



2012

SINTESI DI BILANCIO





I numeri di nova coop nel 2012

soci **n° 707.941**

soci prestatori **n° 75.204**

prestito sociale **euro 668.838.202**

supermercati **n° 45**

ipermercati **n° 16**

vendite totali **euro 1.060.469.000**

dipendenti **n°4.609**

Cari Soci...



in sede di definizione degli obiettivi 2012, dunque a fronte della necessità di costruire una politica aziendale volta al mantenimento delle nostre quote di mercato, il Consiglio di Amministrazione ha impegnato la direzione aziendale, pur consapevole del contesto particolarmente articolato e complesso, al raggiungimento di un risultato derivante dalla gestione caratteristica che confermasse la tradizionale capacità di Nova Coop di produrre utili, oltre che dalla gestione finanziaria, anche dalla gestione caratteristica.

Con questi obiettivi abbiamo dunque affrontato un ennesimo anno nero per l'economia del nostro Paese e della nostra Regione.

E' bastato osservare il comportamento dei soci e dei clienti che hanno frequentato le nostre strutture per avere, più che dalla lettura di ciò che ci hanno trasmesso in termini di clima e informazione i media, una rappresentazione puntuale delle difficoltà con le quali il consumatore ha affrontato il mercato nel corso dell'anno e quali strategie ha cercato di adottare per mantenere, pur in presenza di una contrazione della propria capacità di spesa, inalterati stili di vita e quantità di consumo. Abbiamo dunque osservato da un lato come sono cambiate le abitudini di spesa dei soci e dei consumatori che hanno affollato i nostri negozi, di come la stessa si sia modificata qualitativamente e quantitativamente, e dall'altro le scelte operate dai consumatori hanno evidenziato il crescente gradimento verso le politiche promozionali, la ricerca del prezzo e il nomadismo fra insegne diverse.

In ultimo, a testimonianza delle difficoltà di accumulo delle famiglie si è evidenziata, nel corso del 2012, la contrazione delle nostre politiche di raccolta del prestito sociale con una fase più accentuata di saldo negativo fra versato e prelevato nel primo semestre dell'anno e una flessione più lieve, anche a seguito delle deliberazioni che al riguardo ha assunto il Consiglio di Amministrazione, nella seconda parte dell'anno.

La Nova Coop ha cercato durante l'anno di promuovere concrete azioni a favore dei soci e dei consumatori agendo sotto un duplice aspetto: ricercando piazza su piazza il posizionamento competitivo più coerente con l'obiettivo di difendere le proprie quote di mercato e non rinunciando a tutelare i diritti dei soci e dei clienti a consumare cibi sicuri, di qualità e etici.

Va inquadrata all'interno di questo scenario la grande enfasi e la grande evidenza data a scaffale ai prodotti a marchio Coop. Da sempre Nova Coop si caratterizza per essere una delle Cooperative più impegnate nella valorizzazione del proprio prodotto a marchio e anche nel corso del 2012 ne ha fortemente incrementato le vendite. D'altra parte, una scelta precisa della Cooperativa ha individuato nel prodotto a marchio una leva strategica insostituibile per competere agendo al contempo per tutelare al meglio i diritti dei soci. Anche se in molte occasioni abbiamo denunciato i rischi che si corrono in un mercato nel quale l'unica leva di competizione fra imprese sembra essere quella del prezzo. Ecco perché in uno scenario nel quale il prezzo sembrava essere il naturale punto di riferimento da assumere per soddisfare le esigenze poste dalla competizione abbiamo voluto, come Nova Coop, richiamare l'attenzione dei nostri soci e dell'opinione pubblica sui rischi che una politica di questo genere nasconde al suo interno e abbiamo voluto richiamare l'attenzione non tanto sul concetto del "prezzo basso" quanto piuttosto su quello del "prezzo giusto". Dalla crisi dei consumi, dalle tendenze manifestate dai consumatori, dal progressivo crescere della povertà nella nostra regione abbiamo tratto in questi ultimi anni stimolo al nostro agire quotidiano e anche spunti per immaginare, e provare a realizzare concretamente, un processo di integrazione con le altre cooperative presenti nel nostro distretto imprenditoriale.

La crescita delle sinergie, la messa a fattor comune di ulteriori fattori gestionali, oltre quelli che già condividiamo nel CCNO, hanno costituito punto di riferimento obbligato attraverso il quale validare tutte le scelte adottate nelle singole Coop. In tal senso nel secondo semestre del 2012 la nostra Cooperativa, in collaborazione con la società SCS ha realizzato un piano industriale triennale che si pone l'obiettivo, intervenendo sui processi gestiti dalla Cooperativa, di determinare elementi di innovazione e sperimentazione volti all'efficientamento e al contenimento dei costi. Il beneficio atteso, miglioramento di circa un punto percentuale di margine operativo, è sicuramente alla portata della Cooperativa e ha costituito la base sulla quale è stato costruito il preventivo 2013. Importante è stata, nel corso dell'anno, la dedizione e la capacità dimostrata dalle donne e dagli uomini che lavorano in Cooperativa.

Pur in un contesto reso più difficile dal sovrapporsi di diversi momenti di lavoro, dalla gestione del quotidiano alla realizzazione delle linee guida del piano industriale, che inevitabilmente hanno comportato anche momenti di tensione e di stress dei processi, la struttura operativa ha operato con competenza, lucidità e determinazione. E' sempre più evidente che per poter vincere le sfide competitive che abbiamo di fronte, la capacità del gruppo dirigente di agire coeso, in maniera solidale e sinergica rappresenta, unitamente al valore aggiunto che nella competizione è rappresentato dalla base sociale, un elemento di forza indiscutibile.

Il grande lavoro svolto dalla Cooperativa nel 2012 ha sicuramente beneficiato della capacità delle risorse umane che operano in Nova Coop e costituisce una sicura e solida base di partenza per raggiungere i risultati sfidanti determinati dal preventivo 2013.

L'andamento della gestione

Nova Coop supera anche nel 2012 il miliardo di fatturato con un incremento dell'1,80% a rete assoluta e dello 0,68% a rete omogenea. Quest'ultimo dato colloca la nostra Cooperativa al di sopra della media sia delle 9 grandi Cooperative che registrano in omogeneo un decremento del 1%, sia del distretto Nord Ovest con un -1,76%. Anche il numero dei clienti vede per Nova Coop un dato significativamente positivo con una crescita in omogeneo del 2,92% a fronte di un +0,65% delle 9 grandi Cooperative e del +0,50% del distretto Nord Ovest. Si registra una contrazione della spesa media del 2,20%, un dato sostanzialmente allineato a quello dell'intero sistema Coop.

Nel corso dell'esercizio non sono state realizzate nuove aperture, tuttavia è proseguita l'intensa attività della controllata Promo.ge.co S.r.l. per il proseguimento dei lavori per la progettazione ed appalto del centro commerciale di Collegno, per l'ultimazione e consegna al consorzio Nord Ovest del magazzino generi vari di Vercelli, nonché le attività di ricerca di nuove localizzazioni e gli innumerevoli interventi in campo energetico ed in progetti speciali quali ad esempio l'attività legata alla realizzazione di distributori di carburanti che ha visto nel marzo 2013 la prima apertura a Biella presso il centro commerciale Gli Orsi.

I ricavi delle vendite e delle prestazioni fanno registrare una crescita dell'1,65% passando da 1.023.501.047 euro del 2011 a 1.040.397.496 euro nel 2012.

Il margine realizzato è stato superiore dello 0,59% rispetto alla previsione che è stata superata anche in valore assoluto per 3,7 milioni di euro nonostante il budget delle vendite non sia stato realizzato nella misura del -0,80%.

Il risultato operativo pari a 5.466.308 euro ha superato una previsione che configurava poco più di un pareggio per 4.547.621 euro ed è stato superiore per 339.598 euro all'esercizio 2011 pur avendo speso un onere per obsolescenze di magazzino di 1,3 milioni di euro.

Si evidenzia che il risultato realizzato nella gestione operativa ha sopportato ammortamenti per euro 46.415.706 determinando pertanto la formazione di un cash flow operativo di 51.882.014 euro pari al 5% sui ricavi delle vendite e delle prestazioni.

Il risultato della gestione finanziaria, dopo aver speso svalutazioni di partecipazioni e di titoli azionari per oltre 8 milioni, si colloca a 4.974.850 euro, un valore il cui raffronto con quello dell'esercizio precedente non è rappresentativo in quanto nel 2011 la gestione stessa recepiva una plusvalenza di 23,9 milioni di euro derivanti dal conferimento della partecipazione diretta di Nova Coop in Unipol Gruppo Finanziario a Lima S.r.l..

La componente straordinaria che registra un saldo in positivo fra oneri e proventi di 4.911.644, è per la quasi totalità determinata dalla maturazione di un credito nei confronti dell'erario per 5.037.122 per la mancata deduzione Irap per gli esercizi dal 2007 al 2011 in relazione alle spese per personale dipendente ed assimilato. Lo sgravio fiscale che la normativa ha introdotto quest'anno ha effetto retroattivo dal 2007.

Il risultato ante imposte risulta di 15.352.802 euro che, dopo aver speso imposte di competenza dell'esercizio per 5.187.518 euro, determina un risultato netto di 10.165.283 euro che supera la previsione di sostanziale pareggio di preventivo per 9.287.410 euro.

Il cash flow si attesta pertanto a 56.580.990 euro pari al 5,44% sui ricavi delle vendite e delle prestazioni e copre oltre il 92% dei 61,3 milioni di euro di investimenti lordi effettuati nell'esercizio.

Archiviamo dunque un buon esercizio, migliore anche rispetto al 2011, è per tale ragione che il Consiglio di Amministrazione ritiene doveroso un ringraziamento ai lavoratori che tramite la loro attività quotidiana hanno reso possibile il raggiungimento di tali risultati, ma anche a tutti quei soci la cui preziosa e volontaria collaborazione ha favorito le molteplici relazioni che la Cooperativa intrattiene nei territori in cui svolge la propria attività.

La previsione del 2013

L'elaborazione della previsione 2013 tiene conto di un tasso di inflazione generale dell'1,2% e di una stima di ulteriore contrazione dei consumi dell'1,1%.

Il budget delle vendite ammonta complessivamente a 1.070 milioni, di cui 703 nel canale ipermercati e 367 per i supermercati, con una crescita complessiva dello 0,64% sia in assoluto che in omogeneo non essendo previste variazioni di rete nell'esercizio rispetto al 2012. A tale fatturato si aggiungono, con l'apertura, 19 marzo al Centro Commerciale Gli Orsi di Biella, del primo distributore di Nova Coop per l'erogazione di carburanti, Enercoop, ulteriori 18,8 milioni.

L'obiettivo di margine complessivo di rete è fissato a una percentuale sostanzialmente allineata a quanto realizzato nell'esercizio 2012.

Il costo del lavoro cresce nominalmente procapite di circa il 3% per effetto delle applicazioni di CCNL, tuttavia le nuove discipline introdotte hanno consentito già nel 2012 di contenere l'aumento. L'incidenza complessiva si attesta a preventivo al 12,64% con una riduzione dello 0,30% circa sull'anno 2012.

I costi di funzionamento registrano coerenza d'azione rispetto alle linee definite dal piano stesso e si traducono in importanti obiettivi di contenimento.



Una consistente razionalizzazione è stata ipotizzata anche per la spesa pubblicitaria.

L'obiettivo di risultato operativo è fissato 6,6 milioni (0,61% sul giro d'affari).

Il cash flow della gestione operati supera i 55 milioni (5,2% sul giro d'affari) ed è da ritenersi un obiettivo ambizioso dal momento che supera di circa di 10 milioni l'impostazione di previsione 2012. In considerazione delle difficoltà oggi presenti nel poter oggettivamente immaginare tempi e modi di migrazione ad una diversa asset allocation, si è ritenuto di andare alla definizione di un budget 2013 sostanzialmente inerziale, che tenesse solamente conto dei flussi cedolari stimati dell'attuale portafoglio, a cui si aggiungono gli effetti della gestione d'impresa.

L'obiettivo definito per la parte operativa della gestione finanziaria, fissato in 4,5 milioni, è da ritenersi un traguardo di minima, in quanto confidiamo che le azioni incentrate sui percorsi individuati consentano di cogliere già in corso d'anno qualche plus. Gli investimenti per la parte ordinaria e straordinaria assorbiranno risorse per circa 70 milioni alla cui copertura concorreranno oltre al cash flow generato dalla gestione, anche importanti dismissioni quali la cessione dell'attuale sede di Leini (TO) e la probabile dismissione della galleria di Chieri (TO). Considerando il buon andamento della raccolta del prestito sociale che a fine marzo sfiorava i 30 milioni, si ritiene raggiungibile un obiettivo annuo di 60 milioni di raccolta.

La Cooperativa ha poi iniziato un percorso per la riduzione dell'indebitamento, una posizione che vede uno squilibrio fra fonti ed impieghi, a fine 2012, di oltre 300 milioni. Il piano strategico di rientro per il 2013 prevede una riduzione di circa 31 milioni.

Sul fronte fiscale si registra il beneficio derivante dalla sopraggiunta detraibilità dell'IRAP sul costo del lavoro ai fini IRES. Il 2013 sarà il primo esercizio che potrà beneficiare del vantaggio fiscale conseguente alla rivalutazione del patrimonio immobiliare operata nel 2008.

Il risultato dell'esercizio è stimato in 18 milioni (1,65% sul giro d'affari), a cui si aggiungono i 49 milioni di ammortamenti, di cui il 50% relativi al patrimonio immobiliare, che determinano complessivamente un cash flow derivante dalla gestione di circa 67 milioni (6,15% sul giro d'affari).

La gestione commerciale

Canale ipermercati

A fronte delle incertezze quasi congenite dello scenario economico sociale, riferito sia l'ambito dei Consumatori che quello delle imprese, come canale aver potuto contare, soprattutto in una fase ad alto rischio, dove spesso i management si ripiegano su se stessi in attesa di tempi migliori, su un progetto di cooperativa che il Presidente, con grande coraggio, ha lanciato come sfida a rileggersi completamente, a mettersi in discussione partendo dalla Presidenza stessa e dalla Direzione, coinvolgendo tutte le risorse interne e chiedendo loro di mettersi in gioco in modo critico e aperto per guardare e realizzare il cambiamento. Non subendo in modo passivo le influenze del micro e del macro ambiente o dandole per ineluttabili, ma ricorrendo alle proprie risorse e agendo sulle leve governabili per garantire, non la semplice sopravvivenza dell'impresa stessa nel mercato in cui opera, ma il suo sviluppo in una visione prospettica di insieme. Una visione che pur tenendo conto del presente guarda a un futuro, che ha il dovere di affrontare come attore principale e non come spettatore magari attivo ma non protagonista. Crediamo sia questo il principale fattore che ci consente di presentare un bilancio dai tratti abbastanza soddisfacenti. L'aver sempre agito nella realtà vivendola quotidianamente, in modo autentico, comunicando nei fatti in modo trasparente e sincero i nostri valori, la nostra reale distintività, il nostro radicamento territoriale, la nostra storica struttura organizzativa leggera e decentrata e l'unicità di quella forza che sono i Soci ci garantiscono, l'attenzione alle persone - alla Persona, all'ambiente, alla Comunità, a una convenienza sicura fatta non solo di prezzo ma di qualità reale, si sono dimostrate ancora una volta vincenti. Il confronto con i consulenti di SCS ha generato proposte operative a breve, medio e lungo termine, che saranno utile contributo a un indispensabile piano strategico co-costruito di impresa, ma che sono state anche la traccia per l'agire immediato. La chiara caratterizzazione del prodotto ipermercato, la centralità del prodotto a marchio, del socio e del socio prestatore, senza dimenticare l'azione verso i clienti non soci si sono riconfermate le linee portanti della politica di questa gestione. In questo quadro generale, in cui molte imprese della grande distribuzione scontano tratti pesantemente negativi, questa linea ci ha permesso di ottenere risultati positivi, seppur modesti.



Il dato della soddisfazione dei consumatori ci consegna una media a rete omogenea di 78,9 punti contro i già soddisfacenti 78,6 dell'anno precedente, considerando che la soglia di buona soddisfazione è fissata a quota 75. Per definire questo valore si è tenuto conto di tutti quei fattori che hanno un impatto sui clienti e sui soci: dal servizio, alla cortesia, alla pulizia, agli assortimenti, alla competitività. Le vendite realizzate per circa 694 milioni di euro in assoluto (con Chieri aperto a novembre 2011) e di oltre 660 milioni di euro in omogeneo rendono ragione di questa fiducia. Infatti, nonostante si registri un calo dell'1,58% in omogeneo, sull'anno precedente c'è un incremento dell'0,69%. Gli scontrini sono aumentati del 4,62%. Seppure la spesa media è calata del 3,76%, dunque, la crescita dei clienti resta positiva. I primi dati del 2012 in relazione alle aperture domenicali di nuova distribuzione delle vendite, sull'arco della settimana, hanno, infatti, registrato un incremento dello 0,95% non compensativa dei maggiori costi, ma non possiamo certo sottrarci senza danni dal servizio richiesto dai consumatori. La caduta dello scontrino deriva da alcuni fattori in parte negativi come la minor quota di reddito disponibile per i consumi commercializzati al netto delle spese obbligate e questo lo dimostra l'incremento della vendita dei primi prezzi e un ulteriore incremento delle vendite in promozione che compongono ormai il 23,34% di quelle realizzate dal canale a fronte di un già elevato 21,40% del 2011. Altro fattore ma in questo caso da leggere con valenza positiva l'attenzione all'acquistare meglio con attenzione al prezzo garantendosi la qualità che vede le vendite del Prodotto Coop nel canale ipermercati di Novacoop nuovamente in posizione leader a livello nazionale con un 23,00% verso un 20,6% del 2011 e un 19,20% (2011 16,7%) delle 9 grandi cooperative (Liguria 18,6% e Lombardia 20,7%). La convenienza media di una spesa in prodotti a marchio Coop a prezzo di scaffale rispetto a quelli analoghi delle marche pubblicizzare, è circa del 30%.

L'inflazione ha avuto una ricaduta sui prezzi di vendita pari a circa la metà dell'inflazione generatasi all'acquisto. Siamo dunque stati costretti ad operare in direzione di un contenimento dei costi con risultati positivi: lo dimostra il dato di contribuzione dei fornitori che ha avuto un'incidenza dell'8,98%, superiore dello 0,20% rispetto al preventivo. Il costo del lavoro è calato dello 0,47% a rete assoluta e dello 0,67% a valore omogeneo rispetto al preventivo, dati a cui corrispondono incrementi di produttività rispettivamente assoluto di +1,05% e omogeneo di +1,74%.

La produttività è di 7.956 euro al metro quadro, contro i 7.012 euro al metro quadro di Carrefour, e i 7.526 euro al metro quadro del mercato grande distribuzione su cui peraltro incide Esselunga, inclusa nell'analisi anche se gestisce strutture superstore. Se le nostre strutture, di dimensioni mediamente più contenute rispetto alla concorrenza, fossero rese omogenee ai superstore Esselunga, ci attesteremmo a oltre 13.000 euro, a breve distanza dai 15.816 euro di Esselunga.

L'ottimo risultato conseguito dalle iniziative cosiddette di fidelizzazione breve, hanno fatto lievitare i costi della pubblicità, che per le altre voci hanno rispettato il preventivo. Analizzato, però, il dato costi-benefici si è deciso di reimpostare un piano di rientro a breve termine che ci ha permesso, già nella gestione successiva, di riportare il dato nell'ordinario e, entro il 2015, di diminuirne l'incidenza senza penalizzare la comunicazione ma razionalizzandola con un progetto complessivo sui nuovi mezzi.

Gli investimenti in ristrutturazioni di impianti e dei layout e display, la razionalizzazione dei servizi, e nuove misure in termini di risparmio energetico, in sinergia con i colleghi di Promo.Ge.Co ci hanno consentito nella gestione 2012, e ci consentiranno anche in futuro, di liberare risorse per reggere la competitività e poter garantire a soci e clienti quella convenienza sicura propria del DNA di Coop.

Canale supermercati

Il 2012 è stato un anno di grande difficoltà, in cui si sono rafforzati quei comportamenti che hanno modificato le abitudini dell'84% dei consumatori italiani.

Nel 2012 la diminuzione del 3,6% rispetto al 2011 della spesa delle famiglie, è stata favorita dal calo del 4,5% del reddito disponibile. Gli italiani, costretti a tagliare le spese, hanno sacrificato soprattutto l'abbigliamento e gli svaghi fuori casa nel tempo libero, è cresciuta anche la propensione a risparmiare sulla spesa di tutti i giorni e sulla benzina, riducendo l'uso dell'automobile. È probabile che queste nuove abitudini nei consumi non siano transitorie e siano ormai diventate parte di un'evoluzione culturale. Il settore alimentare è colpito dalla crisi attraverso le scelte del cliente. Il Cermes, centro studi della Bocconi, nel report annuale ha tracciato il profilo delle modalità di risparmio. Il 77,8% degli italiani intervistati ha ridotto le scorte in dispensa, il 91,5% evita spese non indispensabili, mentre il 61,5% ha diminuito nel proprio carrello i prodotti di marca più cari, preferendo nell'89,7% dei casi prodotti in promozione o a marchio dell'insegna (63,2%).

La cooperativa, per dare sostanza agli obiettivi statuari, attraverso un'attenta politica di prezzo, ha cercato di competere con tutte le insegne presenti nel territorio, ricercando nella competitività una posizione da leader o co-leader. Questa attenzione nella gestione del prezzo ha permesso a Nova Coop di non perdere clienti, nonostante un anno di grande tensione competitiva. L'aumento degli scontrini registrato nel 2012 dimostra che i nostri soci e clienti continuano a riconoscere a Coop le caratteristiche di convenienza coniugata alla ricercata qualità, sicurezza e garanzia dei prodotti venduti nella rete.



Nel 2012 sono state pari a 366,7 milioni di euro le vendite del canale supermercati, più 0,75% rispetto al 2011. Un risultato caratterizzato dall'inversione del trend positivo su 2011, che dal mese di ottobre si è trasformato in valore negativo rispetto all'anno precedente sino a chiusura di anno, che ha bruciato circa due terzi del tesoretto fino ad allora accumulato. Il budget preventivato è comunque stato superato di 1,4 milioni di euro, un dato molto positivo se confrontato con il mercato nazionale della grande distribuzione organizzata che, a rete omogenea nel canale supermercati, ha perso l'1,20%, mentre Coop a livello di sistema si è fermata al meno 0,60%. Nel distretto Nord Ovest la Liguria ha registrato una crescita pari a Nova Coop mentre in Lombardia si è registrato un decremento del 5,76%.

L'incremento delle vendite è stato ottenuto grazie all'aumento di scontrini del +1,93%, che hanno compensato la diminuzione di spesa media pari a 1,17%. Il dato degli scontrini in aumento conferma la competitività che esprimiamo sul territorio per rispondere alle aspettative dei nostri Soci.

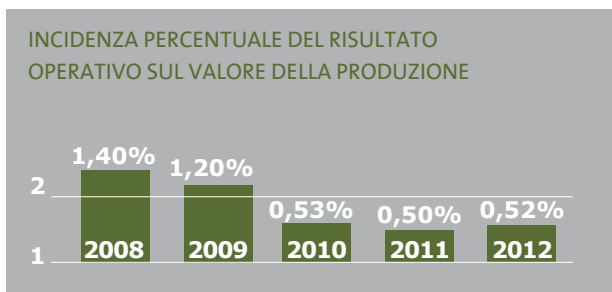
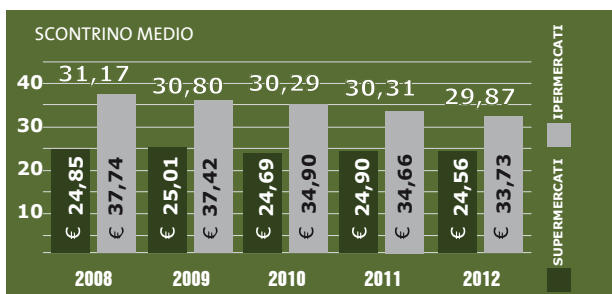
Per quanto riguarda le vendite delle merci in offerta nel solo settore generi vari, che rappresenta il 61% delle vendite del canale, abbiamo registrato nelle promozioni un incremento di pezzi venduti del 28,7% rispetto al 2011 (33,6 ml pezzi contro 26,1 ml pezzi). La pressione promozionale calcolata sul fatturato è passata dal 17,6 % del 2011 al 21,5% del 2012. Nella composizione percentuale delle vendite promozionali per la prima volta i prodotti industriali leader non sono i più venduti ,33,2% nel 2012 contro il 35% nel 2011 ,ma troviamo al primo posto il nostro prodotto a marchio Coop con il 34,9% contro il 29,5% dell'anno precedente(+ 5,4 %). Nelle vendite non in promozione del grocery, i pezzi venduti nel 2012 contro il 2011 sono diminuiti del 5,8 % (10,1,5 ml pezzi vs 107,8 ml pezzi); il fatturato espresso è diminuito del 2,8 % (174,7 ml € vs 179,7 ml €).

Se sommiamo i risultati delle vendite promozionali e non promozionali, il grocery segna un incremento di pezzi venduti tra il 2011 ed il 2012 dello 0,9%. Di questo incremento l'unico a beneficiare è il prodotto a marchio Coop che passa da 37,9 milioni di pezzi venduti nel 2011 a 40,7 milioni nel 2012 (+7,3%), con quota di mercato in pezzi che passa da 28,3% e al 30,1% , mentre i leader scendono da 31,2% a 30,3% nel 2012.

Anche i deperibili influenzano il valore della spesa media ma, in quanto materie prime non facilmente conservabili, l'effetto sui prezzi di vendita è legato più alle variazioni climatiche e/o ai volumi più o meno abbondanti delle produzioni.

In ortofrutta ,carni e pesce la presenza della produzione controllata Coop è ampiamente rappresentata nell'offerta dei freschissimi: la filiera produttiva certificata a marchio Coop garantisce l'assoluta qualità attraverso le attente pratiche di allevamento e di coltivazione controllate all'origine. Nella categoria delle carni bovine il prodotto certificato Coop rappresenta oltre il 90% dei volumi venduti , valore che ritroviamo anche nella categoria pesci interi. In ortofrutta nelle categorie dove sono presenti le referenze Coop prodotte con tecniche colturali che garantiscono il consumatore, la quota in volume supera il 60% del totale commercializzato.

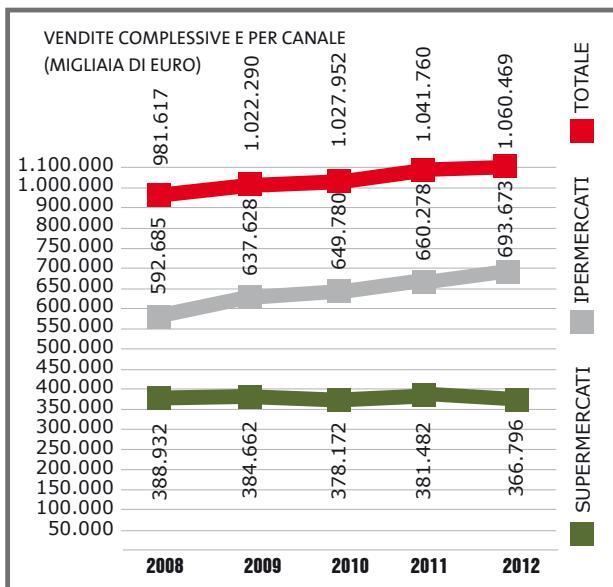
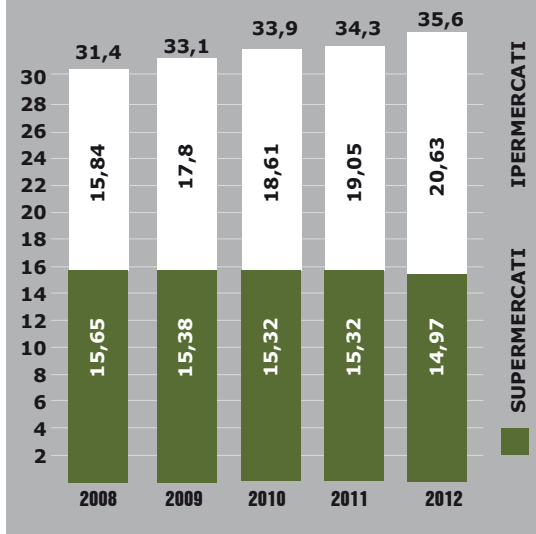
Se anche per il grocery industriale valutiamo il nostro Prodotto a Marchio, nelle sue diverse segmentazioni (Fior Fiore ,Vivi Verde etc) e per le sole categorie in cui è presente come valida alternativa ai leader; allora le quote del nostro prodotto sul fatturato e sulla quantità aumentano considerevolmente fino a superare il 60% in volume sul totale: è questo il vero valore aggiunto e distintivo che COOP può dare in termini di qualità e competitività.



Il costo del lavoro a punto vendita è stato caratterizzato, dalla diminuzione dello 0,50% del numero delle ore lavorate. Ben 10.122 ore in meno nonostante le 8 nuove aperture domenicali che non ha influito sul numero dei lavoratori che è rimasto tale. La diminuzione di ore è stato possibile grazie alle nuove implementazioni della casse "fast lane" in corso d'anno (Vercelli, Santhia, Susa, Strambino, Omegna e Piossasco) ed all'entrata in regime di quelle inserite nel 2010. Così come per l'integrazione del banco assistito macelleria nella linea del banco taglio gastronomia che ha permesso di ottimizzare i processi, mentre in altri punto di vendita, grazie a questa opportunità, sono stati inseriti i banchi carne assistiti per aumentare il servizio e le opportunità di acquisto dei soci. Con questi interventi la produttività oraria è aumentata dell'1,23% (a fronte di un aumento delle vendite dello 0,75%) Il costo del lavoro è calato dell'1,61% rispetto al 2011.

Nel 2012 abbiamo concluso l'attività di ascolto dei soci dei 45 punti vendita, iniziata lo scorso anno e che ha portato risultati importanti ed ha permesso di attivare una comunicazione diretta con parte dei nostri soci per ascoltare, ma anche per essere ascoltati sul perché di certe scelte. Abbiamo poi dato corso all'inserimento delle attrezzature per la vendita del pane sfuso all'interno dello spazio del banco assistito salumi e formaggi come completamento dell'offerta, nei punti di vendita di Cameri, Novara Via Fara, Caluso, Trino, Pinasca, Villadosola, Orbassano, Castano e Torino Via Borgaro.

NUMERO CLIENTI (IN MILIONI)



Attivazioni 2012

NovaCoop: 18.722
Totale Italia: 206.051



Complessivo Attivazioni a fine 2012

NovaCoop: 90.055
Totale Italia: 937.314

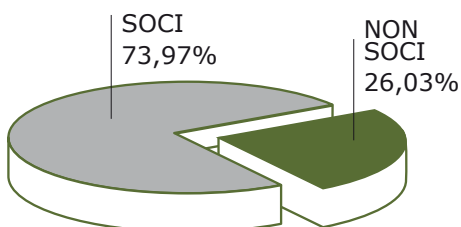
Valore bonus Erogati ai Soci nel 2012

Nova Coop: 253.558 euro
Totale Italia: 3.842.822 euro

ricariche con i Punti Socio nel 2012

Nova Coop: 283.485 euro
Totale Italia: 3.100.055 euro

PREVALENZA DELLO SCAMBIO MUTUALISTICO



NEL 2012 OLTRE 90 MILIONI di euro IL RISPARMIO COMPLESSIVO DEI SOCI CON SCONTI LORO RISERVATI

Lo sviluppo e la crescita del patrimonio

Viene qui indicato l'orizzonte temporale di un biennio che è il tempo minimo (spesso non sufficiente) in cui si realizza un cantiere e si valutano concretamente le ipotesi di sviluppo.

Di seguito le principali attività in essere:

- Il completamento del cantiere della nuova sede della Cooperativa a Vercelli;
- Lo sviluppo del cantiere per la costruzione del centro commerciale di Collegno;
- La ristrutturazione, per esigenze di adeguamento normativo e manutentivo, dei supermercati di Novara Via Fara, Domodossola Via Cassino e Torino Piazza Respighi;
- Il completamento degli investimenti per il fotovoltaico;
- La costruzione del primo distributore Enercoop a Biella, presso il Centro Commerciale gli Orsi;
- Una serie di interventi mirati alla riduzione dei consumi energetici.

Nel corso del 2012 sono state analizzate 133 proposte d'investimento. Nessuna è finita con l'approvazione in Consiglio di Amministrazione. 11 sono ancora in corso di valutazione o trattativa. Il fatto che in quest'anno non si sia concluso positivamente alcun processo di valutazione è dovuto essenzialmente alla difficoltà di individuare localizzazioni in aree densamente abitate sufficientemente grandi e facilmente accessibili/visibili, di individuare aree idonee per rilocalizzazioni e/o ampliamenti, di comprimere alcuni costi d'investimento, d'inserirsi in un mercato già fortemente concorrenziale e di trovare il giusto equilibrio economico finanziario. Il settore si è poi occupato di diversi aspetti autorizzativi e contrattuali, in particolare per: Torino-Botticelli, Chieri, Collegno, Tradate, Valenza, Savigliano.

Per ciò che attiene gli aspetti autorizzativi e di progetto il settore si occupato di:

Vercelli Snia, Carmagnola (TO), Torino Molise, Alessandria e Avigliana (TO), Magazzini e sede, tramite i rapporti con il Comune di Vercelli; Commercializzazioni, con la verifica degli aspetti normativi e la predisposizione delle istanze per l'ottenimento delle autorizzazioni relative ai locali da locare. Quanto ai team di proposta si è lavorato per: Aosta, TNE Torino (Nuova Economia – Mirafiori), Gattinara (VC), Borgaro (TO), Negozio FiorFiore (valutazione nuovo format e la trattativa per locazione locali)

- Altre attività

- Crevoladossola, Tradate, Normativa regionale (l'istruttoria e la formulazione di osservazioni alle modifiche proposte dalla Giunta Regionale in seguito ai decreti del Governo Monti).

Infine ecco i principali obiettivi del 2013:

- Elaborazione del piano di sviluppo alla luce della nuova normativa regionale e nell'ambito del piano strategico della Cooperativa;
- Definizione Piano investimenti Enercoop;
- Torino Botticelli, l'ottenimento delle autorizzazioni commerciali;
- Collegno (TO), la ridefinizione interna del centro commerciale e il supporto alla commercializzazione;
- Chieri (TO), la cessione della galleria commerciale;
- Aosta, TNE, FiorFiore lo sviluppo delle trattative e la definizione dei progetti;

Alla fine dell'anno partirà il cantiere per la ristrutturazione del supermercato di Torino Corso Molise i cui costi, circa 10 milioni, ricadranno nel 2014. In questo cantiere si esplorerà la possibilità che Promo.ge.co S.r.l. svolga direttamente la funzione di general contractor. Vale a dire la gestione diretta del cantiere senza ricorrere a una impresa con funzioni generali, nell'intento di realizzare un ulteriore risparmio dei costi di appalto. Si procederà anche allo sviluppo delle valutazioni progettuali, normative ed economiche per le non più procrastinabili decisioni in merito alla ristrutturazione dei supermercati di Carmagnola (TO) e Borgaro Torinese.

Infine per ciò che riguarda i costi di funzionamento di Promo.ge.co S.r.l., con la direzione del personale, è stato concluso un rigoroso piano di riorganizzazione che consente alla controllata di massimizzare sia gli elementi di flessibilità della società, che si avvale della collaborazione di una serie di professional a contratto libero professionale, sia di razionalizzazione della struttura tradizionale, al fine di un dimensionamento della stessa che continui a rispondere alle esigenze del proprio mercato di riferimento che è dato dalle politiche di investimento e gestione del patrimonio della cooperativa. Si è così determinato un minor costo della struttura, su base annua, di oltre 500.000 euro



Le azioni di miglioramento del servizio dei consumatori

La politica energetica

La politica di riduzione dei costi energetici è una priorità assoluta per Nova Coop.

Nel 2012 il consolidato trend di diminuzione dei consumi energetici (meno 4,5 milioni di Kwh negli ultimi tre anni) si è arrestato consolidandosi a quota 110.433.744 Kwh (1 milione in più sul 2011). Due le cause principali: da un lato le aperture domenicali, dall'altro l'apertura del nuovo centro di Chieri. Senza questi due fattori il dato dei consumi conferma e accentua la diminuzione. In particolare diminuisce il consumo di Kwh per metro quadro di area vendita da 742 Kwh nel 2009, a 684 nel 2011 e 657 nel 2012.

I costi invece aumentano a causa dell'incremento continuo delle tariffe, o meglio della loro componente fiscale che supera il 50%. Il costo dell'energia elettrica è aumentato del 26,11%. La previsione per il 2013, dunque, sarebbe di 18,6 milioni di euro. Ma per evitare importi così elevati è in atto un progetto per la riduzione dei consumi, all'interno del piano operativo triennale.

Il 2012 ha visto un notevole incremento della produzione di energia da impianti fotovoltaici di Nova Coop: sono stati, infatti, realizzati ed allacciati due nuovi impianti posizionati sul tetto del nuovo magazzino generi vari di Vercelli, per una potenza totale di oltre 1,5 megawatt. Grazie al loro contributo, nel secondo semestre 2012, i dati di produzione e i relativi ricavi economici sono giunti a valori di tutto rilievo, con un importo complessivo 1.199.495 euro. Altri 4 impianti sono stati installati sulle coperture dell'ipermercato di Borgosesia (VC) e dei supermercati di Tradate (VA), Novara Via Fara e Santhià (AL), per un totale di ulteriori 500 Kw di potenza. È in corso la pratica ambientale per un altro impianto sul tetto del supermercato di Pinasca (TO). La previsione per il 2013 porta a un ricavo complessivo di 1.757.187 euro.

A fronte di un investimento complessivo di circa 8 milioni di euro a fine 2013, gli impianti installati avranno assicurato, sempre per quella data, ricavi lordi dal primo anno di investimento (2010) pari a circa 3,5 milioni e il rientro dell'investimento, al lordo degli ammortamenti, entro la fine del 2015.

Quanto ai consumi di gas la previsione per il 2013 è che rimangano inalterati rispetto l'anno precedente; in diminuzione, invece, i costi del teleriscaldamento.

Progetti speciali

Contro/ room e intelligent map sono entrati nella fase della piena operatività. Si tratta di una piattaforma informatica centralizzata, capace di raccogliere, codificare e storicizzare tutti i dati di funzionamento dei principali sistemi tecnologici dei punti vendita. Il sistema è ora operativo in tutti gli ipermercati e in tutti i supermercati di maggior "taglia" energetica.

Gallerie commerciali

Dopo la ristrutturazione del settore, eseguita nel 2010, e i primi risultati ottenuti l'anno successivo, il 2012 si è chiuso con ricavi per 4,3 milioni con un incremento di circa 1,5 milioni. Nel 2013, oltre alla possibile cessione della galleria di Chieri (TO), saranno messi in vendita i negozi della galleria di Collegno (TO).



Attività di progettazione

L'attività nell'anno 2012 è stata principalmente caratterizzata dal completamento, fino alla consegna al Consorzio Nord Ovest, del magazzino logistico di Vercelli, e da altre due attività rilevanti sulle quali si sono concentrate le risorse dell'area progettazione. La prima riguarda il completamento della progettazione definitiva con inizio del cantiere e direzione lavori della nuova sede Nova Coop di Vercelli, un'attività che si dovrebbe concludere nella primavera del 2014. La seconda è invece il completamento del progetto definitivo di appalto, inizio del cantiere e direzione lavori del centro commerciale area ex Elbi di Collegno (TO).

Controllo di gestione

Nel corso dell'anno è stata condivisa con il settore patrimonio una proposta di analisi dei costi di manutenzione e servizi che permette di confrontare preventivi, consuntivi periodici ed annuali al fine di analizzarne gli scostamenti e migliorare la capacità di previsione dei budget, classificando i punti vendita e confrontando i costi.

Le politiche industriali, gli organici e il costo del lavoro

LE POLITICHE DEL PERSONALE

Per Nova Coop il 2012 sarebbe opportuno identificarlo come l'anno dell'avvio del cambiamento. Tutti i lavori che dal 2008 ad oggi hanno visto il forte e attivo coinvolgimento delle massime risorse della Cooperativa, si sono espressi nelle attività dei gruppi e nei progetti conseguenti al seminario di Baveno (VB) di fine 2011.

Infatti da questo seminario, che ha coinvolto dirigenti e quadri della Cooperativa, hanno preso avvio quattro gruppi di lavoro (l'ascolto; la comunicazione; il cambiamento; il rapporto tra rete e sede) impegnati ad indagare ed approfondire proprio quelle tematiche considerate fondamentali per migliorare il risultato aziendale in termini di clima e di qualità delle relazioni.

Parallelamente al processo intrapreso dai gruppi interdirezionali, la direzione aziendale ha dato avvio ad un processo di lavoro volto a supportare la creazione e la realizzazione del piano industriale triennale. Il progetto ha previsto l'individuazione di obiettivi di potenziamento delle singole aree e del gruppo di direzione quale elemento chiave del processo di sviluppo della Cooperativa. Questa modalità di lavoro ha caratterizzato anche le attività dei meeting dei due canali, realizzate nel corso del 2012.

Il piano definito e presentato a fine 2012, ha visto nella sua costruzione il coinvolgimento di tutte le figure aziendali direttamente coinvolte nelle azioni di efficientamento ed ha evidenziato un percorso di riduzione dei costi. Le singole funzioni aziendali hanno quindi avviato un'attenta analisi delle proprie organizzazioni per verificare spazi di efficienza e recuperi di produttività coerenti con le politiche aziendali.

Passando all'esame delle attività e delle iniziative che direttamente interessano la direzione del personale si conferma il grande impegno lavorativo di tutti i collaboratori del settore volto a migliorare le sinergie in essere con le altre direzioni e i diversi settori dell'azienda. Inoltre i continui mutamenti normativi e le maggiori attenzioni richieste dalle nuove leggi impongono una struttura operativa sempre più attenta e puntigliosa, in grado di cogliere tutti i dettagli utili ad un percorso corretto e più efficiente possibile.

La gestione della direzione del personale ha visto anche, con l'avvio del 2012, un'azione di ristrutturazione finalizzata a rendere la struttura più snella e dinamica, senza ridurne l'impegno sul fronte interno e su quello consortile. Sono inoltre proseguiti i progetti consortili volti sia al recupero di efficienza nei canali di vendita che nelle sedi. In particolare l'avvio di Sap, sistema contabile integrato, ha richiesto importanti azioni di formazione ed informazione a tutte le funzioni aziendali.

Pur rilevando le grosse difficoltà che ancora si incontrano nella gestione di progetti così impegnativi, non si può trascurare la grande valenza di questo percorso che continua a vedere un continuo dialogo con le altre cooperative del distretto.

Complessivamente il 2012 ha quindi rappresentato, come detto in premessa, l'anno in cui sono state concretizzate le azioni per un importante cambiamento della Cooperativa. Attraverso un lavoro intenso e partecipativo di tutte le nostre risorse, la definizione del piano pluriennale di Cooperativa, nonché la concretizzazione del progetto della costruzione della nuova sede di Vercelli, la nostra Cooperativa ha concentrato le proprie energie sulla propria organizzazione, avviando il processo di riassetto strutturale che vedrà la sua piena applicazione nel corso del 2013.

Le relazioni sindacali

Il 2012 ha rappresentato un anno di discreta normalità e tranquillità nei rapporti con le Organizzazioni Sindacali. Oltre alla gestione corrente, che ha visto svilupparsi momenti di incontri territoriali volti alla risoluzione di problematiche specifiche e locali. Due, in particolare, le occasioni di discussione con i lavoratori ed i loro rappresentanti: il lavoro domenicale, vista la modifica normativa sulla regolamentazione delle aperture degli esercizi commerciali e l'avvio del confronto sul processo di unificazione delle due sedi amministrative di Galliate (NO) e Leini (TO), nell'unica futura sede legale di Vercelli.





Per quanto riguarda la nuova sede di Vercelli, sono stati avviati due gruppi di lavoro che hanno visto il coinvolgimento sia dei lavoratori che delle Rsa della sede di Leini. Il primo si è occupato della condivisione partecipata della progettazione delle aree della nuova sede: uffici, spazi comuni, mensa, sale riunioni, ecc... Lo scopo è stato quello di raccogliere dai diretti interessati, le lavoratrici ed i lavoratori, le necessità lavorative quotidiane e le proposte più adeguate alla definizione di un ambiente lavorativo funzionale ed efficiente, oltre che confortevole e soddisfacente. Il secondo gruppo si è invece concentrato sulla definizione delle esigenze/difficoltà dei lavoratori delle due sedi di Galliate e Leini, ricercando soluzioni per una positiva conciliazione tra i tempi di vita e i tempi di lavoro dei collaboratori coinvolti da questo trasferimento di sede. È bene in ultimo rilevare che, pur avendo concluso l'iter del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro, nel dicembre del 2011, nei primi mesi del 2012 si è ultimata la negoziazione nazionale sull'apprendistato. La modifica della legge in merito a questa forma di assunzione ha reso infatti indispensabile anche il riassetto della disciplina all'interno del nostro articolato contrattuale appena sottoscritto.

Gli organici

Il 2012 vede l'andata a regime del percorso, già evidenziato negli scorsi anni, di consolidamento degli organici avviati grazie alla concretizzazione del piano di sviluppo pluriennale della cooperative. Le ultime aperture di Galliate (NO) e Chieri (TO) hanno portato nel corso del 2012 sia all'inserimento di nuove figure che alla qualificazione delle persone precedentemente entrate in azienda con percorsi di inserimento professionale. Tuttavia la mancanza di nuove aperture nel corso dei dodici mesi dell'anno ha fatto registrare una riduzione di nuovi inserimenti, rispetto all'anno precedente, in particolare per quanto riguarda i livelli più operativi delle strutture di vendita. Si può inoltre apprezzare un interessante percorso di recupero di efficienza sia nelle nuove strutture che in quelle già avviate da anni grazie alla continua attenzione posta al recupero della produttività.

Il mantenimento di un elevato livello di servizio anche in presenza di nuovi regimi di orario dovuta alle aperture domenicali, è stato ottenuto grazie alla valida collaborazione di tutti quei lavoratori che hanno saputo modificare i propri orari e le proprie abitudini, ben comprendendo le nuove esigenze organizzative e dimostrandolo in modo concreto e maturo.

Non si può tralasciare anche il fatto che l'anno 2012 ha visto la chiusura dei punti vendita di Crescentino (VC), Cerano (NO), Torino Via Negarville i cui dipendenti sono stati tutti ricollocati nei punti di vendita limitrofi prestando la dovuta attenzione a professionalità e esigenze individuali.

A fronte della citata riduzione degli organici di 166 teste al 31.12.2012, possiamo segnalare da un lato un incremento dell'organico medio di 32 persone e un elevato numero di lavoratori che hanno visto consolidare il proprio rapporto di lavoro sia attraverso conferme a tempo indeterminato sia attraverso incrementi di orario di lavoro. In particolare Novacoop ha confermato a tempo indeterminato ben 232 lavoratori di cui 170 contratto a termine, 26 apprendisti e 36 contratti di inserimento.

È interessante evidenziare il dato di incidenza delle diverse tipologie di contratti presenti nel nostro organico alla chiusura del 2012: il 4,56 % i contratti a termine, il 1,76 % gli apprendisti, l'1,02%, i contratti di inserimento e oltre il 92,67% i contratti a tempo indeterminato. Si registra quindi un notevole aumento dell'incidenza dei contratti a tempo indeterminato sul totale organico che aumenta di ben 6 punti rispetto alla chiusura 2011.

Nella lettura dei dati dei dipendenti divisi per fascia di età, possiamo evidenziare quasi il 70% dei nostri lavoratori ha meno di 45 anni, con una maggior incidenza delle donne, mostrando quindi l'immagine di un'impresa giovani ed in sviluppo. Anche nella lettura dei dati relativi all'anzianità in Cooperativa si evince che la nostra è una popolazione piuttosto giovane, segno dello sviluppo dell'ultimo decennio. Infatti oltre il 60% dei lavoratori ha un'anzianità media inferiore ai 15 anni di anzianità aziendale.

Il costo del lavoro

Il rinnovo del CCNL, siglato il 22 dicembre 2011, ha sicuramente rappresentato un elemento importante nella definizione e quantificazione del costo del lavoro 2012. Da una parte ciò ha generato un inevitabile incremento del costo orario di tutti i dipendenti in forza, dall'altra l'applicazione dei nuovi regimi di orario, finalmente equiparati a quelli del commercio privato, ha consentito un buon recupero di costo del lavoro su tutte le nuove assunzioni.

Possiamo rilevare che, diversamente dal passato, seppur con una soluzione meno ambiziosa rispetto alle nostre iniziali aspettative, questo rinnovo contrattuale ci ha consegnato una proposta di costo del lavoro meno onerosa del passato.

È necessario tuttavia rilevare che, pur riconoscendo lo sforzo realizzato con questo rinnovo sul fronte del costo del personale nuovo assunto, nel confronto con i competitori privati il nostro valore risulta ancora estremamente elevato.

Il costo del personale relativo all'esercizio 2012 è risultato di circa due milioni di euro in più rispetto al 2011, e precisamente pari a 137.351.184 euro, compreso i costi accessori, i costi della formazione dei nuovi assunti e dello stanziamento per il salario variabile. L'incidenza del costo del lavoro sulle vendite risulta, a livello aziendale, migliore sia rispetto all'anno precedente che al preventivo, dimostrando la coerenza con il processo di efficientamento in atto.

Fondo di Previdenza integrativa Previcoooper



FONDO
PENSIONE
PREVICOOPER

Nel corso del 2012 si è potuto registrare un aumento del numero dei dipendenti che aderiscono al nostro fondo di categoria: da 1.691 dipendenti nel 2011 si è arrivati a 1.700 aderenti nel 2012.

Per gli iscritti al Previcoooper, nell'ultimo esercizio, il contributo sostenuto da Nova Coop, nella misura dello 1,55% sull'imponibile annuo utile per l'accantonamento al TFR, è stato pari a quasi 520 mila euro, mentre la quota di Trattamento di Fine Rapporto destinata al Previcoooper è risultata pari a 2.030.749 euro, superiore all'esercizio 2011 di oltre 28 mila euro.

Fondo Sanitario Coopersalute



FONDO
SANITARIO
COOPERSALUTE

Anche per l'anno 2012 Nova Coop, ha effettuato nuove iscrizioni al Fondo Sanitario Coopersalute, estendendo i benefici di questo istituto di assistenza contrattuale a 210 nuovi dipendenti. Per offrire tutte le prestazioni previste da Coopersalute, la nostra cooperativa ha effettuato un versamento complessivo di oltre 415 mila euro a favore di ben 4.369 lavoratori, 93 più dello scorso esercizio. Dalle statistiche nazionali del Fondo si evince che il Piemonte è la quarta regione italiana in termini di numero di iscritti, con circa 320 strutture convenzionate.

Qualità e continuità della formazione

Nel 2012 è continuata e si è sviluppata ulteriormente la formazione dei lavoratori Nova Coop. Ad ogni livello sono state individuate formazioni specifiche di addestramento, istruzione e sviluppo della professionalità.

L'arco di impegno della Cooperativa è stato molto ampio ed ha previsto:

- Formazione sede, in particolare con il progetto nuova sede di Vercelli
- Formazione intercanale, per contratti di inserimento, di organizzazione del lavoro e per l'area prestito sociale e prodotti finanziari
- Formazione canale supermercati
- Formazione consortile Canale supermercati
- Formazione Canale ipermercati
- Formazione Coop Italia
- Infine va sempre ricordato l'utilizzo della ricca e articolata proposta formativa della Scuola Coop Montelupo

Le ore di formazione interna erogata nell'anno ammontano a quasi 46 mila distribuite su 3.749 partecipanti, mentre quelle dedicate alla formazione esterna sono stati pari a oltre 2.500 coinvolgendo quasi 100 partecipanti.



Il prodotto a marchio COOP

Promuovere il consumo consapevole significa per Coop sviluppare prodotti che esprimano i massimi livelli di qualità, convenienza, sicurezza, eticità e sostenibilità.

SICURO Selezione dei fornitori, capitolati rigorosi con standard più restrittivi delle norme di legge, forti investimenti in ispezioni e controlli, stretti contatti con il mondo scientifico sono alla base del sistema di garanzie Coop.

CONVENIENTE L'ottimo rapporto qualità prezzo dei Prodotti a Marchio Coop è il risultato di grandi volumi d'acquisto e di politiche a tutela dei consumatori.

ETICO La certificazione SA8000 e il codice di condotta sottoscritto dai fornitori fanno di Coop un'impresa attenta ai temi etici del lavoro e delle filiere produttive dei propri Prodotti a Marchio

BUONO Approvato dai soci non è un modo di dire, ma una reale valutazione dei Prodotti a Marchio Coop testati e confrontati in modo anonimo, senza etichette, con una marca leader

ECOLOGICO I prodotti a marchio Coop sono progettati e realizzati per garantire un ridotto impatto ambientale e una maggiore tutela dell'ambiente. Risparmio, riutilizzo e riciclo sono le tre "R" che caratterizzano il packaging Coop.



TUTELA Un assortimento completo di prodotti pensati per i consumi e i bisogni quotidiani. È la parte centrale dell'offerta a marchio.



VIVIVERDE Prodotti alimentari da agricoltura biologica e prodotti non alimentari ecologici realizzati con criteri di sostenibilità e di compatibilità ambientale.



FIORFIORE Il meglio della cultura gastronomica, l'eccellenza quotidiana di un'offerta che vuole valorizzare territorio, tradizione e gusto



SOLIDAL Prodotti realizzati secondo i principi del commercio equo-solidale: prezzo equo per i produttori, dignità del lavoro, sostenibilità ambientale, solidarietà.



CRESCENDO Prodotti sicuri, buoni e convenienti, studiati per soddisfare i bisogni legati alla nascita e alla prima infanzia.



CLUB 4-10 Prodotti a ridotta presenza di grassi, zucchero e sale, studiati per contenere l'apporto calorico di una dieta bilanciata per bambini fra 4 e 10 anni.



BENE SI Prodotti che contribuiscono al benessere di chi vuole trattarsi bene ogni giorno scegliendo un'alimentazione adeguata alle proprie esigenze.



SENZA GLUTINE Prodotti al giusto prezzo, studiati per le persone intolleranti al glutine, garantiti dal marchio dell'Associazione Italiana Celiachia.

Sicurezza e qualità

Periodicamente gli enti di certificazione controllano, mediante audit a Coop ed ai fornitori, che i requisiti siano mantenuti. Anche nel 2012 tutte le verifiche effettuate dagli enti di certificazione hanno dato esito positivo, confermando l'affidabilità del nostro sistema di garanzie.

Sono poi certificate "non contententi ogm" le principali filiere bovine e ben 399 prodotti alimentari industriali.



| PRODOTTI COOP | TOTALE |
|------------------|-------------|
| Numero referenze | |
| VIVIVERDE | 475 |
| CRESCENDO | 168 |
| CLUB 4-10 | 23 |
| FIOR FIORE | 329 |
| SOLIDAL | 242 |
| BENE.SÌ | 35 |
| NO GLUTINE | 21 |
| TUTELA | 2497 |
| TOTALE | 3790 |

Le campagne COOP

“Acqua di casa mia”

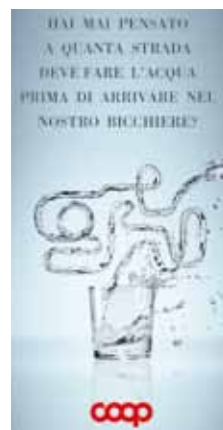
Coop ha lanciato una campagna per invitare il consumatore ad utilizzare l'acqua in modo consapevole.

Nella corsia delle acque a punto di vendita:

- non più solo acqua in bottiglia ma caraffe, gasatori, filtri e tutti gli strumenti necessari a migliorare l'acqua del rubinetto; informazioni trasparenti sulla distanza tra il punto vendita e le fonti e sulle caratteristiche degli oligoelementi;

Sul prodotto a marchio:

- inserite nuove fonti per ridurre il percorso necessario a raggiungere i punti vendita;
- la grammatura delle bottiglie è stata progressivamente ridotta,
- è stata introdotta la caraffa a marchio Coop.



“Boschi e foreste”

Questi i principali risultati ottenuti nel 2012:

- il 93% della carta utilizzata nella comunicazione (volantini, locandine, cataloghi) è fabbricata a partire da cellulosa riciclata, mentre il restante 7% da carta certificata;
- tutto l'arredo legno interno ed esterno è acquistato solo a partire da legno certificato, riconoscibile anche dal logo;
- il 33% degli articoli da cancelleria venduti è in cellulosa sostenibile;
- la sola scelta di cellulosa riciclata nella carta per la casa a marchio Coop e nelle comunicazioni ha prodotto un significativo risultato ovvero salvare piante per un'estensione equivalente a 530 campi da calcio.

Impegni più a lungo termine:

- avviata la conversione a cellulosa certificata per tutta la carta impiegata negli uffici e nelle sedi;
- la % di carta presente in assortimento nei nostri scaffali proveniente da cellulosa riciclata o certificata è del 42%, con l'obiettivo del 51% entro il 2014.

Inoltre 10.000 piante saranno piantumate in 9 oasi italiane individuate e gestite da WWF e Lipu, grazie alla vendita dei prodotti COOP Vivi verde in carta riciclata al 100%.



● Il benessere animale

Coop è impegnata a garantire buone pratiche di allevamento e adeguate condizioni di stabulazione, igiene, alimentazione e salute. Coop, riconoscendo la rilevanza dell'argomento, ha coinvolto il mondo scientifico ed ha avviato una serie di progetti specifici lavorando, in collaborazione con alcune Università italiane, alla definizione dei fattori maggiormente condizionanti la qualità della vita degli animali di interesse zootecnico ed alla stesura del Codice Etico sul Benessere Animale.

- La clonazione Coop non utilizza e non intende utilizzare, per i propri prodotti a marchio, carni provenienti da animali clonati e chiede che un'eventuale futura normativa UE, preveda l'obbligo di una trasparente informazione in etichetta su tale origine di alimenti da animali clonati.
- Capi d'abbigliamento:
rispetto a piume d'oca e lana Coop ha preso posizione contro sistemi di produzione lesivi del benessere degli animali e si è impegnata per eliminare queste pratiche dalla realizzazione dei prodotti a proprio marchio. Completa esclusione dalla vendita delle pellicce naturali e il passaggio alle pellicce sintetiche. I cosmetici con la certificazione “non testato sugli animali”.
- Il pet food
Nel 2012, Coop ha richiesto garanzie ai propri fornitori a marchio, che i test di appetibilità e digeribilità degli alimenti, avvengano solo attraverso indagini di mercato presso campioni di clienti e rifugi per animali randagi.
- Il foie gras
Condividendo le preoccupazioni di molti cittadini e associazioni ambientaliste e animaliste, Coop, in linea con i propri valori, da ottobre 2012 ha deciso di eliminare dall'assortimento il foie gras.

- **Allontanamento degli animali dai negozi e magazzini**
Per il controllo dei volatili (ad esempio piccioni e passerotti) che entrano o nidificano all'interno dei magazzini e dei punti vendita, Coop ha stipulato un accordo con la LIPU, Lega Italiana Protezione uccelli, definendo una strategia operativa integrata per la cattura e l'allontanamento dei volatili con metodi non cruenti.
- **Premio Leader europeo 2012**
L'impegno di Coop per il benessere animale è stato riconosciuto anche nel 2012 da Compassion in World Farming, l'organizzazione internazionale che si occupa del benessere degli animali da allevamento e che le ha assegnato il Premio Leader Europeo 2012, come catena di supermercati leader in Italia in questo campo.
- **Progetto dolphin safe**
Nel corso del 2012 sono state inserite alcune informazioni aggiuntive sull'approvvigionamento del tonno all'interno del cartoncino che avvolge le scatole di tonno; è stata inoltre messa a punto una nuova referenza: si tratta del Trancio di tonno Yellofin Fior Fiore "pescato a canna".



L'impegno per l'ambiente

● **Marchi e certificazioni ambientali**

Certificazione Forest Stewardship Council (FSC): per la gestione forestale sostenibile.

Ecolabel: è un marchio Europeo di qualità ecologica concesso ai prodotti che rispettano severi criteri ecologici previsti da apposite direttive CEE.

● **La razionalizzazione degli imballaggi**

Riduzione a monte del consumo di risorse (materiali, energia).

Riduzione a valle della produzione di rifiuti.

Secondo il principio delle 3 r: risparmio-riutilizzo-riciclo.

● **"Promise"**

Campagna con UE su consumare, produrre e vendere in modo sostenibile.

● **Etichettatura informativa**

"Etichettaggio informativo dei prodotti Coop": nel 2012 l'attività d'implementazione di queste informazioni in etichetta ha raggiunto il 65% dei prodotti a marchio.

● **Eticità dei prodotti Coop**

Tutti i prodotti Coop sono certificati SA8000, certificazione internazionale che riconosce l'eticità dell'intera filiera produttiva.

● **Certificato antimafia**

Coop Italia richiede a tutti i fornitori di prodotto a marchio COOP l'invio, con cadenza annuale, del Certificato Antimafia attestante l'insussistenza di cause di divieto o di sospensione di cui alla Legge 31 Maggio 1965 n. 575 e successive modificazioni.

● **Filiera del pomodoro da trasformazione e dell'ortofrutta**

Complessivamente nel 2012 le verifiche sociali effettuate presso le aziende agricole (comprese quelle del pomodoro da trasformazione) sono state 38.

● **Cina e estremo oriente**

In corso di revisione il parco fornitori relativo ai prodotti a marchio COOP realizzati in Cina con particolare attenzione alla gestione della sicurezza degli impianti ed all'orario di lavoro.

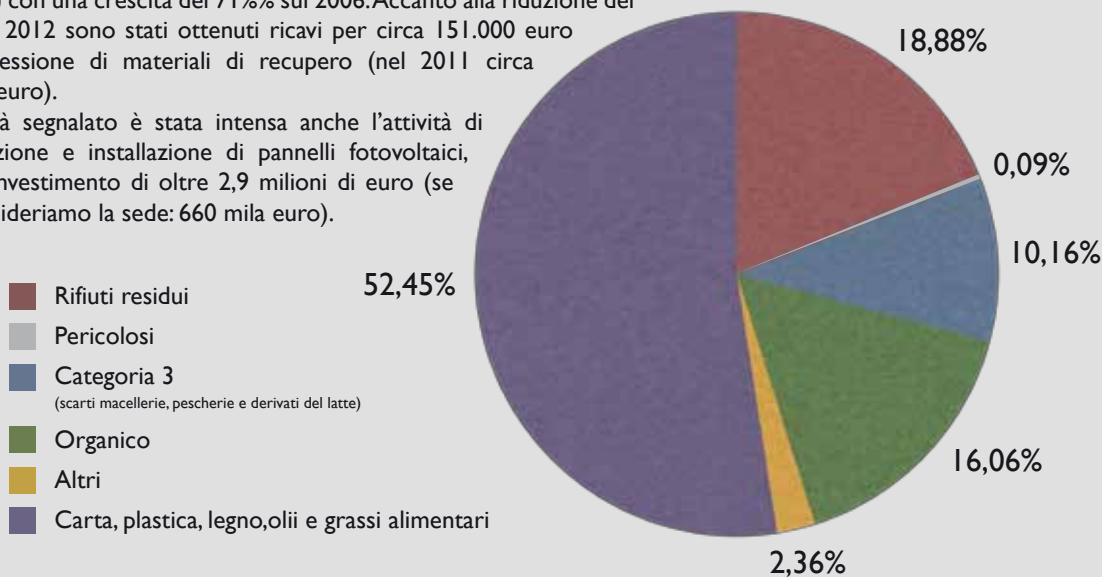
Progetto ambiente Nova Coop

La produzione totale di rifiuti nel 2012 è stata di 14.132 tonnellate delle quali 11.470 tonnellate sono state oggetto della raccolta differenziata e sono state avviate al recupero. In particolare sono state recuperate 6.508 tonnellate di carta e cartone, 393,5 tonnellate di plastica e 349 tonnellate di legno. Gli scarti delle macellerie e pescherie e dei derivati del latte, ammontano a circa 1.432 tonnellate, sono state in parte destinate al riutilizzo, e per un'altra parte alla trasformazione di farine. Nova Coop dedica particolare attenzione al recupero di questi materiali. La rete di vendita, infatti, provvede ad un'apposita differenziazione che permette alla società raccogliitrice la cessione delle parti più adatte (circa 925 tonnellate) a un produttore di mangimi per animali. Possiamo stimare che una percentuale prossima all'81,7% del totale dei rifiuti prodotti nell'anno sia stata differenziata.

Anche il progetto "Buon Fine" contribuisce a ridurre la quantità di rifiuti (con la donazione a numerose Onlus e altri enti non lucrativi operanti sul territorio di prodotti, per varie cause non più vendibili, ma ancora del tutto idonei al consumo o al loro utilizzo) per oltre 202 tonnellate di merci (prevalentemente ortofrutta) e circa 760.000 confezioni di prodotti (prevalentemente scatolame, pasta, caffè, biscotti, salumi, latticini).

I benefici che l'attività di recupero di materiali produce non si limitano alla sola sfera ecologica ma genera significativi risultati sul versante economico. Grazie ad essa la nostra Cooperativa è stata in grado di rendicontare con precisione l'alta percentuale di rifiuti avviati al recupero, e ciò ha consentito di ottenere da numerosi comuni, riduzioni della TARSU/TIA per un valore complessivo di oltre 467.000 euro (erano state ottenute riduzioni per circa 443.000 euro nel 2011) con una crescita del 71% sul 2006. Accanto alla riduzione dei costi nel 2012 sono stati ottenuti ricavi per circa 151.000 euro per la cessione di materiali di recupero (nel 2011 circa 148.000 euro).

Come già segnalato è stata intensa anche l'attività di progettazione e installazione di pannelli fotovoltaici, con un investimento di oltre 2,9 milioni di euro (se non consideriamo la sede: 660 mila euro).



Informazione e servizi ai Soci

La comunicazione

Per quanto riguarda "Consumatori" (al suo trentesimo anno di vita), si è realizzata a livello nazionale, grazie anche a quanto emerso dalla ricerca di mercato effettuata nel 2011, una rivisitazione grafica della rivista che ha interessato non solo la copertina ma anche l'impaginazione degli articoli e il rapporto tra le immagini e la parte descrittiva, con l'obiettivo di rendere le pagine più gradevoli e anche più facilmente leggibili. Medesimo intervento di restyling lo si è attuato per "NovacoopInforma", utilizzando anche in questo caso quanto emerso dalla ricerca di mercato attuata nel 2011 tra i nostri dipendenti.

Il 2012 ha rappresentato il primo anno di attività per la pagina Nova Coop su Facebook. Obiettivo: mettere in collegamento soci e consumatori, coinvolgendoli nella condivisione delle finalità istituzionali della cooperativa come: iniziative sociali, ambiente, solidarietà, educazione ai consumi, creando così una rete di relazioni sociali, ai primi posti all'interno del sistema nazionale Coop. Dal profilo degli utenti emerge che le donne sono il doppio degli uomini e l'età concentrata nella fascia compresa fra 25 e 54 anni (73% del totale). Durante l'anno 2012 è continuato il lavoro di aggiornamento e rotazione degli argomenti nelle pagine della cooperativa all'interno del portale web nazionale, in particolare per quanto riguarda la comunicazione di servizi e convenzioni per i soci e la presentazione delle offerte commerciali. Proseguito il monitoraggio di tutte le testate locali e le televisioni presenti nella nostra regione cercando di rendere più celere la rilevazione delle informazioni. Conferenze stampa sono state organizzate in occasione della presentazione del "Bilancio di sostenibilità", della Festa delle Cooperative e per il lancio dell'iniziativa "Una regione per una buona ragione" fatta in collaborazione con la Fondazione Vialli e Mauro e la regione Sardegna per sostenere la lotta alla SLA.



Il servizio di ascolto dei soci e dei consumatori "Filo diretto"

Nel 2012 le segnalazioni ricevute dal servizio Filo Diretto hanno raggiunto un totale di circa 3.500, pari a quello del 2011. Tutte le voci sono rimaste pressoché invariate; hanno avuto una leggera inversione di tendenza le richieste di informazioni (+2%) mentre le osservazioni/reclami sono leggermente diminuite (-1,68%).

Molta sensibilità intorno al prodotto Coop, soprattutto da parte dei soci. In particolare la richiesta di ampliare la gamma dei prodotti a marchio e maggiori informazioni sulla tracciabilità in etichetta.

Convenzioni

Il 2012 si è caratterizzato per la continua ricerca di nuove proposte di convenzioni, in particolare per quelle a carattere locale. Particolare attenzione è stata anche riservata alla diffusione ai soci: si è pubblicato sul numero di aprile/maggio di "Consumatori", la guida alle convenzioni, inviato nelle case di oltre 420.000 soci. Nel mese di dicembre si sono stampate le "Guide del Turismo Invernale", in collaborazione con Coop Liguria e Coop Lombardia, riproponendo tutte le convenzioni stipulate con le località montane per il periodo invernale.

Il turismo sociale

La proposta turistica di Nova Coop si articola in viaggi e soggiorni (promossi con i cataloghi Viaggiare da soci) e nel vero e proprio turismo sociale, con gite alla scoperta del territorio. Per l'organizzazione tecnica e la vendita dei viaggi nel 2012 Nova Coop si è appoggiata fino a novembre a "Nuova Planetario", per passare poi a "Viaggia con noi", società del gruppo Robintur. Complessivamente nel 2012 sono raddoppiate le gite sociali organizzate dalle sezioni soci, arrivando quasi a 100 (50 nel 2011), con un incremento complessivo del 62% del numero dei partecipanti.

Il prestito sociale

Il saldo del prestito sociale al 31.12.2012, considerando la capitalizzazione degli interessi avvenuta al 1° gennaio 2013, ammonta a circa 679 milioni, con un decremento di oltre 3 milioni rispetto al 2011. La variazione negativa è dovuta soprattutto a causa della riduzione del deposito medio, che passa da euro 9.422 a euro 8.893, giustificata dalla crisi finanziaria ed economica in essere.

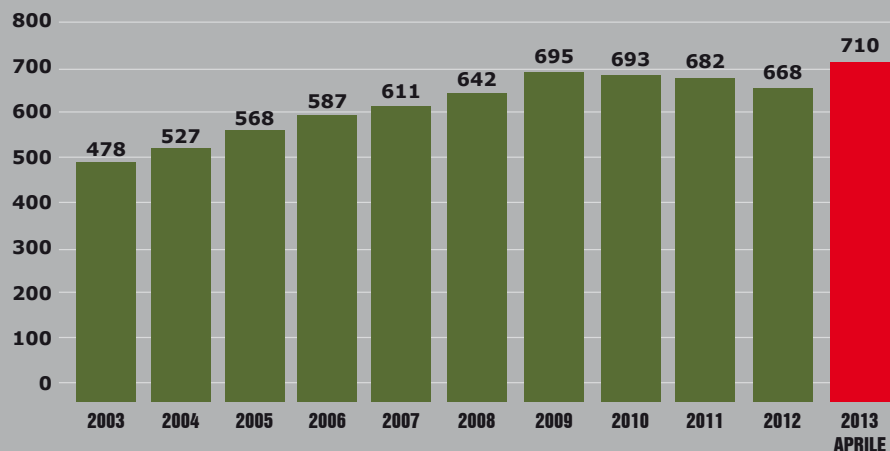
Questa analisi è dimostrata anche fatto che i soci finanziatori sono aumentati di circa 3.000 unità, passando da 72.464 a 75.204 unità. Questo importante risultato è dovuto anche al costante impegno ed all'attenzione dei componenti le sezioni soci nel garantire sempre la presenza presso i punti di vendita per consolidare i rapporti e proporre nuove iniziative.

Gli operatori continuano l'attività di offerta di prodotti assicurativi e creditizi standardizzati e supportano la vendita delle carte prepagate Ri-money.



ANDAMENTO STORICO PRESTITO SOCIALE

(IN MILIONI DI EURO)



I soci, la partecipazione e la solidarietà

2012 - ANNO INTERNAZIONALE DELLE COOPERATIVE

In occasione dell'Anno Internazionale delle Cooperative (indetto dall'ONU per il 2012) Nova Coop ha promosso, in collaborazione con Legacoop Piemonte, tre "giornate delle cooperative" presso gli ipermercati di Torino, Cuneo e Novara. Hanno partecipato una cinquantina di cooperative aderenti a Legacoop Piemonte, che operano in differenti ambiti di attività: abitazione e costruzioni, agricole, sociali, consumo, turismo, educazione.

I soci e la partecipazione

Un buon anno, il 2012, dal punto di vista della partecipazione sociale e dal punto di vista della riaffermazione della distintività cooperativa: ripresa della partecipazione alle assemblee di bilancio, rinnovo della commissione elettorale, assemblee straordinarie per variazioni statutarie e infine la presentazione del bilancio alle assemblee separate: complessivamente un incremento di circa il 15% dei momenti di partecipazione sul territorio, con un dato che si attesta intorno alle 1.700 iniziative complessive.

Il 2012 ha visto una ripresa della partecipazione: si è passati da 7.827 votanti a 8.404, con una partecipazione complessiva, comprendente ospiti e nuovi soci, di oltre 10.000 presenti. Nel mese di giugno, poco prima dell'assemblea generale, si sono anche tenute le assemblee separate su base provinciale per poter procedere ad una variazione statutaria.

Si potrebbe definire come l'impegno per la distintività, i cui risultati molto sinteticamente fanno registrare 26.812 nuovi soci - facendo raggiungere alla cooperativa l'importante numero di circa 707.941 soci totali - oltre 4000 nuovi soci, per un totale di 75.204 soci prestatori ed un mantenimento (pur nella grave congiuntura economica) a circa 669 milioni di euro del prestito sociale.



Buon Fine

Il progetto Buon Fine riguarda il conferimento gratuito da parte di Nova Coop ad Onlus del territorio dei prodotti alimentari non più vendibili ma ancora utilizzabili.

57 le convenzioni con i 61 punti vendita Nova Coop. Grazie alle associazioni e alla loro attività questi prodotti sono di sollievo per numerose persone che in mense sociali o con pacchi, consegnati da volontari, possono usufruirne gratuitamente. Complessivamente nel 2012 sono state avviate a questa seconda vita virtuosa merci per un valore complessivo di 2.507.885 euro che corrispondono a circa 500.000 pasti erogati.

Collezionamento

Con il collezionamento 2011/2012 Nova Coop ha offerto ai propri soci la possibilità di sostenere tre differenti progetti di solidarietà: l'accesso alle risorse idriche in Kenya (progetto promosso dalla Organizzazione non Governativa LVIA di Cuneo), la realizzazione di strutture ricettive per bambini malati di tumore a Kiev (ONG Soletterre di Milano) e raccolta fondi per la ricerca sul cancro (Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro di Candiolo).

Il collezionamento 2012/13, iniziato a marzo, ha visto un cambio sostanziale dei progetti proposti con l'ingresso della Fondazione Vialli e Mauro per la Ricerca e lo Sport e del progetto "Un mattone per cascina Graziella", promosso da Libera Piemonte, oltre al mantenimento dell'iniziativa di solidarietà in Ucraina.

8 marzo

Nel 2012 le iniziative promosse hanno visto la raccolta di 30.000 euro a favore del progetto "Un mattone per Cascina Graziella" finalizzato alla ristrutturazione di un podere confiscato alla mafia nell'astigiano per realizzare un centro di accoglienza per donne e di documentazione sui problemi della legalità, il tutto in memoria di Graziella Campagna, una ragazza uccisa in Sicilia dalla mafia.



FONDAZIONE VIALLI E MAURO
PER LA RICERCA E LO SPORT



Fondazione Vialli e Mauro per la Ricerca e lo Sport

Nel 2012 è continuata la collaborazione con la Fondazione Vialli e Mauro sostegno di progetti di ricerca scientifica per la lotta contro la SLA (Sindrome Laterale Amiotrofica). Le iniziative del 2012 finanzieranno il progetto di ricerca SardiniALS che si propone di far luce sulle cause dell'elevata incidenza della malattia nella popolazione sarda. Con la raccolta di fondi realizzata nel mese di dicembre, incentrata sulla vendita di confezioni di prodotti sardi, per ogni confezione venduta Nova Coop ha devoluto al progetto 5 euro, altrettanto ha fatto la Regione Sardegna. A luglio le sezioni soci del torinese hanno promosso il concerto SLancio di vita allo Stadio Olimpico di Torino.

Amnesty International

Nel 2012 Coop ha sottoscritto un accordo con Amnesty International: il primo effetto è stato il sostegno di Coop alla campagna "Alza la voce per chi non ha la voce", svoltasi nei mesi di ottobre e novembre per la raccolta di fondi e per la diffusione di informazioni circa i diritti delle donne in Medio Oriente e Nord Africa.

Noi ci siamo

A seguito del terremoto in Emilia Romagna e alcune zone della Lombardia, i soci Nova Coop hanno raccolto 25.000 euro, altri 42.000 sono stati raccolti grazie alla collaborazione con Coop Liguria e Coop Lombardia per la vendita delle magliette di solidarietà e 140.000 con la vendita di parmigiano reggiano e grana padano prodotti nelle zone colpite dal terremoto.

Il razzismo non conviene

Coop ha aderito alla campagna contro il razzismo promossa dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri e dal Ministero per la Cooperazione Internazionale e l'Integrazione sui temi del razzismo.

Solidarietà e attività commerciali

A fianco dei prodotti della linea SolidalCoop è possibile trovare il marchio "Libera Terra", caffè e birra prodotti in carcere dalla cooperativa "Pausa Café", le piantine (aromatiche ed ornamentali) della cooperativa sociale "Il bettolino" di Reggiolo o ancora il miele della cooperativa sociale "Il Pungiglione". A favore di quest'ultima realtà, alcune sezioni soci hanno raccolto 4.000 euro come contributo per i danni causati dall'alluvione del 2011 in Lunigiana.

la solidarietà di

coop

Novacoop



Iniziative Partecipanti 2012

| | | |
|--------------------------|-----|---------|
| Istituzionali | 370 | 14.000 |
| Promozione Coop | 303 | 108.000 |
| Attività socializzazione | 710 | 130.000 |
| Solidarietà | 320 | 53.000 |

1700
INIZIATIVE SUL TERRITORIO
305.000
PARTECIPANTI

Educazione e orientamento al consumo

Per le scuole

"Consumatori consapevoli - cittadini del mondo", con questo slogan si apre l'edizione del 2011/2012 del catalogo dell'offerta formativa Saperecoop articolata in modo differente in base alla fascia di età (dalle materne alle superiori) che tocca le principali tematiche connesse con i consumi.

Nel corso dello scorso anno scolastico 1.200 classi (circa 25.000 ragazzi) hanno aderito a questa proposta. A fianco delle attività proposte con il catalogo, l'offerta formativa Coop si arricchisce ogni anno di progetti speciali con scuole e realtà associative del territorio.

Per il 2012 va ricordata la collaborazione con l'ACEA di Pinerolo, il Centro Commerciale "Le 2 valli" e l'Istituto Buniva per la realizzazione di giornate informative sul tema della riduzione dei rifiuti. A Torino è continuata la collaborazione con il Primo Liceo Artistico per la progettazione del packaging del pane "Libero", il pane prodotto nel carcere di Alessandria. I progetti dei ragazzi sono stati votati su facebook e dai clienti dell'ipermercato di Torino durante una giornata di presentazione dell'iniziativa. Inoltre con le scuole superiori a Ciriè (TO) si è ripetuto il laboratorio teatrale promosso da Coop con i ragazzi dell'I.I.S. Galileo Galilei, progetto culminato nella realizzazione dello spettacolo "Assedio". Gli animatori del Centro Educazione ai Consumi Coop hanno collaborato con l'I.I.S. Albert di Lanzo per il progetto europeo Comenius su salute e stili di vita alimentari. Le scuole medie di Crevoladossola (VB) invece sono state coinvolte nella progettazione della mascotte del Val d'Ossola Shopping Center, mentre a Galliate (NO) continua la collaborazione con la biblioteca per il progetto "Avventure di Carta". Sono proseguiti i progetti INFEA della Regione Piemonte, volti ad aggregare le differenti proposte di educazione ambientale intorno a tematiche significative e metodiche didattiche innovative. La collaborazione con la Provincia del VCO: temi trattati sono stati il consumo consapevole e la conoscenza del territorio.

... e per i consumatori

Complessivamente nel 2012 le sale punto di incontro hanno visto la realizzazione di 100 iniziative con oltre 2.500 persone coinvolte; le quote di iscrizione sono state devolute integralmente a progetti di solidarietà selezionati dalle singole sezioni soci.

Con i progetti "A scuola di Coop" e "Dietro le quinte" i colleghi delle direzioni commerciali sono diventati docenti in incontri volti a presentare e a far assaggiare i prodotti dei reparti coinvolti. Nel 2012 queste iniziative hanno toccato i punti vendita di Chieri (TO), Borgomanero (NO), Casale Monferrato (AL), Gravellona (VB), Pinerolo (TO). Le altre numerose iniziative culturali (90) complessivamente realizzate rispecchiano la varietà di progetti e relazioni che Coop, grazie alla presenza delle Sezioni Soci, mantiene e sviluppa con il territorio. Nostri esperti sono intervenuti poi in incontri, convegni e tavole rotonde, preziose occasioni per comunicare gli impegni e le azioni di Coop per la tutela dei consumatori. E, ancora altre iniziative come "Stratorino 2012", un'occasione per promuovere sani stili di vita e aggregazione; "Salone del Gusto 2012"; "Io faccio la spesa giusta", un'occasione per promuovere il commercio equo e solidale; "Settimana del benessere psicologico", in collaborazione con l'ordine degli psicologi della Regione Piemonte.

Grazie ad un'iniziativa commerciale legata ai prodotti Viviverde Coop si è avviata nel 2012 la piantumazione, offerta da Coop, della Riserva Naturale di Crava Morozzo (CN), gestita dalla LIPU.



2012 IN CIFRE



Novacoop

| | NOVACOOP | GRUPPO NOVACOOP |
|--|----------------------|----------------------|
| STATO PATRIMONIALE | | |
| ATTIVO | | |
| Immobilizzazioni materiali e immateriali | 837.366.200 | 837.904.037 |
| Immobilizzazioni finanziarie | 236.084.800 | 227.343,106 |
| Attivo circolante | 884.851.927 | 884.767.025 |
| Ratei e risconti | 3.720.263 | 3.750.044 |
| Totale Attivo | 1.962.023.192 | 1.953.764.214 |
| STATO PATRIMONIALE | | |
| PASSIVO | | |
| Patrimonio netto | 709.134.065 | 701.675.656 |
| Patrimonio netto di competenza terzi | 0 | 0 |
| Fondo per rischi ed oneri | 19.610.462 | 19.760.462 |
| Trattamento di fine rapporto di lavoro | 35.144.047 | 35.902.274 |
| Debiti | 1.197.774.334 | 1.196.065.539 |
| Ratei e risconti | 360.282 | 360.282 |
| Totale patrimonio netto e passivo | 1.962.023.192 | 1.953.764.214 |
| CONTO ECONOMICO | | |
| Valore della produzione (ricavi) | 1.058.287.895 | 1.062.254.922 |
| Costi della produzione | 1.052.821.586 | 1.056.685.751 |
| Differenza tra valore e costi della produzione | 5.466.308 | 5.569.171 |
| Proventi e oneri finanziari | 13.322.221 | 13.275.473 |
| Rettifiche di valore attività finanziarie | - 8.347.371 | - 6.492.038 |
| Poste straordinarie | 4.911.644 | 4.985.907 |
| Risultato prima delle imposte | 15.352.802 | 17.338.513 |
| Imposte sul reddito | 5.187.518 | 5.308.017 |
| Utile d'esercizio | 10.165.283 | 12.030.496 |

PROPOSTA DI RIPARTIZIONE DELL'UTILE 2012

Utile di esercizio da destinare come segue:

Al Fondo Mutualistico Promozione e Sviluppo "Coopfond" S.p.a. - LegaCoop 304.958,50 euro
A riserva legale 9.860.324,99 euro





Novacoop

NOVA COOP
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede legale e operativa
via Trieste 104
Galliate (No)
telefono **0321 800111**

Sede operativa
via Valletta 35
Leinì (To)
telefono **011 9918111**

FILO DIRETTO

Numero verde
800-238380

www.e-coop.it

 **novacoop**