

2015



# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

**SOCI**

dipendenti  
consumatori  
fornitori locali

SINTESE  
BILANCIO  
DI  
SOSTENIBILITÀ  
2015





Unicoop Tirreno

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2

progetto grafico e impaginazione Studiografico **M** di Piombino (LI)  
stampa **Centro Stampa** Coop di Vignale Riortorto (LI)

a cura della **Direzione Soci e Comunicazione** di Unicoop Tirreno  
in collaborazione con l'**Istituto di Management della Scuola Superiore di Studi Universitari e di Perfezionamento Sant'Anna** di Pisa



# lettera ai soci



*cari soci*

vi presentiamo nelle prossime pagine una sintesi del **Bilancio di Sostenibilità 2015**, che potrete trovare integralmente sul nostro sito internet [www.unicooptirreno.it](http://www.unicooptirreno.it).

Il **Bilancio di Sostenibilità** risponde all'esigenza di rendicontare in piena trasparenza l'impegno di Unicoop Tirreno nella difesa del potere d'acquisto del consumatore e nella tutela del suo benessere, così come nella salvaguardia dell'ambiente e nel rispetto di voi soci, che insieme ai nostri lavoratori, rappresentate la risorsa più importante.

Un impegno quotidiano che rimane saldo anche di fronte ai cambiamenti socioeconomici, con un 2015 ancora segnato dalle difficoltà del Paese e da quelle societarie. Nel 2015, infatti, sono state portate a compimento importanti azioni di riorganizzazione della nostra rete vendita. In particolare si è intervenuti sui punti storicamente critici, grazie anche al rapporto

costruito con le tre cooperative del Distretto Adriatico, nel frattempo unitesi in Coop Alleanza 3.0.

Nel 2015 Unicoop Tirreno ha anche festeggiato il suo 70° compleanno. Per la Cooperativa tale ricorrenza è stata l'occasione per ricordare con riconoscenza tutti coloro che hanno reso possibile la realizzazione di una storia straordinaria, ma anche per avviare una riflessione sul futuro. Proprio pensando al futuro abbiamo deciso di segnare il settantesimo con un'azione dedicata ai giovani attraverso il bando *Coopstartup Unicoop Tirreno*. Con l'auspicio di accrescere sempre più il senso di appartenenza, la fiducia nella Cooperativa e la condivisione dei suoi valori, vi auguro buona lettura.

Il Presidente

**Marco Lami**

3

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



# chi siamo



**Unicoop Tirreno** è una cooperativa di consumatori, cioè una società autonoma di proprietà comune dei soci, persone che si uniscono volontariamente per soddisfare esigenze economiche, sociali e culturali. Essa persegue, senza fini di speculazione privata e con carattere di mutualità, la funzione sociale riconosciuta alla cooperazione dall'articolo 45 della Costituzione.

Nata nel 1945 a Piombino, sotto il nome de **La Proletaria** con 30 soci e 3 dipendenti, Unicoop Tirreno conta oggi **989.705 soci**, **4.228 dipendenti** e una rete di **112 punti vendita** (dati riferiti al 31.12.2015 per il Gruppo Unicoop Tirreno).

La missione di Unicoop Tirreno è esplicitata nello **Statuto** e nella **Carta dei Valori** e si riassume nel migliorare la situazione economica e sociale dei propri soci, attraverso il principio di mutualità.

## la missione di Unicoop Tirreno



**1. Procurare ai soci beni e merci di qualità, a prezzi e condizioni vantaggiose**



**2. Rafforzare il ruolo del movimento cooperativo**



**3. Stimolare lo spirito di previdenza e di risparmio dei soci e favorire l'educazione ai consumi**



**4. Promuovere l'organizzazione del tempo libero, lo spirito di solidarietà e lo sviluppo della vita associativa dei soci**



**5. Contribuire allo sviluppo socioeconomico nei territori in cui opera e alla salvaguardia dell'ambiente**



**6. Stimolare una attività partecipazione dei soci alla vita della Cooperativa**

Il modello di governo della Cooperativa racchiude in sé organismi e strumenti per la partecipazione dei soci alle scelte aziendali, nonché la struttura preposta al raggiungimento degli scopi di impresa.

I primi sono riportati nella sezione dedicata alla rappresentatività dei soci.

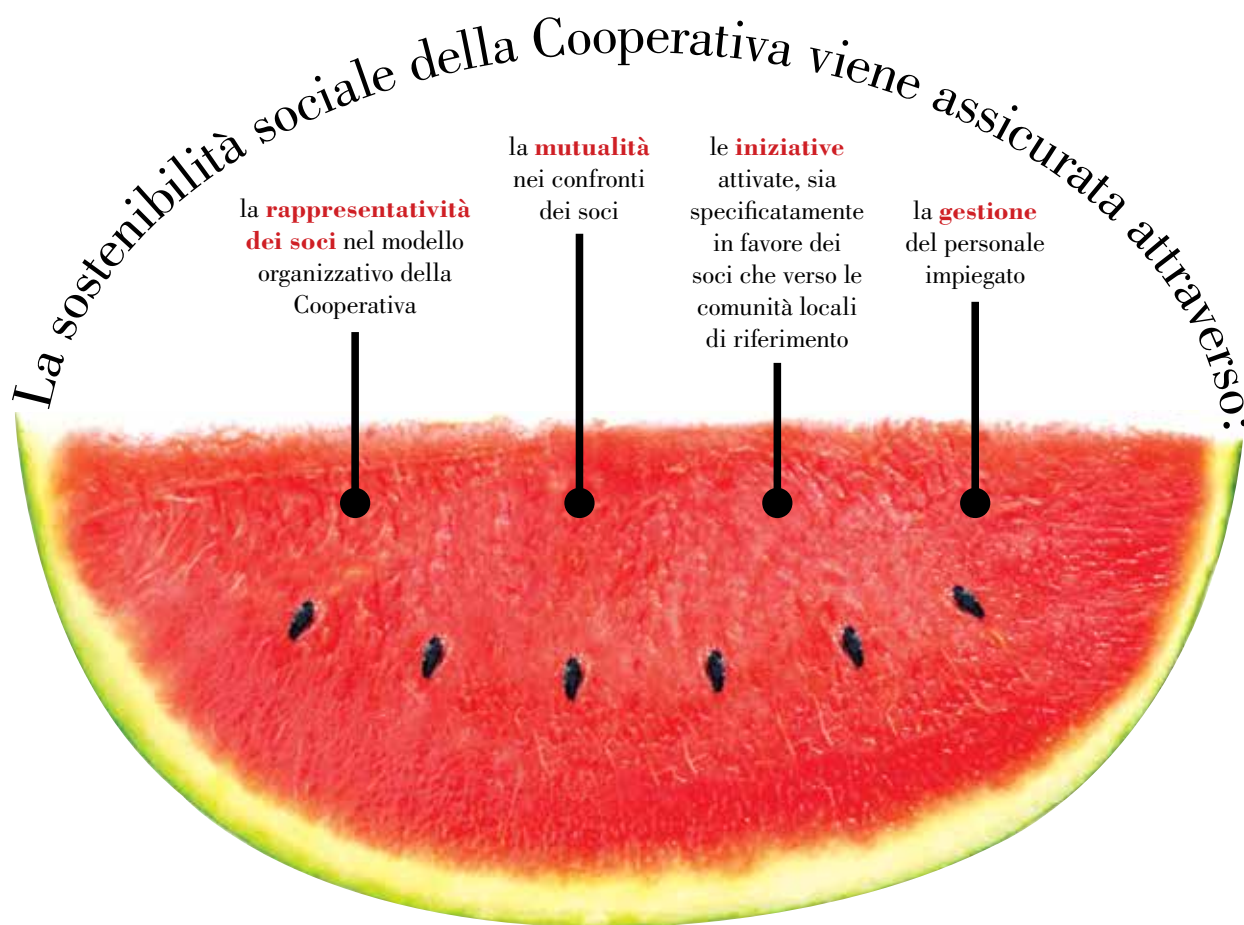
La struttura gestionale è articolata in tre unità principali sotto cui vengono suddivise responsabilità gestionali ed operative: la Presidenza, la Direzione Centrale Attività Caratteristica e la Direzione Centrale Finanza, Patrimonio e Bilancio. I Direttori, come da Statuto, vengono nominati dal Consiglio di Amministrazione, diretta espressione della proprietà della Cooperativa, cioè dei soci.

Con l'adozione del *Modello di organizzazione gestione e controllo* ex D.Lgs. 231/01, Unicoop Tirreno ha introdotto regole e procedure di controllo idonee alla prevenzione di comportamenti potenzialmente a rischio – tradotte in uno specifico **Codice di condotta** – e ha istituito un apposito **Organismo di vigilanza** indipendente.

# sostenibilità sociale

5

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



## soci

### La rappresentatività dei soci

La base sociale è costituita da tutti i soci che hanno acquistato una quota sociale. Nel 2015 i soci erano **989.705**, di cui il 56,8% donne, articolati in **29** sezioni soci e **82** comitati comunali. Per stimolare una attiva partecipazione dei soci alla vita della Cooperativa, lo Statuto di Unicoop Tirreno prevede la presenza di una serie di organismi.

### ORGANISMI DI GOVERNANCE UNICOOP TIRRENO

#### Sezioni Soci

I soci della Cooperativa sono organizzati in 29 Sezioni Soci territoriali costituenti unità organiche del corpo sociale.

Le Sezioni Soci hanno il compito: **A** di mantenere vivo e di consolidare tra i soci il vincolo associativo, proprio dell'organizzazione Cooperativa; **B** di instaurare e coltivare rapporti organici tra il Consiglio di Amministrazione e la collegialità dei soci; **C** di stimolare un attivo interessamento ed una partecipazione dei soci ai problemi e

alla vita dell'impresa Cooperativa; **D** di promuovere e realizzare sul territorio iniziative specifiche che favoriscano la tutela, l'informazione e l'educazione dei consumatori nonché la qualificazione dei consumi, oltre ad iniziative culturali e socialmente utili. Ogni Sezione Soci elegge un Comitato Direttivo e, all'interno di quest'ultimo, un Presidente e uno o più Vice Presidenti.

#### Consulta delle Presidenze delle Sezioni Soci

È costituita dalla riunione dei Presidenti e dei Vice Presidenti di tutte le Sezioni Soci.

#### Consulta delle Sezioni Soci

È costituita dalla riunione dei Comitati Direttivi delle Sezioni Soci.

#### Consiglio di Amministrazione

Il CdA è titolare esclusivo della gestione dell'impresa e del compimento delle operazioni necessarie all'attuazione dell'oggetto sociale.

Il Consiglio di Amministrazione viene eletto dall'Assemblea generale dei soci.

Gli amministratori della Cooperativa devono essere scelti tra i Soci cooperatori e finanziatori.

#### Assemblee Autonome

Coincidono di norma con il territorio delle Sezioni Soci e possono essere convocate dal Presidente del CdA anche su richiesta del

Comitato Direttivo Sezione Soci o di un centesimo dei soci iscritti nella Sezione.

Vi partecipano i Soci che risultano iscritti al Libro Soci da almeno 3 mesi.

Possono discutere del Bilancio Preventivo annuale, nonché dei programmi di sviluppo della Cooperativa.

#### Assemblee Separate

Coincidono di norma con il territorio delle Sezioni Soci e sono convocate ai sensi dello Statuto Sociale dal CdA. Vi hanno diritto di voto i Soci iscritti nel Libro Soci da almeno 3 mesi. Precedono l'assemblea generale quando ricorre l'obbligo di legge.

Sono convocate per discutere e deliberare sul medesimo ordine del giorno dell'Assemblea Generale e per l'elezione dei delegati (uno effettivo, uno supplente) a detta Assemblea. In particolare si riuniscono obbligatoriamente in vista dell'Assemblea che approva il bilancio consuntivo.

#### Assemblea Generale

L'Assemblea Generale dei Soci, sia ordinaria che straordinaria, è costituita dai delegati delle Assemblee Separate i quali rappresentano, con vincolo di mandato, i Soci in esse presenti o rappresentati.

L'Assemblea generale dei Soci approva il bilancio ed elegge il Consiglio di Amministrazione.

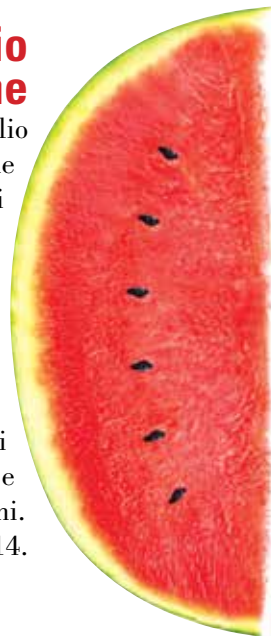


## **6 Il rinnovo del Consiglio di Amministrazione**

Nel 2015 si è insediato il nuovo Consiglio d'Amministrazione, eletto dai soci nelle 30 Assemblee delle Sezioni soci tenutesi dall'8 al 19 giugno e ratificato dall'Assemblea generale dei delegati.

Il CdA ha confermato Presidente Marco Lami.

Il nuovo Consiglio d'Amministrazione, che resterà in carica fino al 2018, era composto al 31.12.2015 da 45 soci (27 uomini e 18 donne) di cui 36 provenienti dai territori dove è presente la Cooperativa e 9 autocandidature. L'età media è di 59 anni. I nuovi consiglieri sono 14.



## **La consulta delle Sezioni Soci**

Il 7 e l'8 maggio si è svolta la Consulta delle Sezioni Soci. È stata l'occasione per ascoltare i soci eletti e cercare di ridefinirne il ruolo, con la volontà di coinvolgerli nel rilancio della Cooperativa e di condividere con essi le strategie. Quattro gruppi di lavoro sono stati organizzati attorno ad altrettanti macro-temi (il prodotto Coop quale bene comune, il negozio voce e volto della Cooperativa, fare rete con il territorio, i cooperatori di domani), per lasciar emergere dai soci attivi proposte fattibili che diventeranno parte integrante del programma di lavoro e degli obiettivi della Direzione Soci.

## **La mutualità**

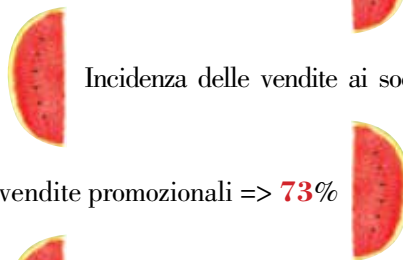
La Cooperativa persegue la funzione sociale, lo scopo e i principi mutualistici previsti dall'articolo 45 della Costituzione, in particolare nei confronti dei propri soci. Proprio assolvendo allo scopo di mutualità, procura ad essi beni e merci di qualità, a prezzi e condizioni vantaggiose.

Vendite complessive ai soci => **732** milioni di euro (circa **400** milioni in Toscana, **297** milioni nel Lazio/Umbria e **34** milioni in Campania)



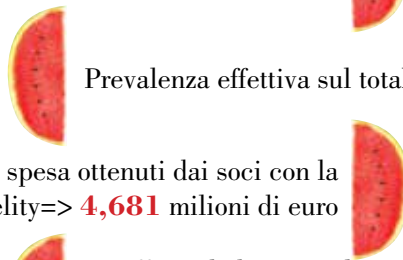
Incidenza delle vendite ai soci sul totale delle vendite al dettaglio => **73%**

Vendite ai soci sul totale delle vendite promozionali => **73%**

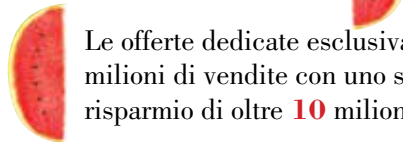


Prevalenza effettiva sul totale => **66%**

Valore totale degli sconti sulla spesa ottenuti dai soci con la trasformazione dei Punti Fidelity => **4,681** milioni di euro



Le offerte dedicate esclusivamente ai soci hanno sviluppato oltre **36** milioni di vendite con uno sconto medio superiore al **30%**, per un risparmio di oltre **10** milioni di euro.



## **Il Prestito sociale**

Numero soci prestatori => **122.309**

Ammontare prestito => **1.091.922.528** euro

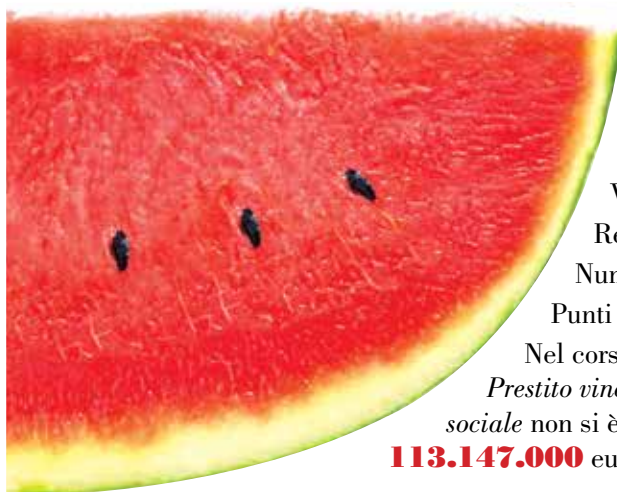
Valore totale degli interessi lordi distribuiti ai soci => **10.221.450,38** euro

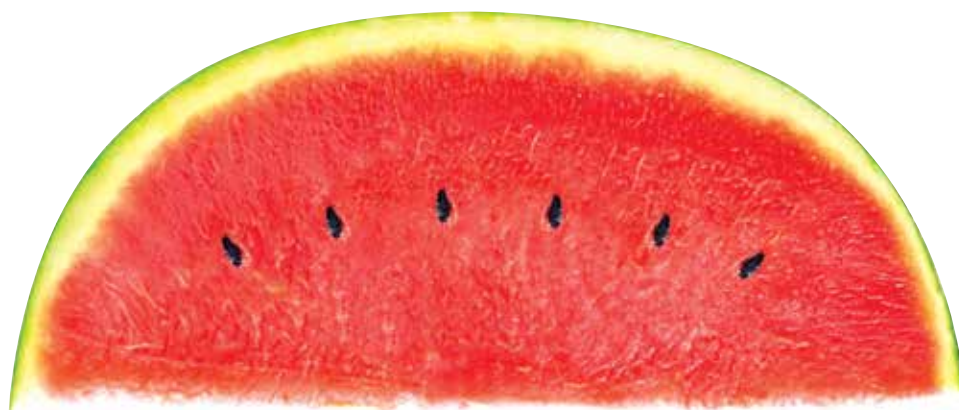
Remunerazione media del prestito => **1,03%**

Numero sportelli attivi => **112**

Punti vendita coperti dai servizi finanziari => **21**

Nel corso degli anni 2012, 2013 e 2014 sono state effettuate **3** emissioni di *Prestito vincolato*, mentre nel 2015 a seguito di politiche di contenimento del *Prestito sociale* non si è provveduto a ripetere tale iniziativa. Al 31 dicembre 2015 residuavano **113.147.000** euro di prestito vincolato in scadenza nell'esercizio successivo.





le comunità

## Le iniziative promosse

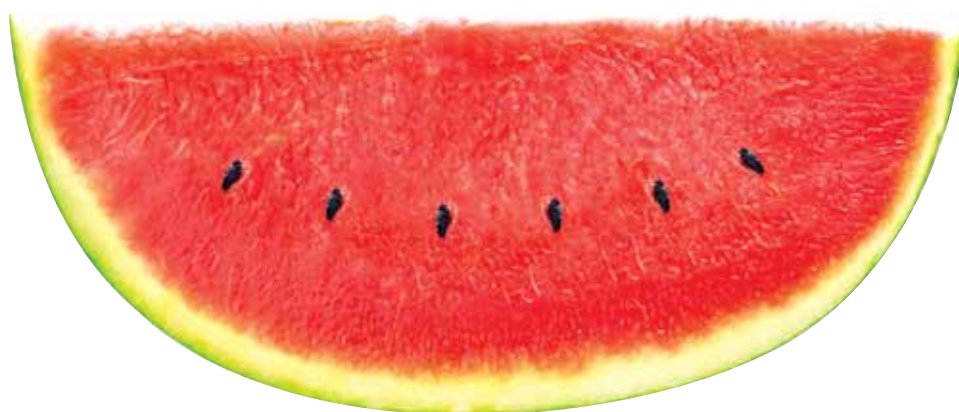
Oltre che con la sua attività commerciale, la Cooperativa esplica la propria missione aziendale anche attraverso una serie di iniziative promosse nei territori di riferimento, gestite direttamente dalla sede centrale o attraverso le Sezioni Soci. Nel 2015 sono state 1.220 le iniziative promosse, 641 in Toscana, 522 in Lazio e Umbria e 57 in Campania.

Di seguito una sintetica classificazione delle iniziative del 2015, rivolte a soci e consumatori per più dell'85%

tipologia iniziative	numero iniziative nel 2015	esempi di attività tipiche
<b>Compartecipazione</b>	598	attività ludico-culturali
<b>Partecipazione</b>	425	assemblee, test <i>Approvato dai soci</i> , convenzioni
<b>Informazione</b>	129	visite a fornitori, iniziative legate alle campagne nazionali attivate o ai libri
<b>Raccolta fondi</b>	50	promozione di progetti inseriti nel catalogo <i>fidelity</i> o legate al buon fine
<b>Formazione</b>	18	iniziative di formazione per adulti, incontri formativi

Prerogativa dei soci sono anche le **convenzioni**, 48 quelle attivate nel 2015, che permettono di accedere a prezzi vantaggiosi a corsi, servizi, percorsi di benessere, sport e salute, itinerari turistici e naturalistici, spettacoli teatrali.

Nel 2015 Unicoop Tirreno ha inoltre erogato - sotto forma di sponsorizzazioni, liberalità o buoni sconto - 218.942 euro, a sostegno di scuole, centri sociali, comitati e associazioni del territorio che hanno uno scopo sociale coerente con i fini perseguiti dalla Cooperativa.



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



Unicoop Tirreno



# La solidarietà

La Cooperativa è basata sui principi dell'aiuto reciproco e della solidarietà, e con questo spirito promuove importanti iniziative a favore delle comunità e delle associazioni locali nei territori di riferimento.

## solidarietà locale

### Buon Fine

Donazione di merci invendibili per motivi commerciali (ma perfettamente commestibili) ad associazioni del territorio. *Donate merci da 91 negozi, per un valore di 3,1 milioni di euro, l'equivalente di 620.000 pasti.*

### Il Pane Quotidiano

Raccolta alimentare organizzata dalle Sezioni Soci in collaborazione con le associazioni del territorio. *Interessati 95 negozi (+20 rispetto al 2014) per oltre 68 tonnellate di prodotti raccolti (+13 rispetto al 2014). 70 associazioni locali di volontariato coinvolte.*

### Ausilio

Consegna gratuita della spesa a domicilio alle persone in difficoltà. *228 utenti, 13 punti vendita coinvolti, 221 volontari, 7.611 spese consegnate.*

## I principali risultati delle iniziative nel 2015

## solidarietà internazionale

### Basta un gesto

Sotto tale marchio sono ricompresi i tre progetti di solidarietà internazionale inseriti nel catalogo punti fedeltà: **coopxtogoxvanda**, in collaborazione con il *Movimento Shalom*, per la realizzazione di un centro culturale con aule di formazione per scuole di mestieri e avviamento al lavoro alla periferia della capitale del Togo, Lomé; **Cuore di Coop**, sul sostegno a distanza dei bambini, in collaborazione con *Avsi*, per consentire loro una scolarizzazione adeguata e in certi casi addirittura il sostentamento primario; **Progetto Migranti**, in collaborazione con *Emergency*, per la gestione di un poliambulatorio a Palermo che presta assistenza sanitaria non solo ai migranti ma anche ai cittadini disagiati bisognosi di cure mediche. *Sul catalogo 2015-16 donati 2.533.595 punti, 299.665 in più rispetto all'anno precedente, con incremento di 1.666 soci donatori. Il valore dei punti dei soci destinati alla solidarietà viene raddoppiato dalla Cooperativa. Per esempio, se 500 punti equivalgono a 5 euro, la Cooperativa ne aggiunge altrettanti, per un totale di 10 euro. Con tale modalità il contributo raccolto è stato di 50.672 euro. A questo si aggiungono: 6.991 euro dalle iniziative di raccolta fondi organizzate dai soci, 6.998 euro di contributo dei dipendenti, 2.150 euro di donazioni natalizie da parte dei fornitori, 3.668 euro dalla vendita di addobbi natalizi Seletti per Avsi.*

Destinazione del totale dei fondi raccolti (70.479 euro):

**coopxtogoxvanda** => 20.000 euro

**Cuore di Coop** => 30.479 euro

**Progetto Migranti** => 20.000 euro

Nel 2015, inoltre, Unicoop Tirreno ha partecipato alla raccolta fondi delle Coop del Distretto Tirrenico in favore delle popolazioni del **Nepal** colpite dai terremoti del 25 aprile e 12 maggio. Il contributo concesso dalle cooperative, complessivamente 50.000 euro di cui 12.000 da parte di Unicoop Tirreno, è stato utilizzato in collaborazione con *Oxfam* per un intervento di prima emergenza destinato a 530 famiglie, ovvero circa 3.500 persone, fornendo kit igienico sanitari, ripari e servizi igienici di prima emergenza.

Da segnalare, infine, l'impegno pari a 10.000 euro nel 2015 in favore del **Progetto Matteo**, nato per volontà di Unicoop Tirreno e Shalom Italia e dichiarato formalmente concluso nel 2011. A causa della drammatica situazione di instabilità politico-sociale in Burkina Faso, dovuta alla congiuntura internazionale, è fortemente diminuita l'attrattiva turistica della zona e con essa la capacità di reperimento autonomo di risorse finanziarie di *Casa Matteo*. Pertanto è stato necessario prevedere un nuovo intervento economico a sostegno della struttura.

## I rapporti con il mondo della scuola

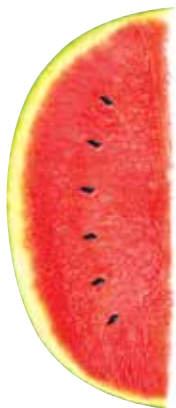
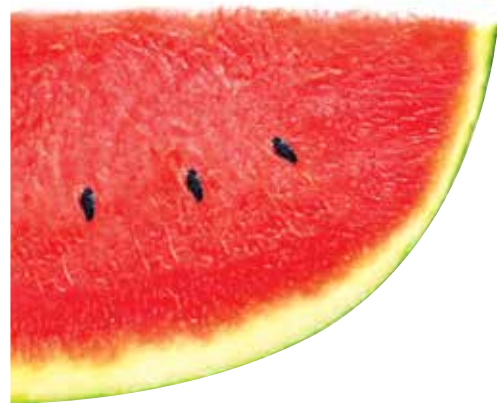
Nello Statuto della Cooperativa viene richiamata l'importanza della relazione col mondo della scuola: Unicoop Tirreno assicura il proprio contributo per migliorare le condizioni materiali, morali e culturali delle scuole del proprio territorio.

L'anno scolastico 2014-15 è stato caratterizzato dall'impegno per consolidare e mettere a regime i modelli di attività educativa progettati l'anno precedente: **Il Cartastorie - storie illustrate per giovani consumatori consapevoli**, e **Kitchen - cibi e prodotti in viaggio**.

La nuova organizzazione della Direzione soci avviata nel 2015 ha previsto un presidio territoriale più capillare e continuo, il che ha determinato un maggiore coinvolgimento e interesse da parte dei soci dei comitati per il progetto di **Educazione al Consumo Consapevole** dedicato alle scuole.

Complessivamente le classi incontrate dagli educatori Coop nel corso dell'anno scolastico sono state 1.639. Sono stati organizzati 16 incontri per gruppi di genitori e docenti. 41 i progetti territoriali in collaborazione con altri soggetti (comuni, asl, associazioni).

Nell'intero a.s. 2014-15 le attività di ECC hanno coinvolto: 32.354 bambini e ragazzi e 1.788 docenti.





In occasione del settantesimo anno di attività, Unicoop Tirreno ha promosso il progetto **Coopstartup Unicoop Tirreno**, sviluppato insieme a *Coopfond* allo scopo di favorire la creazione di imprese cooperative formate da giovani e creare nuovo lavoro.

**Obiettivo** Accompagnare lo sviluppo di idee imprenditoriali da realizzare in forma cooperativa, capaci di apportare benefici alle comunità locali e ai territori in termini di aumento dell'occupazione e della produttività. Sono state privilegiate idee imprenditoriali che prevedessero l'introduzione di innovazioni tecnologiche, organizzative o sociali, con particolare riferimento agli ambiti considerati prioritari dall'Unione Europea per incoraggiare percorsi di crescita intelligente, sostenibile e inclusiva.

**Destinatari del bando** Gruppi di almeno tre persone, in maggioranza di età inferiore a 35 anni, che intendessero costituire nei territori in cui opera Unicoop Tirreno un'impresa cooperativa. Era aperto l'accesso anche a cooperative costituite nel 2015, sempre se composte in maggioranza da persone di età inferiore ai 35 anni.

**Partner del progetto** Legacoop Toscana, Lazio, Umbria, Campania, Università "Roma Tre", Università della "Tuscia", Scuola Superiore "Sant'Anna" di Pisa, Fondazione Idis- Città della Scienza.

**Adesioni** 304 iscrizioni, con un coinvolgimento iniziale di oltre 700 persone.

**Contributo per i vincitori** Per ciascun progetto selezionato: 15.000 euro a fondo perduto (10.000 da Unicoop Tirreno, 5.000 da *Coopfond*); accompagnamento post start-up nei 36 mesi successivi alla costituzione in impresa; possibilità di accedere a un finanziamento fino a un massimo di 150.000 euro da parte di *Coopfond*.

## Le fasi del progetto

**Pubblicazione del bando** 1° maggio 2015

**Promozione** Da maggio a luglio, sul web e in collaborazione con tutti i partner, che hanno attivato sul territorio una rete di eventi e incontri per presentare il progetto ai possibili destinatari.

**Formazione** Per tutti gli iscritti al bando accesso gratuito a un programma di formazione finalizzato alla costituzione di startup cooperative attraverso una piattaforma di *e-learning*.

**Prima valutazione** Settembre - 138 progetti sono stati ammessi alla prima selezione, avendo completato regolarmente l'iscrizione e consegnato la documentazione richiesta. Tra questi la Commissione di Valutazione ne ha selezionati 30.

**Incubazione** Ottobre 2015 - Gennaio 2016. Per i 30 progetti selezionati, percorso finalizzato a trasformare l'idea iniziale in progetto d'impresa, attraverso l'affiancamento di un tutor e la partecipazione a un corso di formazione manageriale in aula. Stesura del *business plan*.

**Selezione e premiazione** Il 2 marzo 2016 sono stati premiati i 5 soggetti scelti tra i 26 che avevano completato il percorso con la consegna del business plan. La qualità complessiva dei progetti presentati ha spinto all'assegnazione di ulteriori 3 premi speciali. Il riconoscimento per ciascuno dei vincitori è stato in questo caso di 10.000 euro a fondo perduto, concessi per metà da Unicoop Tirreno e per metà da *Coopfond*.



## I vincitori (tutti primi classificati)

**Gruppo Erse** Servizi di monitoraggio ambientale (Toscana)

**Virginia** Linea di abbigliamento maschile per donne (Lazio)

**TripTalent** Piattaforma web-based che aiuta i viaggiatori a costruire itinerari personalizzati (Campania)

**Multicoopter** Servizi di videoriprese con uso di droni per aziende e per la promozione del territorio (Umbria)

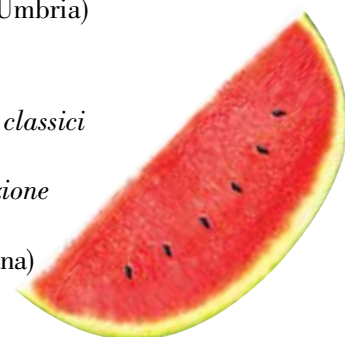
**Tobilì Cucina in movimento** Servizi di catering etnico (Campania)

## I premi speciali

**Vascitour** Vendita di brevi periodi di vacanza esperienziale a Napoli nei luoghi non contemplati dai classici itinerari turistici (Campania)

**Urban Trees Management** Recupero di zone degradate urbane e periurbane attraverso la realizzazione di aree verdi boschive seminaturali senza bisogno di manutenzione (Lazio)

**Snack Amiata** Produzione di barrette proteiche e bevanda analcolica a base di farina di castagne (Toscana)



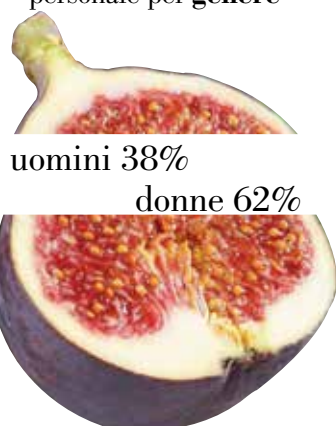
10



## i lavoratori

Nel 2015, i dipendenti di Unicoop Tirreno erano **4.228**, il 99,9% dei quali assunti a **tempo indeterminato**.

personale per **genere**



personale per **contratto**



personale per **età**



In via residuale, e al fine di gestire eventuali contingenze, la Cooperativa fa ricorso a lavoratori in somministrazione. Nel corso del 2015 sono stati attivati complessivamente 57 nuovi rapporti di lavoro utilizzando questa formula contrattuale. A fine anno erano 75 quelli in vigore.

Unicoop Tirreno impiega 190 persone con disabilità e 90 persone appartenenti alle categorie protette ex art. 18 l.68/99.

## verso una gestione più efficiente del capitale umano

Nel corso del 2015:



è stata ridefinita la struttura della direzione del personale in conformità a principi di efficienza, efficacia e maggiore aderenza alla strategia aziendale complessiva. Elemento di novità è la creazione di una struttura territoriale con funzioni d'interlocuzione e affiancamento dell'attività caratteristica sui temi di gestione, formazione, crescita e sviluppo delle persone;

sono stati realizzati importanti investimenti volti ad ammodernare, riorganizzare, sistematizzare l'infrastruttura a supporto della gestione del personale (tra questi, un sistema di gestione on line dei rimborsi spesa e il nuovo Portale Paghe) con ricadute dirette a beneficio dei lavoratori in termini di semplificazione e trasparenza dei processi;



è stato avviato il "Cantiere sede" mirato alla ri-progettazione organizzativa della sede centrale di Unicoop Tirreno con l'obiettivo di migliorare la sua efficienza, aumentare la sua capacità di supporto ai territori e ridurre i costi.

# la formazione come strumento di sviluppo professionale

Nel 2015 sono state **21.743** le ore di formazione.



Rispetto agli anni precedenti un elemento di novità è rappresentato dall'introduzione, nella formazione obbligatoria, del tema dello stress lavoro correlato con l'obiettivo di dare un reale contributo al miglioramento del benessere dei propri lavoratori in un'interpretazione più ampia del concetto di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. Unicoop Tirreno considera le attività di formazione come un elemento cruciale per lo sviluppo del capitale umano. Per questa ragione, l'investimento che la Cooperativa fa su questo fronte va ben oltre quanto previsto dagli obblighi di legge, cercando tutte le volte che è possibile di coniugare percorsi di formazione e di sviluppo.

Nel corso del 2015:

- è stato avviato un progetto per corsi di formazione finalizzati al miglioramento dei profili professionali dei capi negozio. Sono stati attivati i primi due percorsi formativi a cui hanno partecipato 29 dei 41 capi negozio coinvolti.
- si è concluso il programma *Pitlane* con la presentazione dei 4 progetti elaborati dai 19 partecipanti.

I 4 progetti del programma *Pitlane*

- sviluppo di un piano di marketing per l'offerta *Vicino a noi*;
- sviluppo di un modello di nuovo ingaggio soci;
- sviluppo di pratiche e politiche di Comunicazione interna;
- analisi dei flussi pagamenti fornitori per il bilanciamento economico-finanziario della Cooperativa.

## non solo comunicazione interna...

Al fine di rafforzare la comunicazione interna:



è stata progettata e rilasciata una nuova **intranet aziendale** che, dopo appena un anno di utilizzo, si sta già affermando come il punto di riferimento per i dipendenti nel reperimento di tutte le informazioni di loro interesse nella quotidianità della loro attività lavorativa;

è stato costituito, su mandato della direzione aziendale, un **Gruppo** composto dal Presidente, i 2 Direttori centrali e altre 18 persone tra Direttori, Dirigenti e Quadri, che si riunisce, mediamente ogni due mesi, per condividere le informazioni e allinearsi sui temi strategici per la Cooperativa;



è stato aggiornato il **Regolamento aziendale** di Unicoop Tirreno che è stato stampato e consegnato a tutti i dipendenti.

## gestire il cambiamento

Il 2015 è stato un anno caratterizzato da numerosi cambiamenti organizzativi. Le cessioni degli Ipermercati di Aprilia, Avellino e Quarto, l'attivazione di procedure di solidarietà per gli Ipermercati di Avellino, Roma Casilino e Afragola, la terziarizzazione della mensa hanno reso necessaria la gestione di un numero significativo di procedure straordinarie. Questo ha reso particolarmente intensa l'attività di **dialogo e di relazione con i sindacati**. Relazioni che



hanno avuto qualche momento di tensione, parzialmente dissolto nella prima parte del 2016, con riferimento alla cessione a privati con la formula del *franchising* dei punti vendita presenti nel sud del Lazio (province di Latina e Frosinone). Su questo fronte, la Cooperativa si è impegnata a riassorbire gli eventuali esuberanti, a garantire che vengano mantenute le medesime condizioni contrattuali per i lavoratori dei punti vendita e che sia mantenuto un elevato livello di controllo della qualità dei prodotti.

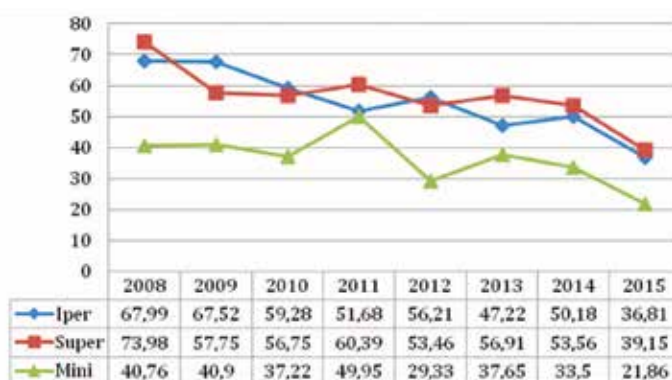
## salute e sicurezza dei lavoratori



Unicoop Tirreno da sempre favorisce condizioni di lavoro salubri e sicure al proprio personale, al fine di limitare il rischio di infortuni e ridurre l'insorgere di malattie professionali. Dal 2013 Unicoop Tirreno ha messo a punto un sistema di gestione della salute e sicurezza dei lavoratori, un investimento avente lo scopo di favorire l'adozione delle migliori pratiche di sicurezza da parte del personale e stimolare la ricerca di soluzioni tecniche e gestionali innovative di prevenzione. Proprio nel 2015 il sistema ha

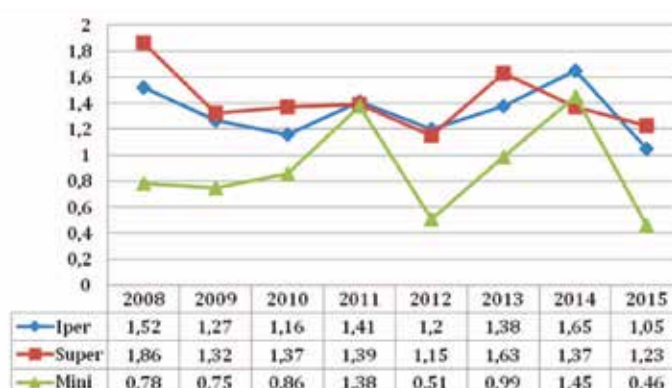
iniziato a dare i suoi primi risultati positivi, con una riduzione significativa degli indici infortunistici (gravità e frequenza) rispetto agli anni precedenti. Complessivamente nel 2015 sono occorsi 161 infortuni (esclusi quelli di durata inferiore a 3 giorni), per un numero totale di giorni di assenza pari a 2.917. Dei 161 infortuni, 29 (18%) hanno visto una assenza dal lavoro superiore ai 40 giorni. Con riferimento alle cause degli infortuni, le più frequenti riguardano i tagli, gli urti con le strutture e le attrezzature, e gli scivolamenti.

andamento indice  
frequenza infortuni



indice di frequenza  
= n. infortuni / ore lavorate x 1.000.000

andamento indice  
gravità infortuni



indice di gravità  
= n. giorni / ore lavorate x 1.000





## La sostenibilità ambientale di Unicoop Tirreno viene assicurata:

- realizzando progetti innovativi di gestione delle risorse naturali e interventi di ristrutturazione sui punti vendita con l'adozione di criteri di compatibilità ambientale;
- attraverso la riduzione degli impatti ambientali nell'ambito della propria gestione ordinaria, monitorando nel tempo le proprie prestazioni;
- con iniziative di sensibilizzazione rivolte alle comunità e ai cittadini per l'adozione di comportamenti più virtuosi.



## Azioni e progetti sulla rete di vendita nel 2015

- proseguimento del percorso di chiusura dei banchi frigo a negozio per prodotti surgelati, al fine di limitare le dispersioni di calore (dannose alla sicurezza degli alimenti) e ridurre i consumi energetici;
- installazione di corpi illuminanti con tecnologia Led presso i punti vendita (risparmio dei consumi da illuminazione di oltre il 50% rispetto ai sistemi tradizionali);
- rinnovo e adeguamento dei controllori energetici a negozio per il monitoraggio a distanza dei consumi e di eventuali disfunzioni impiantistiche (nel 2015 i controllori attivi erano 68);
- installazione di sistemi integrati di raffreddamento alimentare con sistemi di condizionamento ambientale dei locali (sia raffrescamento estivo, che riscaldamento invernale attraverso lo sfruttamento del calore di condensazione);
- progressiva sostituzione dei gas ozonolesivi e ad effetto serra con gas considerati più "ecologici".





## Uso efficiente delle risorse e riduzione degli impatti ambientali

Le risorse naturali utilizzate dalla Cooperativa per lo svolgimento delle proprie attività sono energia elettrica, metano e acqua, mentre gli impatti legati ai rilasci in ambiente riguardano emissioni in atmosfera di natura civile e produzione di rifiuti.

I consumi unitari per mq (adatti a interpretare il miglioramento o il peggioramento delle prestazioni nel tempo) mettono in evidenza buone performance per quasi tutte le tipologie di store della Cooperativa (con l'unica eccezione dei consumi di energia elettrica per minimercati e supermercati, i cui valori sono leggermente cresciuti). Ad un miglioramento nelle prestazioni tecniche ambientali corrispondono risparmi economici legati al più razionale uso delle risorse naturali. Dal 2014 al 2015 nella gestione di energia elettrica, rifiuti, acqua e metano Unicoop Tirreno ha risparmiato più di 2,5 milioni di euro.

**acqua**  
248.065 mc  
911.177 euro

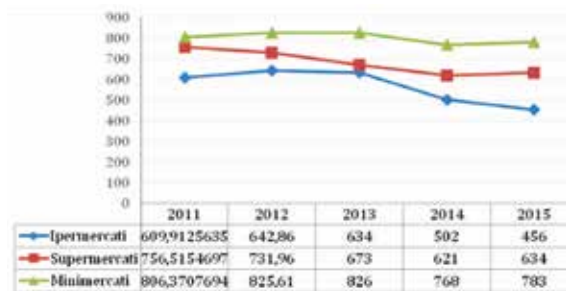
**metano**  
500.863 mc  
317.043 euro

**energia elettrica**  
99.284.653 kWh  
15.372.655 euro

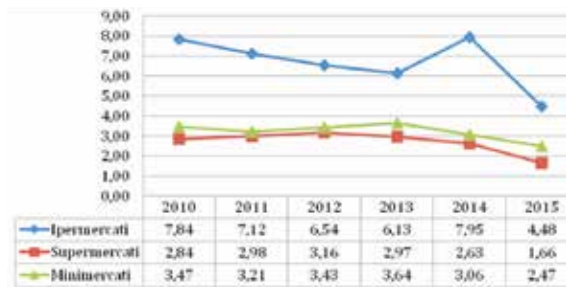
**emissione in aria di natura civile**  
68 impianti termici  
impianti frigo e condizionamento  
di cui 338 con gas refrigerante > 3 kg

**rifiuti**  
12.598.596 kg  
3.146.328 euro

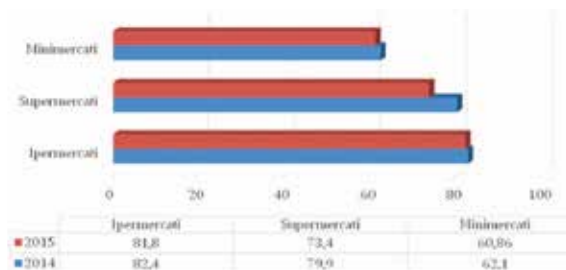
consumi di energia elettrica unitari  
[kwh/mq]



consumi di metano unitari  
[m3/mq]



produzione di rifiuti  
[kg/mq]



### Il risparmio economico nella gestione delle risorse naturali dal 2014 al 2015:

- 1.899.752 euro** risparmiati sui consumi di energia elettrica;
- 84.046 euro** risparmiati di consumo di metano (stima sulla base del dato 1° semestre);
- 46.570 euro** risparmiati sui consumi di acqua;
- 648.021 euro** risparmiati nella gestione dei rifiuti.



## Azioni di sensibilizzazione

### Adesione all'iniziativa promossa dalla trasmissione Radio 2 - Caterpillar **M'illumino di meno**.



La trasmissione ha l'obiettivo di ricordare a tutti l'importanza dell'ambiente e del risparmio energetico e ogni anno, in occasione della giornata internazionale del risparmio energetico, promuove azioni orientate alla sostenibilità su tutto il territorio nazionale. L'iniziativa ha coinvolto 106 punti vendita, con un risparmio stimato di 2.514 kWh, equivalenti a 1.199 kg di CO<sub>2</sub> risparmiata.

### Partecipazione alla 27° edizione di **FestAmbiente**, festival nazionale che Legambiente organizza ogni anno a Rispescia (GR).



In tale occasione sono state promosse le linee ecologiche ed etiche dei prodotti a marchio Coop (*Fior fiore*, *Solidal*, *ViviVerde*); inoltre Unicoop Tirreno nei giorni di presenza all'iniziativa ha partecipato ai laboratori educativi per i bambini, regalando ai partecipanti i prodotti (merendine e succhi di frutta) della linea *Club 4-10*.

### Contributo, nel mese di settembre, alla terza edizione livornese della **Settimana Europea della Mobilità Sostenibile** organizzata dal Comune di Livorno con *Fiab Livorno* e *Wwf Pandaciclisti*.



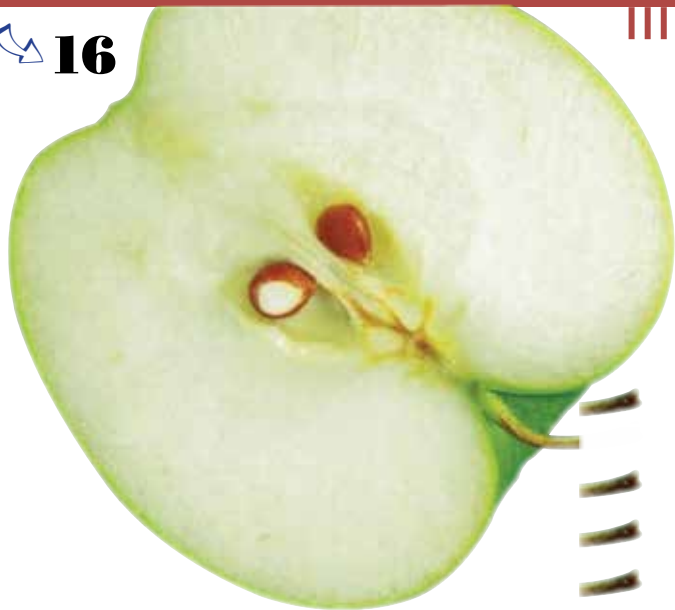
La *Settimana Europea della Mobilità* è un momento di sensibilizzazione alle forme di mobilità alternativa e dolce, promossa a livello europeo da ormai diversi anni. È patrocinata da: *European Mobility Week*, Ministero dell'Ambiente, *Euromobility*, *Fiab*, *Ecf* e da *Anma Confindustria*.

### Raccolta degli oli vegetali utilizzati in cucina da soci e consumatori, che possono portare il loro rifiuto presso i raccoglitori posti nei punti vendita attrezzati.



Obiettivo della Cooperativa è quello di promuovere tra soci e consumatori la pratica ecologica del corretto smaltimento dell'olio vegetale domestico. La raccolta nel 2015 è avvenuta in 19 punti vendita, 3 in più del 2014; il quantitativo di olio raccolto nel 2015 è stato di 30.527 kg totali, pari a quasi 11.000 kg in più del 2014.





## Le implicazioni economiche delle scelte di sostenibilità della Cooperativa riguardano:

- la produzione di valore aggiunto e la combinazione efficace delle risorse;
- la tutela dei consumatori;
- l'attenzione alla catena di fornitura;
- la valorizzazione delle specificità territoriali.

## I CONSUMATORI

### La tutela del potere d'acquisto

La strategia della riduzione a scaffale dei prezzi di vendita al di là delle iniziative promozionali, già sperimentata da Unicoop Tirreno, si è consolidata nel 2015 anche in relazione alla nuova strategia nazionale **Prezzi Bassi Sempre**.

Riguardo all'offerta commerciale di Unicoop Tirreno si rileva che, per quanto concerne gli alimentari industriali confezionati (drogheria industriale, chimica, surgelati e libero servizio), che valgono circa il **56%** delle vendite, gli investimenti sulla convenienza hanno prodotto una deflazione media dei prezzi pari all'**1,5%**.

Nei soli alimentari industriali confezionati tale politica di prezzo ha prodotto un differenziale tra inflazione all'acquisto e inflazione alla vendita di circa **-1,1%**, con un investimento sui prezzi di circa **5,8** milioni di euro a livello di Gruppo.

Questi si aggiungono agli oltre **11** milioni di euro investiti in convenienza nel corso del biennio 2013-2014.



### Qualità e sicurezza alimentare

Unicoop Tirreno garantisce la sicurezza alimentare dei prodotti e l'igiene dei propri punti vendita attraverso un articolato sistema di autocontrolli e verifiche commissionate a specialisti opportunamente incaricati. Nel 2015:

**verifiche sulla conformità dei punti vendita** alle normative sulla sicurezza alimentare: **163** controlli con conformità pari al **91,1%**

**test di salubrità** effettuati nei punti vendita, nei CeDi e presso la mensa aziendale per verificare il livello di igiene delle superfici di lavorazione: **23.463** test con conformità pari all'**87,15%**

**test effettuati** sulle caratteristiche dei prodotti venduti (*Progetto Qualità Coop*): **19.716** test con conformità del **92%**

### La relazione con il consumatore - Filo diretto

**gestite** oltre **12.000** segnalazioni da parte di soci e clienti, in linea con l'anno precedente;

**canali di contatto:** telefono (**45%**), e-mail (**45%**).

Continuano a crescere i contatti tramite i *social network* di Cooperativa;

**incidenza dei reclami** sul totale: **44%**;

**principali argomenti dei reclami:** assortimenti non adeguati, indisponibilità dei prodotti in promozione, stato dei carrelli, tenuta dei punti vendita (parcheggio, sicurezza e vigilanza, illuminazione...);

**principali richieste di informazione:**

funzionamento della promozione *Scegli Tu*; cambiamenti nell'organizzazione della rete, soprattutto in Lazio.





Per conseguire i propri obiettivi la Cooperativa ha dovuto e dovrà rendere più performante la propria rete di vendita. Negli anni scorsi era stata posta particolare attenzione su alcuni negozi che manifestavano da troppo tempo risultati negativi. In alcuni casi, quando non era prevedibile un recupero significativo in tempi ragionevoli, è stata decisa la cessione dei negozi o la loro radicale trasformazione. Il processo ha riguardato prima di tutto i punti vendita della controllata **Ipercoop Tirreno**. Dopo la cessione nel 2014 dell'Ipermercato di Afragola, nel corso del 2015 la **Ipercoop Tirreno** ha ceduto anche gli Ipermercati di Avellino e Quarto, a quella che oggi è **Distribuzione Centro Sud**, società alla quale è stato ceduto anche il punto vendita di Guidonia e che è partecipata al 30% da Unicoop Tirreno e al 70% da Coop Alleanza 3.0.

Le cessioni dei punti di vendita a **Distribuzione Centro Sud** hanno contribuito a ridurre significativamente le perdite del gruppo. Questa operazione è stata il primo importante passo di una alleanza strategica con quella che oggi è Coop Alleanza 3.0, finalizzata a coordinare interventi e strategie commerciali nella aree del sud del paese e nelle aree più concorrenziali e difficili.

Per favorire maggiore integrazione all'inizio del 2016 è stata creata una nuova società, **Distribuzione Lazio Umbria**, controllata da Unicoop Tirreno per la gestione dei punti di vendita di queste regioni. Le politiche di offerta e di promozione in **Distribuzione Lazio Umbria** saranno coordinate e integrate con quelle che Alleanza 3.0 promuove negli altri punti di vendita dei territori del centro e del sud d'Italia.

**La rete di Umbria e Lazio è composta complessivamente da 41 punti vendita, di cui 3 Ipermercati (Viterbo, Roma Casilino e Euroma) e 38 tra Supermercati e Minimercati ubicati in quelle regioni.**

Altri 5 Supermercati ubicati nel basso Lazio, non compresi nel perimetro di negozi concordato con Coop Alleanza 3.0, sono invece in corso di cessione a terzi operatori con i quali la Cooperativa intende sottoscrivere contratti di **franchising**.



## I PRODOTTI A MARCHIO

Nei punti vendita di Unicoop Tirreno trova ampio spazio l'assortimento dei prodotti a marchio Coop. Si tratta di referenze garantite da un accurato sistema di controlli sulla filiera produttiva e da un forte impegno nella selezione dei fornitori.

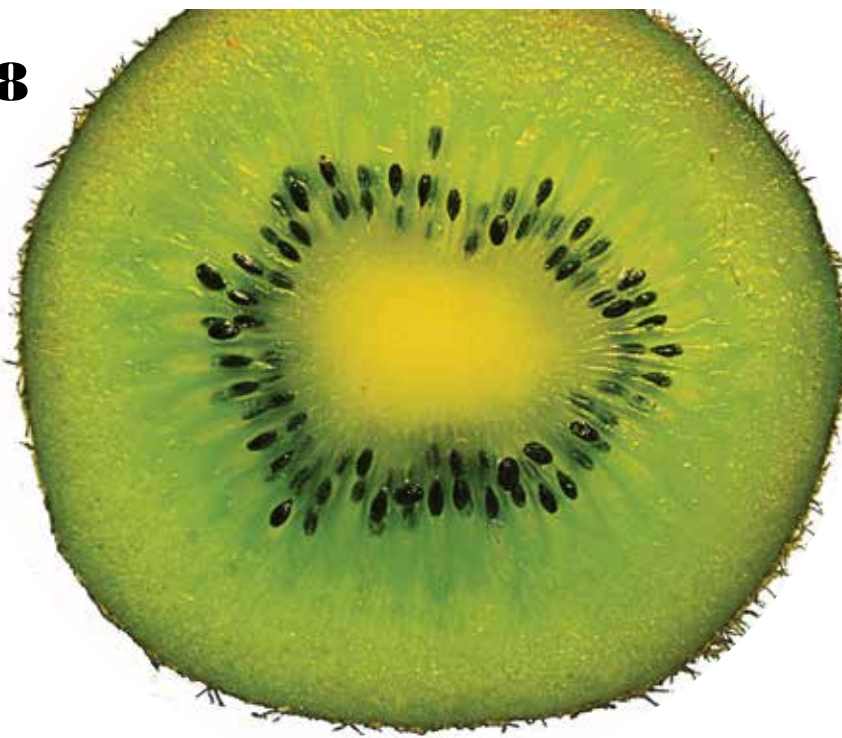
**In Unicoop Tirreno, la percentuale del valore dei prodotti a marchio sul valore del venduto totale nel 2015 è stata pari al 24%, in lievissimo calo rispetto all'anno precedente.**

## L'APPROVATO DAI SOCI

Un'esperienza di particolare valore è quella dell'**APPROVATO DAI SOCI**. Si tratta di test comparativi in cui un prodotto viene confrontato con la marca più importante di ogni mercato. Il campione degli intervistati deve essere rappresentativo di tutta la base sociale Coop per età, sesso e territorio e solo i prodotti che superano l'**APPROVATO DAI SOCI** diventano prodotti Coop.

**Nel 2015 sono stati 1.250 i soci che hanno provato e giudicato i 25 prodotti che erano oggetto dei test organizzati da Unicoop Tirreno per conto di Coop Italia.**





Costruire un dialogo stabile con i fornitori permette di offrire ai consumatori maggiori certezze sulla qualità, la sicurezza e l'eticità dei prodotti proposti nei negozi; contribuisce a rendere più efficienti i

# I FORNITORI

processi di produzione e garantisce nuove opportunità e una remunerazione più equa per le imprese. Nell'ambito del rapporto con i fornitori assumono particolare valore i prodotti a marchio e i fornitori locali.

## FORNITORI LOCALI

rappresentano una risorsa essenziale per Unicoop Tirreno, in quanto portatori della qualità e della sicurezza alimentare voluti dalla Cooperativa, ma anche espressione dei territori e delle comunità di proprio insediamento. In questo senso, Unicoop Tirreno non è solo chiamata ad assumersi la responsabilità di valutare l'operato dei fornitori e garantire la sicurezza dei prodotti immessi sul mercato, ma ha anche la responsabilità di promuovere le produzioni derivanti dalle aree di proprio insediamento e valorizzare il lavoro svolto dai fornitori locali.

### VERIFICHE ISPETTIVE

*Per assicurare la qualità e la sicurezza degli alimenti prodotti localmente, Unicoop Tirreno ha strutturato un sistema di valutazione, messa in qualifica e controllo sui fornitori locali, basato su criteri rigorosi e verifiche pianificate che assicurano nel tempo il mantenimento di determinati standard di sicurezza.*

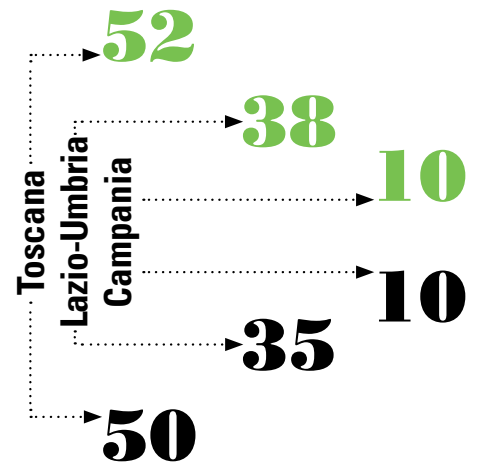
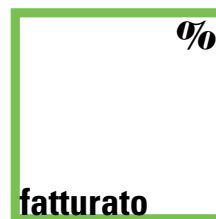
### SUI FORNITORI E N. FORNITORI QUALIFICATI

	2013	14	15
verifiche su fornitori	53	62	68
nuovi fornitori qualificati	42	56	54
verifiche di manutenzione su fornitori preesistenti	11	6	2
verifiche NON approvate	0	3	1
verifiche effettuate su fornitori delle imprese in franchising	-	6	12

numero fornitori  
**892**



fatturato fornitori  
**323.932.138**



## IL MARCHIO VICINO A NOI SICUREZZA, TRADIZIONE E VALORE DEI TERRITORI

Per dare valore alle produzioni locali, da cinque anni la Cooperativa ha avviato il progetto **VICINO A NOI** che ha portato alla definizione di un marchio specifico in grado di rappresentare la provenienza territoriale di determinate produzioni. La proposta commerciale del **VICINO A NOI** si è legata ai consumi tradizionali delle aree in cui opera la Cooperativa.

L'idea è stata quella di valorizzare le specificità e le vocazioni produttive dei territori di insediamento, di favorire le opportunità di crescita dell'indotto, di contribuire così allo sviluppo economico e sociale dei territori, di valorizzare le reti di imprese.

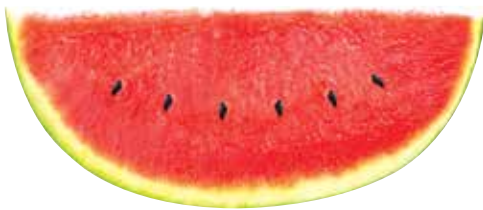


**3 lettera ai soci**



**4 chi siamo**

**5 sostenibilità sociale**



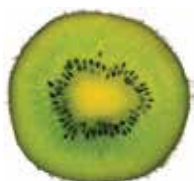
**10 i lavoratori**



**13 sostenibilità ambientale**



**16 sostenibilità economica**



**18 i fornitori**

2015  **BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ**



**Unicoop Tirreno**

La tua Coop.