la società in generale come realtà collettiva verso la quale Coop rivolge impegni di solidarietà su più fronti e iniziative culturali e formative che contribuiscono ad arricchire ogni singolo individuo.



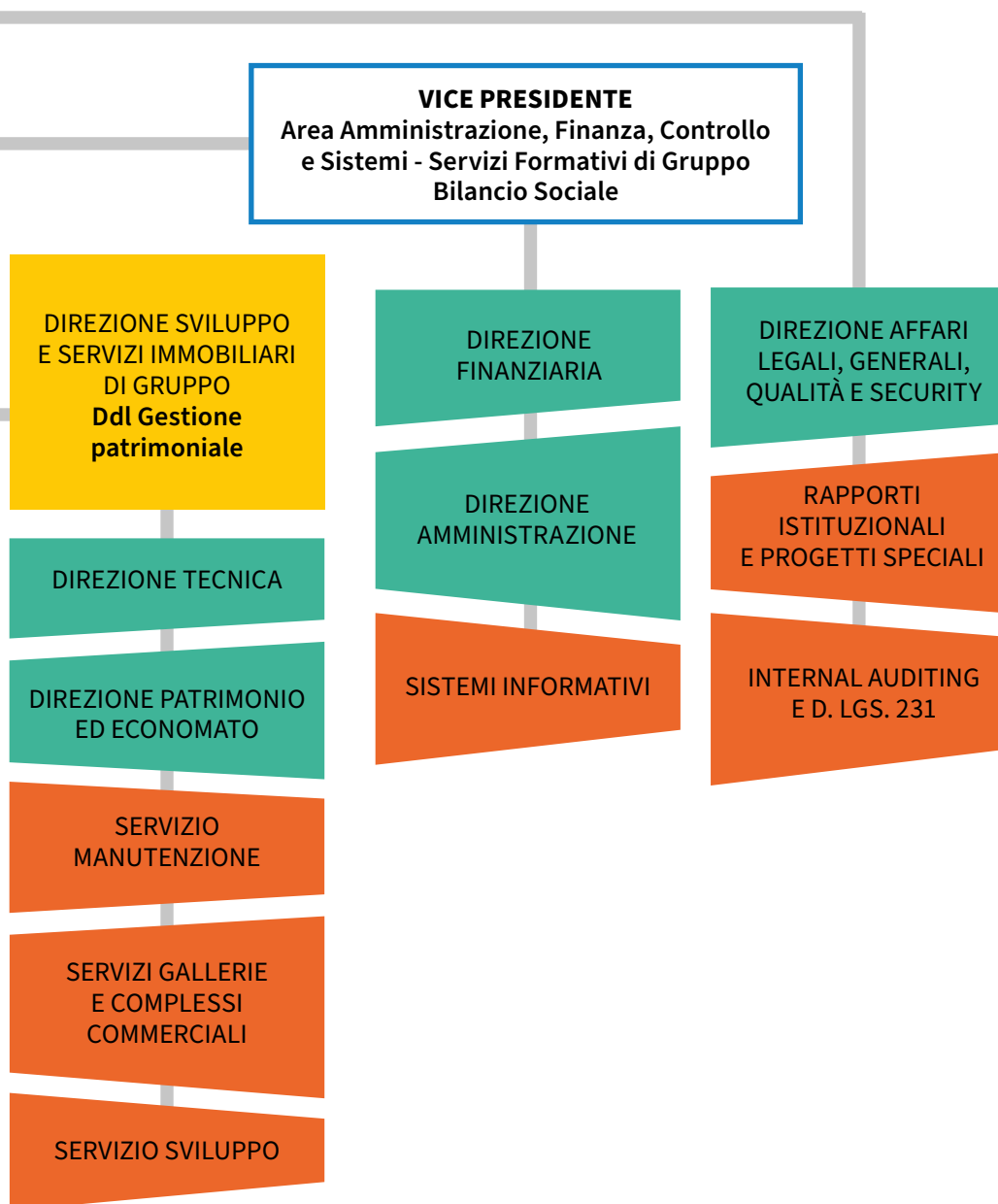
## GENERAZIONI FUTURE

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



# AMMINISTRAZIONE







# Ogni spesa ha il suo stile

La spesa su misura per te: comoda, pratica e veloce

# 2

## Valore economico

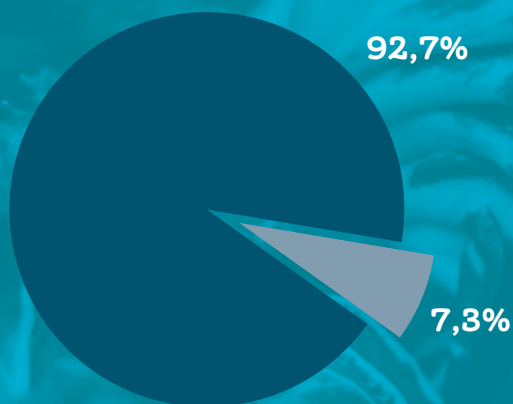
*Coop Lombardia genera valore economico non soltanto attraverso lo svolgimento della sua attività caratteristica e la definizione di politiche commerciali e azioni promozionali nell'ambito della grande distribuzione, ma anche attraverso la gestione finanziaria e l'amministrazione delle società controllate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

# Valore economico in cifre

## VENDITE

TOTALE RICAVI DA  
VENDITE (DATO LORDO IVA)

**1.060**  
milioni di euro



IPER E SUPER  
€ 982 milioni

CARBURANTI  
€ 77 milioni



MARGINE DELLA GESTIONE FINANZIARIA

**18,1**  
milioni di euro



UTILE NETTO

**6,9**  
milioni di euro



PATRIMONIO NETTO

**664**  
milioni di euro

## PREVALENZA VENDITE AI SOCI



**63,4%**



VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO

€ 208.769.000

DI CUI



AI DIPENDENTI

€ 142.574.000



ALLA FORMAZIONE

€ 833.000



ALLA COMUNITÀ

€ 5.307.000



ALLA RISERVA INDIVISIBILE

€ 6.706.503

BRICO IO

PUNTI VENDITA

78

UTILE NETTO

1,48

milioni di euro

**Brico io**



## Andamento della gestione

**D**al punto di vista economico Coop Lombardia ha chiuso l'esercizio 2020 con un **utile netto di 6,9 milioni**, rispetto ai 6,6 milioni di euro del 2019.

È necessario segnalare che il Bilancio 2020 contiene diversi elementi di discontinuità rispetto al bilancio del precedente esercizio, legati a due fattori principali:

- Il regime straordinario della gestione operativa indotto dalla pandemia, che ha portato un incremento delle vendite, una minore pressione promozionale e ricadute negative nella gestione immobiliare della Cooperativa.



■ L'incorporazione di Coop Vicinato Lombardia (CVL), avvenuta formalmente in data 1.11.2020, ma con effetti contabili retrodatati al 1.01.2020. Nel corso dell'esercizio si è inoltre perfezionata la fusione della controllata Immobiliare Ossidiana, con effetti retrodatati al 1° gennaio 2020.

Anche la rivalutazione degli immobili commerciali (effettuata ex art. 110 DL 104/2020), abbinata alla revisione della durata economica utile degli immobili strumentali e al conseguente adeguamento delle aliquote di ammortamento, è un ulteriore fattore che rende poco rappresentativo il confronto dei bilanci dei due ultimi esercizi della Cooperativa.

L'esercizio 2020 di Coop Lombardia ha evidenziato complessivamente un **aumento netto del valore della produzione di 89,7 milioni di euro**, attribuibile, oltre che all'incorporazione delle attività di CVL (stimabile in circa 71 milioni di euro), al particolare andamento delle vendite caratteristiche indotto dalla pandemia, che ha più che compensato gli effetti negativi sul calo delle vendite di carburanti e sui ricavi della gestione immobiliare della Cooperativa.

La minore pressione promozionale sulle vendite, unitamente a uno stretto controllo sui costi, hanno consentito di assorbire le attività di CVL e le nuove aperture dell'esercizio con costi della produzione in crescita meno che proporzionale rispetto all'incremento del valore della produzione, generando così **un risultato della gestione caratteristica in netto miglioramento rispetto al precedente esercizio**.

L'effetto positivo sul risultato della gestione caratteristica è inoltre conseguenza delle linee di intervento adottate per l'incremento di efficienza sulla rete di vendita della Cooperativa, estese alla rete dei punti vendita acquisita con l'incorporazione di CVL, con evidenti ricadute su una gestione più efficiente della forza lavoro, anche grazie al minore ricorso al lavoro straordinario.

Gli ammortamenti dell'esercizio comprendono gli effetti combinati dell'incorporazione di CVL e del cambiamento di aliquota di ammortamento dei beni immobili strumentali a seguito della revisione del loro periodo di durata economica utile. I costi della produzione comprendono inoltre accantonamenti effettuati nell'esercizio a copertura dei rischi commerciali di natura immobiliare, connessi alle difficoltà operative dei locatari, indirettamente legati agli effetti della pandemia e dei rischi inerenti ai contenziosi tributari in materia di IMU.

**La differenza tra valore e costi della produzione**, a seguito delle dinamiche di costi e ricavi sopra sintetizzate, si attesta a 3,7 milioni di euro di perdita a fronte dei 20,2 milioni di euro di perdita dell'esercizio precedente, un netto miglioramento anche considerando la sostanziale assenza di significativi proventi non ricorrenti.

Il risultato di esercizio beneficia anche per il 2020 dei **risultati positivi della gestione finanziaria (19,3 milioni di euro)** in un anno caratterizzato da un'estrema volatilità dei mercati gradualmente rientrata nell'ultimo trimestre dell'esercizio.

Il risultato di esercizio risente invece di un apporto negativo della gestione delle partecipazioni (-7,6 milioni di euro), derivante della mancata distribuzione dei dividendi da parte della partecipata Unipol, nonché della svalutazione della partecipazione nella controllata Immobiliare Futura per la copertura di perdite derivanti dalla svalutazione del terreno di sua proprietà a seguito dell'esito negativo di un contenzioso contro un provvedimento di cambio di destinazione d'uso.

L'andamento delle componenti appena citate ha determinato la realizzazione di un **utile prima delle imposte di 8 milioni di euro, superiore a quello del precedente esercizio**. Si rileva un onere netto di 1,1 milioni di euro sul conto economico, relativo alle componenti fiscali, per un aumento delle imposte correnti parzialmente compensato dalle dinamiche delle imposte differite e anticipate, con un conseguente **utile netto di 6,9 milioni di euro**.



## IL GRUPPO COOP LOMBARDIA

**A livello di Bilancio consolidato, il valore della produzione** del Gruppo Coop Lombardia nel 2020 registra un **incremento di 107,9 milioni, pari al 9,3%**, rispetto al precedente esercizio. L'incremento del volume d'affari del Gruppo è prevalentemente riconducibile all'incorporazione delle attività di CVL, oltre che al particolare andamento delle vendite caratteristiche indotto dalla pandemia, di cui ha beneficiato anche la controllata Brico io, che ha più che compensato gli effetti negativi sul calo delle vendite di carburanti e sui ricavi della gestione immobiliare della Cooperativa.

La minore pressione promozionale sulle vendite, insieme a uno stretto controllo sui costi, hanno consentito di gestire le attività di sviluppo con costi della produzione a livello consolidato in crescita meno che proporzionale rispetto all'incremento del valore della produzione, generando così un **risultato della gestione caratteristica positivo per 2,3 milioni di euro** e in netto miglioramento rispetto al risultato negativo per 21,7 milioni di euro del precedente esercizio.

L'effetto positivo sul risultato della gestione caratteristica è conseguenza, oltre che delle commentate dinamiche della Capogruppo, dei benefici effetti della riorganizzazione complessiva delle attività di Brico io, con una gestione più efficiente della forza lavoro e degli altri costi di gestione. L'apporto positivo della controllata Brico io è legato anche all'andamento positivo del mercato del "fai da te", rivitalizzato dal regime di vita dettato dalla pandemia, che ha portato un incremento delle vendite e della marginalità nonostante la rete di vendita sia stata, nei momenti più critici della pandemia, oggetto di chiusure e di forti restrizioni alle vendite.

Il risultato della gestione finanziaria, riconducibile a quello della Capogruppo, **è positivo per 17,2 milioni di euro**. Le dinamiche sopra evidenziate hanno determinato un **utile netto del Gruppo pari a 13,9 milioni di euro**, in deciso incremento rispetto al precedente esercizio.

# Principali fatti della gestione

# 1

COOP LOMBARDIA  
SI È ADATTATA ALLE  
ESIGENZE IMPOSTE  
DALLA PANDEMIA

Nel corso del 2020 la Cooperativa ha tempestivamente adattato le sue attività al **regime straordinario dettato dalla pandemia** che ha imposto forti condizionamenti e mutato repentinamente le esigenze di Soci e clienti. Dopo un gennaio 2020 caratterizzato da un andamento regolare e coerente con gli ultimi mesi del 2019, le prime notizie sulla diffusione dell'epidemia da Covid-19 in Italia e l'avvio dei primi provvedimenti restrittivi per il suo contenimento hanno trasformato, dalla seconda metà di febbraio, l'attività quotidiana e caratteristica di Coop Lombardia in un servizio essenziale per la comunità.

**Le abitudini di acquisto sono state stravolte**, con un'iniziale corsa irrazionale all'accaparramento che ha messo a dura prova la tenuta dei servizi logistici e l'operatività dei punti vendita, resa ancora più complessa da elevati tassi di assenza del personale per malattia.

La **pronta reazione della Cooperativa** e del Sistema Coop ha consentito, fin dall'inizio della fase di emergenza, di **mettere in sicurezza il personale dei punti vendita e i clienti della Cooperativa**, adeguando velocemente e in alcuni casi anticipando le diverse normative nazionali e locali in termini di restrizioni alla vendita, sanificazione dei locali, dotazioni di dispositivi di prevenzione e protezione. I mesi estivi hanno visto una spinta verso la normalizzazione dei consumi e della frequentazione della rete di vendita, fino al brusco risveglio dall'ottimismo estivo determinato dall'avvio della seconda ondata della pandemia. A questo nuovo regime, ormai abituale per Soci, clienti e per l'organizzazione della Cooperativa, la rete di vendita si è presentata preparata per garantire i più elevati standard di sicurezza e per assecondare le mutate abitudini dei consumatori.

## 2

### MIGLIORANO I RISULTATI DELLA GESTIONE CARATTERISTICA

Un segnale del successo della Cooperativa nell'adattarsi alla straordinarietà della pandemia e nell'assecondare il cambiamento nei consumi è costituito dal **miglioramento dei risultati nella gestione caratteristica**: le vendite complessive a rete corrente di ipermercati, superstore e supermercati, inclusi i negozi della neo-incorporata "Divisione Mini" che faceva capo a CVL, hanno fatto registrare un **aumento del 5,31%** rispetto al 2019. L'andamento è stato molto differenziato per canale, dato che i provvedimenti restrittivi adottati per contrastare la pandemia hanno penalizzato gli ipermercati (-2,43%) e i distributori Enercoop (-25,88%), le cui performance sono state più che compensate dall'aumento di vendite dei superstore (+18,75%) e dei supermercati (+11,25%). Al positivo andamento complessivo dei ricavi caratteristici si è accompagnata una buona tenuta della marginalità, dovuta agli effetti delle azioni commerciali e di miglioramento di efficienza nella gestione caratteristica avviate nei precedenti esercizi e all'allentamento della pressione promozionale imposto dal regime di vendite dei periodi di emergenza.

## 3

### L'INCORPORAZIONE DI COOP VICINATO LOMBARDIA

Dal 1° novembre 2020 si è formalmente concluso il processo che ha reso operativa la **fusione per incorporazione in Coop Lombardia delle attività di Coop Vicinato Lombardia (CVL)**, cooperativa di medie dimensioni aderente al Consorzio Nord Ovest, fortemente integrata nel tessuto lombardo. Nel corso del 2020, dopo le previste delibere dei suoi organi sociali, la Cooperativa ha avviato il processo di integrazione di CVL che ha portato alla rete di Coop Lombardia 33 nuovi negozi, di cui 2 supermercati e 31 "mini" (*cfr. pag 62 - Focus*).

## 4

### LO SVILUPPO DELLA RETE DI VENDITA

Nonostante i disagi e i ritardi determinati dall'emergenza pandemica, che hanno comportato la temporanea sospensione dei cantieri, la Cooperativa è riuscita a rispettare e completare l'impegnativo programma pluriennale di sviluppo, che vedeva per il 2020 le **nuove aperture di Busto Garolfo e Monza via Marsala**. Entrambe le nuove aperture sono state progettate per offrire un'esperienza di spesa pratica, intuitiva e su misura per le esigenze differenziate di Soci e clienti, che nei nuovi punti vendita possono trovare la



massima espressione dei servizi offerti nei punti vendita della Cooperativa, coniugati con le scelte distintive di sostenibilità, innovazione, sinergia con il territorio e inclusione (*cf. pag. 64*).

## 5

### OPERAZIONI DI RAZIONALIZZAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO IMMOBILIARE

Nel corso dell'esercizio sono proseguite le iniziative per razionalizzare e meglio valorizzare il patrimonio immobiliare della Cooperativa, in coerenza ai piani di sviluppo approvati. In particolare, è stato portato avanti il progetto di **valorizzazione del compendio immobiliare di Milano via Arona**, in coerenza con il rinnovato contesto urbano, direzionale e commerciale nel quale si insedia. La gestione dell'intervento, che ha subito rallentamenti a causa della pandemia, è a carico della controllata Arona Commercial & Business Center, con cui Coop Lombardia ha in essere un accordo per la cessione in più fasi dell'immobile e per il coordinamento degli interventi di ristrutturazione. Sempre a Milano, tramite la società Immobiliare Stella di Natale, sono proseguiti gli interventi di **restyling del Centro Commerciale PiazzaLodi** e di **ricostruzione** di circa **1.800 mq** del piano superiore di **Milano via Palmanova**, parzialmente distrutto nel corso dell'incendio verificatosi nel 2019.

## 6

### RIVALUTAZIONE DEL PATRIMONIO IMMOBILIARE STRUMENTALE E REVISIONE DELLE POLITICHE DI AMMORTAMENTO

Nel corso dell'esercizio Coop Lombardia ha usufruito dell'opportunità concessa dal "Decreto Rilancio" (D.L. 104/2020) in merito alla **rivalutazione dei beni di impresa**. In particolare, la Cooperativa ha provveduto a effettuare una rivalutazione monetaria di una selezione di immobili strumentali posseduti direttamente o tramite la controllata Immobiliare Stella di Natale, caratterizzati da una marcata differenza tra i valori di mercato e i valori netti contabili. Nel contempo, anche a seguito dell'incorporazione di CVL e della conseguente necessità di allineare i trattamenti contabili, sono stati rivisti e resi omogenei i criteri di ammortamento adottati per gli immobili strumentali appartenenti al Gruppo. La rivalutazione del patrimonio immobiliare, riconosciuta anche fiscalmente con il pagamento di un'imposta sostitutiva, ha consentito da un lato di avere valori contabili relativi agli asset immobiliari più significativi rispetto ai reali valori commerciali, e, d'altro lato, il rafforzamento patrimoniale della Cooperativa per le riserve iscritte come contropartita

alle rivalutazioni effettuate. Si segnala che il **patrimonio netto della Cooperativa** ha registrato un incremento di **oltre 126 milioni di euro**, mentre il **patrimonio netto consolidato del Gruppo** ha visto un aumento di **oltre 223 milioni di euro**, al netto di effetti fiscali complessivi connessi alla rivalutazione pari a 13 milioni di euro.

## 7

### RISULTATI POSITIVI DELLA GESTIONE FINANZIARIA

Il contesto macroeconomico all'avvio del 2020, caratterizzato da crescita moderata e attese mediamente positive per le attività finanziarie, ha lasciato presto spazio a uno scenario senza precedenti, di estrema incertezza per le imprevedibili ripercussioni della pandemia, a cui i mercati si sono dimostrati del tutto spiazzati. Le reazioni dei mercati finanziari sono passate da un vero e proprio crollo verticale di tutti i comparti nelle fasi iniziali della pandemia, a uno straordinario recupero nella seconda parte del 2020, grazie ai potenti interventi di sostegno all'economia varati dai Governi e dalle Banche Centrali. In un anno caratterizzato pertanto da un'altissima volatilità, il **marginale finanziario** al 31 dicembre 2020, prima dell'attribuzione dei costi del servizio inteso come quota parte del costo del personale addetto alla raccolta del Prestito Sociale, **si attesta a 18,1 milioni di euro**, con un rendimento medio degli impieghi complessivi pari al 2,09% e un costo medio complessivo delle fonti pari allo 0,41%.

## 8

### L'INIZIATIVA "RISCOOPRIAMOCI"

Nel novembre 2019 era stata avviata l'iniziativa **"risCoopriamoci"**, con un'**indagine finalizzata a raccogliere le considerazioni di tutto il personale sui temi dell'organizzazione del lavoro, sui temi distintivi dell'identità cooperativa** e, come Soci e clienti di Coop Lombardia, **sulla valutazione qualitativa dei servizi offerti**. L'iniziativa, accolta con l'adesione di oltre il 93% dei dipendenti e una fattiva partecipazione da parte di tutto il personale coinvolto, ha consentito la raccolta di dati preziosi, affidati all'elaborazione di una società di consulenza specializzata, da cui è emerso un quadro articolato e ricco di spunti, alcuni dei quali saranno oggetto di ulteriori approfondimenti per essere affrontati e gestiti con interventi organizzativi specifici. Nelle prime settimane del 2020 è stato avviato il programma di incontri presso i punti vendita per

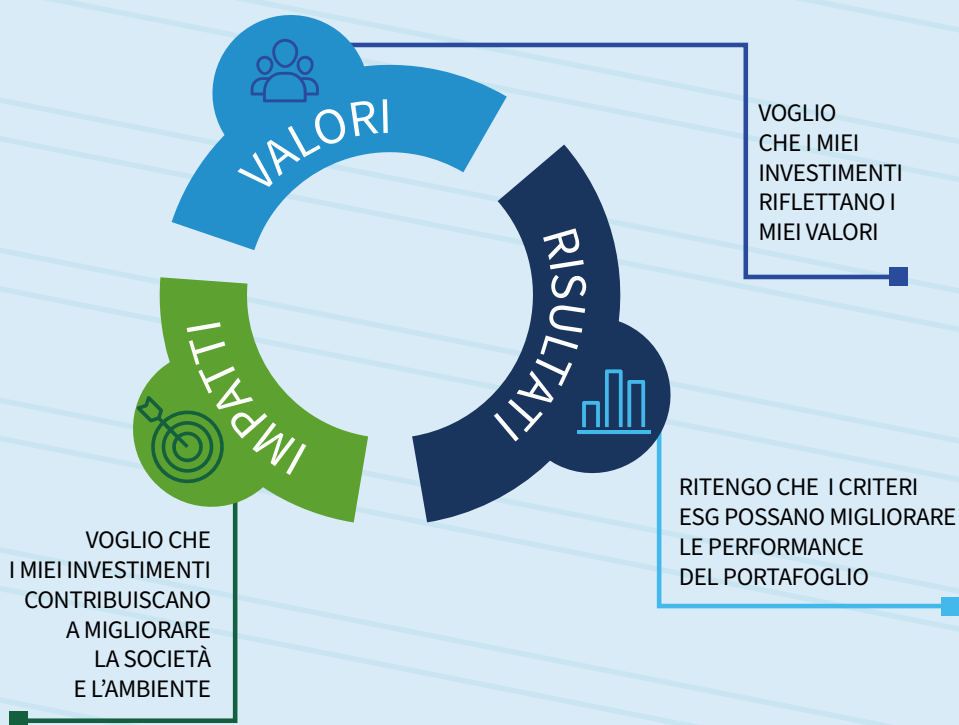
una prima restituzione dei risultati del sondaggio e per una raccolta di ulteriori spunti e suggerimenti. Il programma di incontri ha avuto una brusca interruzione a causa della pandemia, mentre la raccolta di spunti e suggerimenti è proseguita utilizzando strumenti alternativi. Con il perdurare della pandemia, il progetto si è arricchito con la predisposizione di “focus group” per approfondire le reazioni straordinarie dei dipendenti alla forte pressione, paura e incertezza che hanno caratterizzato il lavoro nella “prima linea” dei punti vendita nei periodi di emergenza, con lo scopo di analizzare i fattori che hanno agevolato lo spirito di collaborazione e il coinvolgimento, facendo così tesoro di questa drammatica esperienza per elaborare buone pratiche da utilizzare anche in tempi normali. Il progetto è destinato ad articolarsi in diverse attività di formazione finalizzate al miglioramento della comunicazione e del funzionamento dei gruppi di lavoro.



## LA FINANZA E GLI INVESTIMENTI SOSTENIBILI E RESPONSABILI IN COOP LOMBARDIA

**I**l tema della sostenibilità, intesa come responsabilità economica, sociale e ambientale, è da sempre un punto fermo di Coop Lombardia, come evidenziato anche nel proprio Codice Etico.

La Cooperativa sta progressivamente trasferendo questi valori, in un processo naturale che vede la sostenibilità declinata nelle diverse aree di attività, anche nella gestione degli impieghi finanziari.



Investire in modo sostenibile e responsabile significa creare valore per l'investitore e per la società nel suo complesso, attraverso una strategia orientata al medio-lungo periodo, che integra l'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di adeguata governance (ESG). Nel 2020, i criteri di sostenibilità sono stati parte integrante nella costruzione del portafoglio di attivi finanziari della Cooperativa. Nella selezione di nuovi

titoli in cui investire, sono stati incrementati gli investimenti in “Green Bond”, “Social Bond” e “Sustainability Bond”, tutti legati a progetti che hanno un impatto positivo in termini ambientali o sociali.

Si è inoltre continuato a integrare i fattori ESG all’imprescindibile analisi dei fondamentali economici, sia per gli investimenti in reddito fisso sia per la porzione di portafoglio destinata all’azionario. Anche nella selezione di nuovi strumenti o di gestori terzi, si sono privilegiati quelli che applicano un filtro di sostenibilità concreto, utilizzando criteri di selezione positivi, come appunto l’integrazione ESG unita all’esclusione dei settori tipicamente controversi come la produzione di armi, pornografia, tabacco, test su animali, scommesse ed energia nucleare. Questa crescente attenzione al tema ESG si riscontra con la valutazione complessiva del portafoglio titoli della Cooperativa, che dal 2018 viene misurata tramite un modello per investitori professionali, che rilascia un punteggio in termini ESG per la parte del portafoglio valutabile e distinto nei tre comparti: azionario, obbligazionario e fondi.

I risultati ottenuti evidenziano, rispetto all’anno precedente, un incremento in termini di attivi presenti nel portafoglio della Cooperativa per i quali è disponibile una valutazione; inoltre migliora la valutazione qualitativa del portafoglio valutabile, il cui punteggio, riparametrato su una scala di rating, raggiunge un livello “A-“, con un risultato particolarmente positivo in termini ambientali.

| Strumenti       | % valutabile del portafoglio totale | E            | S            | G            | Media per comparto |
|-----------------|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|
| Azionario       | 92,97                               | 81,01        | 80,27        | 76,24        | 76,17              |
| Obbligazionario | 82,74                               | 70,45        | 71,14        | 69,80        | 79,46              |
| Fondi           | 43,33                               | 70,79        | 48,69        | 54,08        | 57,86              |
| <b>Totale</b>   | <b>79,64</b>                        | <b>74,08</b> | <b>66,70</b> | <b>66,71</b> | <b>A-</b>          |

### SIGNIFICATO DI ESG

Le **tre lettere** dell’acronimo ESG si riferiscono ai termini inglesi:

- **Environmental**, che riguarda l’impatto su ambiente e territorio;
- **Social**, che comprende invece tutte le iniziative con un impatto sociale;
- **Governance**, che riguarda aspetti più interni all’azienda e alla sua amministrazione.



Questi si utilizzano per valutare **investimenti responsabili** non solo nei riguardi della gestione finanziaria della propria impresa, ma anche ponendo attenzione su aspetti di natura ambientale, sociale e di governance. Tenere in considerazione questi aspetti permette di misurare le capacità delle imprese nell'aderire agli standard che sono ormai considerati necessari **per uno sviluppo sostenibile ed etico**.

### CRITERI E (ENVIRONMENTAL)

Il criterio “**Environmental**” si riferisce a numerosi parametri come l'attenzione al **cambiamento climatico**, alla **sicurezza alimentare**, il contenimento delle **emissioni di anidride carbonica** o ai tentativi di ridurre l'utilizzo delle **risorse naturali**. Comprende quindi tutte le iniziative e le azioni che hanno l'obiettivo di ridurre il più possibile **l'impatto che le aziende hanno sull'ambiente e sul territorio**.

### CRITERI S (SOCIAL)

Per quanto riguarda invece il criterio “**Social**”, questo comprende tutte le decisioni e le iniziative aziendali che hanno un **impatto sociale**.

Figurano quindi elementi come:

- il rispetto dei **diritti umani**;
- l'attenzione alle **condizioni di lavoro**;
- la **parità di genere**;
- il **rifiuto di tutte le forme di discriminazione**.

A questi elementi si aggiunge poi la possibilità delle aziende di contribuire ad aumentare il benessere degli abitanti del **territorio** in cui l'impresa si trova, attraverso varie **iniziative o eventi**. I criteri social sono sicuramente quelli più facilmente osservabili anche da parte di membri esterni all'organizzazione e il loro rispetto facilita lo sviluppo di un'**immagine positiva dell'azienda**.

### CRITERI G (GOVERNANCE)

L'ultimo criterio dell'ESG è quello che comprende le responsabilità di “**Governance**” delle aziende. Questa riguarda il rispetto della **meritocrazia**, **politiche di diversità** nella composizione del consiglio di amministrazione, il **contrasto ad ogni forma di corruzione**, l'**etica retributiva**. La “Governance” inoltre è particolarmente importante perché è su questa che gli osservatori esterni valutano l'identità aziendale. La Governance permette di definire se le azioni e le iniziative adottate dall'azienda in un'ottica di sostenibilità si accompagnano anche a forme organizzative nei luoghi di lavoro ugualmente vicina ai principi dell'ESG (Environmental, Social, Governance).

# La gestione caratteristica di Coop Lombardia



Nell'ambito delle azioni già pianificate all'interno della strategia del piano triennale per il rilancio dell'attività caratteristica, la Cooperativa ha individuato - durante l'emergenza - alcuni **ambiti di intervento** come **prioritari** per affrontare al meglio la situazione contingente e per prepararsi alla futura nuova normalità: sono stati predisposti dei **progetti di intervento per agire sulla gestione dell'assortimento e sullo sviluppo del canale e-commerce**; sono state organizzate **nuove campagne Soci** e attività di richiamo per i Soci; si è rafforzato il tema della necessità di **ottimizzazione delle operazioni di negozio e di misurazione delle promozioni**.

Parallelamente sono proseguite anche le altre attività che compongono le quattro aree fondamentali: punto vendita, assortimento, prezzi e promozioni, comunicazione.

## NUOVE APERTURE E RECUPERO DI EFFICIENZA DELLA RETE DI VENDITA

Nel 2020 si è completato il piano pluriennale di sviluppo, avviato nel 2018, con l'arricchimento del presidio nell'area dell'Alto Milanese grazie all'**apertura del negozio di Busto Garolfo** e con l'apertura nel comune di Monza del secondo negozio in via Marsala. Nel trascorso esercizio sono inoltre state realizzate **le ristrutturazioni degli ipermercati di Milano Baggio e Bonola, il completo rinnovamento del superstore di Milano Arona** e alcuni ulteriori interventi di miglioramento e ammodernamento della rete di vendita.

In termini di organizzazione e miglioramento dell'efficienza sono entrate a pieno regime le nuove strutture gestionali previste per il ricevimento merci e la segreteria commerciale unificata, che gestisce il flusso amministrativo delle merci di ipermercati e supermercati. È inoltre stata completata l'esternalizzazione del servizio di decorazione e si sono consolidate le modifiche organizzative che hanno coinvolto le parafarmacie e i punti ristoro.

In ambito di organizzazione del lavoro si sono consolidati modelli organizzativi più flessibili, mentre nelle due nuove aperture sono state applicate le nuove logiche previste per la composizione degli organici.

Un'intensa attività di implementazione di **Coop Drive**, accelerata dalle esigenze legate alla pandemia, ha portato nel secondo semestre del 2020 i punti vendita in cui il servizio è attivo da 9 a 17.

## ASSORTIMENTI, SPACE MANAGEMENT E CLUSTERIZZAZIONE DEI FORMAT

Nel corso del 2020 lo space management, la **gestione strategica degli spazi**, ha giocato un ruolo fondamentale nel supporto alla rete di vendita. Con la sua applicazione viene **garantita la presenza costante di tutti i prodotti** in tutte le ore del giorno e in tutti i giorni della settimana. A questo si affianca la clusterizzazione dei format: il **progressivo allineamento del layout dei negozi** renderà il percorso della spesa **più uniforme e intuitivo**, sia in ottica di sequenza merceologica, sia per quanto riguarda le logiche espositive. Nella stessa direzione di approccio critico verso la gamma, per proporre prodotti innovativi e graditi a Soci e clienti, è continuato il processo di **revisione degli assortimenti** concertato con il Consorzio Nord Ovest con la valorizzazione dei nuovi prodotti di forneria precedentemente introdotti, quali la focaccia ligure, i panettoni artigianali di nostra produzione, la focaccia romana, la schiacciata ligure e le colombe artigianali, mentre è proseguito lo sforzo all'innovazione di prodotto e a nuove formule promozionali, quali le offerte cross selling, come le nuove patatine chips di produzione interna offerte in regalo con l'acquisto di un pollo arrosto Fior fiore, o il melone retato in omaggio con l'acquisto del prosciutto crudo San Daniele DOP Fior fiore.

## CONSOLIDAMENTO DELL'IMMAGINE DI CONVENIENZA

È proseguito l'impegno per il **riposizionamento prezzi** che nel corso del 2020 ha visto Coop Lombardia **aumentare la propria competitività rispetto al mercato**. L'attività ha previsto un costante monitoraggio dei prezzi sulla totalità dei prodotti, con un confronto dell'assortimento rispetto ai competitor di riferimento nel bacino di utenza, con una particolare attenzione al posizionamento dei primi prezzi e del prodotto a marchio.

## LA COMUNICAZIONE

Coop Lombardia continua la sua **attività di potenziamento della comunicazione**: ha consolidato gli strumenti delle affissioni outdoor per dare visibilità alle iniziative promozionali con l'utilizzo di camion vela e del circuito della metropolitana milanese. I rapporti già esistenti con emittenti televisive e di stampa locale sono stati confermati e ampliati. È entrata a regime l'attività di coordinamento con i canali digitali, la cui

rilevanza si fa nel tempo maggiore, ampliando l'utilizzo dei principali social e facendo ricorso alla comunicazione geolocalizzata.

È proseguita anche nel 2020 l'attività volta all'**ottimizzazione dei costi del marketing operativo**, con l'implementazione di modelli di analisi e di metodi di lavoro finalizzati a misurare i risultati delle campagne di comunicazione sulle vendite e il ritorno dei singoli investimenti.

Per quanto riguarda la comunicazione interna, è stata completata l'azione sul concept della comunicazione istituzionale "in-store" come veicolo per trasmettere a Soci e clienti gli aspetti valoriali e distintivi della Cooperativa.

## L'ANDAMENTO DELLE VENDITE

Nel 2020, il totale vendite complessive<sup>(1)</sup> a rete corrente di ipermercati, superstore e supermercati, inclusi i negozi della neo-incorporata "Divisione Mini", in gran parte costituita dai punti vendita ex CVL, a rete corrente ed escludendo le vendite di carburanti attraverso la rete di distributori Enercoop, inevitabilmente penalizzata dalle limitazioni degli spostamenti, **ha fatto registrare un aumento del 5,31% rispetto al 2019.**

L'analisi per canale evidenzia un andamento molto differenziato, determinato dai diversi provvedimenti restrittivi adottati per contrastare la pandemia: si registra infatti una flessione delle vendite per la rete degli ipermercati (-2,43%), più che compensata da una performance molto positiva del canale supermercati (superstore +18,75% e supermercati +11,25%), trainata dal nuovo regime di consumi indotti dalla pandemia.

La rete degli ipermercati è stata penalizzata dalle limitazioni

<sup>(1)</sup>  
corrispettivi  
lordo IVA



agli spostamenti tra comuni, dalla chiusura dei negozi nelle gallerie dei centri commerciali, totale o nei fine settimana, che ha pesantemente influito sull'attrattività del comparto; non poco hanno influito anche le restrizioni alla vendita di merceologie non alimentari.

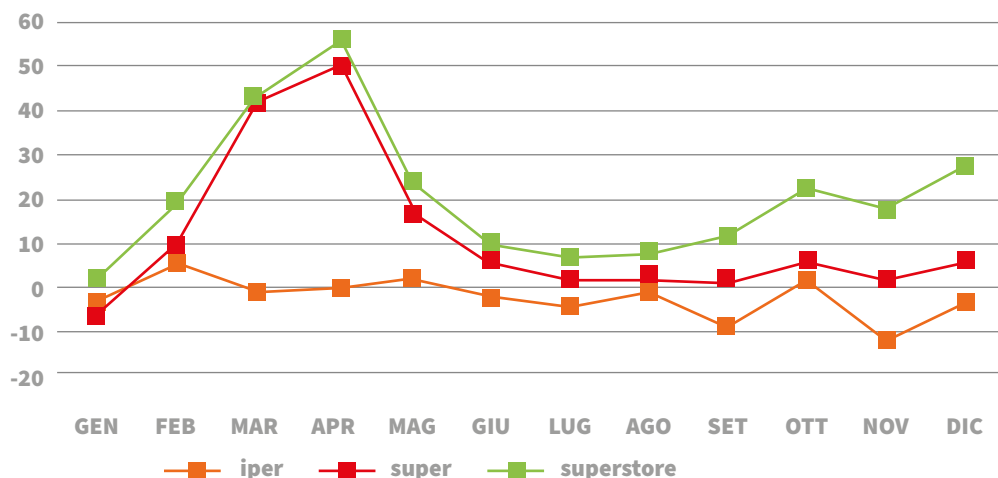
I **consumi di carburanti**, diminuiti del 25,88% rispetto al 2020, riflettono integralmente gli effetti sul mercato dei distributori delle disposizioni normative che hanno limitato gli spostamenti delle persone.

### Corrispettivi lordo IVA a rete corrente

*dati in migliaia di euro*

|                                | 2020             | 2019             | diff.         | %            |
|--------------------------------|------------------|------------------|---------------|--------------|
| Ipermercati                    | 508.795          | 521.481          | -12.687       | -2,43%       |
| Superstore                     | 251.705          | 211.968          | 39.736        | 18,75%       |
| Supermercati                   | 222.240          | 199.775          | 22.465        | 11,24%       |
| Distributori carburanti        | 77.623           | 104.726          | -27.104       | -25,88%      |
| <b>Totale</b>                  | <b>1.060.362</b> | <b>1.037.952</b> | <b>22.411</b> | <b>2,16%</b> |
| <b>Totale netto carburanti</b> | <b>982.739</b>   | <b>933.225</b>   | <b>49.514</b> | <b>5,31%</b> |

### Trend % delle vendite 2020 vs 2019 per canale





# Le azioni commerciali



Anche nel 2020, nonostante le difficoltà dovute alla pandemia, la Cooperativa ha portato avanti le linee di indirizzo intraprese nei due anni precedenti. Vediamo ora una sintesi delle principali azioni commerciali.

■ **Prodotti in Lombardia** nasce per valorizzare i produttori di Coop Lombardia e i loro prodotti, con l'obiettivo di rafforzare ancora di più il legame della Cooperativa con le imprese del territorio. Lanciata con successo nel 2019, anche nel 2020 si conferma tra le iniziative più gradite da Soci e clienti: dal 14 settembre al 14 ottobre i prodotti sono stati proposti con lo sconto del 20% e l'attività ha registrato incrementi delle vendite superiori al 20%.

■ Continua anche il progetto di valorizzazione della professionalità dei lavoratori dei **reparti forneria**: oltre alla focaccia ligure, alla focaccia romana e alla schiacciata ligure abbiamo dato maggiore risalto alle nostre produzioni, con tante innovazioni di prodotto, come il Dolce Soffice e le Chips con buccia. Nei periodi natalizio e pasquale sono inoltre state attivate campagne specifiche di comunicazione per promuovere le vendite di panettoni e colombe artigianali di produzione interna.

■ Nei mesi estivi è stata lanciata la campagna **Convenienza Tripla**, focalizzata sui prodotti **freschi e freschissimi a marchio Coop**, tra cui le carni, l'ortofrutta e il pesce, proposti con promozioni settimanali con sconti medi del 20%. Oltre alla convenienza, l'iniziativa intende sottolineare la distintività dei prodotti a marchio sui temi della salute, dell'ambiente, e delle garanzie di accordi chiari ed equi con i produttori. La campagna è stata supportata da un rilevante investimento in comunicazione a livello nazionale sui principali media.

■ Prosegue l'impegno di Coop Lombardia anche per **Alleviamo la salute**, la campagna che punta a eliminare o ridurre l'uso degli antibiotici negli allevamenti. Coop ha eliminato completamente l'uso di antibiotici negli allevamenti di polli Origine e Fior fiore e di galline ovaiole.

Negli allevamenti di suini e bovini adulti, l'uso di antibiotici è stato ridotto fino a eliminarli negli ultimi 4 mesi. Tutto il pesce di allevamento Origine Coop, infine, non ha subito trattamenti con antibiotici negli ultimi 6 mesi di vita.

■ In occasione dell'apertura del nuovo superstore di Monza via Marsala - il primo supermercato "Autism Friendly" in Europa - Coop Lombardia ha supportato **PizzAut**, il progetto sociale di formazione e inclusione per persone autistiche, dando vita a iniziative specifiche di sensibilizzazione e raccolta fondi. Nel periodo di Natale è stato messo in vendita negli ipermercati e nei superstore il "Panettone buono che fa del bene" realizzato dai ragazzi di PizzAut.

■ **La Staffetta dei Valori** si inserisce all'interno delle iniziative lanciate con la campagna "Una buona spesa può cambiare il mondo", che vuole tenere alta l'attenzione all'impegno di Coop alla qualità dei prodotti, alla loro trasparenza, eticità e sostenibilità, coinvolgendo Soci e clienti i quali, con le loro scelte d'acquisto, possono concretamente fare la differenza e contribuire alla tutela dell'ambiente e al benessere della collettività. Grazie alla Staffetta dei Valori sono stati proposti, con uno sconto del 20%, 200 prodotti a marchio rappresentativi dei valori etici, ambientali, di sicurezza e convenienza di Coop.

■ Anche nel corso del 2020 Coop Lombardia ha dato continuità all'iniziativa **Sconto sulla spesa** riservata ai suoi lavoratori, **incrementando lo sconto al 6%**, anche per lanciare un segnale di attenzione a chi ogni giorno opera all'interno della Cooperativa.

## L'INCORPORAZIONE DI COOP VICINATO LOMBARDIA

**N**

el 2020 si è formalmente concluso il processo che ha reso operativa la **fusione per incorporazione in Coop Lombardia delle attività di Coop Vicinato Lombardia (CVL)**, cooperativa di medie dimensioni aderente al Consorzio Nord Ovest, fortemente integrata nel tessuto lombardo. Nel corso del 2020, dopo le previste delibere dei suoi organi sociali, la Cooperativa aveva avviato il processo di integrazione di CVL, con cui **da diversi anni è attivo un forte rapporto di collaborazione** finalizzato al supporto al programma di ristrutturazione della sua rete di vendita e al miglioramento dell'efficienza della sua struttura. CVL aveva sviluppato **nel 2019 ricavi per circa 70 milioni di euro** con la sua rete di punti vendita a insegna **“in Coop”** di dimensioni tra i 250 e i 700 mq di superficie, gestita con **400 dipendenti**. A fine 2019, CVL aveva 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 guardava con interesse lo sviluppo nell'ambito dei punti vendita di vicinato, ha individuato nell'integrazione di CVL l'opportunità di arricchire la sua presenza sociale e commerciale sul territorio lombardo in un settore della GDO particolarmente promettente in cui applicare nuovi modelli organizzativi.

La fusione per incorporazione di CVL, avvenuta il 1° novembre 2020, ma con effetti contabili e fiscali retrodatati al 1° gennaio 2020, ha portato alla rete di Coop Lombardia 33 nuovi negozi, di cui 2 supermercati e 31 “mini” che potete individuare nelle mappe del capitolo “Rete di vendita” (*cfr. pag. 210/213*).

Tanti sono i nuovi punti vendita diffusi sul territorio da Albate a Paullo, da Gorgonzola a Villasanta.

In tutti i punti vendita è attivo il Prestito Soci e in alcuni dei punti vendita è stato anche attivato il progetto **Buon Fine**.

Il passaggio a Coop Lombardia per i Soci ordinari e per i Soci prestatori di CVL non ha portato nessun cambiamento sostanziale. Coop Lombardia su e-coop.it ha messo a disposizione una pagina di FAQ per rispondere a tutti i quesiti, ma per chiunque avesse necessità di ulteriori chiarimenti può rivolgersi ai punti d'ascolto dei negozi Coop o contattare il servizio Filo diretto al numero 800 016 706 o scrivendo una mail all'indirizzo [filodiretto@lombardia.coop.it](mailto:filodiretto@lombardia.coop.it).

# La prevalenza

**C**ome richiesto dalla vigente normativa 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 non Soci, sono in uso dal 2004 procedure conformi a precisi criteri di rilevazione e di calcolo. Le procedure, che rilevano le vendite al minuto effettuate nei confronti dei Soci separatamente dalle vendite al minuto effettuate nei confronti di clienti terzi, non Soci, sono costantemente monitorate al fine di garantire la corretta rilevazione dei dati richiesti dalle specifiche normative di settore.

**L'incidenza delle vendite a Soci nel 2020 ammonta al 63,43%**, in lieve diminuzione rispetto al 2019.

PREVALENZA

**63,43%**

# E-commerce: Coop online

**C**oop 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, che si propone di realizzare una virtuosa integrazione di servizio con l'attività caratteristica della Cooperativa, si concretizza in un'offerta ampia di prodotti di alta qualità da acquistare su web con sicurezza, semplicità e convenienza, grazie a un'interfaccia 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.

## LE NUOVE APERTURE



Nonostante le difficoltà dovute alla situazione di emergenza sanitaria, la Cooperativa ha proseguito il piano di sviluppo e ammodernamento pianificato. I nuovi punti vendita aperti nel 2020 sono stati due, il **supermercato di Busto Garolfo**, con una superficie di vendita di 1.500 mq, e il **superstore di Monza via Marsala**, inaugurati rispettivamente a giugno e a settembre, grazie ai quali Coop Lombardia ha potuto arricchire il suo presidio sul territorio lombardo.

Il supermercato di Busto Garolfo, che si colloca all'interno di un progetto di riqualificazione "green" di un'ampia area, è considerato una struttura all'avanguardia in tema di risparmio energetico: al suo interno il percorso di spesa è stato costruito per essere facile e intuitivo e l'assortimento è ricco e completo. Il negozio ha registrato sin dall'inizio ottimi risultati confermando di possedere la giusta dimensione per una struttura inserita in un contesto di retail park, traendo beneficio dalla già radicata presenza sul territorio di Coop.

Nel mese di **settembre** al supermercato è stata integrata una **stazione di servizio Enercoop**, dove è possibile trovare ogni tipo di carburante con gli standard di qualità, convenienza, controlli certificati e rispetto per l'ambiente che l'insegna garantisce.

Nella seconda parte del 2020, il 10 settembre, è stato **inaugurato il superstore di Monza in via Marsala**, che consente a Coop Lombardia di consolidare la sua presenza nella città brianzola dopo l'apertura, nel 2016, del punto vendita di via Lecco. Il nuovo superstore è stato concepito con un layout equilibrato e intuitivo ed è in grado di fornire tutti i servizi proposti dall'ampio carnet dell'offerta Coop Lombardia: per rispondere alle necessità di un bacino di Soci e Clienti esigente e dinamico, sono stati allestiti diversi corner specializzati, quali il **corner Salute**, l'**Emporio Kasa**, il **corner Sushi** e una **prestigiosa cantina vini** che completa un assortimento premium di prodotti alimentari. Nelle adiacenze del superstore è stato allestito un **Bistrot Fior Food**, che integra la proposta di Coop



Lombardia, unitamente al servizio Coop Drive e al servizio di ricarica di auto elettriche nel comodo parcheggio coperto. Sul territorio di Monza è stato inoltre avviato, in fase di test, il servizio di home delivery “Coop a Casa”. La struttura in cui è inserito il negozio, oggetto di un ampio intervento di recupero edilizio, comprende anche uffici e una palestra che, superate le misure di gestione della pandemia, saranno oggetto di proposte commerciali per creare sinergie.

Uno sforzo particolare nella realizzazione del superstore di Monza è stato finalizzato all’obiettivo di fare del punto vendita di **Monza via Marsala il primo negozio “Autism Friendly” nel settore della GDO in Europa** (crf. pag. 119)

In supporto alle nuove aperture, oltre a importanti attività promozionali di forte convenienza come il “Sottocosto” e programmi di buoni sconto dedicati, a causa dell’emergenza sanitaria non è stato possibile affiancare i consueti eventi di richiamo con personaggi del mondo dello sport, della cultura e dello spettacolo.



## IL CONCEPT “OGNI SPESA HA IL SUO STILE!”

# N

elle nuove aperture è stato implementato il concept “**Ogni spesa ha il suo stile!**”, che tende a guidare i percorsi di spesa sulla base di cinque profili: il **profilo “green”** per un’attenzione particolare ai temi ambientali, il **profilo “foodie”** per gli amanti delle eccellenze gastronomiche, il **profilo “easy”** per chi predilige comodità e velocità, il **profilo “wellness”** per chi è attento al proprio benessere, e il **profilo “pet friendly”** che è disegnato per le esigenze degli amanti e dei possessori di animali domestici. Il concept prevede che Soci e clienti possano identificare tutte le soluzioni offerte dalla Cooperativa per semplificare e arricchire l’idea di spesa di ciascuno dei cinque profili, utilizzando icone rappresentative dei diversi stili di spesa e le relative aree informative: Soci e clienti sono accolti all’ingresso da un’intera parete dedicata ai prodotti che incarnano i cinque stili, mentre totem dedicati, posizionati nei punti “strategici” dei reparti, aiutano a riconoscere il proprio stile lungo tutto il percorso di spesa, che diventa così più rapida perché mirata ai prodotti che più interessano.



# Enercoop

**I**l 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.

Gli effetti della pandemia e delle relative limitazioni dei movimenti delle persone sono stati particolarmente pesanti per il mercato dei carburanti, con fatturato in alcuni periodi inferiore anche del 70% rispetto al precedente esercizio. Nonostante tali effetti non abbiano risparmiato i distributori Enercoop della Cooperativa, imponendo volumi venduti molto inferiori a quelli del 2019, i risultati conseguiti sono stati soddisfacenti e vengono qui di seguito riportati per le singole stazioni di servizio.

**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 nel trascorso esercizio, nonostante i volumi ridotti dalla contingenza, è rimasto come punto di riferimento per il suo bacino di utenza, erogando circa **9,7 milioni di litri** di carburanti e sviluppando **vendite per circa 13 milioni di euro**, mantenendo 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 dotata di impianti per l'erogazione di 4 diverse tipologie di carburante: benzina, gasolio, metano (GNC) e GPL. I risultati sono stati fin dall'avvio molto incoraggianti, creandosi un'immediata sinergia con la proposta commerciale offerta dal centro e, in particolare, dall'ipermercato. Tali risultati si sono mantenuti comunque confortanti anche nel 2020, dato che il distributore di Mapello ha erogato circa

## CANTÙ

**9,7**

MILIONI DI LITRI

**13**

MILIONI DI EURO  
DI FATTURATO

## MAPELLO

**14**

MILIONI DI LITRI

**17**

MILIONI DI EURO  
DI FATTURATO

## CREMA

**12**

MILIONI DI LITRI

**15**

MILIONI DI EURO  
DI FATTURATO

## OPERA

**16,5**

MILIONI DI LITRI

**20,5**

MILIONI DI EURO  
DI FATTURATO



**14 milioni di litri di carburanti**, sviluppando **vendite per circa 17 milioni di euro** e mantenendo anche nell'area bergamasca prezzi al litro sempre competitivi rispetto al mercato locale.

**A Crema (CR), nel 2015**, in adiacenza al centro commerciale Gran Rondò e all'Ipercoop, la Cooperativa ha aperto la sua terza stazione di servizio, con una formula simile a quella presentata a Mapello. Ad integrazione dell'offerta sono state installate quattro postazioni per la ricarica di autovetture elettriche. Grazie alla competitività dell'offerta e all'importante presenza dei Soci nell'area cremasca e cremonese, il distributore di Crema, pur non trovandosi lungo un'arteria stradale di massima affluenza, ha erogato nello scorso esercizio circa **12 milioni di litri di carburanti**, sviluppando **vendite per circa 15 milioni di euro**.

**A Opera (MI), nel 2017**, in adiacenza al centro commerciale Opera Centro e al superstore, è stata aperta la quarta stazione di servizio, la prima in provincia di Milano, in un'area di circa 3.000 mq. Anche questa stazione presenta un sistema di erogazione con modalità self service e pagamento "pre-pay" per 24/24 ore per benzina e gasolio, oltre a un servizio assistito in orari diurni per il GPL. A integrazione dell'offerta sono state installate **quattro postazioni per la ricarica di autovetture elettriche di ultima generazione "fast"**, che permettono una ricarica completa in soli 40 minuti. 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 un'immediata sinergia con la proposta del centro commerciale e, in particolare, del superstore Coop. I risultati economici dello scorso esercizio, sebbene influenzati dalla contingenza, confermano un trend importante con erogazione di circa **16,5 milioni di litri di carburanti**, con **vendite per oltre 20,5 milioni di euro**.

**A Treviglio, nel novembre 2019**, in adiacenza al centro commerciale Foro Boario in cui è presente un punto vendita di Coop Lombardia un punto vendita Brico io è stata inaugurata la quinta stazione di servizio Enercoop. Il 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 del distributore carburanti e il numero degli erogatori rispetto alle precedenti stazioni di servizio, i risultati economici sono già soddisfacenti in quanto nel 2020 sono stati erogati circa **7 milioni di litri di carburanti**, sviluppando **vendite per circa 9,3 milioni di euro**, mantenendo prezzi al litro sempre competitivi rispetto al mercato locale.

**A Busto Garolfo (MI)**, nel settembre 2020, in un’area di circa 3.000 mq adiacente al retail park costituito da un supermercato Coop e da un punto vendita Brico io, Coop Lombardia ha aperto la sesta stazione di servizio carburanti, dotata di impianti per l’erogazione di 4 diverse tipologie di carburante: benzina, gasolio, metano (GNC) e GPL. I sistemi di erogazione scelti per la benzina e il gasolio sono anche in questo grande impianto di tipo self service, con pagamento “pre-pay” per 24/24 ore, mentre per il metano (GNC) e il GPL, il servizio è assistito in orari diurni. A integrazione dell’offerta, come a Treviglio, sono state installate **due postazioni per la ricarica di autovetture elettriche “fast” di ultima generazione**. Ubicato lungo la SP12 che collega Busto Garolfo a Legnano e Busto Arsizio, il distributore ha conseguito fin dall’apertura risultati positivi e incoraggianti, creando immediata sinergia con la proposta del centro commerciale e, in particolare, del supermercato Coop, mantenendo prezzi competitivi rispetto al mercato locale.

Il programma di sviluppo della rete carburanti di Coop Lombardia, sarà, per gli anni a venire, condizionato dall’evolversi della pandemia e dai suoi effetti, che al momento non consente una pianificazione puntuale di nuove aperture. Tuttavia, seguendo la logica di sinergia e supporto all’attività caratteristica, sono allo studio diversi progetti che coinvolgono aree situate in prossimità dei punti vendita della Cooperativa.

## TREVIGLIO

**7**

MILIONI DI LITRI

**9,3**

MILIONI DI EURO  
DI FATTURATO



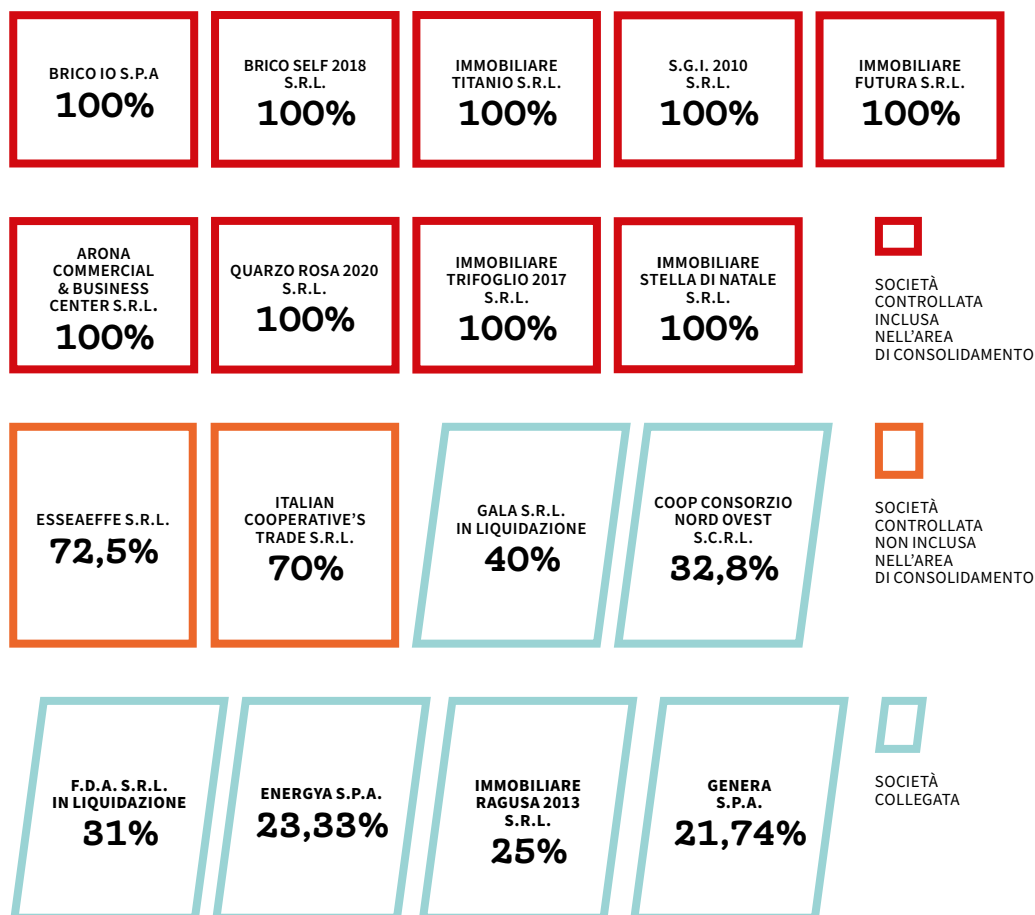


# Partecipazioni



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 2020





## 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 2020 costituisce una decisa svolta rispetto al passato, con un risultato positivo conseguito grazie a un mercato rivitalizzato dal regime di vita dettato dalla pandemia e grazie ai frutti delle iniziative avviate nell'esercizio precedente per recuperare efficienza.

Il bilancio 2020, in corso di approvazione, **chiude con un utile di 1.487 migliaia di euro** (158 migliaia di euro al 31 dicembre 2019), in netto miglioramento rispetto all'esercizio precedente. Un risultato che è stato ottenuto in un contesto senza precedenti, pesantemente condizionato dalla pandemia e dai provvedimenti restrittivi. Le difficoltà non hanno però impedito di mantenere, e in alcuni casi accelerare, gli indirizzi strategici e operativi previsti dal piano pluriennale.

La società si è rapidamente adattata al regime straordinario dettato dalla pandemia, che ha imposto in un primo momento la chiusura dei punti vendita nelle aree geografiche più colpite e, a seguire, una totale chiusura delle attività tra i mesi di marzo e aprile, per arrivare a un importante recupero delle vendite nei mesi di maggio e giugno, che si sono poi mantenute a livelli elevati nonostante i provvedimenti restrittivi nazionali, regionali e locali che, di settimana in settimana, hanno condizionato le aperture di alcuni punti vendita sull'intero territorio nazionale.

Le abitudini di acquisto sono state modificate dalla pandemia, con un'iniziale corsa all'accaparramento di beni quali disinfettanti e mascherine, che si è poi evoluta verso un acquisto più ordinato per tutto ciò che era considerato necessario per vivere la casa, i balconi, le terrazze e i giardini.

Nonostante le difficoltà del 2020, Brico io ha aperto **5 nuovi punti vendita** in gestione diretta ad **Amaro, Pieve di Cadore, Sulmona, Loreto e Tolentino**, che precedentemente facevano parte della rete in franchising. Nello stesso esercizio, a seguito di una valutazione di sostenibilità economica di medio periodo, è invece cessata l'attività nei punti vendita di Montesilvano e Novara. A seguito di questa evoluzione, **la rete a gestione diretta di Brico io conta 78 punti vendita (+3 rispetto al 2019), con una crescita dei volumi di vendita dell'8%.**

La rete dei **punti vendita affiliati è passata da 34 unità del 2019 a 30 punti vendita nel 2020** a seguito del passaggio alla gestione diretta dei 5 negozi in affiliazione sopra menzionati nonché dell'apertura dei nuovi negozi di Villacidro, Magione, Settingiano e dell'uscita dall'affiliazione per i negozi di Trieste e Montenero di Bisaccia.

## Settore immobiliare

### IMMOBILIARE STELLA DI NATALE

La società è titolare di diversi complessi immobiliari a destinazione commerciale. Nel corso del 2020 ha continuato la normale attività di affitto e gestione dei fabbricati commerciali e si è avvalsa della facoltà concessa dall'art. 110 DL 104/220 per rivalutare, sia civilisticamente che fiscalmente, alcuni immobili strumentali. Tale rivalutazione ha fatto emergere un incremento complessivo delle immobilizzazioni materiali pari a 41.271 migliaia di euro, e un corrispondente incremento delle riserve di patrimonio netto di 40.032 migliaia di euro, al netto dell'imposta sostitutiva dovuta. Il bilancio 2020 della società, in corso di approvazione alla data di redazione del presente bilancio, chiude con un **utile netto di 1.533 migliaia di euro** e con un valore della produzione di 14.617 migliaia di euro.

### S.G.I. 2010

La società possiede diverse unità immobiliari a uso abitativo e commerciale nelle province di Milano, Brescia, Varese, Monza-Brianza e Cremona. Nel corso dell'esercizio ha proseguito la normale attività di locazione e gestione degli immobili, oltre alla vendita di un'unità civile a Milano. La società ha inoltre acquistato un immobile a Cernobbio (CO) con lo scopo di valorizzarlo con una ristrutturazione e destinarlo alla vendita. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Tuttavia, la situazione economica disponibile **chiude in sostanziale pareggio** e con un valore della produzione di 2.462 migliaia di euro.

### IMMOBILIARE FUTURA

La società ha acquistato negli anni passati un terreno di oltre 150.000 mq nel Comune di Gallarate (VA) al fine di promuovere lo sviluppo immobiliare dell'area. I provvedimenti adottati dal Comune di Gallarate non hanno consentito l'inizio dei lavori, per cui la società ha portato avanti iniziative per la tutela dei propri interessi. Lo stato del contenzioso, con pronunciamenti sfavorevoli nei confronti della

società, ha portato nel corso del 2020 alla svalutazione prudenziale del valore del terreno per 8.030 migliaia di euro, generando una perdita complessiva dell'esercizio di 8.047 migliaia di euro che è stata integralmente coperta nello stesso esercizio dalla Capogruppo tramite rinuncia al finanziamento attivo. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio, tuttavia, la situazione patrimoniale disponibile riporta un **patrimonio netto di 82 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 normale attività di locazione e gestione degli immobili e ha provveduto a svalutare per 269 migliaia di euro l'immobile di Pocapaglia (CN) per adeguamento ai valori correnti di mercato. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. La situazione economica disponibile **chiude in sostanziale pareggio**, con un valore della produzione di 1.748 migliaia di euro.

## ARONA COMMERCIAL & BUSINESS CENTER

La società ha per oggetto l'attività edilizia e immobiliare. Nel 2020 ha continuato l'attività di restyling dell'immobile di Milano via Arona, che ospita un superstore di Coop Lombardia, per riqualificare e valorizzare l'immobile, in coerenza con il rinnovato contesto urbano nel quale si colloca, a seguito del completamento del complesso CityLife, della ristrutturazione del velodromo Vigorelli e della visibilità sul 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. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Tuttavia, la situazione economica disponibile **chiude in sostanziale pareggio** e con un valore della produzione di 1.064 migliaia di euro.

## IMMOBILIARE TRIFOGLIO

La società costituita nel 2017 ha per oggetto l'attività edilizia e immobiliare. Nel corso del 2020 ha acquistato un immobile a Brescia, affittato a un soggetto terzo. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Tuttavia, la situazione economica disponibile **chiude in sostanziale pareggio**.

### QUARZO ROSA 2020

La società, costituita a dicembre 2020, ha per oggetto l'attività edilizia e immobiliare. La società non ha ancora avviato la propria attività, ma sono al momento in fase di studio diverse iniziative immobiliari. **La società, per statuto, chiuderà il primo bilancio al 31.12.2021.**

### Altro settore

#### BRICOSELF 2018

La società è stata costituita nel 2018 per la conduzione di un progetto di sviluppo di attività nel settore bricolage, non realizzato; al momento sono in fase di studio diverse iniziative. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio, tuttavia, la situazione economica disponibile **chiude in sostanziale pareggio.**

### Settore intermediazione assicurativa

#### ESSEAEFFE

La società è un'agenzia generale di UnipolSai Assicurazioni S.p.A. Il bilancio 2020 non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Tuttavia, la situazione economica disponibile chiude con un **utile netto di 92 migliaia di euro** e con un valore della produzione di 2.262 migliaia di euro, confermando pertanto la capacità della società di generare risultati economici positivi nonostante il critico contesto di mercato legato alla situazione pandemica e all'altissimo livello competitivo.

### 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 2020 l'attività di sviluppo e impostazione dei contatti per commercializzare prodotti nei mercati asiatici ha inevitabilmente subito una battuta d'arresto a causa della pandemia. Il bilancio 2020 chiude con una perdita di 100 migliaia di euro e con un patrimonio netto pari a 280 migliaia di euro, pro-quota pari a 196 migliaia di euro.

## SOCIETÀ COLLEGATE

### FDA (IN LIQUIDAZIONE)

Nel corso del 2020 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 2020 non prevede sostanzialmente ulteriori oneri legati alla liquidazione, oltre a quelli già riflessi nei bilanci della società.

### IMMOBILIARE RAGUSA 2013

La società ha per oggetto l'attività edile e immobiliare ed è beneficiaria della scissione, avvenuta nel 2013, del settore Ragusa di Ipercoop Sicilia S.p.A., che ha determinato il subentro in un contratto di leasing immobiliare con Banca Carige S.p.A. relativo al complesso commerciale "Ibleo" di Ragusa. Nel 2019, a seguito della scadenza del contratto di leasing, ha riscattato l'immobile sottoscrivendo contestualmente un mutuo fondiario. Nel corso del 2020 la società ha proseguito la normale attività di locazione e gestione dell'immobile. L'esercizio 2020 chiude con un **utile netto di 200 migliaia di euro**. Il patrimonio netto è pari a 467 migliaia di euro. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio.

### 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, nuove o già esistenti, che abbiano all'interno delle proprie norme statutarie o nella propria mission valori cooperativi conclamati e prioritari. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Tuttavia, la situazione economica disponibile al 31 dicembre 2020 presenta una perdita di 147 migliaia di euro. La quota di patrimonio netto al 31 dicembre 2020 posseduta da Coop Lombardia è pari a 389 migliaia di euro.

### COOP CONSORZIO NORD OVEST (CCNO)

La società è partecipata in quote del 32,8% da Coop Lombardia, Coop Liguria e Nova Coop, per l'1,5% da Coop Como Consumo e per la restante parte da Cooperative di Consumo Unite. Nel corso del 2020 è cambiata la quota di possesso delle tre cooperative maggiori a seguito della fusione di Coop Vicinato in Coop Lombardia. A CCNO è affidata la **gestione centralizzata dei servizi logistici, commerciali, informativi e di amministrazione merci** delle cooperative associate. Il bilancio 2020 del Consorzio non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Essendo una società consortile, il bilancio di esercizio chiude in pareggio dopo la ripartizione ai Soci dei costi di gestione che, dalla situazione economica disponibile al 31 dicembre 2020, per Coop Lombardia ammontano a 9.183 migliaia di euro.

### ENERGYA

La società ha per oggetto la raffinazione, l'importazione, la produzione, la lavorazione, lo stoccaggio, il commercio (anche al minuto) e la vendita, in proprio e per conto di terzi, di **carburante e altri prodotti petroliferi**. Il bilancio 2020 della società non risulta ancora approvato alla data di redazione del presente bilancio. Tuttavia, la situazione economica disponibile al 31 dicembre 2020 presenta un **utile di 50 migliaia di euro**.

### GAIA (IN LIQUIDAZIONE)

La società, partecipata al 40% da CVL, incorporata in Coop Lombardia nel corso del 2020, ha per oggetto l'attività edilizia e immobiliare ed era funzionale alla conduzione di un'iniziativa immobiliare residenziale a Bibbiano (RE). Ultimato il progetto, la società sta definendo i passaggi che la porteranno alla proprietà di due appartamenti, già destinati alla rivendita per la chiusura del processo di liquidazione. La società ha chiuso il bilancio al 31 dicembre 2020 in sostanziale pareggio.



# BILANCIO ECONOMICO



# Bilancio d'Esercizio

## 1. STATO PATRIMONIALE

dati in unità di euro

| ATTIVO                                                              |  | 31.12.2020           | 31.12.2019           |
|---------------------------------------------------------------------|--|----------------------|----------------------|
| A) CREDITI VERSO SOCI PER VERSAMENTI ANCORA DOVUTI                  |  |                      | -                    |
| B) IMMOBILIZZAZIONI                                                 |  |                      |                      |
| <b>I. Immobilizzazioni immateriali</b>                              |  |                      |                      |
| 1) Costi di impianto e ampliamento                                  |  | 776.532              | 451.014              |
| 2) Costi di sviluppo                                                |  | 4.056                | 5.471                |
| 3) Diritti di brevetto industriale e di utilizzo opere dell'ingegno |  | 922.061              | 421.663              |
| 4) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili                    |  | 170.542              | 194.617              |
| 5) Avviamento                                                       |  | 5.362.559            | 7.282.685            |
| 6) Immobilizzazioni in corso e acconti                              |  | 138.431              | 867.616              |
| 7) Altre                                                            |  | 6.099.294            | 6.154.742            |
| <b>Totale immobilizzazioni immateriali</b>                          |  | <b>13.473.475</b>    | <b>15.377.809</b>    |
| <b>II. Immobilizzazioni materiali</b>                               |  |                      |                      |
| 1) Terreni e fabbricati                                             |  | 469.122.373          | 257.014.210          |
| 2) Impianti e macchinari                                            |  | 54.963.965           | 46.832.073           |
| 3) Attrezzature industriali e commerciali                           |  | 14.788.529           | 13.840.111           |
| 4) Altri beni                                                       |  | 9.612.168            | 9.265.894            |
| 5) Immobilizzazioni in corso e acconti                              |  | 7.430.153            | 30.250.265           |
| <b>Totale immobilizzazioni materiali</b>                            |  | <b>555.917.188</b>   | <b>357.202.553</b>   |
| <b>III. Immobilizzazioni finanziarie</b>                            |  |                      |                      |
| 1) Partecipazioni in:                                               |  |                      |                      |
| a) imprese controllate                                              |  | 91.496.900           | 91.699.221           |
| b) imprese collegate                                                |  | 2.974.180            | 2.858.210            |
| d-bis) altre imprese                                                |  | 150.741.543          | 139.472.598          |
| Totale partecipazioni                                               |  | 245.212.623          | 234.030.029          |
| 2) Crediti:                                                         |  |                      |                      |
| a) verso imprese controllate:                                       |  |                      |                      |
| a1 bis) verso imprese controllate entro l'esercizio                 |  | 8.845.400            | 6.544.604            |
| a2 bis) verso imprese controllate oltre l'esercizio                 |  | 102.142.136          | 121.341.804          |
| b) verso imprese collegate:                                         |  |                      |                      |
| b1 bis) verso imprese collegate oltre l'esercizio                   |  | 876.043              | 3.644.097            |
| d) verso altri:                                                     |  |                      |                      |
| d1 bis) verso altri esigibili entro l'esercizio                     |  | 268.717              | 200.000              |
| d2 bis) verso altri esigibili oltre l'esercizio successivo          |  | 4.795.491            | 6.360.965            |
| Totale crediti                                                      |  | 116.927.787          | 138.091.470          |
| 3) Altri titoli                                                     |  | 350.315.486          | 341.265.517          |
| <b>Totale immobilizzazioni finanziarie</b>                          |  | <b>712.455.896</b>   | <b>713.387.017</b>   |
| <b>TOTALE IMMOBILIZZAZIONI (B)</b>                                  |  | <b>1.281.846.559</b> | <b>1.085.967.378</b> |

dati in unità di euro

| <b>ATTIVO</b>               |                                                                    | <b>31.12.2020</b>    | <b>31.12.2019</b>    |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| <b>C) ATTIVO CIRCOLANTE</b> |                                                                    |                      |                      |
| <b>I.</b>                   | <b>Rimanenze</b>                                                   |                      |                      |
|                             | 1) Materie prime, sussidiarie e di consumo                         | 1.681.389            | 1.669.945            |
|                             | 4) Prodotti finiti e merci                                         | 71.930.773           | 67.246.700           |
|                             | <b>Totale rimanenze</b>                                            | <b>73.612.162</b>    | <b>68.916.645</b>    |
| <b>II.</b>                  | <b>Crediti</b>                                                     |                      |                      |
|                             | 1) Verso clienti                                                   | -                    | 7.119                |
|                             | 2) Verso imprese controllate                                       | 2.596.814            | 2.253.467            |
|                             | 3) Verso imprese collegate                                         | 49.499.596           | 43.767.634           |
|                             | 5 bis) Crediti tributari:                                          |                      |                      |
|                             | entro l'esercizio                                                  | 593.528              | 3.904.022            |
|                             | oltre l'esercizio                                                  |                      | 3.416.211            |
|                             | 5 ter) Crediti per imposte anticipate                              | 9.319.442            | 7.239.469            |
|                             | 5 quater) Verso altri:                                             |                      |                      |
|                             | entro l'esercizio                                                  | 46.167.146           | 25.822.945           |
|                             | oltre l'esercizio                                                  | 6.000.000            | -                    |
|                             | Totale crediti verso altri                                         | 52.167.146           | 25.822.945           |
|                             | <b>Totale crediti</b>                                              | <b>114.176.526</b>   | <b>86.410.867</b>    |
| <b>III.</b>                 | <b>Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni</b> |                      |                      |
|                             | 4) Altre partecipazioni                                            | 29.367.128           | 6.784.898            |
|                             | 6) Altri titoli                                                    | 426.693.059          | 501.528.321          |
|                             | 7) Attività finanziarie per la gestione accentrata della tesoreria | 26.499.329           | 20.529.006           |
|                             | <b>Totale attività finanziarie</b>                                 | <b>482.559.516</b>   | <b>528.842.224</b>   |
| <b>IV.</b>                  | <b>Disponibilità liquide</b>                                       |                      |                      |
|                             | 1) Depositi bancari e postali                                      | 52.755.298           | 82.432.002           |
|                             | 3) Denaro e valori in cassa                                        | 4.529.053            | 4.072.120            |
|                             | <b>Totale disponibilità liquide</b>                                | <b>57.284.351</b>    | <b>86.504.122</b>    |
|                             | <b>TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE (C)</b>                                | <b>727.632.555</b>   | <b>770.673.859</b>   |
| <b>D) RATEI E RISCONTI</b>  |                                                                    |                      |                      |
|                             | 1) Ratei e risconti attivi                                         | 5.528.213            | 4.999.434            |
|                             | <b>TOTALE RATEI E RISCONTI (D)</b>                                 | <b>5.528.213</b>     | <b>4.999.434</b>     |
|                             | <b>TOTALE ATTIVO</b>                                               | <b>2.015.007.327</b> | <b>1.861.640.671</b> |

dati in unità di euro

| <b>PASSIVO E PATRIMONIO NETTO</b>                                                      |  | <b>31.12.2020</b>    | <b>31.12.2019</b>    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------|----------------------|
| <b>A) PATRIMONIO NETTO</b>                                                             |  |                      |                      |
| I. Capitale                                                                            |  | 12.909.741           | 12.926.964           |
| III. Riserve di rivalutazione                                                          |  | 146.410.440          | 14.231.199           |
| IV. Riserva legale                                                                     |  | 121.539.992          | 119.195.370          |
| V. Riserve statutarie                                                                  |  | 373.034.988          | 368.587.673          |
| VI. Altre riserve                                                                      |  | 3.154.897            | 3.167.429            |
| VII. Riserva per operazioni di copertura dei flussi finanziari attesi                  |  | -162.746             | -20.085              |
| IX. Utile (perdite) dell'esercizio                                                     |  | 6.913.921            | 6.637.783            |
| TOTALE PATRIMONIO NETTO (A)                                                            |  | 663.801.233          | 524.726.333          |
| <b>B) FONDI PER RISCHI E ONERI</b>                                                     |  |                      |                      |
| 2) Per imposte, anche differite                                                        |  | 2.289.797            | 3.687.140            |
| 3) Strumenti finanziari derivati passivi                                               |  | 230.834              | 26.428               |
| 4) Altri                                                                               |  | 14.429.735           | 12.239.833           |
| TOTALE FONDI PER RISCHI E ONERI (B)                                                    |  | 16.950.366           | 15.953.401           |
| <b>C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO</b>                           |  | <b>22.568.397</b>    | <b>19.729.812</b>    |
| <b>D) DEBITI</b>                                                                       |  |                      |                      |
| 3) Debiti verso Soci per finanziamenti entro l'esercizio successivo (Prestito Sociale) |  | 1.044.208.905        | 1.021.204.089        |
| 4) Debiti verso banche:                                                                |  |                      |                      |
| a1) entro l'esercizio successivo                                                       |  | 13.221.063           | 16.629.533           |
| a2) oltre l'esercizio successivo                                                       |  | 49.072.826           | 73.756.763           |
| 5) Debiti verso altri finanziatori                                                     |  | 325.000              | -                    |
| 7) Debiti verso fornitori                                                              |  | 43.989.763           | 50.161.727           |
| 9) Debiti verso imprese controllate                                                    |  | 1.199.275            | 2.637.228            |
| 10) Debiti verso imprese collegate                                                     |  | 48.943.772           | 45.461.521           |
| 12) Debiti tributari                                                                   |  | 14.845.392           | 5.718.149            |
| 13) Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale                         |  | 3.172.998            | 3.207.532            |
| 14) Altri debiti                                                                       |  |                      |                      |
| a1) entro l'esercizio successivo                                                       |  | 34.387.342           | 27.505.406           |
| a2) oltre l'esercizio successivo                                                       |  | 52.709.983           | 48.616.946           |
| TOTALE DEBITI (D)                                                                      |  | 1.306.076.319        | 1.294.898.895        |
| <b>E) RATEI E RISCONTI</b>                                                             |  |                      |                      |
| 1) Ratei e risconti passivi                                                            |  | 5.611.012            | 6.332.230            |
| TOTALE RATEI E RISCONTI (E)                                                            |  | 5.611.012            | 6.332.230            |
| <b>TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO</b>                                               |  | <b>2.015.007.327</b> | <b>1.861.640.671</b> |



## 2. CONTO ECONOMICO

dati in unità di euro

|                                                                                           | 31.12.2020           | 31.12.2019         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------|
| <b>A) VALORE DELLA PRODUZIONE</b>                                                         |                      |                    |
| 1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni attività minuto:                              |                      |                    |
| a) ricavi vendite attività minuto verso Soci                                              | 648.683.508          | 589.040.489        |
| b) ricavi vendite attività minuto a terzi                                                 | 300.451.655          | 266.861.072        |
| c) altri ricavi                                                                           | 318.710              | 373.277            |
| d) ricavi da fornitori                                                                    | 72.661.619           | 64.326.400         |
| <b>Totale ricavi delle vendite e delle prestazioni attività minuto</b>                    | <b>1.022.115.492</b> | <b>920.601.238</b> |
| 2) Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti  | -212.264             | -6.958.299         |
| 5) Altri ricavi e proventi:                                                               |                      |                    |
| a) ricavi servizi mensa                                                                   | 251.257              | 388.363            |
| b) ricavi gestione immobiliare                                                            | 24.521.005           | 42.799.139         |
| c) recupero costi vari                                                                    | 2.863.861            | 2.802.552          |
| d) ricavi diversi                                                                         | 4.559.632            | 4.818.613          |
| e) contributi in conto esercizio                                                          | 117.031              | 41.392             |
| <b>Totale altri ricavi e proventi</b>                                                     | <b>32.312.786</b>    | <b>50.850.059</b>  |
| <b>Totale valore della produzione</b>                                                     | <b>1.054.216.014</b> | <b>964.492.998</b> |
| <b>B) COSTI DELLA PRODUZIONE</b>                                                          |                      |                    |
| 6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci                                  | 704.010.420          | 645.002.316        |
| 7) Per servizi                                                                            | 124.585.500          | 117.451.674        |
| 8) Per godimento di beni di terzi                                                         | 23.587.419           | 24.586.677         |
| 9) Per il personale:                                                                      |                      |                    |
| a) salari e stipendi                                                                      | 106.951.777          | 100.434.120        |
| b) oneri sociali                                                                          | 28.977.852           | 27.594.904         |
| c) trattamento di fine rapporto                                                           | 7.234.558            | 6.580.359          |
| e) altri costi                                                                            | 4.356.612            | 3.889.130          |
| <b>Totale costi per il personale</b>                                                      | <b>147.520.799</b>   | <b>138.498.512</b> |
| 10) Ammortamenti e svalutazioni:                                                          |                      |                    |
| a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali                                        | 3.407.494            | 3.051.014          |
| b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali                                          | 28.169.562           | 26.494.911         |
| d) svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide | 1.560.911            | 1.491.807          |
| <b>Totale ammortamenti e svalutazioni</b>                                                 | <b>33.137.967</b>    | <b>31.037.731</b>  |
| 11) Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci          | 2.883.665            | 6.219.127          |
| 13) Altri accantonamenti                                                                  | 6.452.943            | 5.979.378          |
| 14) Oneri diversi di gestione                                                             | 15.731.159           | 15.939.872         |
| <b>Totale costi della produzione</b>                                                      | <b>1.057.909.872</b> | <b>984.715.288</b> |
| <b>Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)</b>                               | <b>-3.693.860</b>    | <b>-20.222.290</b> |

dati in unità di euro

|                                                                                   | <b>31.12.2020</b> | <b>31.12.2019</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| <b>C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI</b>                                             |                   |                   |
| 15) Proventi da partecipazioni:                                                   |                   |                   |
| a) in imprese controllate                                                         | -                 | 3.448.013         |
| c) in altre imprese                                                               | 612.696           | 3.296.938         |
| <b>Totale proventi da partecipazioni</b>                                          | <b>612.696</b>    | <b>6.744.950</b>  |
| 16) Altri proventi finanziari:                                                    |                   |                   |
| a) da crediti iscritti nelle immobilizzazioni:                                    |                   |                   |
| 1) imprese controllate                                                            | 2.092.289         | 2.049.516         |
| 3) altre imprese                                                                  | 136.218           | 168.278           |
| b) da titoli iscritti nelle immobilizzazioni che non costituiscono partecipazioni | 5.789.767         | 6.406.374         |
| c) da titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni | 25.218.764        | 22.106.065        |
| d) proventi diversi dai precedenti:                                               |                   |                   |
| 3) altre imprese                                                                  | 3.928.112         | 3.185.266         |
| <b>Totale altri proventi finanziari</b>                                           | <b>37.165.150</b> | <b>33.915.499</b> |
| 17) Interessi e altri oneri finanziari:                                           |                   |                   |
| a) verso imprese controllate                                                      | 5.352             | 16.153            |
| c1) interessi su Prestito Sociale                                                 | 4.672.353         | 4.570.776         |
| c2) interessi e altri oneri finanziari diversi                                    | 12.170.290        | 8.004.983         |
| <b>Totale interessi e altri oneri finanziari</b>                                  | <b>16.847.995</b> | <b>12.591.912</b> |
| 17bis) Utili e perdite su cambi                                                   | -7.866            | -14.635           |
| <b>Totale proventi e oneri finanziari</b>                                         | <b>20.921.985</b> | <b>28.053.902</b> |



dati in unità di euro

|                                                                                   | 31.12.2020        | 31.12.2019        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| <b>D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE</b>                            |                   |                   |
| 18) Rivalutazioni:                                                                |                   |                   |
| c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni | 47.978            | 58.247            |
| <b>Totale rivalutazioni</b>                                                       | <b>47.978</b>     | <b>58.247</b>     |
| 19) Svalutazioni:                                                                 |                   |                   |
| a) di partecipazioni                                                              | 8.213.109         | 382.352           |
| b) di immobilizzazioni finanziarie che non costituiscono partecipazioni           | -                 | 145.749           |
| c) di titoli iscritti nell'attivo circolante che non costituiscono partecipazioni | 1.065.632         | 2.273.472         |
| <b>Totale svalutazioni</b>                                                        | <b>9.278.741</b>  | <b>2.801.573</b>  |
| <b>Totale delle rettifiche di valore di attività finanziarie</b>                  | <b>-9.230.763</b> | <b>-2.743.326</b> |
| <b>Risultato prima delle imposte</b>                                              | <b>7.997.361</b>  | <b>5.088.286</b>  |
| 20) Imposte sul reddito dell'esercizio:                                           |                   |                   |
| a) imposte correnti                                                               | 5.168.136         | 170.910           |
| b) imposte relative a esercizi precedenti                                         | -669.125          | -436.466          |
| c) imposte differite o anticipate                                                 | -3.415.571        | -1.283.941        |
| <b>Totale imposte sul reddito dell'esercizio</b>                                  | <b>1.083.440</b>  | <b>-1.549.497</b> |
| <b>RISULTATO DELL'ESERCIZIO</b>                                                   | <b>6.913.921</b>  | <b>6.637.783</b>  |

### 3. RENDICONTO FINANZIARIO

dati in unità di euro

|                                                                                                                            | 31.12.2020         | 31.12.2019         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b>A. Flussi finanziari derivanti dall'attività operativa (metodo indiretto)</b>                                           |                    |                    |
| Utile (perdita) dell'esercizio                                                                                             | 6.913.921          | 6.637.783          |
| Imposte sul reddito                                                                                                        | 4.499.011          | -265.556           |
| Interessi passivi/(attivi)                                                                                                 | -20.317.155        | -21.323.587        |
| (Dividendi)                                                                                                                | -612.696           | -3.596.938         |
| (Plusvalenze)/Minusvalenze derivanti dalla cessione di attività                                                            | -1.547.048         | -4.737.393         |
| <b>1. Utile/(perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione</b> | <b>-11.063.966</b> | <b>-23.285.691</b> |
| <i>Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>                |                    |                    |
| Accantonamenti ai fondi                                                                                                    | 15.750.779         | 14.812.219         |
| Ammortamenti delle immobilizzazioni                                                                                        | 31.577.056         | 29.545.925         |
| Svalutazioni per perdite durevoli di valore                                                                                | 9.230.763          | 2.743.326          |
| Altre rettifiche in aumento/(diminuzione) per elementi non monetari                                                        | -3.394.585         | -1.599.315         |
| <i>Totale rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>         | <i>53.164.014</i>  | <i>45.502.155</i>  |
| <b>2. Flusso finanziario prima delle variazioni del ccn</b>                                                                | <b>42.100.048</b>  | <b>22.216.464</b>  |
| <i>Variazioni del capitale circolante netto</i>                                                                            |                    |                    |
| Decremento/(Incremento) delle rimanenze                                                                                    | 2.416.777          | 14.192.542         |
| Decremento/(Incremento) dei crediti verso clienti                                                                          | 7.119              | 26.522             |
| Incremento/(Decremento) dei debiti verso fornitori                                                                         | -6.979.166         | -253.786           |
| Decremento/(Incremento) ratei e risconti attivi                                                                            | 132.290            | 3.773.391          |
| Incremento/(Decremento) ratei e risconti passivi                                                                           | -1.250.311         | -535.312           |
| Altri decrementi/(Altri incrementi) del capitale circolante netto                                                          | -2.148.472         | -4.550.962         |
| <i>Totale variazioni del capitale circolante netto</i>                                                                     | <i>-7.821.763</i>  | <i>12.652.395</i>  |
| <b>3. Flusso finanziario dopo le variazioni del ccn</b>                                                                    | <b>34.278.284</b>  | <b>34.868.859</b>  |
| <i>Altre rettifiche</i>                                                                                                    |                    |                    |
| Interessi incassati/(pagati)                                                                                               | 20.118.253         | 22.546.671         |
| (Imposte sul reddito pagate)                                                                                               | 3.464.430          | -1.841.053         |
| Dividendi incassati                                                                                                        | 612.696            | 3.596.938          |
| (Utilizzo dei fondi)                                                                                                       | -12.954.826        | -19.481.496        |
| Effetto sulla liquidità delle operazioni di fusione*                                                                       | 7.887.444          | 600.972            |
| <i>Totale altre rettifiche</i>                                                                                             | <i>19.127.997</i>  | <i>5.422.033</i>   |
| <b>Flusso finanziario dell'attività operativa (A)</b>                                                                      | <b>53.406.281</b>  | <b>40.290.892</b>  |

\* Effetto della fusione di Coop Vicinato Lombardia S.C. e di Immobiliare Ossidiana S.r.l.  
Nel 2019 effetto della fusione di General Shopping Center S.r.l.

dati in unità di euro

|                                                                            | <b>31.12.2020</b>  | <b>31.12.2019</b>   |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>B. Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento</b>         |                    |                     |
| <i>Immobilizzazioni materiali</i>                                          |                    |                     |
| (Investimenti)                                                             | -46.801.311        | -48.762.933         |
| Disinvestimenti                                                            | 4.957.750          | 4.859.166           |
| <i>Immobilizzazioni immateriali</i>                                        |                    |                     |
| (Investimenti)                                                             | -611.708           | -1.013.878          |
| Disinvestimenti                                                            | 5.441              | 91.054              |
| <i>Immobilizzazioni finanziarie</i>                                        |                    |                     |
| (Investimenti)                                                             | -86.682.997        | -214.247.189        |
| Disinvestimenti                                                            | 57.395.424         | 102.709.217         |
| <i>Attività finanziarie non immobilizzate</i>                              |                    |                     |
| (Investimenti)                                                             | -675.560.003       | -708.994.409        |
| Gestione accentrata della tesoreria e depositi vincolati                   | -32.815.924        | -11.409.141         |
| Disinvestimenti                                                            | 738.167.998        | 750.337.587         |
| <b>Flusso finanziario dell'attività d'investimento (B)</b>                 | <b>-41.945.330</b> | <b>-115.021.386</b> |
| <b>C. Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento</b>       |                    |                     |
| <i>Mezzi di terzi</i>                                                      |                    |                     |
| Incremento/(Decremento) debiti a breve verso banche                        |                    | -                   |
| Accensione finanziamenti                                                   | 211.442.676        | 216.262.706         |
| (Rimborso finanziamenti)                                                   | -251.381.983       | -174.425.618        |
| <i>Mezzi propri</i>                                                        |                    |                     |
| Aumento di capitale a pagamento                                            | 758.650            | 946.449             |
| (Rimborso di capitale)                                                     | -1.300.933         | -759.029            |
| Cessione/(Acquisto) di azioni proprie                                      |                    |                     |
| (Dividendi e acconti su dividendi pagati)                                  | -199.133           | -183.862            |
| <b>Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)</b>               | <b>-40.680.723</b> | <b>30.431.505</b>   |
| <b>INCREMENTO (DECREMENTO)<br/>DELLE DISPONIBILITÀ LIQUIDE (A ± B ± C)</b> | <b>-29.219.772</b> | <b>-44.298.988</b>  |
| <b>Effetto cambi sulle disponibilità liquide</b>                           |                    |                     |
| <i>Disponibilità liquide all'inizio dell'esercizio</i>                     |                    |                     |
| Depositi bancari e postali                                                 | 82.432.002         | 126.246.628         |
| Denaro e valori in cassa                                                   | 4.072.120          | 4.556.482           |
| <b>Totale disponibilità liquide a inizio esercizio</b>                     | <b>86.504.122</b>  | <b>130.803.110</b>  |
| <i>Disponibilità liquide a fine esercizio</i>                              |                    |                     |
| Depositi bancari e postali                                                 | 52.755.298         | 82.432.002          |
| Denaro e valori in cassa                                                   | 4.529.053          | 4.072.120           |
| <b>Totale disponibilità liquide a fine esercizio</b>                       | <b>57.284.350</b>  | <b>86.504.122</b>   |
| <b>VARIAZIONE DELLE DISPONIBILITÀ LIQUIDE</b>                              | <b>-29.219.772</b> | <b>-44.298.988</b>  |

# RENDICONTO DEL VALORE AGGIUNTO

dati in unità di euro

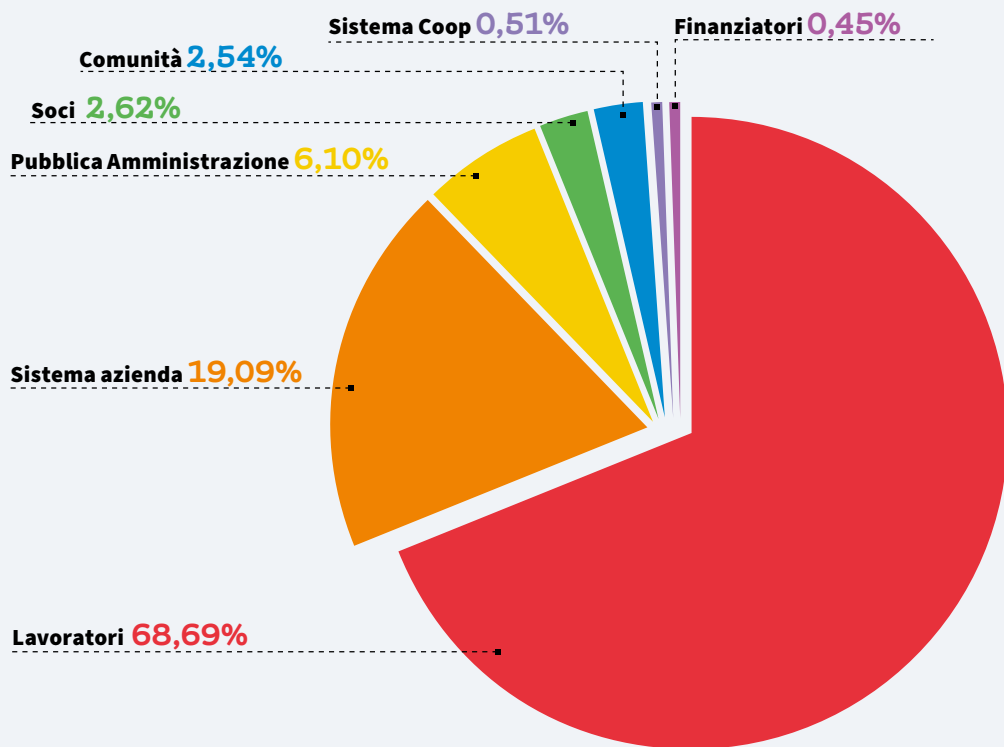
| €/000                                                           | 31.12.2020       | 31.12.2019      |
|-----------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|
| <b>Vendite nette Grande Distribuzione Organizzata</b>           | <b>884.535</b>   | <b>768.742</b>  |
| - di cui vendite ai Soci                                        | 647.708          | 587.619         |
| - di cui vendite a terzi                                        | 236.828          | 181.123         |
| Vendite carburante                                              | 63.624           | 85.738          |
| Ricavi immobiliari e altri ricavi                               | 32.419           | 44.265          |
| Proventi netti gestione finanziaria e partecipazioni            | 21.396           | 25.405          |
| <b>Totale vendite, altri ricavi e proventi finanziari</b>       | <b>1.001.974</b> | <b>924.150</b>  |
| Costo merci, al netto di sconti e premi fornitori               | -630.742         | -576.709        |
| Costi per servizi e prestazioni esterne                         | -127.071         | -120.325        |
| Costi per affitti e locazioni                                   | -23.587          | -24.587         |
| Oneri diversi di gestione                                       | -6.327           | -7.432          |
| Accantonamenti per rischi e oneri                               | -5.477           | -4.558          |
| <b>Totale costi per merci, servizi, affitti e oneri diversi</b> | <b>-793.205</b>  | <b>-733.610</b> |
| <b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>                            | <b>208.769</b>   | <b>190.540</b>  |

**Il valore aggiunto prodotto risulta così destinato:**

|                                                                   | 31.12.2020 | %      | 31.12.2019 | %      |
|-------------------------------------------------------------------|------------|--------|------------|--------|
| <b>AI LAVORATORI DIPENDENTI</b>                                   |            |        |            |        |
| Formazione del personale                                          | 833        | 0,40%  | 1.142      | 0,60%  |
| Costo del personale                                               | 142.574    | 68,29% | 133.891    | 70,27% |
| <b>ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</b>                              |            |        |            |        |
| Amministrazione Centrale<br>(IRES, Bolli, Imposta di registro)    | 5.872      | 2,81%  | 708        | 0,37%  |
| Amministrazioni Locali<br>(IMU, IRAP, Rifiuti, ecc.)              | 6.857      | 3,28%  | 5.833      | 3,06%  |
| <b>AI FINANZIATORI</b>                                            |            |        |            |        |
| Altri finanziatori, per remunerazione<br>di altri finanziamenti   | 947        | 0,45%  | 516        | 0,27%  |
| <b>AI SOCI</b>                                                    |            |        |            |        |
| Soci, per remunerazione Prestito Sociale,<br>al lordo di ritenute | 4.672      | 2,24%  | 4.571      | 2,40%  |
| Soci, comunicazioni istituzionali                                 | 796        | 0,38%  | 592        | 0,31%  |

dati in unità di euro

|                                                                       | 31.12.2020     | %              | 31.12.2019     | %              |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>ALLA COMUNITÀ</b>                                                  |                |                |                |                |
| Iniziative sociali, attività culturali, sponsorizzazioni, solidarietà | 5.307          | 2,54%          | 5.340          | 2,80%          |
| <b>AL SISTEMA COOPERATIVO</b>                                         |                |                |                |                |
| Contributo ANCC                                                       | 102            | 0,05%          | 162            | 0,09%          |
| Fondo mutualistico promozione e sviluppo Cooperazione (L. 59/92)      | 207            | 0,10%          | 199            | 0,10%          |
| Contributi Associativi                                                | 755            | 0,36%          | 603            | 0,32%          |
| <b>AL SISTEMA AZIENDA</b>                                             |                |                |                |                |
| Ammortamenti e svalutazioni                                           | 33.138         | 15,87%         | 31.038         | 16,29%         |
| Quota di utile destinata a Riserva                                    | 6.707          | 3,21%          | 5.945          | 3,12%          |
| <b>TOTALE VALORE AGGIUNTO DESTINATO</b>                               | <b>208.769</b> | <b>100,00%</b> | <b>190.540</b> | <b>100,00%</b> |





coop

fiorfiore   


Il Meglio della Cultura Gastronomica



UNA BUONA SPESA PUÒ CAMBIARE IL MONDO



# 3

## Valore sociale

*Coop Lombardia genera valore sociale sia attraverso le sue politiche di gestione delle risorse umane, formazione professionale e welfare aziendale, improntate alla tutela dei diritti dei lavoratori, sia 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, prioritariamente attraverso i prodotti Coop, sicurezza, convenienza, trasparenza e sostenibilità.*

# Valore sociale in cifre

## DIPENDENTI

**4.728**  
DIPENDENTI



**1.912**  
FULL TIME

**2.816**  
PART TIME



**3.243**  
DONNE

**1.485**  
UOMINI

## FORMAZIONE

**2.405**  
LAVORATORI COINVOLTI



**70%**  
DONNE

**30%**  
UOMINI



**156.328**  
ORE FORMAZIONE

## SOCI



**765.650**  
TOTALE SOCI



**319.295**  
UOMINI

**446.305**  
DONNE

**67.445**  
NUOVI SOCI

## PRESTITO SOCIALE



**4,6**  
MILIONI DI EURO  
INTERESSI  
LORDI MATURATI

**1.044**  
MILIONI DI EURO  
AL LORDO DEGLI  
INTERESSI MATURATI

**111.299**  
SOCI  
PRESTATORI

**621.000**  
OPERAZIONI EFFETTUATE

**5.590**  
NUOVI DEPOSITI

**117.549**  
LIBRETTI ATTIVI



## ASSEMBLEE BILANCIO



**41.557**

SOCI VOTANTI

## RINNOVO COMITATI SOCI DI ZONA



**671**

SOCI CANDIDATI

**37.544**

SOCI VOTANTI

**424**

SOCI ELETTI

## PRODOTTO COOP



**11**

LINEE

**5.142**

REFERENZE

## DUE MANI IN PIÙ E "PORTAMI LA SPESA"



**47**

RETI LOCALI  
ATTIVATE

OLTRE

**60.000**

SPESE CONSEGNATE

## BUON FINE



**1.019**

TONNELLATE DI  
CIBO RECUPERATO

**6,4**

MILIONI DI EURO  
VALORE ECONOMICO

OLTRE  
**7.000**  
PERSONE  
ASSISTITE

**111**  
ORGANIZZAZIONI  
DI VOLONTARIATO  
COINVOLTE

OLTRE  
**2.000.000**  
PASTI DISTRIBUITI

## DONA LA SPESA



**174.769** KG  
MERCE DONATA

→ **44.622** KG - CARITAS  
→ **59.329** KG - CROCE ROSSA  
→ **70.818** KG - ALTRE  
ASSOCIAZIONI DEL BUON FINE

# Lavoratori

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



## ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Proprio durante la prima ondata dell'emergenza sanitaria, è emerso quanto lo straordinario senso di appartenenza e responsabilità dei lavoratori impiegati in prima linea nei negozi abbia consentito alla Cooperativa di affrontare con successo le criticità del momento.

Nel 2020 la Cooperativa ha dato seguito all'ambizioso progetto di ascolto dei suoi dipendenti con l'iniziativa **“risCoopriamoci protagonisti, diciamo la nostra!”** che, pur in un anno complesso e difficile come il 2020, è riuscita a sottolineare e riportare in evidenza la centralità delle persone che lavorano in Coop Lombardia. Il progetto è stato avviato a novembre del 2019 con un'articolata indagine sul clima aziendale che ha visto il coinvolgimento del **93,28% dei colleghi** della rete di vendita e della sede, i cui risultati sono stati pubblicati, condivisi e successivamente discussi con molti colleghi attraverso una serie di incontri presso i negozi.

Per effetto della pandemia, il programma si è interrotto; la raccolta di spunti e suggerimenti è tuttavia proseguita utilizzando strumenti alternativi e il progetto si è successivamente arricchito con la predisposizione di specifici **focus group** per approfondire le reazioni straordinarie dei dipendenti alla forte pressione, paura e incertezza che

DIPENDENTI  
COOP

**4.728**

### Andamento e analisi dell'organico

| Full-time               | 31.12.2020   | % su totale    | 31.12.2019   | % su totale    | Var. assolute |
|-------------------------|--------------|----------------|--------------|----------------|---------------|
| - donne                 | 749          | 15,84%         | 670          | 15,51%         | 79            |
| - uomini                | 1.163        | 24,60%         | 1.092        | 25,28%         | 71            |
| <b>Totale full-time</b> | <b>1.912</b> | <b>40,44%</b>  | 1.762        | 40,79%         | 150           |
| Part-time               | 31.12.2020   | % su totale    | 31.12.2019   | % su totale    | Var. assolute |
| - donne                 | 2.494        | 52,75%         | 2.265        | 52,43%         | 229           |
| - uomini                | 322          | 6,81%          | 293          | 6,78%          | 29            |
| <b>Totale part-time</b> | <b>2.816</b> | <b>59,56%</b>  | 2.558        | 59,21%         | 258           |
| <b>Totale</b>           | <b>4.728</b> | <b>100,00%</b> | <b>4.320</b> | <b>100,00%</b> | <b>408</b>    |



DIPENDENTI  
FULL TIME

**1.912**

DIPENDENTI  
PART TIME

**2.816**

DIPENDENTI  
COOP VICINATO  
LOMBARDIA

**366**

hanno caratterizzato il lavoro nella “prima linea” dei punti vendita nei periodi di emergenza, con lo scopo di analizzare i fattori che hanno agevolato lo spirito di collaborazione e il coinvolgimento, facendo così tesoro di questa drammatica esperienza per elaborare buone pratiche da utilizzare anche in tempi normali. Il progetto è destinato ad articolarsi in diverse attività di formazione finalizzate al miglioramento della comunicazione e del funzionamento dei gruppi di lavoro.

**I lavoratori dipendenti di Coop Lombardia sono 4.728, di cui 1.912 full time e 2.816 part time.** Al netto dell’ingresso dei **366 dipendenti di Coop Vicinato Lombardia**, il dato complessivo rimane di fatto invariato: il continuo lavoro di miglioramento dell’efficienza organizzativa su tutta la rete di vendita ha consentito di mantenere l’equilibrio degli organici. Le nuove aperture nel 2020 dei negozi di Busto Garolfo e Monza via Marsala hanno consentito ai lavoratori numerose possibilità di sviluppo interno, sia in termini di nuove professionalità che di sviluppi di carriera.

Oltre 100 colleghi hanno beneficiato dell’attuale normativa che agevola il pensionamento anticipato e questo ha permesso di dare continuità al programma di ricambio generazionale intrapreso dalla Cooperativa negli anni scorsi, dando spazio a una serie di nuove assunzioni orientate soprattutto ai giovani.



## SELEZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI

Nel 2020 il processo di selezione ha subito una trasformazione in chiave digitale, con diverse fasi di colloquio online tramite piattaforme di videoconferenze, oltre alla somministrazione di test e prove finalizzate alla valutazione delle competenze.

Per aumentare la visibilità della Cooperativa ed essere maggiormente attrattivi nei confronti dei potenziali candidati, l'ufficio selezione ha partecipato nel 2020 a **8 virtual fair** con veri e propri stand virtuali.

La selezione è stata inoltre il tema centrale per le nuove aperture del supermercato di Busto Garolfo e del superstore di Monza via Marsala, per i quali sono stati effettuati **oltre 1.000 colloqui** per l'inserimento di figure generaliste e specializzate. Le attività di employer branding, insieme ad altre comunicazioni e azioni, hanno contribuito alla crescita numerica degli accessi alla pagina **LinkedIn di Coop Lombardia**, il cui account è passato da circa 12.000 a più di **20.000 followers**.

Malgrado le difficoltà, Coop Lombardia ha continuato a investire nello sviluppo delle risorse umane per individuare e valorizzare i talenti interni e accompagnarli nei percorsi di crescita. Sono stati avviati **116 nuovi percorsi di sviluppo**, di cui 65 di crescita orizzontale (percorsi per ricoprire ruoli differenti e sviluppare nuove competenze) e 51 di crescita verticale, finalizzati all'assunzione di un ruolo di maggior responsabilità. Tra le iniziative per lo sviluppo orizzontale, è stato condotto il progetto "Formarsi per competere: l'acquisizione di un nuovo mestiere nei reparti freschissimi", con l'obiettivo di formare nell'arco di 12 mesi nuovi addetti qualificati.

Nel corso dell'anno la Cooperativa ha continuato a seguire anche i percorsi avviati negli anni precedenti, chiudendo in totale più di 120 percorsi di sviluppo, di cui il 90% circa con esito positivo, con la nomina, quindi, nel ruolo di arrivo previsto dal percorso.

Nel corso del 2020 è stato infine intrapreso il processo di **mappatura delle competenze** dei profili chiave della rete di vendita: addetti e specialisti, coordinatori, capi reparto e responsabili di negozio. Uno strumento fondamentale per definire le attività di selezione, valutazione e sviluppo del personale e rilevare più accuratamente i fabbisogni formativi.

COLLOQUI

**+1.000**

NUOVI PERCORSI  
DI SVILUPPO  
PROFESSIONALE

**116**

## SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Nel 2020 la Cooperativa ha affrontato la pandemia analizzando ed implementando rapidamente soluzioni che potessero garantire la salute dei propri lavoratori. Sin dai primi giorni di emersione del fenomeno pandemico, **la Cooperativa ha attivato un gruppo di lavoro specifico, il Comitato Covid-19, per la gestione delle misure da adottare per fronteggiare al meglio la situazione** in rapida evoluzione. Il Comitato, composto dal Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (SRPP), dal Responsabile della



Gestione del Personale di Rete e da quattro Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), ha operato per individuare le migliori soluzioni applicabili in base alle informazioni che, in modo continuo e repentino, si sono rese progressivamente disponibili sull'evolversi della pandemia. La Cooperativa si è tempestivamente **dotata di dispositivi di protezione generale** (plexiglass, segnaletica), di un **programma straordinario di sanificazione degli ambienti di lavoro**, di **dispositivi di protezione individuali** (mascherine, visiere, pettorine, guanti), di **nuove procedure operative** e di **un canale informativo tempestivo e costante per i lavoratori**. Anche nella difficoltà legata alla gestione della pandemia, la Cooperativa ha mantenuto il monitoraggio puntuale, definito dal protocollo sanitario aziendale, che presidia tutte le tipologie di rischio rilevante a cui sono esposti i lavoratori, garantendo le visite mediche, in primis quelle a richiesta, ed estendendo a tutti i propri dipendenti un servizio di consulenza telefonica per fronteggiare i quesiti sulla gestione del Coronavirus, gestito dai medici aziendali.

Le **attività di formazione e addestramento alla sicurezza e salute**, rimodulate in base alle indicazioni normative in vigore durante la pandemia, hanno continuato a costituire l'elemento portante della politica di prevenzione e protezione dai rischi lavorativi adottata dalla Cooperativa. La maggior parte delle attività formative sono state trasferite su piattaforme di e-learning, così da garantire la salute dei lavoratori e, al contempo, la continuità della formazione.

Nel corso dell'anno la Cooperativa ha proceduto con l'attività di verifica della conformità normativa dei propri negozi, attraverso audit dedicati eseguiti con un innovativo software che ha permesso una più puntuale rendicontazione delle non conformità e una migliore analisi degli interventi di miglioramento. Sono stati ulteriormente 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 continuato il percorso intrapreso nel 2019 per l'adozione di un **sistema di gestione della sicurezza, secondo lo standard ISO 45001**, che sarà portato a compimento nel 2021 e garantirà una sempre maggiore focalizzazione sulle tematiche di sicurezza del lavoro a tutti i livelli aziendali. È proseguita la **collaborazione con l'Unità Operativa di Medicina del**

|               | 2017             |                       | 2018             |                       | 2019             |                       |
|---------------|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|
|               | Numero infortuni | Numero giorni assenza | Numero infortuni | Numero giorni assenza | Numero infortuni | Numero giorni assenza |
| SUPER         | 36               | 649                   | 43               | 921                   | <b>35</b>        | <b>780</b>            |
| IPER          | 67               | 1.248                 | 47               | 989                   | <b>41</b>        | <b>769</b>            |
| SEDE          | 1                | 15                    | 2                | 66                    | <b>0</b>         | <b>0</b>              |
| <b>TOTALE</b> | <b>104</b>       | <b>1.912</b>          | <b>92</b>        | <b>1.976</b>          | <b>76</b>        | <b>1.549</b>          |



**Lavoro del Policlinico Sant'Orsola** di Bologna, a garanzia del mantenimento dell'affidabilità del protocollo sanitario adottato dalla Cooperativa.

Infine, nel 2020 la Cooperativa ha ottenuto un ulteriore risultato positivo nella **riduzione degli infortuni sul lavoro**, consolidando ulteriormente il cammino intrapreso negli ultimi dieci anni.

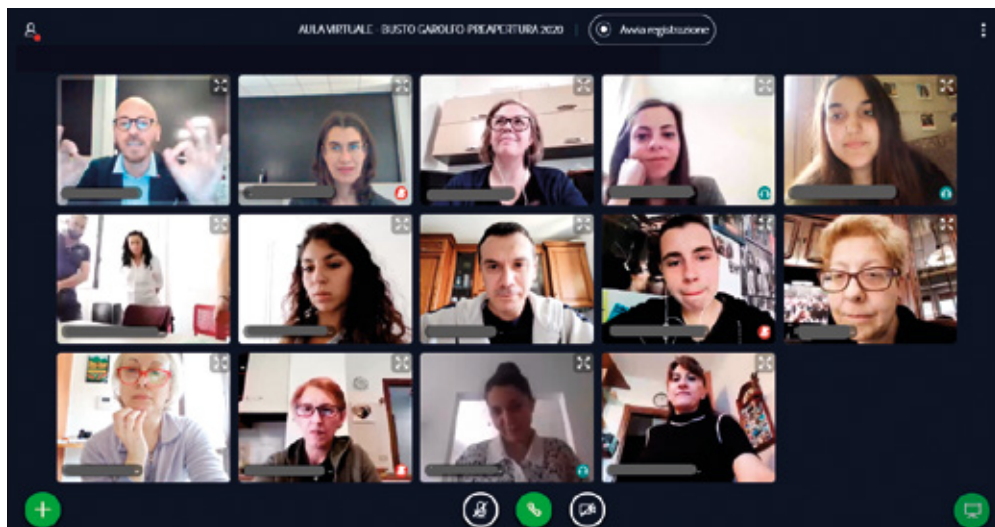
| 2020             |                       | Delta 20/19      |                       | Delta %          |                       |
|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|
| Numero infortuni | Numero giorni assenza | Numero infortuni | Numero giorni assenza | Numero infortuni | Numero giorni assenza |
| <b>34</b>        | <b>863</b>            | -1               | 83                    | -3%              | 10%                   |
| <b>37</b>        | <b>879</b>            | -4               | 110                   | -11%             | 13%                   |
| <b>0</b>         | <b>0</b>              | 0                | 0                     | 0%               | 0%                    |
| <b>71</b>        | <b>1.742</b>          | <b>-5</b>        | <b>193</b>            | <b>-7%</b>       | <b>11%</b>            |





## ATTIVITÀ DI FORMAZIONE

La formazione in presenza, che tradizionalmente prevede come teatro la Scuola dei Mestieri di Milano, ha lasciato spazio allo **sviluppo della formazione in e-learning**, attraverso la progettazione di moduli formativi ad hoc e il potenziamento della strumentazione informatica dei negozi. In funzione dell'incorporazione di CVL, la Cooperativa ha coinvolto **il personale dei 33 negozi di vicinato** in un percorso di allineamento e integrazione aziendale mirato a far acquisire conoscenze sulle procedure e sugli aspetti commerciali e gestionali di Coop Lombardia.



ORE TOTALI  
DI FORMAZIONE

**156.328**

PARTECIPANTI  
AI CORSI

**4.690**

### Formazione professionale

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

|                          |         |
|--------------------------|---------|
| ORE TOTALI DI FORMAZIONE | 156.328 |
| Partecipazioni ai corsi  | 4.690   |
| Dipendenti coinvolti     | 2.405   |
| % donne formate          | 70%     |
| % uomini formati         | 30%     |



Sulla **conoscenza tecnica dei prodotti** sono stati realizzati corsi relativi ai settori forneria, salumi e formaggi, funghi e vino per gli addetti alle vendite, aggiornamenti professionali per i farmacisti e per gli operatori dedicati al servizio Coop Voce. Sul fronte dell'organizzazione del lavoro, sono state diffuse **nuove procedure operative finalizzate alla corretta gestione dei reparti**, mentre per proseguire nel consolidamento delle conoscenze, del rispetto e dell'applicazione degli aspetti normativi legati alla Privacy e alla gestione dei rifiuti, sono state effettuate diverse sessioni informative specifiche.

Le attività formative sono state dedicate anche alle **azioni di supporto allo sviluppo della rete commerciale**, in particolare per quanto riguarda l'apertura dei nuovi punti vendita e l'incorporazione delle attività di CVL.

Le attività formative a supporto dell'apertura del nuovo punto vendita di Monza hanno incluso il progetto **"Autism Friendly"**, che ha contribuito alla realizzazione del primo supermercato in Europa a misura delle persone autistiche: **tutto il personale del nuovo punto vendita è stato coinvolto in un percorso formativo**, curato da uno psicoterapeuta e dall'associazione "PizzAut - Progetto di inclusione sociale", che ha fornito gli strumenti per favorire la comunicazione e l'inclusione. Nell'ultimo trimestre 2020 è stato avviato il **Talent Program** della Cooperativa, un percorso formativo strutturato in diverse fasi per accedere al ruolo di responsabile di punto vendita, strutturato per far vivere al personale individuato per tale percorso un'esperienza motivante e costruttiva.

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 2020 coinvolgendo Quadri e Impiegati direttivi, di sede e di punto vendita, soprattutto attraverso seminari e attività di formazioni online.

DIPENDENTI  
COINVOLTI  
NELLA  
FORMAZIONE

**2.405**

DONNE  
FORMATE

**70%**



UOMINI  
FORMATI

**30%**



**Le attività di formazione realizzate nel 2020 sono qui di seguito sintetizzate:**

| <b>Attività</b>                                                                                 | <b>Destinatari</b>                                                        | <b>Canale</b>       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Scuola dei Mestieri – forneria, salumi e formaggi, funghi, corner Salute, cantine vino          | Addetti, Vice Capi Reparto, Capi Reparto, Capi Negozio, Responsabili Iper | Iper/Super          |
| Scuola dei Mestieri – Talent Program                                                            | Allievi Responsabili di Reparto e di Negozio                              | Iper/Super          |
| Formazione Autism Friendly                                                                      | Addetti, Vice Capi Reparto, Capi Reparto, Capo Negozio                    | Super               |
| Formazione pre-apertura nuovi negozi (Monza via Marsala e Busto Garolfo)                        | Capi Reparto e Addetti                                                    | Iper/Super          |
| Formazione integrazione dei processi aziendali a seguito di fusione con Coop Vicinato Lombardia | Capi Negozio e Responsabili individuati                                   | Super               |
| Formazione presidenti Comitati Soci di Zona                                                     | Presidenti dei Comitati Soci di Zona                                      | /                   |
| Formazione Comunicazione e Project Management                                                   | Figure individuate                                                        | Sede                |
| Formazione Spesa Sballata                                                                       | Addetti, Vice Capi Reparto, Capi Reparto, Capi Negozio                    | Super               |
| Formazione talenti per l'innovazione                                                            | Figure individuate                                                        | Iper/Super/<br>Sede |
| Formazione Progetto Ritorno al Futuro: il metodo di lavoro di Coop Lombardia                    | Vice Capi Reparto, Capi Reparto, Capi Negozio, Capi Settore, Direttori    | Iper/Super          |
| Formazione Privacy GDPR: focus sulle attività di Videosorveglianza                              | Capi Negozio, Capi Reparto, Direttori e Addetti individuati               | Iper/Super          |

| Attività                                                                | Destinatari                                                                                   | Canale              |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Formazione sui servizi: Coop Drive, Enercoop, EmporioKasa               | Capi Negozio, Capi Reparto, Addetti individuati, Personale Accoglienza e Soci                 | Iper/Super          |
| Formazione Applicativi e gestionali – SAP e POWER POINT                 | Figure individuate                                                                            | Sede                |
| Formazione aggiornamento Coop Voce                                      | Capi Reparto, Personale Accoglienza e Soci                                                    | Iper/Super          |
| Formazione nuovi franchising                                            | Figure individuate                                                                            | Super               |
| Formazione contabilità, pianificazione e controllo                      | Figure individuate                                                                            | Sede                |
| Formazione procedure amministrative di punto vendita                    | Capi Negozio, Personale Accoglienza e Soci                                                    | Iper/Super          |
| Formazione sulla “gestione dei rifiuti”                                 | Capi Negozio, Direttori di Negozio, Responsabili SDS, Responsabili Accoglienza e Magazzinieri | Iper/Super/<br>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 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, Corso Storia e Valori | Personale di Vendita e di Sede                                                                | Iper/Super/<br>Sede |

ORE TOTALI  
DI FORMAZIONE**10.800**PERSONE FORMATE  
PER SQUADRE  
EMERGENZA**211**

## Formazione del Servizio Prevenzione e Protezione

Nel corso del 2020 la Cooperativa ha dovuto rimodulare gran parte dei propri corsi in considerazione dell'andamento pandemico e delle relative normative che si sono susseguite nelle varie fasi dell'evoluzione della pandemia, trasferendo su **piattaforma e-learning i corsi di sicurezza sul lavoro**, per mantenere al minimo l'esposizione dei lavoratori al rischio di contagio.

Tutti i corsi eseguiti in presenza, quali quelli dedicati al primo soccorso o all'antincendio, nonché i corsi facenti parte del progetto di adesione alla rete WHP di Regione Lombardia, sono stati riorganizzati con modalità differenti, atte a garantire un rigoroso distanziamento e il rispetto puntuale di tutte le indicazioni di sanificazione, pulizia dell'aria e verifica delle condizioni di salute dei partecipanti.

Si è proseguito in corso d'anno con la realizzazione di numerosi corsi dedicati ad **aumentare il numero di addetti alle squadre emergenza**, sia antincendio che primo soccorso, con la formazione di **211 persone in più**. Sono stati inoltre formati i dipendenti che, nel corso dell'anno, sono andati a ricoprire ruoli di responsabilità da preposti o da dirigenti.

In totale sono state erogate circa **10.800 ore di formazione** complessive di cui circa la metà in e-learning.





## IL PIANO WELFARE NOI PER NOI

Nonostante l'emergenza sanitaria, la Cooperativa ha proseguito l'impegno nel porre al centro le sue Persone, utilizzando e arricchendo il piano welfare "Noi per Noi", varato nei precedenti esercizi e i cui contenuti sono fruibili su portale web. Qui di seguito si sintetizzano le principali iniziative nelle diverse aree tematiche che compongono il piano.



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

## Area Persona

### **PREMIO DIPENDENTI LAUREATI O DIPLOMATI (5ª EDIZIONE)**

Nel 2020 giunge alla sua quinta edizione il premio destinato ai dipendenti che hanno conseguito il diploma superiore o la laurea nel corso della loro attività in Cooperativa, quest'anno assegnato a cinque lavoratori. L'attività, posticipata a fine ottobre, ha coinvolto anche i colleghi provenienti dall'integrazione delle attività di CVL.

### **NOI PER TE**

L'iniziativa nasce con l'obiettivo di aiutare un collega o i suoi familiari a realizzare il suo sogno, grazie a un crowdfunding in tre fasi: raccolta di idee, selezione dell'idea da supportare e la raccolta fondi per l'iniziativa selezionata attraverso la comunicazione e il coinvolgimento di tutti i dipendenti della Cooperativa.

All'inizio del 2020 è stato consegnato alla vincitrice il ricavato della seconda edizione dell'iniziativa avviata a luglio 2019.



*L'Area Famiglia comprende servizi utili a supporto delle famiglie e per la conciliazione degli impegni lavorativi con quelli familiari.*

## Area Famiglia

### **BORSE DI STUDIO (5° EDIZIONE)**

Nel 2020 la Cooperativa ha erogato 47 borse di studio rivolte ai più meritevoli tra i figli dei dipendenti: alunni delle scuole superiori, diplomati, studenti universitari e laureati nell'anno accademico 2018/2019. Anche in questo caso sono stati coinvolti i colleghi provenienti dall'integrazione delle attività di CVL. I parametri di valutazione 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. Una graduatoria specifica è inoltre stata riservata agli studenti con Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA).

### **PREMIAMO L'IMPEGNO (5° EDIZIONE)**

Il tradizionale evento in presenza per la consegna delle Borse di studio e per la premiazione dei dipendenti diplomati o laureati non si è tenuto, in osservanza alle disposizioni di prevenzione della diffusione della pandemia. Sono state quindi adottate modalità alternative che hanno comunque permesso di trasmettere la vicinanza della Cooperativa: è stata inviata una lettera a ogni collega a firma della Vice Presidente e il fac-simile dell'assegno con l'importo che sarebbe stato riconosciuto. Abbiamo inoltre chiesto ai colleghi di inviarci un selfie con il proprio figlio o figlia e tutti hanno risposto con entusiasmo. Molti hanno anche aggiunto il proprio ringraziamento alla Cooperativa per l'attenzione alle famiglie e ai ragazzi seppur in un anno complesso e segnato dall'emergenza sanitaria. I selfie sono stati pubblicati sul portale welfare per essere condivisi con tutti i colleghi.

### **PRESTITO SCUOLA (5° EDIZIONE)**

Il Prestito Scuola consente, in caso di necessità, di richiedere un prestito a tasso zero finalizzato all'acquisto di testi, materiale scolastico, spese per le lezioni aggiuntive e corsi di recupero.

*Nell'ambito di quest'area sono state attivate convenzioni rivolte ai dipendenti e 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 6% 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;
- gli **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 vantaggioso;
- l'**offerta Coop Voce**, agevolata per i dipendenti Soci.

*Questa area del portale, dove normalmente sono reperibili le informazioni relative ai fondi di assistenza sanitaria integrativa previsti dal CCN, è stata utilizzata nel 2020 come efficace strumento di informazione al personale riguardo ad avvisi, disposizioni aziendali, procedure e istruzioni per la gestione della pandemia.*

## Area Salute e Benessere

Attraverso questa sezione del portale sono state proposte due nuove iniziative: il supporto psicologico e il Fondo 3xte.

- **Supporto psicologico:** si tratta di un servizio messo a disposizione dalla **Società Italiana di Terapia Comportamentale e Cognitiva**, che ha consentito alla Cooperativa di offrire **da 3 a 5 colloqui di sostegno psicologico** a distanza completamente gratuiti.
- **Fondo 3xte:** un fondo di ore di permesso, alimentato dalla generosità di tutti i collaboratori della Cooperativa, destinato ai colleghi che ne hanno necessità, per particolari situazioni generate dalla pandemia.

Nell'area tematica Salute e Benessere, inoltre, si è sviluppato l'accordo con **CooperSalute** grazie al quale i dipendenti della Cooperativa hanno potuto richiedere il rimborso del costo della vaccinazione antinfluenzale per la stagione 2020-2021. Dal 2018, Coop Lombardia ha aderito al programma di Regione Lombardia **Workplace Health Promotion**, nell'ambito del quale ha avviato, in coerenza con i propri valori, una sperimentazione di buone pratiche per promuovere corretti stili di vita al fine di prevenire l'insorgenza di malattie croniche.

L'iniziativa proposta all'interno del piano welfare si sviluppa in stretta collaborazione con il Servizio Prevenzione e Protezione e prevede il regolare coinvolgimento dei medici del lavoro. Il programma, uscito dall'ambito sperimentale, è stato diffuso in tutti i punti vendita di Milano e provincia, Lodi e avviato in quelli di Monza-Brianza e Bergamo.

L'ATS di Milano, nell'impossibilità di incontrarsi, ha premiato la Cooperativa inviando **un attestato di “Luogo di Lavoro che Promuove Salute”** per l'anno 2020 per ogni negozio coinvolto, riconoscendo l'impegno per le azioni di WHP e per ciò che la Cooperativa ha attuato a fronte della pandemia.

Lo stesso riconoscimento arriverà in corso d'anno da parte dell'ATS di Monza e Brianza.

## L'HOUSE ORGAN NOICOOP

Nel 2020 è proseguita la distribuzione bimestrale a tutti i dipendenti e a tutti i Comitati Soci **dell'house organ “Noicoop”**, che ha l'obiettivo di comunicare ai lavoratori le più importanti iniziative commerciali e sociali che scandiscono la vita della Cooperativa.

La pubblicazione 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 **fotografie e interviste ai dipendenti protagonisti** dei punti vendita e della sede.

Tra i contenuti del 2020, la gestione della pandemia e le conseguenti iniziative di Coop Lombardia hanno rivestito particolare rilevanza, ma non sono mancati gli aggiornamenti sulle nuove aperture e sulle numerose iniziative collegate, tra cui il progetto **“Autism Friendly”** di Monza.

Due edizioni speciali sono state dedicate all'evoluzione del progetto di ascolto collettivo **“risCoopriamoci”**, mentre una terza edizione speciale è stata dedicata al benvenuto ai nuovi colleghi provenienti dall'incorporazione di Coop Vicinato Lombardia.



# Soci, partecipazione, volontariato e solidarietà

SOCI COOP  
LOMBARDIA

**765.650**

NUOVI SOCI

**67.445**



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.**

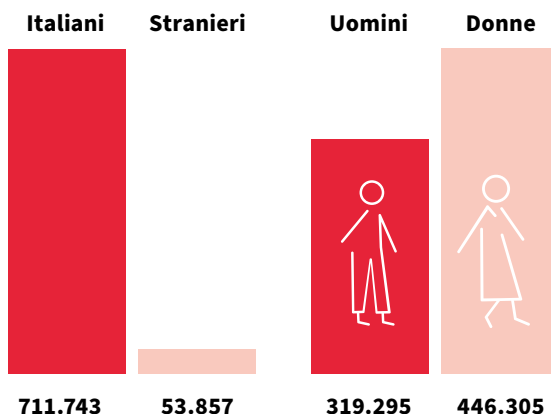
La partecipazione è uno dei cardini dell'agire cooperativo: partecipando alle scelte e alle attività sociali, i Soci diventano protagonisti delle decisioni che riguardano non solo la propria quotidianità ma anche la tutela degli interessi della comunità.

**I Soci di Coop Lombardia nel 2020 sono 765.650** ed eleggono i Comitati Soci di Zona, organismi territoriali di rappresentanza che restano in carica per tre anni e sono 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.

| Fascia di Età | Soci            |
|---------------|-----------------|
| < 30 anni     | 20.205          |
| 31 - 40 anni  | 74.252          |
| 41 - 50 anni  | 149.997         |
| 51 - 60 anni  | 183.172         |
| > 60 anni     | 337.974         |
| <b>Totale</b> | <b>765.600*</b> |

+ 50 persone giuridiche





## PARTECIPARE, VOTARE, COOPERARE

Nel 2020, le Assemblee Separate straordinarie e le Assemblee Separate di Bilancio hanno previsto l'espressione del voto in negozio: una modalità che, oltre a evitare assembramenti e quindi tutelare la salute di tutti, garantisce al Socio di essere pienamente partecipe alla vita democratica della Cooperativa. Questa modalità di voto è stata resa possibile dal **decreto "Cura Italia" del mese di marzo 2020** che ha introdotto nell'art. 106 soluzioni alternative per lo svolgimento delle assemblee societarie, proprio al fine di assicurare il diritto di voto e contemporaneamente tutelare la salute dei cittadini. La modalità straordinaria di svolgimento delle Assemblee di Bilancio 2020 ha comunque permesso ai Soci di interagire con la Cooperativa attraverso alcuni canali, come "l'Articolo 31" dello Statuto, grazie al quale i Soci possono porre domande via mail o tramite raccomandata, o lo spazio riservato agli interventi sul modulo di delega consegnato a ciascun votante. Utilizzando questi moduli i Soci hanno manifestato il loro senso di appartenenza alla Cooperativa: esprimendo suggerimenti e critiche costruttive, osservazioni sui punti all'ordine del giorno dell'Assemblea, plausi o riflessioni sul negozio e il prodotto Coop, ma anche spunti e idee di sostenibilità, proprio come avveniva in Assemblea. Nonostante la distanza fisica a cui l'emergenza Covid-19 ci ha costretti, siamo riusciti a tenere vivo un rituale per noi irrinunciabile, senza snaturarlo, ma trovando una formula che ha saputo celebrare efficacemente il patto di fiducia esistente tra ogni Socio e la sua Cooperativa.

*41.557 Soci hanno votato il Bilancio di Coop Lombardia e approvato il progetto di fusione con Coop Vicinato Lombardia: un successo di partecipazione che dimostra quanto la nostra comunità sia unita e coesa, anche nei momenti più difficili.*

SOCI CHE  
HANNO VOTATO  
IL BILANCIO 2019

**41.557**

## LE CANDIDATURE PER IL RINNOVO DEI COMITATI SOCI DI ZONA

SOCI CANDIDATI

**671**

SOCI ELETTI

**424**COMITATI SOCI  
DI ZONA**42**

SOCI VOTANTI

**37.544**

Nei primi giorni di dicembre 2020 si sono chiuse le candidature per il rinnovo dei Comitati Soci di Zona. Si sono candidati **671 Soci**, **424** sono i **Soci eletti** a marzo 2021 che costituiscono i **42 Comitati Soci di Zona**.

Tra tutti quelli che hanno partecipato a questa speciale campagna di reclutamento, tanti sono i volti e le storie che già conoscevamo, Soci che hanno scelto di confermare il loro storico impegno al fianco della Cooperativa, ma oltre 400 sono nuovi candidati che si sono proposti per partecipare attivamente alla vita e alle attività della Cooperativa, nuovi volti e nuovi profili che entreranno nella nuova squadra dei Comitati Soci di Zona.

Alle votazioni, che si sono tenute a marzo 2021, hanno partecipato **37.544 Soci**: a loro va il nostro ringraziamento. Nonostante il periodo difficile, sono stati attivi nella scelta dei rappresentanti che per i prossimi tre anni lavoreranno insieme alla Direzione Soci di Coop Lombardia per realizzare tante iniziative.

È un successo di partecipazione che avvia al meglio il percorso triennale da compiere insieme, e un segnale di vicinanza e supporto che conferma il legame speciale che unisce la Cooperativa ai suoi Soci.

I nuovi Soci eletti hanno già mostrato tanta curiosità e desiderio di mettersi al lavoro per rappresentare la base sociale della Cooperativa su scala locale e svolgere, per quanto concesso dall'attuale situazione sanitaria, attività di educazione al consumo consapevole, iniziative di solidarietà e di valorizzazione del tempo libero, collaborando con le amministrazioni locali e le associazioni, per fare grandi le comunità e sensibilizzare il territorio su importanti temi ambientali e sociali. Un compito delicatissimo e cruciale, nel quale i Soci volontari da sempre mettono tempo, idee e passione.





## LE RISPOSTE ALL'EMERGENZA SANITARIA

La sospensione di tutte le attività in presenza, avvenuta nel mese di marzo con il primo lockdown e proseguita nei mesi successivi per tutelare la salute dei Soci volontari e dei cittadini, non ha comunque impedito alla Cooperativa di svolgere un ruolo di primaria importanza nel supporto alle categorie più deboli.

Con i contributi raccolti grazie alla generosità di Soci e clienti e alle azioni solidali riconducibili ai progetti **Due Mani in Più**, **Buon Fine**, **Dona la spesa** e **Alimenta l'Amore**, la Cooperativa ha destinato nel 2020 alla comunità lombarda complessivamente circa **10 milioni di euro**.

La campagna di raccolta fondi **"Più forti insieme"** che Coop Lombardia ha organizzato a sostegno di Croce Rossa Italiana dal mese di aprile al mese di ottobre - raccogliendo **70.000 euro** - rappresenta efficacemente le tre grandi direttrici di intervento predisposte per aiutare la comunità a far fronte all'emergenza:

- attivazione e potenziamento di servizi gratuiti di consegna della spesa;
- rete di sostegno alle famiglie indigenti;
- supporto economico alle strutture ospedaliere e al personale sanitario.

### Consegna gratuita della spesa

Con la volontà di fornire assistenza alle persone anziane, costrette in casa dal rapido propagarsi del virus, il servizio **Due Mani in Più** ha consolidato maggiormente la sua presenza nei punti vendita di Coop Lombardia già coinvolti, grazie alla generosa disponibilità di alcuni volontari indirizzati dai servizi sociali dei Comuni e al supporto di **nuovi partner** come gli **Scout**, la **Protezione Civile**, il **Forum delle Associazioni** e **Auser**.

Sul territorio milanese il progetto è stato potenziato con la collaborazione del **Consorzio Farsi Prossimo** e della

DONATI  
ALLA COMUNITÀ  
LOMBARDA

**10** MILIONI  
DI EURO

PIÙ FORTI  
INSIEME

**70.000**  
EURO RACCOLTI



PORTAMI  
LA SPESA

**60.000**  
SPESE  
CONSEGNATE



**Fondazione delle Comunità di Milano**, che hanno lavorato con l'amministrazione comunale per lo sviluppo del progetto **"PortaMi la Spesa"**, per assistere gli oltre 180.000 anziani over 70 della città metropolitana. Forte dell'esperienza ventennale di lavoro con associazioni del territorio e amministrazioni comunali e grazie alla consolidata esperienza nel settore, Coop Lombardia ha attivato insieme ai sindaci dei Comuni lombardi e alle associazioni locali anche 28 reti solidali di consegna della spesa, replicando e diffondendo il modello **"Due Mani in Più"** su vasta scala e arrivando così a consegnare **circa 60.000 spese**.

### La rete di sostegno alle famiglie indigenti

La Cooperativa, insieme a tutti i collaboratori dei punti vendita, i Soci volontari e alcune realtà sportive partner come **Rugby Parabiago** e **Como Calcio**, si è attivata da subito per **offrire generi alimentari alle famiglie in difficoltà e alle persone senza fissa dimora**: presso tutti i negozi è stata allestita sin dai primi giorni dell'emergenza un'area di raccolta permanente di beni di prima necessità e a lunga conservazione, ritirati dalle associazioni coinvolte nei progetti Buon Fine e Dona la Spesa e consegnate alle famiglie anche grazie al contributo di Croce Rossa Italiana e Protezione Civile. L'iniziativa, patrocinata anche da numerosi comuni lombardi, ha visto nei mesi successivi **Croce Rossa Italiana** diventare main partner del progetto, coordinando l'attività di raccolta su molti negozi della provincia di Milano e avviando alcuni presidi nei punti vendita per promuovere la donazione.

L'attività solidale nei mesi autunnali e invernali si è ulteriormente sviluppata grazie all'organizzazione di due giornate di raccolta alimentare **Dona La Spesa**, e con l'attivazione della **"Spesa sospesa"** in alcuni negozi di prossimità, con il supporto logistico dei volontari dell'associazione **Emergency**.

Per fare la propria parte nel contrasto alla povertà, inoltre, Coop **ha aderito prontamente alla richiesta fatta dal Governo** alla Grande Distribuzione Organizzata nell'annunciare le misure di soccorso alimentare alle

famiglie e agli individui in difficoltà economica. Coop Lombardia ha operato un **ulteriore sconto del 10% sui buoni spesa emessi dai Comuni della Lombardia e sulle gift card rilasciate** a seguito dell'ordinanza n. 658 della Protezione Civile, attivandosi per gestire in modo rapido e omogeneo le numerose richieste pervenute dalle amministrazioni comunali, per un ammontare complessivo di gift card acquistate pari a circa **2,5 milioni di euro. Lo stesso tipo di agevolazione**, con un'importante rivalutazione **del 10% degli importi** richiesti da parte di Coop Lombardia, **è stata messa in campo per alimentare la rete di solidarietà del terzo settore**, attraverso l'erogazione di ulteriori card, in particolare con i partner **Caritas Ambrosiana, Comunità San Vincenzo, Rotary, Lions Club e Rete Qubì**.

## Supporto al personale sanitario

Nel periodo di maggior difficoltà per gli ospedali lombardi dei territori più colpiti dal contagio, Coop Lombardia ha sostenuto economicamente anche alcune strutture sanitarie e progetti di assistenza territoriale: con una donazione di 50.000 euro, l'**Ospedale di Treviglio** ha potuto acquistare dotazioni sanitarie per lo staff per affrontare l'emergenza, 50.000 euro sono stati destinati alla raccolta **AiutiAMObrescia**, attivata da Giornale di Brescia e Fondazione della Comunità Bresciana per sostenere il sistema sanitario bresciano, mentre con una devoluzione di 100.000 euro, Coop Lombardia ha incrementato il Fondo **#MilanoAiuta** istituito dalla Fondazione Comunità di Milano, per sostenere il progetto "PortaMI la spesa".

Molti negozi hanno inoltre contribuito con donazione di beni di prima necessità per i **pazienti dei reparti di terapia intensiva** e materiali di confezionamento o generi di conforto per il **personale sanitario** per un valore economico complessivo di 93.549 euro, a cui si aggiunge il generoso sostegno da parte dei Comitati Soci di Zona di Coop Lombardia, che hanno alimentato con tante idee e iniziative il fiume di solidarietà con cui la Cooperativa ha irrorato i territori, offrendo risposte concrete e tangibili ai bisogni emersi nella comunità lombarda in questo lungo anno di pandemia.





TOTALE MERCE  
RACCOLTA DONATA

**174.769**  
CHIOLOGRAMMI

DONA LA SPESA  
SOSPESA

**70.818**  
CHIOLOGRAMMI

PUNTI VENDITA  
COINVOLTI

**57**

## Dona la spesa

Dona la spesa è la raccolta nazionale di generi alimentari e di prodotti per l'igiene personale, istituita nel 2017 da Coop. Nell'anno 2020, segnato dalla pandemia sono state modificate le modalità della raccolta strutturata in due appuntamenti annuali. Per questo si è deciso di organizzare una raccolta permanente, che abbiamo chiamato **Dona la spesa sospesa**, per la quale dal 1° aprile al 31 ottobre 2020 sono stati raccolti **70.818 kg** in **57 punti vendita** (prolungata fino al 31 marzo 2021 con altri **66.305 kg** raccolti).

Con il miglioramento della situazione sanitaria durante l'estate è stata organizzata una raccolta di tipo classico Dona la spesa il 17 ottobre, con il supporto di Caritas Ambrosiana, delle associazioni non profit e degli enti benefici affiliati al Buon Fine. In quella occasione sono stati raccolti **44.622 kg** di prodotti.

Con la ripresa delle criticità della seconda ondata pandemica, il 5 dicembre si è organizzata l'iniziativa Dona la spesa con la Croce Rossa Italiana comitato della Lombardia per il presidio su tutti i nostri punti vendita.

In questa occasione sono stati raccolti **59.329 kg** di prodotti.



## 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 di chi, con il peso degli anni e della malattia, non è 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 realizzato dalla giornalista Marta Ghezzi e ha ottenuto la Benemerenzia Civica **Ambrogino D'Oro**.

Due Mani in Più coinvolge **19 punti vendita** e, grazie a **200 volontari**, consente di **assistere circa 600 persone** a cui si sono aggiunte durante la pandemia 28 nuove reti solidali che hanno **consegnato 60.000 spese**.

PUNTI VENDITA  
COINVOLTI

**19**

VOLONTARI

**200**

PERSONE  
ASSISTITE

**600**

SPESE  
CONSEGNATE

**60.000**





PERSONE  
IN CONDIZIONI  
DI BISOGNO

**7.000**

PASTI DISTRIBUITI

**2** MILIONI

VALORE DEL CIBO

**6,4**  
MILIONI DI EURO

ALIMENTI DONATI

**1.019**  
TONNELLATE

## Buon Fine

**Buon Fine** è il progetto di Coop Lombardia per il **recupero delle eccedenze dei prodotti alimentari prima della scadenza**. Il progetto, attivo da 16 anni innesca un processo virtuoso che prevede la donazione diretta “a km zero” di prodotti alimentari e non alimentari perfettamente utilizzabili ma non più vendibili, che in assenza di un possibile uso alternativo sarebbero smaltiti come rifiuti. Destinatarie delle donazioni sono le onlus 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 associazioni 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: Buon Fine è stato preso a modello nella legge 166/2016 contro gli sprechi alimentari. Il recupero delle eccedenze nel 2020 ha portato alla donazione di **oltre 1.019 tonnellate di cibo per un valore economico di 6,4 milioni di euro**, permettendo ai **111 enti** benefici destinatari di **distribuire oltre 2 milioni di pasti a quasi 7.000 persone in stato di bisogno** (cfr. pag. 160/161).





## A MONZA IL PRIMO SUPERMERCATO “AUTISM FRIENDLY” IN EUROPA

**I**l nuovo superstore di Monza via Marsala è il **primo supermercato Autism Friendly in Europa**. Il progetto, che ha ottenuto il patrocinio permanente della Comunità Europea, prevede l'adozione di un concept dedicato a garantire una fruizione compatibile e di supporto alle persone con disturbo dello spettro autistico e ai propri accompagnatori, attraverso interventi strutturali di regolazione dell'illuminazione e dell'acustica, la formazione del personale e l'inserimento di una comunicazione visiva adeguata. L'obiettivo è quello di estendere il progetto ad altri punti vendita, secondo i valori di inclusione e innovazione sociale che appartengono alla storia e alla natura della Cooperativa.

**Grazie alla collaborazione con l'associazione PizzAut**, tutti i dipendenti del nuovo superstore hanno seguito un corso tenuto da psicologi e psicoterapeuti esperti di autismo che ha fornito

FOCUS

13

PULIZIA  
CASA



1

COLAZIONE



10

BIBITE  
E ACQUA



8

VINI E  
BIRRE



16

BENESSERE  
E PRIMA  
INFANZIA





loro gli strumenti per riconoscerne le caratteristiche e favorire la comunicazione e la permanenza delle persone autistiche nel punto vendita.

PizzAut è una pizzeria gestita da ragazzi con autismo affiancati da professionisti della ristorazione e della riabilitazione, e allo stesso tempo un laboratorio di inclusione sociale. Coop Lombardia si è appassionata al progetto e si è schierata al suo fianco anche quando il lockdown a causa del Covid-19 ha impedito l'inaugurazione della pizzeria a Cassina de' Pecchi. I ragazzi di PizzAut, supportati dalle derrate alimentari a marchio Coop, non si sono dati per vinti e hanno iniziato a girare con un truck per la consegna di pizze a domicilio.

Grazie anche alla onlus "Alla terza", costituita da tre mamme di bambini autistici per rendere il mondo un luogo più a misura dei loro figli, la **comunicazione visiva all'interno del punto vendita è stata realizzata secondo i criteri della Comunicazione Aumentativa Alternativa (CAA)**, sotto la guida di neuro-psicomotricisti esperti in autismo, e testati sul campo da persone autistiche.

Sulla scia del progetto di Monza via Marsala sono state avviate progettualità sociali dedicate all'inclusione e al coinvolgimento delle realtà associative che si occupano di ragazzi con varie disabilità: Coop Lombardia sta per esempio supportando il progetto degli "Special Reporter" dell'Associazione Liberi Svincoli, che prevede la formazione – finanziata da Coop Lombardia e dalla Fondazione della Comunità di Monza e Brianza – di un gruppo di ragazzi con differenti abilità, affinché possano diventare una troupe di videoreporter professionisti.

## CITTADINANZA RESPONSABILE

Cittadinanza Responsabile è l'area progettuale di Coop Lombardia che si pone come obiettivo **la sensibilizzazione intorno ai temi dell'economia e della 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, nell'ottica di raccontare e promuovere prodotti che derivano da filiere ad alto valore sociale.

### Coltivare Responsabilità

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 e 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 organizziamo i **Campi Liberi**, campi di volontariato, formazione e impegno dove siamo ospiti delle cooperative Libera Terra. L'impegno significativo intrapreso per organizzare questa attività ha una duplice funzione: far toccare con mano l'importanza che il progetto Libera Terra riveste per il territorio siciliano e trasferire questa importante esperienza di formazione, lavoro e cooperazione nella propria quotidianità, una volta rientrati in Lombardia.

A causa della situazione sanitaria, nel 2020 non è stato possibile organizzare i Campi Liberi. Coop Lombardia ha voluto comunque rimarcare il proprio impegno verso la cultura della legalità al fianco di Libera, aderendo alla **XXV Giornata Nazionale della Memoria e dell'Impegno verso le Vittime innocenti delle mafie**, svoltasi prettamente in modalità digitale.

## 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, quali per esempio Frutti di Pace, nettari e marmellate prodotti dalla Cooperativa agricola bosniaca Insieme**, quest'anno valorizzati in tutti i negozi in occasione della Giornata Internazionale per l'eliminazione della Violenza contro le Donne, come esempio positivo di riscatto e rinascita femminile dalle violenze della guerra.

Nella settimana del 25 novembre 2020, oltre alla vendita proattiva dei Frutti di Pace, Coop Lombardia ha destinato l'1% delle vendite del proprio prodotto a marchio di sabato 21 novembre e 50 centesimi per ogni marmellata o nettare di frutta acquistato a **quattro centri antiviolenza** della Regione Lombardia: CADOM Monza e Brianza, EOS Varese, Cooperativa Liberamente a Pavia e Fondazione Somaschi, **per un totale di 10.000 euro**.





## 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 - i "cibi intelligenti" che fanno bene alla salute - 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.

La partnership tra Coop Lombardia e IEO è proseguita anche nel 2020 con **un'attività di sensibilizzazione sulla prevenzione delle malattie oncologiche** e con la grande campagna di raccolta fondi **#RicerchiAMO** che ha coinvolto nel mese di dicembre la rete di **92 negozi**, raggiungendo la cifra complessiva di **80.000 euro**, destinati all'Istituto Europeo di Oncologia e al Centro Cardiologico Monzino.

DONATI

**80.000**  
EURO

PUNTI VENDITA  
COINVOLTI

**92**



**#RicerchiAMO**



## 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.

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 1.850.000 pasti donati** da quando è stato avviato il progetto. In collaborazione con le varie associazioni, vengono organizzati anche dei **Pet-days** durante i 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 2020 portando a **52 i punti vendita** in cui è attivo il progetto Alimenta l'Amore.

PASTI DONATI

**440.000**

PUNTI VENDITA  
ATTIVI

**52**







# Prestito Sociale

**L**a raccolta del Prestito Sociale presenta al 31 dicembre 2020 un saldo di **1.044 milioni di euro**, al lordo degli **interessi maturati** nell'anno per **4,6 milioni di euro**, con un incremento di raccolta pari a 23 milioni di euro. Si conferma solida la fiducia che i Soci ripongono nella Cooperativa: a fine 2020 si registrano **117.549 libretti attivi**, di cui **5.590 nuovi depositi**, di cui **3.828 da CVL**, e 2.840 chiusure. Il deposito medio si attesta a **8.844 euro**, in leggera contrazione rispetto al precedente esercizio. Resta alto il gradimento per il servizio erogato dalla Cooperativa, con oltre **621.000 operazioni di versamento e di prelievo** effettuate nel corso del 2020, comprese le spese con la carta di pagamento "Sociocoop di più", che corrispondono ad una media di oltre 2.000 visite e contatti giornalieri nei punti vendita della Cooperativa. Grande attenzione è stata riservata dalla Cooperativa al livello di servizio degli uffici Soci, che sono sempre rimasti aperti al pubblico, pur nella scrupolosa osservanza dei presidi di sicurezza a prevenzione della diffusione della pandemia. Il libretto online, introdotto nel 2019, si è rivelato nel trascorso esercizio uno strumento prezioso che ha consentito a tanti prestatori di operare efficacemente sul proprio deposito senza doversi spostare da casa: con **1.607 nuove richieste di attivazione** e **2.275 operazioni**, di cui **1.220 disposizioni di bonifico**, il servizio è stato utilizzato il 50% in più rispetto al 2019.

L'incorporazione di **CVL**, con i suoi **33 punti vendita** e i suoi **39.102 Soci**, di cui circa **4.000 Soci prestatori**, ha ampliato e arricchito l'offerta della Cooperativa, migliorandone la capillarità sul territorio e il livello di servizio.

NUOVI DEPOSITI

**5.590**

DI CUI

**3.828**

DA COOP VICINATO  
LOMBARDIA

SOCI PRESTATORI

**111.299**

LIBRETTI ATTIVI

**117.549**



## LA REMUNERAZIONE DEL PRESTITO SOCIALE

La Cooperativa, nonostante l'andamento sempre contenuto dei tassi di interesse e la forte volatilità dei mercati finanziari, nel corso del 2020 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. Tale decisione, frutto di un monitoraggio attento e costante del Consiglio di Amministrazione, intende tutelare la redditività dei prestiti

**I tassi di interesse sul Prestito Sociale sono quindi rimasti i seguenti:**

| 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%                 |

dei Soci nel rispetto dell'equilibrio economico e patrimoniale della Cooperativa.

Questa politica di remunerazione ha garantito un **rendimento medio annuo dello 0,26% lordo (0,19% netto) se calcolato sul deposito medio**, fino ad arrivare allo **0,56% lordo (0,41% netto) se calcolato su 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 conseguito nel 2020 il considerevole risultato di **oltre 1.000 nuove attivazioni**, che portano il numero dei possessori e fruitori della carta a **15.020**, con **269.260 spese effettuate** nel corso dell'anno per un valore di **oltre 13,3 milioni di euro**.

Questo risultato è frutto anche di un investimento rilevante della Cooperativa che, attraverso la realizzazione di un'intensa attività promozionale e agevolativa per il Socio prestatore, ha previsto il **raddoppio dei punti su tutte le transazioni pagate con la carta**.

La carta Sociocoop di più consente l'**addebito della spesa effettuata esclusivamente nei punti vendita di Coop Lombardia direttamente sul libretto di Prestito Sociale**, viene consegnata al punto vendita 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, garantendo adeguati livelli di sicurezza per uno strumento comodo, funzionale e conveniente.

POSSESSORI  
CARTA  
SOCIOCOOP  
DI PIÙ

**15.020**

NUOVE CARTE

**1.000**

SPESE  
EFFETTUATE

**269.260**

VALORE

**13,3**  
MILIONI DI EURO

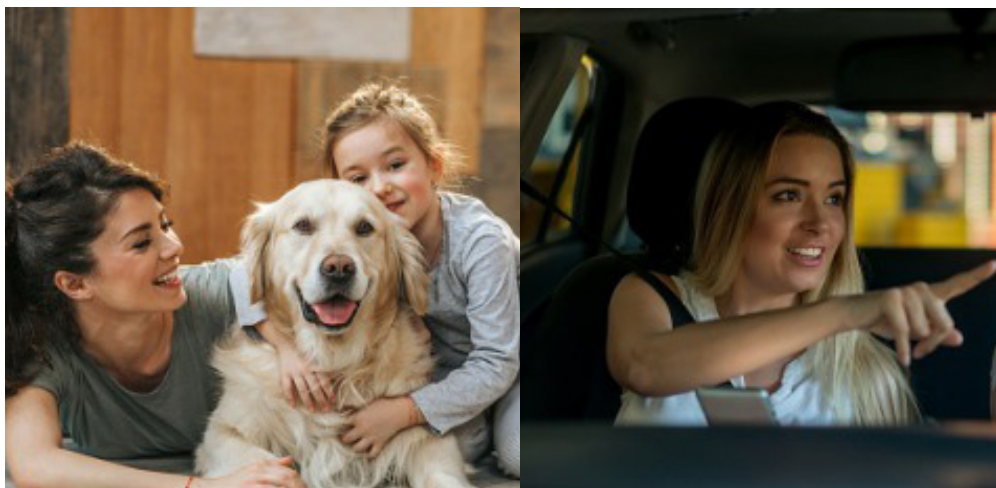
## PRODOTTI ASSICURATIVI E D'INVESTIMENTO

È proseguita positivamente anche nel 2020 l'attività di offerta di **prodotti assicurativi**, svolta in collaborazione con il **Gruppo Unipol** e su specifici mandati di **Agenzie Generali UnipolSai**. Il servizio è proposto nei punti vendita di Coop Lombardia, con eccezione dei piccoli negozi, dove la struttura non consente l'operatività, a causa degli spazi ristretti e poco adatti alla necessaria discrezione e tranquillità.

**L'offerta è esclusivamente rivolta ai Soci**, ad integrazione del servizio di Prestito Sociale, ed è gestita direttamente nell'ambito dei punti vendita, presso l'area degli uffici Soci. Il servizio anche quest'anno ha comportato un impegnativo percorso formativo, che ha prodotto nel corso del 2020 l'erogazione di oltre 1.100 ore di formazione a tutti gli addetti alla vendita.

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.

L'attività di raccolta nel 2020 ha generato un volume complessivo di nuovi **premi incassati dalla compagnia assicurativa per 3,7 milioni di euro**, in leggera contrazione



rispetto all'anno scorso a causa sia delle restrizioni per l'emergenza sanitaria, che ha di fatto impedito quel necessario e consueto rapporto tra il Socio e il subagente, sia per l'assenza nel catalogo prodotti della polizza di capitalizzazione "Investimento Garantito", che rappresentava da sempre una delle soluzioni di risparmio più apprezzate dai Soci.

Incrementale invece il risultato ottenuto sugli **altri prodotti di risparmio**, dove la produzione è più che raddoppiata rispetto al 2019, nonostante le difficoltà legate alla pandemia.

La situazione pandemica ha pesato anche nella vendita di nuove polizze riferite al ramo danni, sia auto che rami elementari: il comparto auto registra infatti un decremento del 33%, a fronte però di una crescita del 18% dei rinnovi, che passano dai 2.608 del 2019 ai 3.135 del 2020, indice di una buona e rinnovata fiducia del contraente Socio, oltretutto della completezza e convenienza delle soluzioni offerte.

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. Si sono inoltre aggiunti i **piani di accumulo**, che nel corso del 2020 hanno visto la sottoscrizione di **50 nuove polizze per complessivi 258 mila euro**.

PREMI  
INCASSATI

**3,7**  
MILIONI DI EURO



# Centro relazioni Soci e Consumatori

**I**n 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 per comunicare con il Centro sono:



numero verde

Filo diretto e servizi Per te 800.016.706



e-mail

[filodiretto@lombardia.coop.it](mailto:filodiretto@lombardia.coop.it)



schede 100% soddisfatti o rimborsati reperibili in ogni punto vendita; una volta compilate e inviate in sede, le schede vengono indirizzate ai responsabili competenti per puntuale e tempestiva risposta.

## FILO DIRETTO

La segnalazione al Filo diretto è un utile e prezioso strumento per individuare le azioni e le attività necessarie per migliorare il servizio che quotidianamente si offre a Soci e clienti, monitorando così, in modo completo ed esaustivo, il sentiment della base sociale e della clientela sull'operato della Cooperativa. Nel corso del 2020 **i suggerimenti, le segnalazioni e le richieste di informazioni di Soci e clienti sono state 1.556**. Nel periodo più critico dell'emergenza sanitaria il Filo Diretto è stato un fondamentale punto di riferimento per Soci e clienti per reperire informazioni sulle aperture e sugli orari dei punti vendita della Cooperativa. Nei mesi precedenti e successivi, gli argomenti a cui i nostri Soci e clienti si sono rivelati più sensibili sono stati la distribuzione del volantino promozionale, le informazioni sui prodotti in assortimento e le attività promozionali.

SEGNALAZIONI  
FILO DIRETTO

**1.556**





## Prodotto Coop

**I**l Prodotto Coop costituisce l'espressione massima della nostra missione Cooperativa. È principalmente **nel prodotto a marchio che si realizza l'impegno di Coop nel tradurre concretamente in fatti e nel rispondere ai fondamentali bisogni legati a qualità, sicurezza e convenienza, trasparenza, etica, 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, avvalendosi anche di certificazioni terze indipendenti. Tutto questo grazie anche a collaborazioni scientifiche con autorevoli soggetti terzi istituzionali e non.



### **ETICO**

Tutti i Prodotti Coop sono realizzati e controllati per il rispetto dei diritti fondamentali delle persone e dei lavoratori. I fornitori dei prodotti a marchio si impegnano contrattualmente a rispettare il codice etico di Coop Italia basato sui criteri richiesti da standard internazionali quali SA 8000, ILO e WEP e a coinvolgere la propria filiera a monte, accettando inoltre verifiche ispettive in tutti i passaggi della propria filiera di fornitura e responsabilizzando la filiera stessa.



### **ECOLOGICO**

I Prodotti Coop contribuiscono a rispettare 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 tutti gli stakeholder e 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 pagine web.



#### **BUONO**

I Prodotti Coop sono il risultato di efficaci partnership con produttori industriali o artigianali e sono progettati e testati per garantire la bontà del prodotto e gli aspetti prestazionali: in ultimo, anche con il coinvolgimento dei Soci consumatori attraverso lo strumento dell'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 Coop si articola in varie linee dedicate, aventi specifiche finalità per intercettare specifici target di consumatori o soddisfare differenti esigenze di consumo.

**I prodotti Coop sono circa 5.100.**



### **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.

I prodotti sono convenienti: offrono un risparmio fino al 30% rispetto agli analoghi prodotti di marca. Sono prodotti di qualità, approvati dai Soci e realizzati da fornitori selezionati. 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. Nel 2020 si consolida la proposta nel freschissimo, dove Origine trova la sua maggiore espressione, con l'ampliamento dell'offerta di agrumi, frutta secca, frutta disidratata, cipolle e insalate.

**LINEA FIOR FIORE:****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 dal mondo.

Nel corso del 2020 l'area dei formaggi e salumi da gastronomia si è arricchita di una specialità della tradizione mediterranea: la feta greca DOP, prodotta in Grecia con latte greco di pecora e capra secondo il disciplinare di produzione. Tra le altre novità una specialità pugliese che va ad affiancarsi alla burrata: la stracciatella, realizzata con panna e latte 100% italiano. Nei salumi, il prosciutto San Daniele DOP è disponibile anche già affettato in vaschetta. Nei vini l'offerta di qualità si è elevata ulteriormente, con i nuovi Bolgheri rosso DOC e Trento DOC Riserva.

**LINEA VIVI VERDE:****LA NATURA SCEGLIEREBBE VIVI VERDE**

La linea, lanciata nel 2009, concretizza la visione di Coop rispetto al rapporto tra uomo e ambiente. Comprende i 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.

Si compone essenzialmente di 3 aree: alimentari (con prodotti biologici), cura della casa e cura della persona che presentano prodotti realizzati con criteri di sostenibilità e di compatibilità ambientale.

Oltre il 50% del numero di referenze della linea è costituito da prodotti freschissimi ortofrutta. 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, per la detergenza tessuti oltre a usa e getta e prodotti a base cellulosa: un'offerta conveniente per la cura della casa. Tutti i prodotti a base di cellulosa sono certificati FSC, a garanzia di materie prime

proveniente da foreste gestite secondo rigorosi standard ambientali.

Coop ha aderito, unica insegna della GDO italiana, alla Pledging campaign lanciata dalla commissione UE lo scorso anno. Questo, con l'impegno ad incentivare il mercato della plastica riciclata e nello specifico ad utilizzare dal 2025 almeno il 25% di plastica riciclata nella produzione dei flaconi degli articoli di detergenza casa e tessuti. In coerenza a questo impegno, nel 2020 sono stati effettuati interventi volti a finalizzare ed a completare l'introduzione di flaconi con un contenuto di plastica riciclata che varia dal 100% a un minimo del 25%.



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

I prodotti Bene.sì rispondono alla domanda di benessere di un ampio target di consumatori con esigenze specifiche e/o con elevata consapevolezza del forte legame che esiste tra l'alimentazione e lo star bene. La linea sostanzia l'importanza di un'alimentazione corretta, varia ed equilibrata, in sintonia con lo stile alimentare evoluto di oggi.

Tra le novità 2020 ci sono: burratina delattosata, minestrone di verdure leggero surgelato, plum cake senza zuccheri aggiunti e muesli con fiocchi di avena, semi di lino, zucca e frutta.



#### **LINEA AMICI SPECIALI:**

##### **ESSERE AMICI CONVIENE. SEMPRE**

Rappresenta la linea completa e specializzata di prodotti per animali domestici in grado di soddisfare tutte le esigenze, anche quelle più specifiche. La gamma si articola in due aree: Amici Speciali e Amici Speciali Premium. Tutti i prodotti hanno uno standard qualitativo garantito, sono senza conservanti, coloranti e sono "cruelty free".

La collaborazione con il Dipartimento di Scienze Veterinarie per la Salute, la Produzione Animale e la Sicurezza Alimentare dell'Università di Milano costi-



tuisce 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 si è ulteriormente qualificata con l'introduzione di 5 nuove ricette naturali nella fascia premium.



#### **LINEA SOLIDAL: UN MONDO DI 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 di intermediari. Sono prodotti certificati Fairtrade, il marchio internazionale di certificazione del commercio equo solidale.

È attualmente in corso il passaggio, nei prodotti dolciari di tutte le linee Coop, all'utilizzo di cacao certificato Fairtrade.



#### **LINEA CRESCENDO: IL TUO BAMBINO È IN BUONISSIME MANI**

Testimonia l'attenzione di Coop ai 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 ed 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 e offre risposte complete e altamente qualificate, sia per i bisogni quotidiani, sia per quelli più specifici. La linea prevede una gamma adatta alla copertura di tutte le principali esi-

genze di uomo e donna quali: igiene corpo e orale, prodotti per capelli, solari, rasatura e depilazione. I criteri di scelta delle materie prime sono definiti per garantire elevati standard di sicurezza. Nei prodotti si limita al massimo l'uso di allergeni e nichel e si esclude l'impiego di microplastiche.



#### **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 food sia, a partire dal 2019, referenze non food.

La proposta D'Osa nel food si compone di 54 referenze, una linea completa di preparati per panificati, preparati per dolci, lieviti, amidi, decorazioni e altri ingredienti. Si tratta di prodotti senza coloranti, dolcificanti quali aspartame e saccarina e addensanti come la carragenina, e con soia, mais e loro derivati, tutti No-Ogm. L'assortimento del non food è infine composto da 41 referenze: stampi forno, lasagnere, pirofile e accessori per pasticceria.



#### **PRODOTTI IN LOMBARDIA**

Si è replicata con successo anche nel 2020 l'iniziativa nata nel 2019 per valorizzare i produttori lombardi e i loro prodotti, rafforzando così il legame tra Cooperativa e imprese dei territori. Dal 24 settembre al 14 ottobre i prodotti sono stati proposti con lo sconto del 20% e l'attività ha riscosso grande apprezzamento, con vendite dei prodotti coinvolti che hanno registrato incrementi superiori al 20%.

# Diritti dei lavoratori e lotta al caporalato

## LA CERTIFICAZIONE ETICA SA 8000 DEI PRODOTTI COOP

Prima azienda in Italia e in Europa, ottava del mondo, Coop Italia aderisce nel luglio 1998 allo **Standard Etico SA 8000** e mette in campo nuovi strumenti per presidiare il tema dei **diritti dei lavoratori**. Dal 2016, portata a termine anche la transizione alla nuova norma SA 8000: 2014, Coop presidia con questo standard etico tutti i fornitori di prodotti a marchio, alcune migliaia di sub-fornitori e anche alcune filiere di prodotto non a marchio Coop in ambito ortofrutta. Effettua ispezioni periodiche tramite enti accreditati nei punti critici della filiera, richiede azioni di miglioramento in caso di ritrovamento di non conformità e avvia monitoraggi per verificare il buon esito delle implementazioni.

A tutti i fornitori di prodotto a marchio e anche ai fornitori di prodotto non a marchio in ambito ortofrutta si richiede la **sottoscrizione di un codice di comportamento etico** (visionabile al link <https://www.partecipacoop.org/web/wp-content/uploads/2014/07/Codice-Etico.pdf>) che contempla impegni sui diritti dei lavoratori basati sui principi degli standard SA 8000, dell'ILO e dei principi di empowerment femminile delle Nazioni Unite. **La non adesione a questi principi comporta l'esclusione del fornitore**, come previsto dal Contratto Regolamentare Coop.

Nel 2020, malgrado le difficoltà causate dalla pandemia, le **attività di audit sono proseguite su nuove filiere ortofrutta e sulle filiere dei vini Fior fiore e Assieme**, mantenendo al contempo il presidio su tutti i fornitori. Tutti gli audit sono stati svolti nel rispetto delle precauzioni anti Covid, anche le ispezioni in campo, per cui è stato necessario ridurre allo stretto necessario il tempo di permanenza nelle aziende e operare in remoto per le parti documentali che non richiedono la presenza fisica dell'ispettore nelle aziende.

## AUDIT

**112**

È stato inoltre mantenuto il controllo rinforzato sul pomodoro da trasformazione: nel 2020 **sono stati svolti audit in 78 aziende agricole per 6 fornitori** Coop, coinvolgendo quindi tutti e sei i fornitori di prodotto a marchio. Per la definizione del campionamento delle aziende agricole è stata fatta un'analisi del rischio che ha considerato sia la zona che il tipo di raccolta e di prodotto finito ottenuto. Nel 2020 sono stati effettuati **112 audit con il coinvolgimento di 36 fornitori**. Dall'inizio del progetto sono state svolte **2.100 ispezioni** e complessivamente sono stati eseguiti **976 audit** che hanno coinvolto **388 fornitori**.

## FORNITORI COINVOLTI

**36**

## IMPRENDITORIA LEGALE

Da fine 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, e 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 2020 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 14% in termini di richiesta di iscrizione, passando dalle 1.124 iscritte a fine 2019 alle 1.304 iscritte a fine 2020. La stessa attività è stata richiesta anche alle circa 1.000 aziende agricole coinvolte nella filiera del pomodoro da industria. Le sollecitazioni ai fornitori per far chiedere l'iscrizione alla rete da parte delle aziende agricole loro afferenti hanno dato i primi risultati: a fine 2020, circa il 25% delle aziende verificate per la campagna pomodoro risultavano iscritte, con maggior incremento nelle aziende del principale fornitore di pomodoro area Sud.

## BUONI & GIUSTI

**Buoni & Giusti** è la campagna Coop volta a promuovere l'eticità delle filiere produttive, soprattutto per le filiere ortofrutticole fresche 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 ed è stata estesa alle filiere di vini Fior fiore e Assieme e all'olio extra-vergine d'oliva siciliano per un totale di **976 aziende agricole sottoposte ad audit tra il 2015 e il 2020**.

Buoni & Giusti continua ad 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.

FORNITORI  
ORTOFRUTTA

**800**

***IL LAVORO NERO DÀ  
SOLO PESSIMI FRUTTI.***



***SCEGLI I FRUTTI  
DELLA LEGALITÀ.***



## IL POMODORO DA TRASFORMAZIONE E DA PASSATA CASALINGA

Il pomodoro da trasformazione e da passata casalinga 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 **6 fornitori distribuiti tra area Nord e Sud Italia, 8 impianti di trasformazione e circa 1.000 aziende agricole**, delocalizzati nelle regioni Basilicata, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Puglia, Toscana, Lombardia, Veneto e Molise.

L'attenzione su questa filiera, iniziata già nel 2015, è stata fortemente rafforzata dal 2016.

La politica di Coop prevede innanzitutto la sottoscrizione da parte dei fornitori a marchio 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 7 anni, sono stati più di 400 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.

Nello stesso periodo delle attività svolte per il pomodoro da trasformazione, sono stati svolti audit etici anche in tutte le aziende che producono pomodoro fresco per la produzione di passate fatte in casa. Comprende 4 fornitori, per un totale di 8 aziende auditate localizzate in Puglia, Emilia-Romagna, Toscana, Lazio.





## NON SIAMO TUTTI UGUALI

**N**el rapporto 2020 della campagna Oxfam “Al giusto prezzo”, intitolato “Diritti a Scaffale” Coop si conferma il migliore retailer italiano nella tutela dei diritti dei lavoratori nella sua filiera alimentare.

L'indagine riporta l'avanzamento delle modalità con cui i maggiori retailer italiani stanno affrontando il tema dei diritti umani nelle proprie filiere di produzione agroalimentare, contribuendo a eliminare sfruttamento e abusi nei campi. In tutti gli ambiti in esame, **Coop è risultata la migliore tra le 5 catene esaminate**, mantenendo un netto e significativo distacco rispetto ai concorrenti (Conad, Esselunga, Gruppo Selex, Eurospin).

Anche su stimolo di Oxfam e sulla scia del riconoscimento ricevuto, Coop ha realizzato 8 video, diffusi sui canali Coop e attraverso i media, con le testimonianze dei protagonisti delle sue filiere, dei rappresentanti delle associazioni impegnate nel settore e di voci autorevoli quali il sociologo Marco Omizzolo. Cinque le parole chiave della campagna - cooperazione, equità, legalità, sicurezza e trasparenza - per cui è stato ideato il claim **“Non siamo tutti uguali”**, per richiamare l'idea che una filiera etica restituisca prodotti più buoni sotto molteplici punti di vista.



# 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

## ENERGIA / PROGETTO GREENLIGHT



RISPARMIO ENERGETICO  
**4.572.100** KWH



**1.054** TEP  
(TONNELLATE  
PETROLIO EQUIVALENTI)



EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>  
**- 1.536.225** KG



RISPARMIO ENERGETICO  
DA FOTOVOLTAICO  
(ESCLUSI NEGOZI CVL)  
**1.050.189** KWH

## PACKAGING



PRODOTTI COINVOLTI  
**481**



MATERIALE  
DI CONFEZIONAMENTO  
RISPARMIATO  
**1.275,3** TON



IMPIEGO DI PLASTICA  
RICICLATA  
**2.883,3** TON



EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>  
**-10.209** TON



RISPARMIO ANNUO  
DI PLASTICA VERGINE  
**6.400** TON  
(STIMA AL 2025)

## PROGETTO BUON FINE



CIBO RECUPERATO  
**1.019** TON



EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>  
**-2.115** TON



EMISSIONI DI METANO  
**-11,27** TON



EMISSIONI DI PARTICOLATO  
PM 2,5 E PM 10  
**-382,57** KG



ACQUA RISPARMIATA  
**8** MILIONI  
DI ETTOLITRI



TERRA RISPARMIATA  
**720** ETTARI

## RACCOLTA DIFFERENZIATA



RIFIUTI DESTINATI ALLA RACCOLTA  
DIFFERENZIATA  
**6.437.875** KG

## DALL'OLIO ALL'OLIO



OLIO ALIMENTARE  
RACCOLTO  
**66** TON



NEGOZI  
COINVOLTI  
**23**



EMISSIONI  
DI CO<sub>2</sub>  
**- 177** TON



ETTARI DI TERRA  
RISPARMIATI  
**283**



ETTOLITRI  
DI ACQUA  
RISPARMIATI  
**512.480**

# Diamo all'ambiente una nuova impronta

**D**opo l'acciaio e il cemento, la plastica costituisce il terzo materiale umano più diffuso sulla Terra. L'impatto ambientale della plastica è un'emergenza globale affrontata dalla Commissione UE nell'ambito della "Strategia europea per la plastica nell'economia circolare".

Coop, unica catena della GDO italiana, nel 2018 ha aderito:

UTILIZZO DI PLASTICA  
RICICLATA

**2.883,3**  
TONNELLATE

CONFEZIONAMENTO

**-1.275,3**  
TONNELLATE

- alla **Pledging Campaign**, campagna di impegni rivolta al mondo dell'industria e a tutti gli altri interlocutori interessati, per aumentare l'assorbimento da parte del mercato delle plastiche riciclate, a partire da elementi importanti della strategia della singola azienda, tra cui la progettazione e la riciclabilità, per raggiungere l'obiettivo di 10 milioni di tonnellate di plastica riciclata nel 2025;
- alla **Circular Plastics Alliance**, dichiarazione che contiene tutti gli impegni proposti dalla UE per raggiungere lo stesso obiettivo e che prevede l'elaborazione di piani di lavoro specifici, programmi di ricerca, stesura di linee guida sul riciclo per tutti i prodotti in plastica e un sistema di monitoraggio volontario dei volumi di plastiche riciclate utilizzate nei prodotti europei.

La campagna **Coop per l'Ambiente: Diamo all'ambiente una nuova impronta**, rilancia lo storico impegno sui temi della sostenibilità ambientale, integrandoli con quelli dell'economia circolare.

Coop ha escluso l'uso di microplastiche aggiunte in cosmetici e detersivi, e ha riprogettato gli imballaggi affinché siano riciclabili, compostabili o riutilizzabili, mantenendo la coerenza e rifocalizzando anche la storica policy 3R sul packaging.



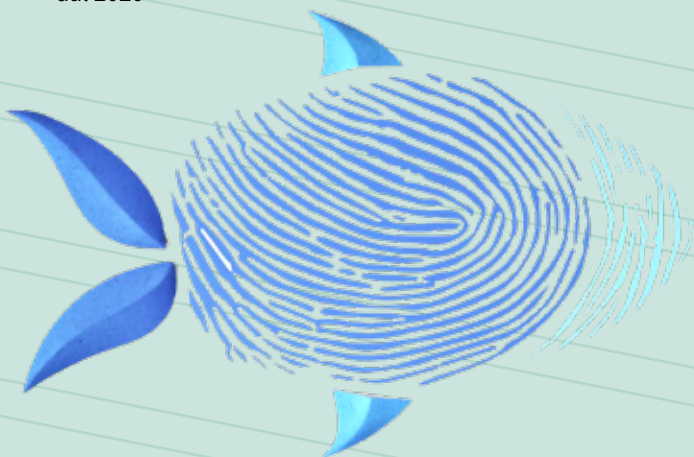


## I RISULTATI DELLE AZIONI NEL PERIODO 2018-2020

In proiezione, Coop stima nel 2025 un risparmio totale di plastica vergine di 6.400 tonnellate annue, corrispondenti al volume di circa 60 tir, grazie all'uso di plastica riciclata.

Sulla base delle strategie adottate, Coop ha ottenuto i seguenti risultati nel periodo 2018-2020:

- tutte le vaschette dell'Ortofrutta confezionata a marchio Coop I gamma (110 referenze) dal 2019 e della linea Insalate pronte a marchio Coop IV gamma (5 referenze) dal 2020 sono in plastica riciclata per almeno l'80%
- le bottiglie della linea Acqua Minerale a marchio Coop sono in plastica riciclata per il 30%: la modifica ha riguardato 27 referenze, considerando i diversi formati, fornitori e rispettive fonti di approvvigionamento dal 2019
- il 96% dei flaconi e delle vaschette della Detergenza casa e tessuti a marchio Coop al 2020 è realizzato con plastica riciclata in percentuale variabile dal 25% al 100%, intervento che è iniziato da diversi anni
- le vaschette delle referenze di carne Pollo Vivi verde Coop sono in plastica riciclata per almeno il 50% dal 2019
- le bottiglie di Bevande con gas, Spremute, The pronti e Nettari a marchio Coop hanno un contenuto del 30% di plastica riciclata dal 2020



- le bottiglie di Latte Fresco AQ intero e PS a marchio Coop (2 referenze) dal 2020 sono con almeno il 25% di plastica riciclata
- i flaconi e tubi di 7 referenze della linea Igiene Baby a marchio Coop dal 2020 sono realizzati con una percentuale variabile di plastica riciclata dal 30% al 100%
- i flaconi di 3 referenze di Concimi a marchio Coop dal 2020 sono con almeno il 50% di plastica riciclata
- le capsule di Caffè Fior fiore Coop sono tutte compostabili dal 2018
- i bollini utilizzati per l'Ortofrutta sfusa a marchio Coop Origine sono compostabili dal 2019
- tutti gli imballi della linea Vivi verde Coop sono diventati riciclabili/compostabili/riutilizzabili: l'importante modifica è terminata nel 2019 e ha riguardato complessivamente 745 referenze
- su prodotti alimentari e non alimentari, sia in caso di nuovo prodotto che di modifica di prodotto esistente, appartenenti a linee diverse da quella Vivi verde, prosegue l'attività di adeguamento degli imballi coerentemente al piano strutturato di azioni
- zero microplastiche aggiunte in cosmetici, dentifrici e detersivi a marchio Coop dal 2018 (in anticipo rispetto al requisito obbligatorio introdotto dal 1/1/2020 dalla L. dicembre 2017, n. 205)
- le borse riutilizzabili per l'asporto delle merci sono in plastica riciclata per almeno il 60% dal 2019
- i sacchetti del pane per la vendita self service o pre incarto (che erano multi materiali) sono stati progressivamente sostituiti con sacchetti monomateriale (cellulosa) dal 2020
- le cassette CPR impiegate nei punti vendita Coop hanno nel 2020 un 47% di materiale non vergine.

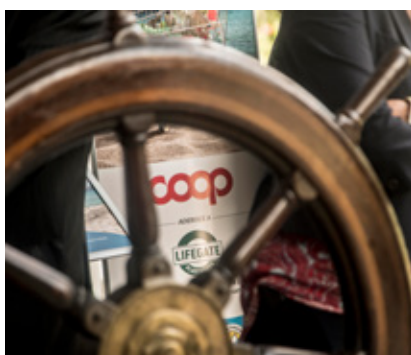
L'applicazione e l'estensione ad altre referenze Coop degli interventi relativi all'uso di plastica riciclata hanno portato nel 2020 a un importante traguardo: l'utilizzo di 2.883,3 tonnellate di materiale plastico riciclato, restituendo valore a ciò che sarebbe stato in alternativa scartato come rifiuto, nell'ottica dei nuovi principi dell'economia circolare e nel rispetto dell'analisi del ciclo di vita.

# Coop e LifeGate a caccia di plastica

**L**a campagna “Le nostre acque” si basa sulla consapevolezza che sia indispensabile lavorare per un’economia rispettosa e rigenerativa degli ecosistemi che subiscono l’interferenza dell’uomo. Coop ha deciso di aderire al progetto **LifeGate PlasticLess** promosso da LifeGate, per contribuire alla riduzione dell’inquinamento della plastica abbandonata nei bacini italiani. Un gesto simbolico e al tempo stesso concreto, che dimostra l’impegno da sempre primario per Coop di preservare gli ecosistemi, ma che attesta anche un ulteriore avanzamento nell’impegno alla lotta all’inquinamento da plastica, e in coerenza con l’adesione alla “Pledging Campaign” lanciata dalla Commissione Europea.

Nell’estate 2020, Coop e LifeGate hanno avviato **l’installazione dei Seabin in 25 località italiane tra cui Milano**, dove il dispositivo è stato installato nella darsena del Naviglio. Il Seabin è una soluzione efficace ed efficiente: un cestino che, galleggiando a pelo d’acqua, “cattura” i rifiuti dai più grandi fino alle microplastiche, mentre una piccola pompa espelle l’acqua filtrata. **È in grado di lavorare 24 ore su 24, sette giorni su sette, e pompa fino a 25.000 litri d’acqua all’ora.**

Un intervento di economia rigenerativa indispensabile in mari, laghi e fiumi, come conferma l’ISPRA (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale) nel suo ultimo report, in cui si afferma che nel **solo Mediterraneo quasi 50.000 esemplari di pesci di 116 specie diverse hanno ingerito plastica.**





# Imballaggi: ridurre, recuperare, riutilizzare, riciclare

PRODOTTI  
COINVOLTI

**154**

INTERVENTI 3R

**170**

TOTALE  
INTERVENTI 3R

**513**

EMISSIONE  
DI CO<sub>2</sub>

**-10.209**

TONNELLATE

**D**al 1996 Coop ha adottato una strategia di prevenzione ambientale per il packaging dei prodotti a marchio, ispirandosi ai principi fondamentali contenuti nella Direttiva europea su Imballaggi e Rifiuti di Imballaggi, ovvero le 3R Riduzione, Riutilizzo, Riciclo con questi obiettivi:

- semplificazione generale
- riduzione della quantità assoluta di materiale
- ottimizzazione del 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.

Gli interventi sul packaging nel 2020 hanno interessato **154 prodotti Coop**, per un totale di **170 interventi**: 50 di riduzione per intervento alla fonte, 34 di riduzione per no overpackaging, 3 di ricariche, 83 di uso di riciclato (plastica). Sul totale di 481 prodotti Coop relativi a 513 interventi coerenti alla politica delle 3R per azioni di riduzione di imballaggio e uso di ricariche di prodotto si stima un **risparmio complessivo in peso di 1.275,3 tonnellate di materiale di confezionamento e l'uso di 2.883,3 tonnellate di plastica riciclata**. Queste azioni hanno contribuito a ridurre l'emissione in atmosfera di **10.209 tonnellate** equivalenti di anidride carbonica.



# Coop e l'ecodesign degli imballaggi nell'economia circolare

**C**on ben **19 premi**, Coop è l'azienda che conquista il maggiore numero di premi assegnati dal “**Bando per l'ecodesign degli imballaggi nell'economia circolare**” promosso da CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi) e patrocinato dal Ministero dell'Ambiente. In funzione del regolamento del bando e della metodologia di valutazione applicata, a Coop sono stati riconosciuti da CONAI **interventi migliorativi dal punto di vista ambientale quali la semplificazione della confezione o la sua riduzione di peso, e l'utilizzo di plastica riciclata sui prodotti Coop** quali: Sfogliatine, Capsule caffè compatibili, Burro 250g Vivi verde (incarto monomateriale e confezione compostabile), Acqua minerale, Linea Caramelle dure, Brillantante nei due formati, Linea Ammorbidenti 750ml 30 lavaggi, Gel Bagno 850ml, Pavimenti Ecolabel 1lt, borse riutilizzabili per asporto merci.

ECODESIGN DEGLI  
IMBALLAGGI  
NELL'ECONOMIA  
CIRCOLARE

**19** PREMI



# La Spesa Sballata

**R**idurre l'utilizzo della plastica monouso nella quotidianità e sperimentare una spesa senza imballi usa e getta: questi gli obiettivi del progetto **Spesa Sballata**, iniziativa promossa dalla cooperativa Totem con la partecipazione di Coop, in collaborazione con il Comune e la Provincia di Varese, l'Osservatorio Provinciale Rifiuti, Green School e Scuola Agraria del Parco di Monza e con il contributo della Fondazione Cariplo. La “spesa senza imballo” è una procedura di vendita e acquisto studiata e sperimentata in alcuni supermercati, che prevede l'uso di contenitori o retine riutilizzabili portati dal cliente, e **coinvolge le Famiglie Sballate**: famiglie che intendono impegnarsi volontariamente nella riduzione dei propri rifiuti domestici e nell'adesione a un decalogo di buone pratiche. Coop ha attivato il progetto in 5 negozi: Malnate, Varese, Laveno Mombello e i due di Busto Arsizio. La sperimentazione della Spesa Sballata in Coop è partita il 1° novembre, dopo un attento lavoro con ATS Insubria che ha redatto le Linee guida sanitarie per acquisti in contenitori riutilizzabili, per garantire, anche in tempo di Covid-19, il rispetto delle norme igienico-sanitarie insieme alle buone prassi ambientali.

## Quid, la retina riutilizzabile



**L**a **retina riutilizzabile per l'ortofrutta**, realizzata da **Quid Impresa Sociale** con un innovativo filato in plastica riciclata, è stata introdotta nel corso del 2020 in 10 negozi Coop Lombardia, nell'ottica di fornire a tutti i consumatori un prodotto di alta qualità e a basso impatto ambientale, equo nel prezzo e semplice da utilizzare. Quid Impresa Sociale nasce come una giovane cooperativa che impiega tessuti di fine serie, stock invenduti o donati da prestigiose aziende tessili italiane per realizzare capsule collection e accessori, dando lavoro a persone fragili.



# L'agricoltura di precisione e la riduzione dei pesticidi



Italia è al terzo posto tra i paesi consumatori di pesticidi a livello europeo (dopo Spagna e Francia) ed è al secondo dopo l'Olanda se si considera il consumo di pesticidi per ettaro coltivato. Coop ha, in questi anni, portato avanti una policy di **riduzione dei pesticidi in agricoltura per l'ortofrutta a marchio, investendo sulla produzione integrata** (1988) **e sul biologico** (1999).

Il Prodotto Coop vanta infatti già un ridotto contenuto di pesticidi (residui di fitofarmaci sul prodotto finito inferiori del 70% rispetto al residuo massimo ammesso) e nel corso degli anni ha già escluso o limitato la presenza delle molecole più problematiche. I pesticidi e i loro derivati possono essere riscontrati nell'ambiente (terreno e acqua), impattando sulle varie forme di vita e con il rischio di una possibile contaminazione della catena alimentare. La ricerca scientifica sta sempre più ipotizzando che i pesticidi possano essere interferenti endocrini. La storica conoscenza e il controllo delle nostre filiere ortofrutta a marchio Coop ci

hanno permesso di sviluppare un progetto di sostenibilità ambientale investendo anche sull'agricoltura di precisione: è una strategia di gestione che usa diverse tecnologie per acquisire dati che saranno utilizzati per una gestione più performante della produzione agricola. La conoscenza specifica del suolo, delle piante per singole aree e un'accurata previsione meteorologica, permettono di utilizzare con precisione l'insieme delle informazioni raccolte per una distribuzione mirata di acqua, fertilizzanti, prodotti fitosanitari solo quando e dove serve, nella quantità corrispondente al reale fabbisogno della coltivazione. Per Coop sarà uno dei principali strumenti per attuare un vero cambio di paradigma nella gestione delle imprese agricole, dove il risultato principale atteso è la diminuzione dell'impatto ambientale, ma anche con ricadute positive sulla salute del consumatore, il miglioramento della qualità del prodotto e una diminuzione dei costi (vantaggi ambientali, economici e sociali).

Nell'ambito della campagna **Coop per l'Ambiente: Diamo all'ambiente una nuova impronta**, a tutti i fornitori a marchio Coop di ortofrutta fresca è stato chiesto di perseguire l'agricoltura di precisione, riducendo e quando possibile eliminando i pesticidi, escludendo 4 ulteriori molecole per le produzioni Coop (glifosato, terbutilazina, S-metolaclor, bentazone). I nostri fornitori partono già da un ottimo punto di partenza, in quanto in questi anni hanno applicato i principi della "produzione integrata", utilizzando insetti "buoni" per contrastare quelli dannosi.

Già nel 2019 ben 15 filiere ortofrutticole fresche Coop - dalle ciliegie ai meloni, dall'uva alle clementine - hanno escluso queste 4 molecole, raggiungendo lo storico traguardo di **garantire un contenuto di residui di pesticidi inferiore del 70% rispetto ai limiti di legge**. E anche nel 2020, pur nell'incertezza pandemica, Coop ha mantenuto attiva la sua pianificazione progettuale, interessando altre filiere (complessivamente 11) tra cui fragole, lattuga, melanzane, mirtilli, lamponi e more. Oggi il progetto continua e Coop confida di perseguire gli stessi obiettivi anche nel 2021, arrivando ad avere 35 filiere ortofrutticole con queste caratteristiche.

# Alleviamo la salute



el corso del 2017 Coop ha lanciato la campagna **“Alleviamo la salute” per tutelare il benessere degli animali e contrastare il problema dell’antibiotico-resistenza.**

Il progetto si basa sull’impegno di sempre di Coop rivolto alla tutela della salute delle persone e al benessere animale nelle proprie filiere zootecniche, anche in interlocuzione con le principali organizzazioni che si occupano di benessere animale come LAV e CIWF (Compassion In World Farming) oppure Animal Equality e Essere Animali.

Animali che vivono meglio hanno meno bisogno di essere curati. Un uso degli antibiotici mirato e solo quando necessario è possibile attraverso un cambiamento sostanziale delle politiche gestionali e sanitarie degli allevamenti, che possa migliorare costantemente il livello di benessere degli animali e la biosicurezza.



L'obiettivo è quindi di ridurre, e quando possibile eliminare, l'uso di antibiotici negli allevamenti degli animali da reddito. L'antibiotico-resistenza, ovvero la resistenza dei batteri ai trattamenti antibiotici, è un problema crescente e si stima che, se non si agisce, nel 2050 potrebbe essere la prima causa di morte al mondo.

Il progetto Coop rappresenta una vera e propria rivoluzione nella gestione degli allevamenti degli animali da reddito, che coinvolge complessivamente circa **2.000 allevamenti** tra tutte le varie filiere di carne e pesce a marchio Coop e su base annua quasi **30 milioni di animali**. La campagna e l'attività conseguente sono proseguite per step successivi, che hanno coinvolto le filiere avicole, delle uova, dei bovini adulti e dei salumi Fior fiore Coop. Tutti i prodotti sono facilmente identificabili dalle confezioni, grazie ad un bollino o una descrizione che riporta le garanzie di Coop sull'argomento.



# Spreco alimentare: le implicazioni ambientali del progetto Buon Fine

**L**o spreco alimentare è il fenomeno per cui prodotti alimentari ancora buoni vengono scartati lungo la catena agroalimentare. È un problema globale che coinvolge tutti gli attori della filiera, dal produttore al consumatore.

Da molti anni Coop affronta lo spreco di cibo con una pluralità di approcci a monte e a valle della filiera, nel processo organizzativo e logistico e nella gestione della rete di vendita, con un impegno caratterizzato dal nostro modello di sostenibilità e responsabilità sociale. Coop è stata la prima (e per molti anni l'unica) catena della GDO italiana ad affrontare il problema, donando le eccedenze ai più bisognosi.

**Buon Fine**, è il nome del **progetto avviato da Coop Lombardia nel 2005 che affronta il tema delle eccedenze alimentari e dello spreco con l'obiettivo di recuperare i prodotti alimentari invenduti**: prodotti freschi, freschissimi e confezionati ancora perfettamente edibili, donati gratuitamente alla rete sociale presente nel territorio, che aiuta e sostiene persone e famiglie fragili, bisognose e in condizione di povertà.

Il progetto innesca un processo virtuoso che prevede la donazione diretta, a "km zero", di prodotti alimentari che in assenza di un possibile uso alternativo sarebbero smaltiti come rifiuti. Destinatari delle donazioni sono le associazioni non lucrative in grado di riutilizzare immediatamente i prodotti - in gran parte freschi e freschissimi - nelle mense e nelle comunità assistite, trasformandoli in pasti e pacchi spesa per i più bisognosi.

## **Le eccedenze alimentari sono un fattore endogeno nella GDO.**

Coop ha deciso molti anni fa di rendere trasparente, organizzata e sicura l'attività di gestione, selezione, stoccaggio e donazione, che si svolge rispettando precisi impegni organizzativi, di formazione del personale, di rispetto dei protocolli igienico-sanitari definiti con le ASL, e sottoscritti con le associazioni caritative presenti nel territorio, alle quali a nostra volta chiediamo il rispetto di protocolli qualitativi e igienico-sanitari. Buon Fine è stato preso ad esempio nella legge

ALIMENTI  
RECUPERATI

**1.019**  
TONNELLATE

EMISSIONE CO<sub>2</sub>  
RISPARMIATE

**2.115**  
TONNELLATE

ETTOLITRI  
H<sub>2</sub>O

**-8** MILIONI

166/2016 contro gli sprechi alimentari che ha finalmente messo a sistema il processo di recupero e donazione di alimenti e non solo.

#### Le motivazioni di Buon Fine sono:

- valorizzare le eccedenze trasformando i prodotti invenduti in un atto concreto e visibile di solidarietà;
- generare un'azione di economia circolare: meno rifiuti, meno costi di smaltimento, sostegno agli enti assistenziali che risparmiano sui costi di acquisto del cibo che si traducono in maggiori servizi e/o in più assistiti;
- costruire e rafforzare relazioni con le comunità locali attivando una rete solidale stabile.

#### Buon Fine mette in rete diversi soggetti:

- i Soci Coop, che interagiscono con le associazioni e verificano periodicamente l'operato e i risultati;
- i lavoratori, che si sentono parte di una comunità e che si occupano del recupero, della selezione e della consegna dei prodotti alle associazioni;
- la comunità locale e le associazioni di volontariato che assistono le persone bisognose.

**Buon fine è in fase di estensione nella rete dei supermercati di prossimità acquisiti da Coop Vicinato.**

## BUON FINE

QUANTITÀ (kg) - E VALORE (€) PER NEGOZIO E PROVINCIA

| BERGAMO E PROVINCIA   |                   |                  | BRESCIA E PROVINCIA     |                  |                  |
|-----------------------|-------------------|------------------|-------------------------|------------------|------------------|
|                       | kg                | €                |                         | kg               | €                |
| 44 BERGAMO            | 16.498            | 72.590           | 51 BS-MANTOVA           | 13.483           | 69.589           |
| 45 TREVIGLIO          | 7.949             | 43.161           | 52 BS-VENETO            | 3.608            | 25.318           |
| 46 TRESCORE BALNEARIO | 8.774             | 39.819           | 53 IPERCOOP BS NUOVA FL | 20.669           | 106.942          |
| 47 IP TREVIGLIO       | 44.570            | 244.922          | <b>TOTALE</b>           | <b>kg 37.760</b> | <b>€ 201.849</b> |
| 48 IP MAPELLO         | 49.689            | 266.982          | COMO E PROVINCIA        |                  |                  |
| <b>TOTALE</b>         | <b>kg 127.480</b> | <b>€ 667.474</b> |                         | kg               | €                |
|                       |                   |                  | 49 CANTÙ                | 34.734           | 281.909          |
|                       |                   |                  | 50 CO-GIUSSANI          | 50.987           | 303.623          |
|                       |                   |                  | <b>TOTALE</b>           | <b>kg 85.721</b> | <b>€ 585.532</b> |



| CREMONA E<br>PROVINCIA | kg               | €                |
|------------------------|------------------|------------------|
| 54 SORESINA            | 7.084            | 50.306           |
| 55 CR-PORTA PO         | 15.540           | 122.935          |
| 56 CREMA               | 49.112           | 270.711          |
| 57 IP CREMONA          | 17.450           | 147.843          |
| <b>TOTALE</b>          | <b>kg 89.186</b> | <b>€ 591.795</b> |

| LODI E<br>PROVINCIA | kg               | €                |
|---------------------|------------------|------------------|
| 36 LODI PAVIA       | 23.640           | 149.637          |
| <b>TOTALE</b>       | <b>kg 23.640</b> | <b>€ 149.637</b> |

| MONZA -<br>BRIANZA E<br>PROVINCIA | kg               | €                |
|-----------------------------------|------------------|------------------|
| 30 DESIO                          | 12.766           | 71.333           |
| 31 VILLASANTA                     | 4.724            | 35.754           |
| 32 ARCORE                         | 5.354            | 36.709           |
| 33 MB-LECCO                       | 10.359           | 54.158           |
| 34 MB-MARSALA                     | 9.274            | 69.437           |
| 35 MUGGIÒ                         | 14.255           | 83.035           |
| <b>TOTALE</b>                     | <b>kg 56.732</b> | <b>€ 350.426</b> |

| PAVIA E<br>PROVINCIA | kg               | €                |
|----------------------|------------------|------------------|
| 27 PAVIA             | 45.986           | 284.297          |
| 28 VOGHERA           | 16.063           | 99.256           |
| 29 IP VIGEVANO       | 23.138           | 141.538          |
| <b>TOTALE</b>        | <b>kg 85.187</b> | <b>€ 525.091</b> |

| VARESE E<br>PROVINCIA            | kg               | €                |
|----------------------------------|------------------|------------------|
| 37 BUSTO ARSIZIO<br>DUCA D'AOSTA | 8.763            | 41.070           |
| 38 BUSTO A. REPUBBLICA           | 7.252            | 45.767           |
| 39 CASSANO MAGNAGO               | 14.893           | 99.855           |
| 40 LAVENO MOMBELLO               | 14.369           | 89.395           |
| 41 MALNATE                       | 16.910           | 82.432           |
| 42 LAVENA PONTE TRESA            | 15.664           | 107.109          |
| 43 VARESE                        | 20.627           | 165.336          |
| <b>TOTALE</b>                    | <b>kg 98.478</b> | <b>€ 630.964</b> |



| MILANO E<br>PROVINCIA | kg                | €                  |
|-----------------------|-------------------|--------------------|
| 1 MI-ORNATO           | 10.157            | 58.191             |
| 2 MI-ROGOREDO         | 2.025             | 11.960             |
| 3 MI-ZOIA             | 3.832             | 22.991             |
| 4 MI-ARONA            | 20.949            | 119.761            |
| 5 MI-PALMANOVA        | 6.837             | 44.239             |
| 6 MI-BICOCCA          | 15.739            | 113.045            |
| 7 MI-BONOLA           | 37.134            | 271.431            |
| 8 MI-BAGGIO           | 9.403             | 69.107             |
| 9 MI-PIAZZALODI       | 25.918            | 162.368            |
| 10 IP NOVATE-M.       | 32.559            | 162.870            |
| 11 IP SESTO S.G.      | 18.473            | 128.512            |
| 12 IP PESCHIERA B.    | 29.512            | 184.560            |
| 13 IP VIGNATE         | 19.412            | 93.830             |
| 14 BAREGGIO           | 11.761            | 86.286             |
| 15 BOLLATE            | 13.642            | 80.356             |
| 16 CASSANO            | 18.397            | 113.687            |
| 17 CINISELLO B. S.P.  | 707               | 6.120              |
| 18 CINISELLO B. G.    | 8.630             | 55.440             |
| 19 CORMANO            | 16.684            | 120.296            |
| 20 CORSICO            | 5.151             | 41.951             |
| 21 SM-NOVATE M.       | 13.003            | 82.166             |
| 22 OPERA              | 22.161            | 145.948            |
| 23 PARABIAGO          | 15.158            | 86.530             |
| 24 SM-PESCHIERA B.    | 17.733            | 107.640            |
| 25 SETTIMO M.SE       | 25.137            | 173.905            |
| 26 SM-SESTO S. G.     | 14.659            | 104.714            |
| <b>TOTALE</b>         | <b>kg 414.773</b> | <b>€ 2.647.904</b> |



## La gestione dei rifiuti

**L**a normativa italiana per la gestione dei rifiuti stabilisce il principio di “responsabilità condivisa” di tutti i soggetti coinvolti nella produzione, distribuzione, utilizzo e consumo di beni che danno origine a scarti e rifiuti. Attraverso la responsabilità e la cooperazione delle imprese, della pubblica amministrazione e dei consumatori è possibile raggiungere gli obiettivi generali di raccolta e riciclo, garantendo così benefici ambientali ed economici per tutta la comunità. Nell’anno della pandemia è proseguito l’impegno di Coop Lombardia nella riduzione dei rifiuti e nel corretto avvio a recupero dei diversi materiali, attraverso l’ottimizzazione dei processi e la sensibilizzazione di tutto il personale.

| Rifiuto                                                  | BG             | BS             | CO             |
|----------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Carta e cartone                                          | 405.750        | 98.200         | 355.280        |
| Plastica                                                 | 17.360         | 25             |                |
| Legno                                                    | 9.220          | 4.800          | 18.960         |
| Metalli                                                  |                |                | 2.960          |
| Imballaggi in materiali misti                            | 17.235         |                | 102.360        |
| Rifiuti ingombranti                                      | 8.400          | 667            | 8.645          |
| RAEE professionali                                       |                | 136            | 1.723          |
| Batterie al piombo esauste                               |                |                |                |
| Batterie e accumulatori raccolti dai clienti             | 315            |                |                |
| Scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione |                | 520            |                |
| Oli e grassi commestibili                                | 4.090          | 6.310          | 3.680          |
| <b>Totale kg</b>                                         | <b>472.370</b> | <b>110.658</b> | <b>493.608</b> |



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

| CR             | LO             | MB             | MI               | PV             | VA             | Totale<br>(peso netto in kg) |
|----------------|----------------|----------------|------------------|----------------|----------------|------------------------------|
| 302.000        | 127.100        | 266.530        | 2.376.210        | 389.010        | 349.290        | <b>4.669.370</b>             |
|                |                | 1.230          |                  |                | 12.460         | <b>31.075</b>                |
|                |                | 3.930          | 46.920           | 17.700         | 4.130          | <b>115.660</b>               |
|                |                |                | 800              |                | 810            | <b>4.570</b>                 |
|                | 44.160         | 79.460         | 916.670          | 23.820         | 7.710          | <b>1.191.415</b>             |
|                | 16.640         | 6.980          | 125.010          | 26.800         | 15.020         | <b>208.162</b>               |
|                |                |                | 9.565            | 1.480          | 110            | <b>13.014</b>                |
|                |                |                |                  | 438            |                | <b>438</b>                   |
|                |                |                | 551              |                | 270            | <b>1.136</b>                 |
|                |                |                | 124.380          | 180            | 260            | <b>125.340</b>               |
| 7.950          | 2.200          | 4.140          | 33.245           | 8.260          | 7.820          | <b>77.695</b>                |
| <b>309.950</b> | <b>190.100</b> | <b>362.270</b> | <b>3.633.351</b> | <b>467.688</b> | <b>397.880</b> | <b>6.437.875</b>             |

# Dall'olio all'olio: la raccolta dell'olio vegetale dalle utenze domestiche

OLIO  
ALIMENTARE  
RACCOLTO

**66**  
TONNELLATE

PUNTI VENDITA  
ATTIVI

**23**

EMISSIONI  
DI ANIDRIDE  
CARBONICA

**-177**

**C**oop Lombardia promuove **il recupero dell'olio alimentare esausto presso i propri punti vendita**, per ridurre l'impatto di questo materiale sull'ambiente e creare nuove e legali opportunità di economia circolare, in partnership con le amministrazioni comunali, le aziende del settore, istituzioni, associazioni ambientaliste e università.

La raccolta dell'olio usato da parte dei cittadini viene fatta al proprio domicilio, in bottiglie di plastica di uso comune che saranno poi conferite in contenitori dedicati, collocati all'interno dei punti vendita Coop. L'olio recuperato viene poi nobilitato, passando da rifiuto a risorsa come biocarburante, oppure additivo per colle, vernici, asfalto, mangimi. Inoltre, consente di ridurre l'uso del suolo agricolo per la produzione di biodiesel e genera risorse da destinare ai terreni agricoli confiscati alla mafia per realizzare nuovi uliveti: un progetto virtuoso, sostenibile e per la legalità.

Nel 2020 la raccolta di oltre **66 tonnellate di olio alimentare** in **23 negozi** Coop Lombardia ha permesso di abbattere le emissioni di anidride carbonica di **177 tonnellate** e di **risparmiare 283 ettari di terra e 512.480 ettolitri di acqua**.



goodenergyaward

GOOD ENERGY AWARD 2016  
Premio all'innovazione  
energetica

SODALITAS SOCIAL AWARD



SODALITAS SOCIAL AWARD 2015  
Miglior progetto nazionale  
di economia circolare

# Raccolta RAEE “uno a zero”

**D**al 2017 a Milano si svolge la raccolta **RAEE “uno a zero”**: i piccoli elettrodomestici non più funzionanti possono essere conferiti attraverso il progetto «CRM Recovery» in 3 ipermercati (Baggio, Bonola, PiazzaLodi) e 2 supermercati Coop (via Arona e via Palmanova) della città di Milano. In appositi contenitori è possibile conferire piccoli apparecchi elettronici (R4), contribuendo così al recupero di materiali critici (cioè di difficile reperimento in natura) come oro, argento, cobalto, grafite e platino. Nel 2020, nonostante le difficoltà dovute al periodo di pandemia, la raccolta ha permesso il **recupero di 8.790 kg di RAEE**.

RACCOLTA RAEE

**8.790**  
CHILOGRAMMI





# Tecnologia, innovazione e rispetto per l'ambiente

IMPIANTI  
FOTOVOLTAICI

**32**

POTENZA  
FOTOVOLTAICA  
PRODOTTA  
IN UN ANNO

**2.161,21**  
MILIONI DI KWH

**D**a 15 anni Coop aderisce a **M'illumino di meno**, l'iniziativa promossa da Caterpillar, celebre trasmissione radiofonica di Rai Radio 2, coerente ai temi del risparmio energetico su cui Coop è impegnata da molti anni, per esempio con il **progetto Greenlight**, che prevede l'abbandono dei sistemi di illuminazione tradizionali a favore delle luci a led. Coop ha installato lampade a led in tutti i punti vendita realizzati e ristrutturati, arrivando a coprire attualmente con questa tecnologia l'illuminazione interna di oltre 540 supermercati, ipermercati e parcheggi.

Il risparmio energetico conseguito in Coop Lombardia è stato di **4.572.100 kWh pari a 1.054 TEP** (Tonnellate Petrolio Equivalenti) e ha quindi consentito di evitare l'immissione in atmosfera di oltre **1.536.225 kg di anidride carbonica**.

Attraverso **32 impianti fotovoltaici** allacciati e funzionanti (solo Coop Lombardia esclusi negozi ex CVL), inoltre, per una potenza complessiva di **oltre 2 mWh**, abbiamo risparmiato 1.050.189 kWh.

*Un esempio dell'insieme della strategia ambientale di Coop è il nuovo supermercato di Busto Garolfo inaugurato nel giugno 2020: una struttura di 1.500 mq all'avanguardia per il risparmio energetico, con doghe in legno che assorbono l'anidride carbonica, più di 10.000 arbusti e piante, 4.000 nuovi alberi e una pista ciclopeditale.*



| IMPIANTI<br>FOTOVOLTAICI<br>NEGOZI<br>COOP LOMBARDIA |                                | POTENZA<br>KW/P |
|------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| 1                                                    | GORGONZOLA                     | 34,65           |
| 2                                                    | BUSSERO                        | 18,9            |
| 3                                                    | PAULLO                         | 16,8            |
| 4                                                    | TAVAZZANO                      | 48,6            |
| 5                                                    | RODENGO SAIANO                 | 65,25           |
| 6                                                    | VILLA CORTESE                  | 41,4            |
| 7                                                    | ARCONATE                       | 19,32           |
| 8                                                    | URAGO D'OGGIO                  | 19,8            |
| 9                                                    | CASTELCOVATI                   | 9,2             |
| 10                                                   | VANZAGHELLO                    | 11,75           |
| 11                                                   | MONZA VIA MARSALA              | 110,98          |
| 12                                                   | COMO                           | 195             |
| 13                                                   | BUSTO GAROLFO                  | 55,76           |
| 14                                                   | BUSTO ARSIZIO REPUBBLICA       | 13              |
| 15                                                   | IPER CANTÙ                     | 225,60          |
| 16                                                   | IPER BAGGIO                    | 131,5           |
| 17                                                   | IPER PESCHIERA                 | 199,7           |
| 18                                                   | VARESE                         | 51,1            |
| 19                                                   | DESIO                          | 44,46           |
| 20                                                   | BERGAMO                        | 52,2            |
| 21                                                   | CASSANO MAGNAGO                | 30,00           |
| 22                                                   | ENERCOOP CREMA                 | 19,5            |
| 23                                                   | ENERCOOP MAPELLO               | 8,0             |
| 24                                                   | MONZA VIA LECCO                | 52,00           |
| 25                                                   | ENERCOOP OPERA                 | 19,98           |
| 26                                                   | PARABIAGO                      | 102             |
| 27                                                   | IPER BRESCIA                   | 264,40          |
| 28                                                   | ENERCOOP TREVIGLIO             | 19              |
| 29                                                   | TREVIGLIO                      | 78              |
| 30                                                   | BUSTO ARSIZIO VIA DUCA D'AOSTA | 60              |
| 31                                                   | LODI                           | 124             |
| 32                                                   | ENERCOOP BUSTO GAROLFO         | 20              |
| <b>POTENZA TOTALE</b>                                |                                | <b>2.161,21</b> |







# 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 valorizzando il patrimonio di esperienze e relazioni costruite sul territorio. Lo scenario incerto e le restrizioni in tema di gestione degli eventi pubblici hanno pesantemente condizionato lo sviluppo delle iniziative culturali. Coop Lombardia e i suoi Soci volontari hanno tuttavia messo in campo le proprie energie per cogliere le opportunità della comunicazione digitale, costruendo nuovi percorsi insieme a istituzioni, realtà culturali e associazioni.*

# Valore culturale in cifre

## SAPERE COOP

INSEGNANTI

**658**

STUDENTI

**8.625**

INCONTRI

**1.096**

CLASSI

**385**



VALORE ECONOMICO

**€ 208.577**

**180**

SUPERIORE

**134**

MEDIA  
INFERIORE



**9**

INFANZIA

**62**

PRIMARIA

\*Dati riferiti all'anno scolastico 2019-2020, fino a inizio pandemia (febbraio 2020)

## INIZIATIVE CULTURALI

VALORE DELLE INIZIATIVE CULTURALI

**166.643** EURO





## COOP PER LA SCUOLA

SCUOLE ISCRITTE  
IN TUTTA ITALIA

**20.934**

SCUOLE ISCRITTE  
IN LOMBARDIA

**3.945**



PREMI EROGATI  
ALLE SCUOLE

**53.000**

VALORE DEI PREMI  
EROGATI IN LOMBARDIA

**751.789** EURO



## PARTECIPACOOOP



UTENTI

**+136,1%**



VISUALIZZAZIONI DI PAGINA

**+124,3%**

## FACEBOOK



FAN

**95.044**



UTENTI UNICI

**7,6** MILIONI

# A scuola ai tempi della pandemia

QUADERNI  
CASASCUOLACOOP

31



La descrizione delle attività di **Educazione al Consumo Consapevole** per l'anno 2020 non può essere affidata solo ai numeri data l'eccellenza di un anno caratterizzato dalla chiusura delle scuole, a fine febbraio, e dalle difficoltà sperimentate nel periodo da settembre a dicembre.

Con la sospensione delle attività scolastiche, per non perdere quel prezioso rapporto che da oltre 40 anni ci lega alle scuole della Lombardia di ogni ordine e grado, sono nati i **quaderni CasaScuolaCoop**, materiali didattici ideati appositamente per essere un ponte tra scuola e famiglie, che hanno arricchito l'offerta della guida **Saperecoop 2020-2021**.

Realizzare i 31 quaderni (10 per le primarie, 8 per la secondarie di primo grado e 13 per la secondarie di secondo grado) ha richiesto 630 ore di lavoro per il team di animatori e 110 ore per la correzione delle bozze definitive e il coordinamento dell'attività.

Con gli studenti degli istituti di istruzione superiore, grazie alla disponibilità dei docenti, è stato possibile attivare in tempi rapidi la **didattica a distanza per percorsi di educazione alla cooperazione** come **Bellacoopia**, percorsi di educazione al consumo consapevole come **Obiettivo Sostenibilità**, e percorsi classici come **Le mani in pasta**.

L'innovazione più significativa della guida Saperecoop 2020-2021 è stata la sezione dedicata allo **Scaffale Digitale**: una nuova offerta educativa intitolata "**Puoi Contare Su Di Noi**", con proposte multidisciplinari che ben si prestano a una co-progettazione con gli insegnanti, elaborate a partire da una consolidata preparazione su tematiche quali ambiente e sviluppo sostenibile, stili di vita ed educazione alimentare, cittadinanza consapevole e responsabile. Lo scaffale mette a disposizione della scuola metodologie didattiche cooperative, competenze, progetti di ampio respiro su tematiche che sono sempre state coerenti, e a volte anticipatrici, delle indicazioni



contenute nelle linee guida del Ministero della Pubblica Istruzione e in sintonia con quanto proposto da INDIRE, l'Istituto Nazionale di Documentazione, Innovazione e Ricerca Educativa che da oltre 90 anni è il punto di riferimento per la ricerca educativa in Italia.

Un ulteriore ciclo di incontri è stato dedicato ai temi indicati dall'**Agenda 2030** delle Nazioni Unite e dai 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SGDs) che rappresentano una bussola per dare un futuro al nostro pianeta.



## I PERCORSI DIDATTICI SAPERECOOP

### STORIE DI PRODOTTI

*Informazioni, storie, connessioni dietro e dentro “la scatola”.*

Dal momento in cui mettiamo il prodotto nel carrello, le implicazioni delle nostre azioni quotidiane e della loro ricaduta sul nostro presente e sul nostro futuro.

### AMBIENTE

*Biodiversità, filiera e sicurezza alimentare, risorse, sostenibilità.*

Sei diversi progetti per indagare il legame esistente tra territorio, produzione agricola e cultura alimentare attraverso il concetto di biodiversità, in coerenza con il Goal 12 dell'Agenda Globale 2030 per lo sviluppo sostenibile “Consumo e produzioni responsabili”. Speciali focus su filiere virtuose e riduzione degli sprechi, sulla riduzione delle plastiche, sul turismo responsabile e infine sull'acqua, bene prezioso e diritto universale, in coerenza con il Goal 6 dell'Agenda Globale 2030 per l'acqua pulita.



### **ALIMENTAZIONE**

#### ***Educazione al gusto, salute, stili di vita e benessere.***

Quattro progetti intorno all'adozione di uno stile di vita sano, grazie a una corretta alimentazione e all'attività fisica, rivolti a diversi target. Per i più piccoli l'esperienza dei sapori e la conoscenza della piramide alimentare, per i più grandi lo studio del metabolismo e un approfondimento sul consumo di bevande alcoliche.



### **CITTADINANZA E TERRITORIO**

#### ***Responsabilità, legalità e sviluppo, identità e culture, cooperazione ed economia solidale.***

Un ampio e articolato programma di otto diverse serie di incontri, su temi quali: la cura degli ambienti di vita, l'etica e la legalità nelle filiere produttive (Goal 8 Agenda Globale 2030 Lavoro dignitoso e crescita economica), il cibo come identità e cultura, l'economia solidale e cooperativa di Frutti di pace (Goal 16 Pace, Giustizia e Istituzioni solide) e la cooperazione come metodo di lavoro e obiettivo educativo per affrontare i problemi, in giochi esperienziali condotti in collaborazione con Legacoop Lombardia e La Bella Impresa (Goal 11 Città e comunità sostenibili).



### **PROGETTI SPECIALI PCTO**

#### ***Sostenibilità, cittadinanza attiva, cooperazione.***

Quattro percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento, rivolte alle ultime classi delle superiori, condotti con metodologie diverse (giochi di ruolo, laboratori, lavoro di gruppo, attività di ricerca, debate) per accrescere le competenze curriculari e valorizzare le proprie potenzialità. I temi proposti variano dalla sostenibilità alla cittadinanza attiva e all'impresa cooperativa. Un percorso speciale è specificatamente dedicato agli istituti agrari e alberghieri.



### **FORMAZIONE INSEGNANTI**

#### ***Didattica cooperativa.***

La cooperazione non è solo una forma di impresa ma anche una pratica didattica: un efficace metodo di soluzione dei problemi, di attivazione di processi culturali, di assunzione di responsabilità, attraverso l'analisi di esperienze e modelli e l'uso della tecnologia come strumento di potenziamento e trasformazione.

|    | TABELLA<br>ANIMAZIONI / ETA'                                                             |  | 4   | 5    | 6 | 7 | 8    | 9    | 10    | 11 | 12    | 13    | 14 | 15 | 16    | 17 | 18 | 19 | PER<br>INSEGNANTI | IN<br>RETE |  |   |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----|------|---|---|------|------|-------|----|-------|-------|----|----|-------|----|----|----|-------------------|------------|--|---|
| 01 | I PRODOTTI PARLANO                                                                       |  |     |      |   |   |      |      | 10/16 |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   |            |  | @ |
| 02 | IL MONDO È BELLO PERCHÉ È VARIO:<br>STORIE DALL'ORTO                                     |  | 5/8 |      |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   | @          |  |   |
| 03 | IL MONDO È BELLO PERCHÉ È VARIO:<br>DAL PIATTO AL CAMPO                                  |  |     |      |   |   |      | 9/12 |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   | @          |  |   |
| 04 | QUELLO CHE MANGIO CAMBIA IL<br>MONDO?                                                    |  |     |      |   |   |      | 9/19 |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   | @          |  |   |
| 05 | OCCHIO AL CONSUMO: ROBINSON                                                              |  |     |      |   |   |      | 9/12 |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   | @          |  |   |
| 06 | OCCHIO AL CONSUMO: UN<br>BENESSERE SENZA SPRECO                                          |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       | 13/19 |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 07 | OCCHIO AL CONSUMO: DIAMO<br>ALL'AMBIENTE UNA NUOVA IMPRONTA                              |  |     |      |   |   |      | 9/19 |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   | @          |  |   |
| 08 | IL FUTURO DELL'ACQUA: ACQUA DI<br>CASA MIA                                               |  |     |      |   |   |      | 9/12 |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   | @          |  |   |
| 09 | IL FUTURO DELL'ACQUA: ACQUA<br>RISORSA E DIRITTO                                         |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       | 13/19 |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 10 | VIAGGIATORI RESPONSABILI                                                                 |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       | 13/19 |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 11 | SALE, ACETO, ZUCCHERO<br>E CANNELLA                                                      |  | 4/8 |      |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   |            |  |   |
| 12 | IL PIACERE DI MANGIARE SANO                                                              |  |     |      |   |   | 8/11 |      |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   |            |  |   |
| 13 | ALIMENTA IL TUO BENESSERE                                                                |  |     |      |   |   |      |      |       |    | 12/16 |       |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 14 | A TUTTA BIRRA!                                                                           |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       | 13/19 |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 15 | LO SPAZIO INTORNO A NOI                                                                  |  |     |      |   |   |      | 9/19 |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 16 | BUONI E GIUSTI                                                                           |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       | 13/19 |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 17 | PIATTO UNICO                                                                             |  |     |      |   |   |      | 9/12 |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 18 | FRUTTI DI PACE E DI COOPERAZIONE:<br>FRUTTI DI PACE                                      |  |     | 6/9  |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 19 | FRUTTI DI PACE E DI COOPERAZIONE:<br>SCAMBIANDO IL MONDO                                 |  |     |      |   |   |      |      | 10/13 |    |       |       |    |    |       |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 20 | A SCUOLA DI COOPERAZIONE:<br>GIOCOOPERIAMO                                               |  |     | 6/11 |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    |                   |            |  |   |
| 21 | A SCUOLA DI COOPERAZIONE: COOPE-<br>RARE PER UNA CITTADINANZA ATTIVA                     |  |     |      |   |   |      |      |       |    | 12/15 |       |    |    |       |    |    |    |                   |            |  |   |
| 22 | A SCUOLA DI COOPERAZIONE:<br>BELLACOOPIA                                                 |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    | 16/19 |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 23 | OBIETTIVO SOSTENIBILITÀ:<br>CONSUMO CONSAPEVOLE,<br>CITTADINANZA ATTIVA,<br>COSTITUZIONE |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    | 16/19 |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 24 | LA COOPERAZIONE: UN DIVERSO<br>MODO DI FARE IMPRESA                                      |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    | 16/19 |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 25 | LE COMPETENZE DIVENTANO<br>IMPRESA: PROGETTO SPECIALE PER<br>AGRARI E ALBERGHIERI        |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    | 16/19 |    |    |    | @                 |            |  |   |
| 26 | LA DIDATTICA COOPERATIVA:<br>QUANDO TUTTI SONO OK!                                       |  |     |      |   |   |      |      |       |    |       |       |    |    |       |    |    |    | X                 | @          |  |   |

|    | TABELLA<br>ANIMAZIONI / COMPETENZE<br>CHIAVE PER LA<br>CITTADINANZA                      | IMPARARE AD<br>IMPARARE | PROGETTARE | COMUNICARE | COLLABORARE E<br>PARTECIPARE | AGIRE IN MODO<br>AUTONOMO E<br>RESPONSABILE | RISOLVERE I<br>PROBLEMI | INDIVIDUARE<br>COLLEGAMENTI E<br>RELAZIONI | ACQUISIRE E<br>INTERPRETARE<br>INFORMAZIONI |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------|------------|------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 01 | I PRODOTTI PARLANO                                                                       |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 02 | IL MONDO È BELLO PERCHÉ È VARIO:<br>STORIE DALL'ORTO                                     |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 03 | IL MONDO È BELLO PERCHÉ È VARIO:<br>DAL PIATTO AL CAMPO                                  |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 04 | QUELLO CHE MANGIO CAMBIA IL<br>MONDO?                                                    |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 05 | OCCHIO AL CONSUMO: ROBINSON                                                              |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 06 | OCCHIO AL CONSUMO: UN<br>BENESSERE SENZA SPRECO                                          |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 07 | OCCHIO AL CONSUMO: DIAMO<br>ALL'AMBIENTE UNA NUOVA IMPRONTA                              |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 08 | IL FUTURO DELL'ACQUA: ACQUA DI<br>CASA MIA                                               |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 09 | IL FUTURO DELL'ACQUA: ACQUA<br>RISORSA E DIRITTO                                         |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 10 | VIAGGIATORI RESPONSABILI                                                                 |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 11 | SALE, ACETO, ZUCCHERO<br>E CANNELLA                                                      |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 12 | IL PIACERE DI MANGIARE SANO                                                              |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 13 | ALIMENTA IL TUO BENESSERE                                                                |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 14 | A TUTTA BIRRA!                                                                           |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 15 | LO SPAZIO INTORNO A NOI                                                                  |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 16 | BUONI E GIUSTI                                                                           |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 17 | PIATTO UNICO                                                                             |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 18 | FRUTTI DI PACE E DI COOPERAZIONE:<br>FRUTTI DI PACE                                      |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 19 | FRUTTI DI PACE E DI COOPERAZIONE:<br>SCAMBIANDO IL MONDO                                 |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 20 | A SCUOLA DI COOPERAZIONE:<br>GIOCOOPERIAMO                                               |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 21 | A SCUOLA DI COOPERAZIONE: COOPE-<br>RARE PER UNA CITTADINANZA ATTIVA                     |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 22 | A SCUOLA DI COOPERAZIONE:<br>BELLACOOPIA                                                 |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 23 | OBIETTIVO SOSTENIBILITÀ:<br>CONSUMO CONSAPEVOLE,<br>CITTADINANZA ATTIVA,<br>COSTITUZIONE |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 24 | LA COOPERAZIONE: UN DIVERSO<br>MODO DI FARE IMPRESA                                      |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 25 | LE COMPETENZE DIVENTANO<br>IMPRESA: PROGETTO SPECIALE PER<br>AGRARI E ALBERGHIERI        |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |
| 26 | LA DIDATTICA COOPERATIVA:<br>QUANDO TUTTI SONO OK!                                       |                         |            |            |                              |                                             |                         |                                            |                                             |

**EDUCAZIONE CONSUMO CONSAPEVOLE - PROGETTI REALIZZATI ANNO 2020**

|                               | GENNAIO-FEBBRAIO | SETTEMBRE-DICEMBRE | TOTALE       |
|-------------------------------|------------------|--------------------|--------------|
| SCUOLE INFANZIA               | 8                | 1                  | 9            |
| SCUOLE PRIMARIE               | 60               | 2                  | 62           |
| SEC. 1° GRADO                 | 97               | 37                 | 134          |
| SEC. 2° GRADO                 | 91               | 89                 | 180          |
| <b>Totale</b>                 | <b>256</b>       | <b>129</b>         | <b>385</b>   |
| ALUNNI COINVOLTI              | 5.888            | 2.737              | 8.625        |
| INSEGNANTI COINVOLTI          | 385              | 273                | 658          |
| INCONTRI IN DAD               | -                | 326                | 326          |
| INCONTRI IN PRESENZA          | 631              | 139                | 770          |
| <b>Totale numero incontri</b> | <b>631</b>       | <b>465</b>         | <b>1.096</b> |







# Coop per la Scuola

SCUOLE ISCRITTE

**20.938**

SCUOLE ISCRITTE  
IN LOMBARDIA

**3.945**

PREMI RICHIESTI

**53.658**

VALORE PREMI

**10,7**  
MILIONI DI EURO

**L**a campagna **Coop per la Scuola**, nata nel 2013 per **sostenere le scuole del territorio in difficoltà per la carenza di risorse da destinare alle attrezzature tecnologiche e agli strumenti didattici**, dal 2019 è diventata una campagna a carattere nazionale, adottata da Coop Italia per tutte le grandi cooperative di consumo aderenti. Nel 2020 il progetto si è evoluto per rispondere alle nuove esigenze di studenti, famiglie e insegnanti, anche attraverso una **formazione specifica per favorire lo sviluppo di competenze** sulle nuove metodologie di insegnamento e apprendimento. Grazie al progetto **Didattica Digitale**, costruito in collaborazione con l'Università di Firenze (e con la partnership di Google for Education) **per accompagnare gli insegnanti all'uso del digitale**, è stato possibile ed è possibile ancora oggi partecipare a eventi formativi e consultare i materiali di approfondimento disponibili gratuitamente nella sezione dedicata. Hanno partecipato a questo progetto **12.119 docenti**. "Coop per la Scuola 2019" è stata **premiata come miglior Community program e miglior Programma CSR** (premio BGOOD). Il 2020 ha consolidato e superato i risultati ottenuti nella precedente edizione: le **scuole iscritte sono state 20.938**

(un record!) delle quali **3.945 in Lombardia** (+6% rispetto al 2019). Il **39,3%** sono **scuole dell'infanzia**, il **35,5%** **scuole primarie**, il **15,4%** **scuole superiori di primo grado**, il **6%** le **scuole superiori di secondo grado**, il **3,4%** **asili nido**.

I premi richiesti sono stati 53.658, l'area più apprezzata è stata quella "multimediale" (il 51,2%) che comprende notebook, LIM e monitor; a seguire le aree "cancelleria" e "creatività" (circa il 15% per entrambe), "didattica" con il 9%, "arredo" (5,2%), "sport" (4%) e "salute" (0,3%). Il portale dedicato [www.coopperlascuola.it](http://www.coopperlascuola.it) è stato visitato oltre 5 milioni di volte da circa 500.000 utenti.

## Una Mano per la Scuola

**N**el 2020 Coop Lombardia ha promosso nella propria rete commerciale **l'ottava edizione di Una Mano per la Scuola**, la raccolta solidale di materiale didattico a supporto delle famiglie in difficoltà con figli in età scolare.

La raccolta è stata realizzata in **40 negozi** di Coop Lombardia in due fine settimana di settembre: dal 18 al 20 con i volontari della rete delle associazioni territoriali QuBi e della Croce Rossa Italiana e dal 25 al 27 con i volontari della CARITAS e di altre 11 diverse associazioni.

Insieme ai volontari delle associazioni e ai Soci Coop, grazie anche all'impegno organizzativo del personale Coop, si sono raccolte donazioni di **oltre 95.017 prodotti per la didattica**, per un **valore pari a 201.640 euro**, con un incremento del 64% rispetto al 2019.



PRODOTTI DONATI

**95.017**

VALORE PRODOTTI DONATI

**201.640** EURO


**Alimentazione Bambini**  
*by Coop* *il sito che ti aiuta a nutrire meglio il tuo bambino*



ALIMENTAZIONE CORRETTA   SVEZZAMENTO   RICETTE PER BAMBINI   OBESITÀ INFANTILE   STILI DI VITA   MALATTIE INFANTILI   GIOCHI PER BAMBINI   LA REDAZIONE   Q. CERCA

**ARTICOLI IN PRIMO PIANO**



**La coppia in gravidanza**

Come evitare crisi di coppia in gravidanza, coinvolgere i papà nella venuta al mondo del figlio, preservare la sessualità in gravidanza e essere genitori felici.

[continua >>](#)



**Adolescenza: come affrontare problemi, cambiamenti e difficoltà**

L'adolescenza è un percorso di transizione, una fase di cambiamenti in cui il bambino diventa adulto, costruisce il proprio sistema di valori e impara a collocarsi nella società.

[continua >>](#)



**Enuresi notturna: impara come gestire la pipì a letto**

L'enuresi notturna non è un diffuso disturbo che consiste nell'involontario mancato controllo urinario durante il sonno e riguarda i bambini che hanno di 5 anni o più.

[continua >>](#)



**Persati per prendersi cura dei più piccini**

## Presidio web infanzia

**RICETTE PER BAMBINI**

**RICETTE PER BAMBINI 1-3 ANNI**



**Hamburger di fagioli borlotti**

I fagioli in questa ricetta si trasformano in un moderno hamburger, da consumare in un panino o con un contorno di pure di patate.

[continua >>](#)



**Polpettas di carciofi e ricotta**

Polpettas soffici e dolci che nascondono un cuore di carciofi.

[continua >>](#)

**RICETTE PER BAMBINI 4-10 ANNI**



**Cannoli sfiziosi con hummus alle carote**

Un'idea sfiziosa per far viaggiare l'hummus ai bambini e portare in tavola un piatto dal cuore buono e sano.

[continua >>](#)



**Waffle con uova e spinaci**

L'ideale per sostituire il solito panino, creando un piatto sano di colore e sapore.

[continua >>](#)

**A** partire dal 2009, Coop ha sviluppato un progetto di **educazione alimentare dell'infanzia** per contribuire alle azioni di prevenzione intraprese da governi, istituzioni e mondo scientifico. **Una precisa scelta etica**, fatta di **prodotti su misura** e di **campagne informative**, per stare a fianco delle famiglie e dare una risposta a un problema sempre più diffuso: quello dell'obesità infantile.

Il sito **www.alimentazionebambini.it**, curato da un Comitato Scientifico composto da esperti della **Società Italiana Obesità (SIO)** e dello **European Childhood Obesity Group (ECOG)**, si è confermato negli anni un punto di riferimento per le famiglie che qui possono trovare risposte specifiche alle loro esigenze.

Nel corso dell'anno 2020 il sito ha registrato una media di circa **100.000 visitatori unici al mese**. La rubrica **“Ricetta per bambini”** si riconferma la rubrica di maggiore successo seguita da **“L'Esperto Risponde”**.

# Giornata della Memoria

**P**er la **Giornata della Memoria**, che ricorre il 27 gennaio per ricordare la Shoah, le leggi razziali, la persecuzione italiana dei cittadini ebrei e le vite di tutti coloro che si sono opposti al progetto di sterminio, i **Comitati Soci Coop hanno potuto organizzare in presenza diverse iniziative**, tra cui la visita al **Binario 21**.

Innumerevoli gli **spettacoli teatrali sulla Shoah**: a Como *Invasione di campo. Storie di numeri sulla maglia e sulla pelle*, a Novate Milanese *Gino Bartali. Eroe silenzioso*, a Milano in via Arona *Il talmudista* e a Bonola *Voci da Ravensbruck*, a Voghera *Il rapporto tra il Cinema e la Shoah*, a Crema *Il sole non dovrebbe sorgere a Dachau*.

Numerosi appuntamenti hanno inoltre coinvolto le scuole con testimonianze, letture teatrali e incontri.

Particolarmente importante **La memoria del presente**, il 24 gennaio a Milano alla **Copernico Milano Blend Tower**: una riflessione che ha tenuto insieme la conoscenza e l'interpretazione di quanto accaduto con l'attualità. L'iniziativa è stata promossa da Coop Lombardia - Scuola Coop, dalla rivista Doppiozero (in particolare dal direttore Marco Belpoliti, massimo esperto della vita e delle opere di Primo Levi), dalla Fondazione Barberini, da Generazioni Legacoop, ANCC - Coop, Coop Alleanza 3.0, con il contributo di Coopfond.





# Consumatori, il magazine sempre al centro della vita cooperativa



Anche nel 2020 il magazine riservato alla comunità dei Soci e clienti Coop si è confermato un **importante strumento di informazione**. Ha affrontato mese dopo mese le difficoltà dovute all'evolversi della pandemia con l'obiettivo di non rinunciare al suo ruolo, al centro del circolo virtuoso tra edizione su carta in distribuzione nei punti vendita, edizione digitale e diffusione via social network.

LETTORI

**300.000**

Grazie a un'attenta gestione delle tirature, la rivista può contare su circa **300 mila lettori**, a cui propone contenuti di qualità a firma di personalità del calibro di **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, degli itinerari ciclabili e dei circoli cooperativi, con un occhio sempre attento alla valorizzazione dei territori e delle loro attrattive.

Dall'ultima **indagine SWG** 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.



# Partecipacoop e i social: la “voce” della Cooperativa

**S**in dai primi giorni dell'emergenza il sito **www.partecipacoop.org** e i **canali social**, in particolare Facebook e Youtube, sono stati utilizzati come **«voce» della Cooperativa** per informare e aggiornare tempestivamente Soci e utenti sulle tante e diverse iniziative messe in campo da Coop Lombardia. A partire dal 27 febbraio, sono state quotidianamente diffuse informazioni di servizio, contenuti istituzionali e contenuti di alleggerimento legati alla **campagna #iorestoacasa**. L'attività si è articolata secondo i filoni tematici, approfonditi e strutturati in base alle necessità: misure e cautele adottate dalla Cooperativa per far fronte all'emergenza, servizi utili offerti dalla Cooperativa, le azioni di solidarietà in corso, informazioni pratiche di supporto a Soci e clienti per la spesa di tutti i giorni e contenuti di alleggerimento in linea con #restiamoacasa.

Per gestire le interazioni sui vari canali è stata attivata una vera e propria task force al fine di identificare delle risposte appropriate da fornire di volta in volta, in base ai vari casi e alle varie segnalazioni sollevate dagli utenti.

**Partecipacoop** è diventato subito **uno dei principali strumenti per condividere tutti gli aggiornamenti relativi alla risposta della Cooperativa all'emergenza**, con notizie utili e comunicazioni ufficiali, veicolate e diffuse anche grazie alla newsletter della domenica mattina. Il portale ha registrato una **crescita sia di utenti (170.000, +136,1%) che di visualizzazioni di pagina (341.000, +124,3%)**. Tra i contenuti maggiormente visualizzati, il lancio di **CoD@Casa**, la disponibilità nei negozi delle mascherine monouso e l'estensione della consegna gratuita della spesa agli over 65.







**Facebook** è stato il principale canale di dialogo, attraverso il quale gli utenti hanno espresso il loro interesse, la loro empatia e le loro preoccupazioni rispetto a quanto stava accadendo.

Attraverso una comunicazione equilibrata e dal tono «istituzionale», la pagina ha raggiunto importantissimi risultati in termini di portata, coinvolgendo complessivamente **oltre 2 milioni di utenti nei soli mesi di marzo e aprile 2020**.

La pagina ha raggiunto il numero di **95.044 fan**, con una crescita del 2,6% rispetto al 2019. **Gli utenti unici** nel corso dell'anno sono stati **più di 7,6 milioni**, con un aumento del 35,4%.



Il canale **Instagram** è stato utilizzato soprattutto per pubblicare contenuti di argomento food, affiancati da Instagram Stories di intrattenimento, con contenuti creativi e coinvolgenti quali sondaggi, quiz e giochi. I **follower** sono cresciuti di oltre il 70%, raggiungendo quota **2.582**.



Nel 2020 l'attività su **LinkedIn** è cresciuta rispetto all'anno precedente: il canale ha raggiunto **20.678 follower** (+67,4%), ottenendo quasi **508.878 visualizzazioni** (+45,5%).

I contenuti si sono articolati tra temi istituzionali e di posizionamento del brand, quali per esempio le nuove aperture e le iniziative solidali, e i contenuti relativi alle risorse umane, tra cui la ricerca di personale e i career day.



La comunicazione via **Twitter**, **1.819 follower**, si è basata anche quest'anno su una semplice attività di presidio del canale, con rilancio dei contenuti salienti di Coop Italia. Pubblicazioni e visualizzazioni hanno registrato **due picchi**, uno a settembre (in particolare per l'**inaugurazione di Monza #CoopAutismFriendly**) e l'altro tra ottobre e novembre (**rinnovo Comitati Soci di Zona**).



Sul canale **YouTube** abbiamo creato una playlist dal titolo **#iorestoacasa** con Coop Lombardia, dedicata al periodo di emergenza e all'interno della quale sono stati caricati i video degli artisti «amici» della Cooperativa. Il video più visto è stato quello del **Milanese Imbruttito**, seguito da quello dei **Modena City Ramblers**.

*I post e le campagne più coinvolgenti*

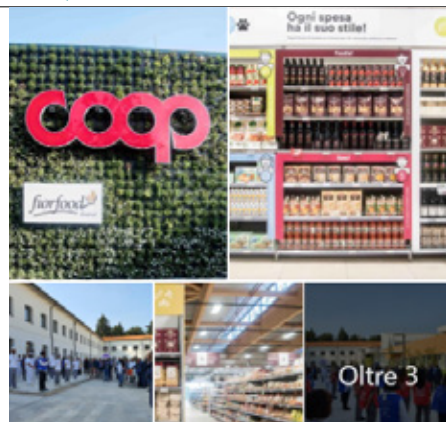


## POST FACEBOOK ARRIVANO LE MASCHERINE

L'immagine delle mascherine appena arrivate nei negozi: la Cooperativa risponde in maniera tempestiva a un'importante esigenza di Soci e clienti.

## POST FACEBOOK DUE MANI IN PIÙ

La gallery di immagini con i volti di Soci e volontari che sono scesi in campo durante l'emergenza.



## TOP POST LINKEDIN L'APERTURA DI MONZA VIA MARSALA

Tra i post più apprezzati, quelli dedicati alle nuove aperture, quali per esempio il racconto per immagini del negozio di Monza via Marsala.



## TOP STORIES INSTAGRAM I PANETTONI PIZZAUT

I panettoni prodotti dai ragazzi di PizzAut, laboratorio inclusivo per persone autistiche, distribuiti nei negozi Coop Lombardia.





# 6

## Testimonianze

*Per Coop Lombardia è molto importante ascoltare le voci degli stakeholder, 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.*





# Storie di solidarietà e resilienza: Coop Lombardia e i suoi partner

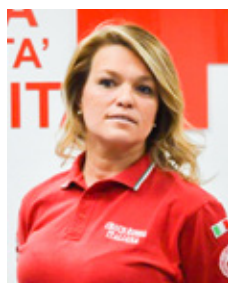


Abbiamo già avuto modo di sottolineare come la capacità di risposta all'emergenza della Cooperativa, in tutte le sue componenti, dai Soci volontari alla Direzione, abbia coinvolto a più livelli la rete di istituzioni, enti, aziende e associazioni sul territorio lombardo. Insieme ai suoi partner, Coop Lombardia ha scritto pagine importanti della storia delle comunità cui si rivolge, non solo mettendo in campo risorse e iniziative per intervenire tempestivamente ed efficacemente, ma anche condividendo una visione e un progetto di società solidale, inclusiva e sempre più coesa. Per raccontare queste storie di solidarietà e resilienza, siamo tornati a intervistare **Sabina Liebschner**, Presidente del Comitato lombardo di **Croce Rossa Italiana**, per riannodare il filo del discorso avviato l'anno scorso con un primo bilancio del sodalizio con la Cooperativa, e chiesto a **Lucilla Titta**, responsabile del programma SmartFood dell'**Istituto Europeo di Oncologia**, di riprendere il resoconto delle molteplici attività intraprese in tema di salute e prevenzione.

A queste testimonianze si aggiungono quella di **Nico Acampora**, fondatore di **PizzaAut**, laboratorio di inclusione sociale che ha dato vita a un ristorante gestito da persone autistiche, con cui la Cooperativa ha realizzato per il negozio di Monza via Marsala il concept del primo supermercato **Autism Friendly d'Europa**, e la voce di **Silvia Amodio**, fotografa, giornalista e documentarista, consulente per Coop per tanti progetti culturali e sociali, tra cui **Alimenta l'Amore**, una delle iniziative più amate dai consumatori e dai Soci Coop.

In conclusione, abbiamo voluto intervistare la collega **Valeria Soluri**, in **rappresentanza dei lavoratori di Coop Lombardia**, che in quest'anno così difficile e intenso sono stati i veri protagonisti dello straordinario impegno che la Cooperativa ha messo a servizio della comunità.

# “Insieme possiamo fare la differenza”: la collaborazione con Croce Rossa Italiana continua

**L**

a partnership con **Croce Rossa Italiana** si è evoluta nel corso dell'emergenza, crescendo al pari delle necessità emerse durante i servizi di assistenza condotti insieme. Le campagne **“Il tempo della gentilezza”** e **“Più forti insieme!”** hanno mobilitato centinaia di volontari nella consegna gratuita della spesa e dei farmaci a persone fragili, alla popolazione anziana e alle famiglie in difficoltà, oltre a raccogliere le donazioni solidali di Soci e clienti. Insieme, Coop Lombardia e CRI sono riusciti ad assistere migliaia di persone duramente provate dall'epidemia e dalle sue conseguenze.

Con **Sabina Liebschner**, Presidente del Comitato Regionale Lombardia di CRI, riprendiamo il discorso iniziato l'anno scorso, in occasione del Bilancio Sociale 2019.

## **Come si è sviluppata la collaborazione con Coop Lombardia nella seconda parte del 2020?**

*Possiamo definirla una collaborazione in costante crescita, non solo per la seconda parte del 2020, ma con ottimi risultati anche per il 2021. Oltre alla possibilità delle tre raccolte sul territorio lombardo, di cui due alimentari e una di materiale scolastico, molto positivo è stato anche il riscontro che abbiamo avuto alla donazione da parte dei Soci Coop dei kit alimentari a supporto delle tante famiglie che i Comitati Territoriali di Croce Rossa Italiana Lombardia aiutano quotidianamente. Una collaborazione che speriamo possa continuare, in modo da incrementare ulteriormente la nostra capacità di offrire aiuti al territorio.*



### **Quale impatto ritiene che abbiano avuto queste attività sui territori?**

*In un periodo di piena pandemia, grazie alla sinergia con Coop Lombardia, abbiamo fatto sentire le persone meno sole: oltre al supporto prettamente “materiale”, infatti, gli operatori di CRI, con empatia, professionalità e capacità di socializzazione, hanno creato un rapporto con le persone che hanno incontrato. Hanno condiviso con loro un bisogno, un sorriso, una stretta di mano virtuale, creando una preziosa rete di relazioni, composta da volontari di CRI Lombardia, Coop Lombardia e cittadinanza.*

### **Quali indicazioni possiamo trarre da questa esperienza per il futuro?**

*Guardando non solo all’esperienza del 2020 ma anche al 2021 e oltre, siamo sempre più convinti che sia fondamentale continuare un lavoro così importante: insieme possiamo essere una risorsa che fa la differenza nell’aiuto al territorio.*



SmartFood,  
una grande opportunità  
per fare prevenzione  
ed educazione alimentare





on l'Istituto Europeo di Oncologia, Coop Lombardia ha realizzato nei propri punti vendita una **campagna di prevenzione efficace** e di ampio respiro.

Abbiamo chiesto a **Lucilla Titta**, responsabile del Programma **SmartFood** dell'Istituto Europeo di Oncologia (IEO), di tracciare un bilancio dell'esperienza fino a oggi, al termine di un anno così complicato.





### **Come è proseguita la collaborazione con Coop Lombardia nella seconda parte del 2020?**

*La collaborazione tra Coop Lombardia e IEO per SmartFood, programma di scienze della nutrizione e comunicazione, è proseguita mantenendo l'obiettivo di informare i consumatori su come seguire una sana alimentazione nella vita di tutti i giorni, dalla colazione ai pasti principali, con informazioni nutrizionali scientifiche sugli alimenti, arrivando direttamente sulla tavola dei consumatori. L'obiettivo principale è rimasto quello di ridurre la distanza tra la scienza dell'alimentazione e la popolazione attraverso la spiegazione di come comporre un pasto salutare, quali sono i nutrienti fondamentali che ci devono essere e come scegliere frutta e verdura di stagione.*

### **Quali benefici hanno portato queste iniziative, per i consumatori?**

*SmartFood mira a promuovere uno stile di vita sano e a fornire strumenti pratici, per adattare le informazioni ottenute attraverso la ricerca scientifica alle abitudini alimentari quotidiane dell'individuo. Basando ciascuna attività sui risultati della ricerca scientifica, il programma di comunicazione è volto a fornire strumenti utili alla popolazione, al fine di effettuare scelte salutari e consapevoli. I consumatori hanno potuto quindi ottenere informazioni utili su come migliorare la propria alimentazione quotidiana attraverso una serie di strumenti messi a disposizione in-store, come le isole SmartFood e gli espositori. In particolare la comunicazione relativa all'importanza delle fibre nella dieta ha riscosso molto successo.*

### **Come valuta nel complesso la collaborazione con la Cooperativa?**

*SmartFood ha tra le sue priorità la prevenzione e per questo dedica un team di professionisti e nutrizionisti per il lavoro di ricerca scientifica. Coop Lombardia è stata la prima azienda della grande distribuzione a credere in questa iniziativa, con un riscontro più che positivo. La collaborazione con Coop Lombardia è assolutamente positiva, l'idea di arrivare direttamente nel carrello della spesa delle persone e in tavola è un'occasione incredibile di educazione alimentare. Ciò permette di entrare direttamente in contatto con i consumatori ed è per questo che abbiamo realizzato il progetto con grandissimo entusiasmo con l'obiettivo di portarlo avanti anche con diversi strumenti nel prossimo futuro.*





**C**oop Lombardia e **PizzAut**, l'associazione che ha ideato il locale gestito da persone autistiche, si sono incontrate alla fine del 2019. In appena un anno di conoscenza sono nate iniziative straordinarie, come l'idea di fare di Monza via Marsala **il primo supermercato d'Europa adatto ad accogliere le persone autistiche con le loro famiglie**. A raccontarci questa storia è **Nico Acampora**, educatore e fondatore di PizzAut.

#### **Come è nato il sodalizio con Coop Lombardia?**

*La cosa incredibile è che tutto nasce da una brutta esperienza, dal furto dei panettoni prodotti per raccogliere fondi per l'Associazione: è stato allora che Coop, appresa la notizia dalla stampa, ci ha contattati per risarcire almeno una parte della*



“Il progetto  
Autism Friendly  
è un segnale forte,  
di cultura  
e di valore”



*produzione. Un'iniziativa di charity, insomma, da cui però è nato molto di più: ci siamo confrontati a più riprese sul valore dell'inclusione, in particolare sulle difficoltà delle persone autistiche a fare la spesa nei supermercati, ambienti in cui il rumore, l'illuminazione e anche la comunicazione possono risultare fattori confusivi per loro. Coop ha accolto le nostre testimonianze e insieme abbiamo cominciato a pensare a un concept "Autism Friendly".*

### **Come si è articolata la vostra collaborazione?**

*Abbiamo curato la formazione del personale Coop, in parte a distanza ma anche in presenza, e la supervisione della dimensione Autism Friendly, verificando passo passo gli avanzamenti del progetto. Ma Coop Lombardia ci è stata vicina anche quando abbiamo dovuto chiudere per il lockdown: per non tenere fermi i ragazzi, non solo dal punto di vista lavorativo ma anche sociale, abbiamo pensato di attivare un food truck in cui continuare a produrre le nostre pizze e Coop ci ha sostenuto. Non solo ha partecipato con un finanziamento iniziale, ma ci ha chiamato a intervenire agli eventi organizzati sul territorio e, per Natale, ha distribuito i nostri panettoni nei punti vendita Coop.*







### **Qual è stata la risposta dei ragazzi e delle famiglie al nuovo format Autism Friendly?**

*Assolutamente positiva! I feedback che abbiamo avuto da loro, ma anche dalle associazioni e dai frequentatori dei nostri canali social, sono stati molto incoraggianti. Il supermercato Coop di Monza è stato percepito come un luogo attento ai bisogni delle famiglie, e molti ci hanno scritto non solo da Milano, ma anche da Lecco, Como e Novara per dirci che vanno là a fare la spesa.*

### **Quali sono gli aspetti che ritiene più interessanti, di questa esperienza con Coop?**

*Prima di tutto, il fatto che non sia stata una semplice iniziativa di charity, ma abbia dato vita a una vera e propria assunzione di responsabilità sociale, scegliendo di formare il proprio personale per relazionarsi con le persone autistiche e le loro famiglie, dando quindi un segnale di vicinanza alle oltre 150 mila persone autistiche in Lombardia e alle oltre 600 mila in Italia. Un segnale forte, di cultura e di valore, che crescerà nel tempo.*

# La solidarietà, l'amore per gli animali ma anche una finestra sul mondo: tutto questo è Alimenta l'Amore

**A**

limenta l'Amore è tra le iniziative più amate di Coop Lombardia, di cui i consumatori e i Soci Coop conoscono soprattutto gli aspetti legati alla raccolta solidale di cibo e alle mostre fotografiche che raccontano della relazione, unica e profonda, che intrecciamo con il nostro animale domestico. Tuttavia **Alimenta l'Amore è soprattutto un progetto culturale**, che nel promuovere un corretto rapporto uomo-animale offre un punto di vista alternativo e sempre in evoluzione sulla nostra società. Ne parliamo con **Silvia Amodio**, fotografa, giornalista e documentarista, ideatrice e coordinatrice di questo e di altri progetti culturali e sociali capaci di portare i valori Coop nel dibattito pubblico.

## Come nasce il suo rapporto di collaborazione con Coop Lombardia?

*Lavoravo per Coop Italia a un progetto molto interessante, in collaborazione con l'Università e Museo di Storia Naturale di Firenze, sui pipistrelli. Lo scopo era quello di sensibilizzare il pubblico sull'importanza di questi animali nel nostro ecosistema attraverso la vendita dei nidi (bat box), da appendere in giardino o sul balcone. Chi voleva, attraverso un questionario che trovava nella confezione, poteva informare i ricercatori se i pipistrelli colonizzavano il nido e aiutare a raccogliere informazioni utili per lo studio dei chiroteri. Un vero e proprio progetto di citizen science, a cui i cittadini hanno contribuito attivamente. Una presentazione del lavoro è stata fatta a Milano, dove ho conosciuto i colleghi lombardi. Grazie*



*ai miei studi - ho una laurea in Filosofia con una tesi sulle competenze linguistiche dei delfini - e al mio grande amore e alla curiosità nei confronti gli animali, mi sono poi stati affidati i progetti che riguardano gli animali domestici.*

**Quale impatto hanno avuto sul pubblico le iniziative di Alimenta l'Amore?**

*È una campagna alla quale tengo moltissimo. A oggi abbiamo raccolto oltre 2 milioni di pasti per animali che ne hanno bisogno, ma non è solo una raccolta cibo: Alimenta l'Amore è un vero e proprio progetto culturale, nato come pilota a Milano in collaborazione con il Comune e poi rapidamente diffuso in molte altre città della Lombardia, e al quale hanno preso parte intellettuali, artisti e studiosi delle più svariate discipline. Attraverso libri, mostre fotografiche e conferenze promuoviamo una corretta relazione tra l'uomo e gli animali. Un evento molto atteso, per esempio, è lo shooting fotografico al Castello*







*Sforzesco, dove ritraggo le persone con il proprio pet: l'affluenza è talmente alta che le persone aspettano pazientemente, anche diverse ore, il proprio turno. Anche il calendario che firmiamo a quattro mani con Bruno Bozzetto è un altro appuntamento molto gradito. Durante il lockdown ci aspettavamo un calo delle donazioni di cibo. Questo non è successo, a dimostrazione che nonostante le difficoltà gli animali hanno un ruolo importante nelle nostre vite: sono membri della famiglia a tutti gli effetti.*

### **Come giudica l'esperienza di lavorare con la Cooperativa?**

*Lavorare per il mondo Coop fa capire la differenza tra una società cooperativa e un'azienda tradizionale. I Soci, che sono il cuore della Cooperativa, partecipano attivamente ai progetti e grazie a loro nascono nuove idee e spunti. Nei miei lavori, come giornalista, fotografa e documentarista, ho sempre cercato di legare etica ed estetica per sdoganare argomenti di cui difficilmente si vuole sentir parlare. Mi sono occupata della diffusione dell'Aids in Sudafrica, della pedofilia clericale, dei bambini lavoratori in Perù, dell'albinismo, della malnutrizione in Burkina Faso e del tumore al seno. Ho trovato nello spirito di Coop terreno fertile per far conoscere temi che mi stanno a cuore. Apprezzo anche l'attenzione che Coop riserva, da molti anni, all'ambiente. È giunto il momento di riconciliarci con la natura e assumerci ognuno le nostre responsabilità, prima che sia davvero troppo tardi.*



# “I nostri occhi comunicavano più di mille parole”

**I** lavoratori Coop Lombardia non si sono mai fermati: anche nelle fasi più critiche dell'emergenza, **hanno lavorato per garantire il servizio**, adottando tutte le misure necessarie per tutelare la propria salute e quella dei Soci e dei clienti. Ma come hanno vissuto questo difficile periodo? Cosa rimane, oggi, di quella esperienza? Lo abbiamo chiesto a **Valeria Soluri**, responsabile Accoglienza Soci e clienti Ipercoop Bonola.

## Come hai vissuto l'anno del Covid?

*L'anno del Covid ha segnato molto profondamente le nostre esistenze, le relazioni umane e i rapporti interpersonali sono stati quasi annullati. Siamo stati quotidianamente presenti sul lavoro all'Ipercoop, ma abbiamo vissuto isolati anche quando, pur nei limiti stabiliti e con gli ingressi contingentati, il negozio era pieno di Soci e clienti. Durante il lockdown sembrava di vivere in un film dove improvvisamente sono scomparse le persone. Noi svolgevamo un servizio essenziale, ero inquieta perché per venire al lavoro o tornare a casa non incontravo più nessuno... Un pericolo così subdolo e invisibile ha generato paure profonde e una tensione continua, non sapevamo a cosa stavamo andando incontro. Io ho subito questo cambiamento: in parte ho perso la mia spontaneità e mi spaventa il pensiero che non sia ancora finita. Eppure con tutto questo - o meglio, nonostante tutto questo - non è mai mancata la solidarietà e la vicinanza tra colleghi, i nostri occhi comunicavano più di mille parole.*

## Cosa ti ha colpito di più nei comportamenti dei Soci e dei clienti?

*Intanto è stato importante e rassicurante che Coop abbia pensato subito alla nostra tutela: le protezioni trasparenti posizionate immediatamente nelle casse, tutte le protezioni*





*individuali - mascherine, gel, guanti, schermi - e anche gli ingressi contingentati. Penso che tutti questi provvedimenti abbiano contribuito a creare attenzione e rispetto dei clienti verso di noi, che lavorando garantivamo quotidianamente il servizio. Abbiamo subito notato cambiamenti nei comportamenti di acquisto: a Bonola i clienti e i Soci erano abituati a fare una piccola spesa quotidiana, mentre con la pandemia la spesa è diventata meno frequente e i carrelli arrivavano alle casse stracolmi. Le code si mantenevano distanziate e in generale tutti erano più rispettosi e pazienti. Ora che il clima è cambiato, noto minore attenzione, alla paura si è sostituita l'insofferenza, anche se la maggioranza dei clienti mantiene comportamenti adeguati al rischio ed è rispettosa del nostro lavoro.*

### **Cosa resterà di questa difficile esperienza?**

*Dentro di noi rimarranno i tanti episodi di generosità e solidarietà che hanno rafforzato i legami tra le persone, non solo tra colleghi, ma anche con i Soci e clienti. Di fondamentale importanza sono stati i volontari, che abbiamo visto fortemente impegnati per garantire la tenuta dei legami sociali e offrire il loro aiuto ai più deboli. Penso che questa generosità potrà essere un'eredità e un patrimonio anche per il futuro. Tantissimi giovani hanno sperimentato nuovi legami con la comunità, non sono stati alla finestra a criticare, ma si sono dati da fare per aiutare il prossimo: questa esperienza, così formativa, sicuramente resterà. E questo mi aiuta ad avere speranza per il futuro.*







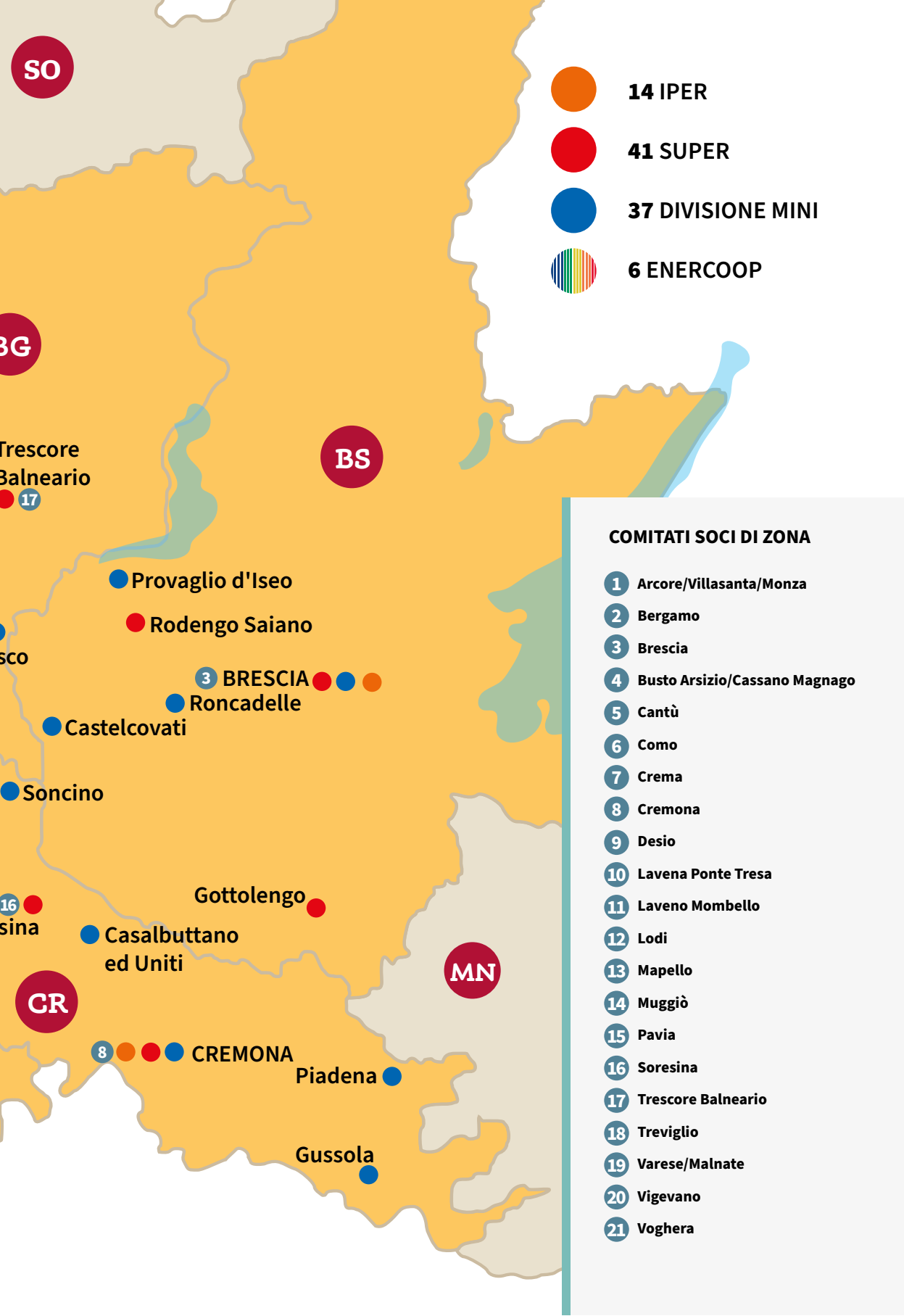


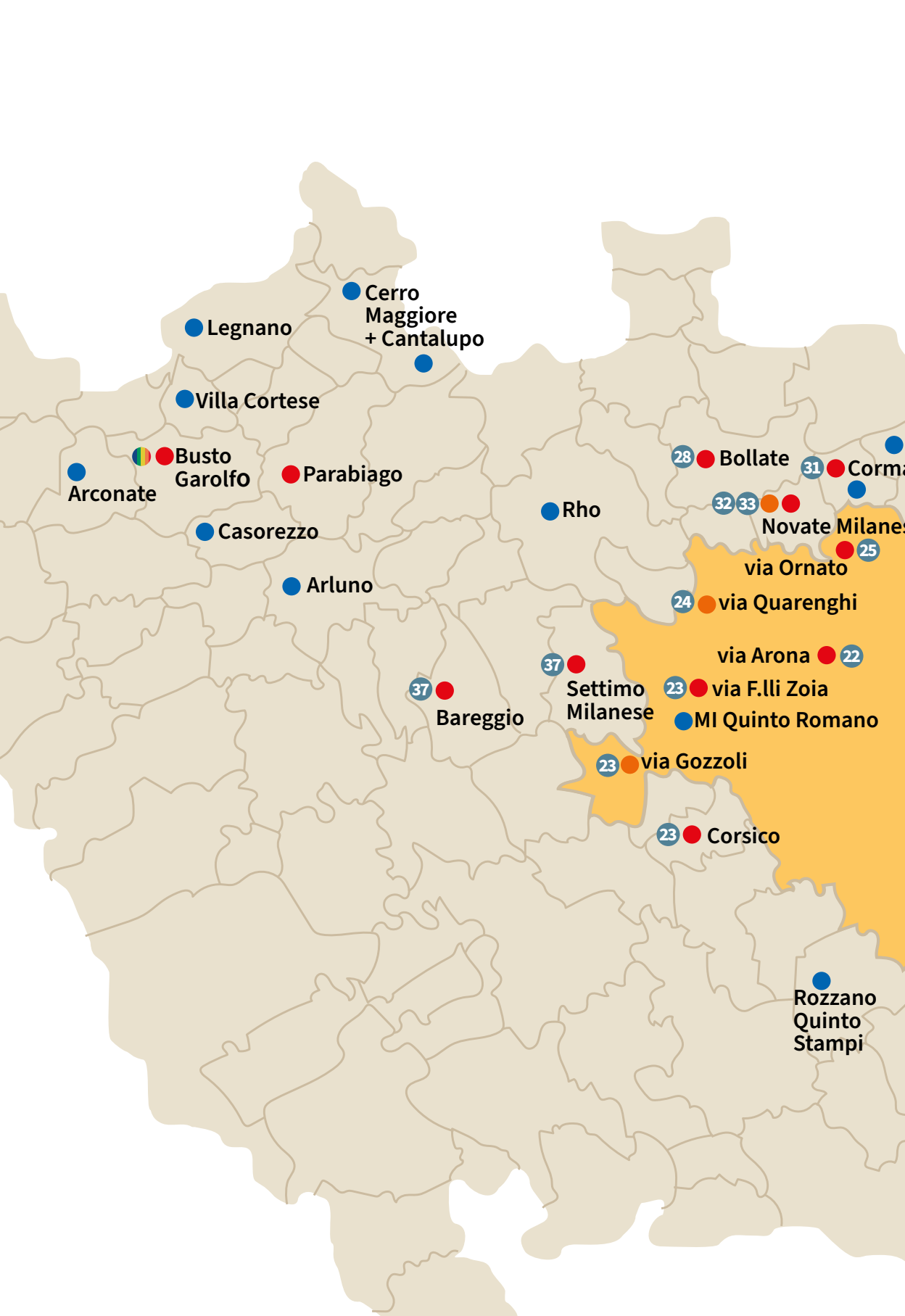
# 7

## 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 negozi di prossimità, per una presenza sempre più capillare e disegnata sulle esigenze dei Soci e dei consumatori.*







7 IPER



19 SUPER



16 DIVISIONE MINI



2 ENERCOOP



Trezzo  
sull'Adda

30 Cinisello Balsamo

Cusano Milanino  
+ Brusuglio

36 Sesto San Giovanni

via Chiese 36

26 via Palmanova

Bussero

Gorgonzola

29  
Cassano  
D'Adda

38 Vignate

MI

viale Umbria 27

35  
Peschiera Borromeo

via Rogoredo 27

Paullo

34 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



ipermercati



supermercati  
superstore



mini

|                                                              | 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 | Prestito Sociale | Assicurazioni e prodotti finanziari | Distributori carburante | Ricarica auto elettriche | Alimenta l'Amore |
|--------------------------------------------------------------|--------------|-----------------|------------------------|-----------|-----------------|-------------------|---------------|------------|-------------------|------------------------|-----------|---------------------|------------------------------------|------------------|-------------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------|
| <b>MILANO</b>                                                |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Milano</b><br>via Gozzoli 130                             | ●            |                 | ●                      | ●         | ●               |                   | ●             |            | ●                 | ●                      | ●         | ●                   | ●                                  | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Milano</b><br>viale Umbria                                |              |                 | ●                      | ●         |                 | ●                 | ●             | ●          | ●                 | ●                      | ●         | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Milano</b><br>via Quarenghi 23                            |              |                 | ●                      | ●         | ●               | ●                 | ●             |            | ●                 | ●                      |           | ●                   | ●                                  | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Novate Milanese</b><br>via Amoretti                       |              | ●               | ●                      | ●         |                 |                   | ●             | ●          | ●                 | ●                      |           | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Peschiera Borromeo</b><br>via Liberazione 8               | ●            |                 |                        | ●         |                 |                   | ●             | ●          | ●                 | ●                      | ●         | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Sesto S. Giovanni</b><br>viale Sarca 1                    |              |                 |                        | ●         |                 | ●                 | ●             | ●          | ●                 | ●                      | ●         | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Vignate</b><br>Strada Provinciale 103<br>ang. via Galilei |              | ●               |                        | ●         |                 |                   | ●             |            | ●                 | ●                      |           | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Milano</b><br>via F. Von Hayek 4<br>(via Chiese)          |              |                 | ●                      | ●         |                 |                   |               | ●          | ●                 | ●                      |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          | ●                |
| <b>Milano</b><br>via Palmanova                               |              |                 | ●                      | ●         | ●               |                   |               | ●          |                   |                        | ●         | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Milano</b><br>via Arona 15                                |              |                 | ●                      | ●         |                 | ●                 |               | ●          | ●                 | ●                      |           |                     | ●                                  | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Milano</b><br>via Ornato 28                               |              |                 | ●                      | ●         | ●               | ●                 |               |            |                   | ●                      |           | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Milano</b><br>via F.lli Zoia 88                           |              |                 | ●                      | ●         | ●               |                   |               |            |                   | ●                      |           |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Milano</b><br>via Rogoredo                                |              |                 | ●                      | ●         | ●               |                   |               |            |                   | ●                      |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          | ●                |
| <b>Bareggio</b><br>via A. De Gasperi 1                       |              |                 | ●                      | ●         |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Bollate</b><br>via Vespucci 8                             |              |                 | ●                      | ●         | ●               |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          | ●                |
| <b>Busto Garolfo</b><br>via Arconate 120                     | ●            |                 |                        | ●         | ●               |                   |               |            | ●                 | ●                      | ●         |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Cassano D'Adda</b><br>strada Statale 11                   |              |                 |                        | ●         | ●               |                   |               | ●          | ●                 | ●                      | ●         | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |



**ipermercati**



**supermercati  
superstore**



**mini**

|                                                    | 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 | Prestito Sociale | Assicurazioni e prodotti finanziari | Distributori carburante | Ricarica auto elettriche | Alimenta l'Amore |
|----------------------------------------------------|--------------|-----------------|------------------------|-----------|-----------------|-------------------|---------------|------------|-------------------|------------------------|-----------|---------------------|------------------------------------|------------------|-------------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------|
| <b>MILANO</b>                                      |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Cinisello Balsamo</b><br>via Garibaldi 65       |              |                 |                        | ●         | ●               |                   |               |            |                   |                        |           | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          |                  |
| <b>Cormano</b><br>via Gramsci                      |              |                 |                        | ●         |                 |                   |               | ●          |                   |                        |           |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Corsico</b><br>piazza F.lli Cervi 10            |              |                 |                        | ●         | ●               |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Novate Milanese</b><br>via Brodolini            |              | ●               | ●                      | ●         |                 |                   |               |            | ●                 |                        |           |                     | ●                                  | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Opera</b><br>via A. Diaz 1                      |              |                 |                        | ●         |                 |                   |               |            | ●                 | ●                      |           |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Parabiago</b><br>Via Bonaventura<br>Cavalieri 6 | ●            |                 |                        | ●         |                 |                   |               |            | ●                 | ●                      | ●         |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         | ●                        |                  |
| <b>Peschiera Borromeo</b><br>via A. Moro 1         |              |                 |                        | ●         | ●               |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          | ●                |
| <b>Sesto S. Giovanni</b><br>viale Italia 4         |              |                 |                        | ●         | ●               | ●                 |               |            |                   |                        |           |                     | ●                                  | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Settimo Milanese</b><br>via Reiss Romoli 18     |              |                 | ●                      | ●         | ●               |                   |               | ●          |                   |                        |           | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Arconate</b><br>contrada Sant'Eusebio 4         | ●            |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Arluno</b><br>via Villoresi 29                  |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Bussero</b><br>viale Europa 15C                 | ●            |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Cantalupo</b><br>p.za A. Bollati 3 Cerro M.     |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Casorezzo</b><br>via Busto Garolfo 60           |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Cerro Maggiore</b><br>via Cervino 3             |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Cinisello Balsamo</b><br>via S. Paolo 4/9       |              |                 |                        | ●         |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Cormano Brusuglio</b><br>via Cesare Beccaria 11 |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Cusano Milanino</b><br>viale G. Matteotti 29    |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |

# TABELLA DEI SERVIZI

|  <b>ipermercati</b><br> <b>supermercati<br/>superstore</b><br> <b>mini</b> | 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 | Prestito Sociale | Assicurazioni e prodotti finanziari | Distributori carburante | Ricarica auto elettriche | Alimenta l'Amore |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------|------------------------|-----------|-----------------|-------------------|---------------|------------|-------------------|------------------------|-----------|---------------------|------------------------------------|------------------|-------------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------|
| <b>Gorgonzola</b><br>via Arduino Ratti 19                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ●            |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Legnano</b><br>via Barbara Melzi 101                                                                                                                                                                                                                                                                                       |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Milano Quinto Romano</b><br>via G. Chiostergi 13                                                                                                                                                                                                                                                                           |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Paullo</b><br>via Milano 51                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ●            |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Rho</b><br>via Gen. A. Diaz 13                                                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Rozzano</b><br>via Franchi Maggi 102                                                                                                                                                                                                                                                                                       |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Trezzo sull'Adda</b><br>piazza Italia 1                                                                                                                                                                                                                                                                                    |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Villa Cortese</b><br>via Galileo Ferraris 9                                                                                                                                                                                                                                                                                | ●            |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>BERGAMO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Mapello</b><br>via St. Regia SS 342<br>Briantea                                                                                                                                                                                                                                                                            |              | ●               |                        | ●         |                 |                   |               |            |                   | ●                      |           |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Treviglio</b><br>viale Monte Grappa 31                                                                                                                                                                                                                                                                                     |              | ●               |                        | ●         |                 |                   |               | ●          |                   | ●                      |           |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Bergamo</b><br>via Autostrada<br>ang. via Pietro Spino                                                                                                                                                                                                                                                                     | ●            |                 | ●                      | ●         |                 |                   |               | ●          |                   | ●                      | ●         |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Trescore Balneario</b><br>via Grazia Deledda                                                                                                                                                                                                                                                                               |              |                 |                        | ●         |                 |                   |               |            |                   | ●                      |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          | ●                |
| <b>Treviglio</b><br>viale Merisio                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ●            |                 |                        | ●         |                 |                   |               |            |                   | ●                      |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Bergamo</b><br>via Broseta 68                                                                                                                                                                                                                                                                                              |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Palosco</b><br>via S. Lorenzo 33                                                                                                                                                                                                                                                                                           |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |



**ipermercati**



**supermercati  
superstore**



**mini**

|                                                    | 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 | Prestito Sociale | Assicurazioni e prodotti finanziari | Distributori carburante | Ricarica auto elettriche | Alimenta l'Amore |
|----------------------------------------------------|--------------|-----------------|------------------------|-----------|-----------------|-------------------|---------------|------------|-------------------|------------------------|-----------|---------------------|------------------------------------|------------------|-------------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------|
| <b>BRESCIA</b>                                     |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Brescia</b><br>Via Sorelle Ambrosetti 10        | ●            |                 |                        | ●         |                 |                   | ●             |            | ●                 | ●                      | ●         |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         | ●                        | ●                |
| <b>Brescia</b><br>via Mantova 104                  |              |                 |                        | ●         |                 |                   |               | ●          | ●                 | ●                      |           | ●                   | ●                                  | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Gottolengo</b><br>via Brescia 7/A               |              |                 |                        | ●         |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Rodengo Saiano</b><br>via Lombardia 7           | ●            |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Brescia</b><br>via Vittorio Veneto              |              |                 |                        | ●         |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Castelcovati</b><br>via Urago D'Oglio 6A        | ●            |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Provaglio d'Iseo</b><br>via Alcide de Gasperi 2 |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Roncadelle</b><br>via G. Marconi 42             |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          |                  |
| <b>COMO</b>                                        |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Cantù</b><br>via Lombardia 68                   | ●            | ●               | ●                      | ●         |                 |                   | ●             |            | ●                 | ●                      |           | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Como</b><br>via Cecilio 4                       | ●            |                 |                        | ●         |                 |                   | ●             |            | ●                 | ●                      | ●         |                     |                                    | ●                | ●                                   |                         | ●                        | ●                |
| <b>Albate</b><br>via Giuseppe Merzario 4           |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          | ●                |
| <b>Capiago</b><br>via Papa Giovanni XXIII 5        |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          | ●                |
| <b>CREMONA</b>                                     |              |                 |                        |           |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    |                  |                                     |                         |                          |                  |
| <b>Crema</b><br>via G. La Pira 12                  |              | ●               | ●                      | ●         |                 |                   | ●             |            | ●                 | ●                      | ●         | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         | ●                        | ●                |
| <b>Cremona</b><br>via Castelleone 108              |              |                 |                        | ●         |                 |                   | ●             |            | ●                 | ●                      |           | ●                   |                                    | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Cremona</b><br>via del Sale                     |              |                 |                        | ●         | ●               |                   |               |            |                   |                        |           |                     | ●                                  | ●                | ●                                   |                         |                          | ●                |
| <b>Soresina</b><br>via Guida 4                     |              |                 |                        | ●         |                 |                   |               |            |                   |                        |           |                     |                                    | ●                |                                     |                         |                          | ●                |

# TABELLA DEI SERVIZI



ipermercati



supermercati  
superstore



mini

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

Prestito Sociale

Assicurazioni  
e prodotti finanziari

Distributori carburante

Ricarica auto elettriche

Alimenta l'Amore

## CREMONA

**Casalbuttano ed Uniti**  
via Capellana 18

**Cremona**  
via Cà del Vescovo 1

**Gussola**  
via Gardinazzi 16

**Piadena**  
via A. Orlandi 30

**Soncino**  
via Antonio Gramsci 7

## LECCO

**Merate**  
via Goffredo Mameli 2D

## LODI

**Lodi**  
viale Pavia 102

**Tavazzano con Villavesco**  
via A. Gramsci 27B

## MONZA BRIANZA

**Desio**  
via Borghetto angolo  
via Milano

**Monza**  
via Lecco 32

**Monza**  
via Marsala 24

**Muggiò**  
viale Repubblica 86

**Arcore**  
via Gilera 8

**Cavenago**  
via 24 Maggio 6

**Cornate d'Adda**  
via Schenoni Crispino 5

**Villasanta**  
p.za Martiri della Libertà 2



[illegible]

**Gruppo di lavoro sul Bilancio Sociale  
di Coop Lombardia**

Daniela Preite, Alfredo De Bellis  
Maurizio Margutti, Valter Molinaro  
Andrea Pertegato, Francesco Mastroieni  
Morena Bruni, Gianfranco Di Scioscio  
Elena Uberti, Anna Di Silvestro  
Cristina Redi, Luca Conte (ALCC)

**Progetto grafico**

**Glifo s.c.:**

Sonia Adavastro  
Luciano Ferro  
Antonio Galesi  
[www.studioglifo.it](http://www.studioglifo.it)

**Coordinamento e adattamento editoriale**

**Echo s.c.:**

Armando Barone  
Francesca Monza  
[www.echo.pv.it](http://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](http://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](mailto:info.soci@lombardia.coop.it)  
Coop Lombardia  
Viale Famagosta 75  
20142 Milano

Stampato su carta  
certificata F.S.C.

Giugno 2021



