

coop



Le aperture  
domenicali  
e festive  
**Per una nuova  
regolamentazione**

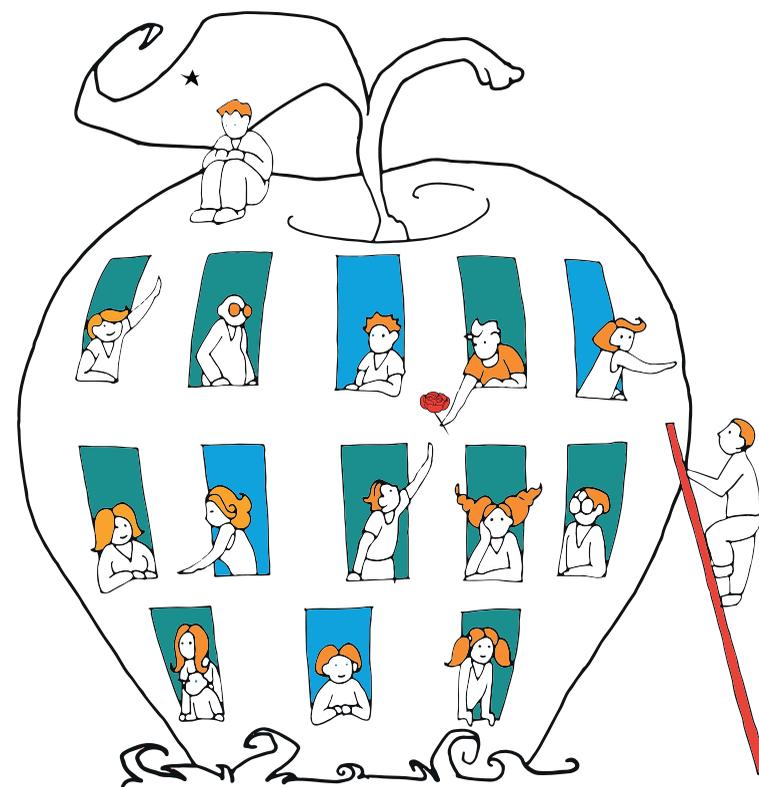
**Audizione X Commissione Camera dei Deputati  
1 ottobre 2018**

---



# Coop, bene comune

→ Le cooperative di consumatori sono imprese di persone, prima che di capitali. Per questo non massimizzano il profitto e non distribuiscono utili ma operano nel mercato per generare convenienza e valore sociale a beneficio dei propri soci, dei consumatori e a vantaggio delle comunità e per le future generazioni. Coop è un insieme di cooperative di consumatori indipendenti che, in oltre 160 anni di storia, hanno saputo creare in Italia un soggetto collettivo leader di mercato e in grado di coniugare logiche economiche e responsabilità sociale.



## I principali numeri

  
**14,8 mld**  
Giro d'affari

  
**87**  
Cooperative Associate

  
**2,1 mila**  
punti di vendita

  
**6,8 mln**  
Soci

  
**8 mln**  
di clienti settimanali

  
**59,9 mila**  
Dipendenti

  
**5,2 mila**  
Iniziative sociali  
sul territorio

  
**337**  
Presidi soci

  
**4.500**  
prodotti a marchio

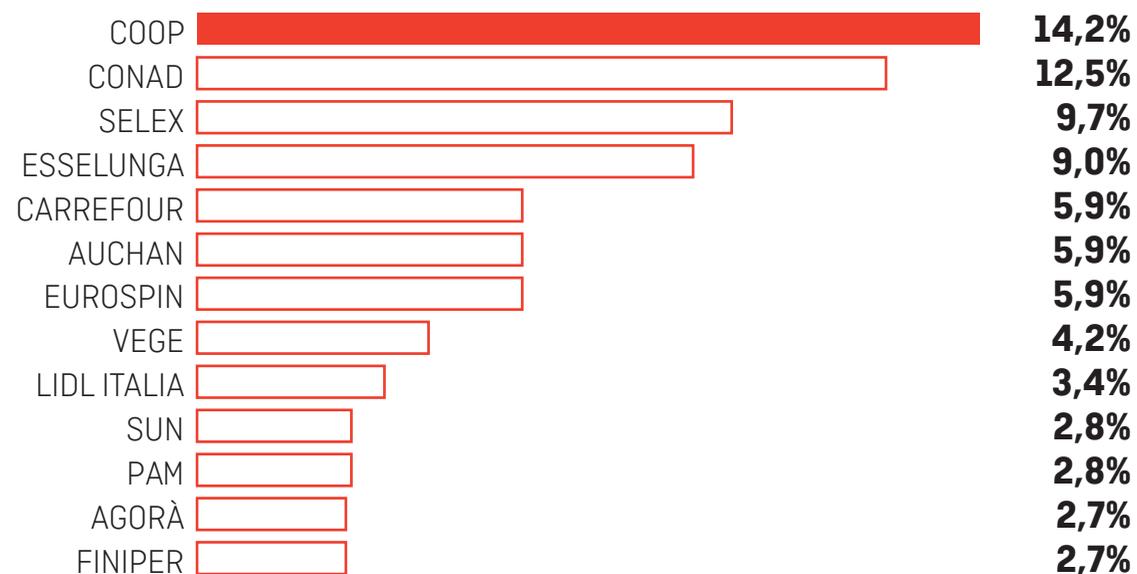
  
**13 mila**  
fornitori

  
**56,7 mln**  
valore delle iniziative  
sociali

# Coop, una leadership italiana

→ Coop è da oltre 30 anni il marchio leader della distribuzione alimentare italiana. Tale primato è rimarchevole soprattutto perché vede impegnate le cooperative a far coincidere tale immutata posizione con la ricerca di primati di qualità, valori e responsabilità sociale. Ma prima che essere un leader di mercato costituisce il più ampio esperimento di democrazia economica del nostro Paese.

**Quote di mercato della Gdo Italiana**  
(Lis+Sup+Ipr+Dis)



Fonte: Nielsen GNLC Gennaio 2018



→ Coop, **1° distributore italiano**, 41esimo retailer alimentare nel mondo e 15esimo nell'Area Euro (Global Power of Retailing Top 250 Deloitte)

→ **Coop è un'impresa al femminile**. Nei CDA delle cooperative il 41% dei consiglieri sono donne. Un primato rispetto al 33,5% delle società quotate e al 26,2% delle società a controllo pubblico\*

\*Elaborazioni Cerved 2018

→ Coop è **28ª nella classifica 2018 dei 100 top brands più influenti in Italia** redatta da Ipsos, tra i primi 10 marchi\*

\*Indagine online su 4.552 adulti, i risultati si basano su un campione ponderato per garantire la rappresentatività della popolazione italiana

→ 4 Prodotti a Marchio Coop **premiati per la Qualità e l'Innovazione al PLMA 2018** 'International Salute to Excellence Awards'\*

\*Il PLMA è la più importante manifestazione internazionale sulla Marca della Distribuzione che annualmente si tiene ad Amsterdam. I prodotti premiati sono esposti nel PLMA's Idea Supermarket di Amsterdam

→ Coop **entra nel 2018 nella Classifica Globale sul Benessere degli Animali di allevamento** Bbfaw (Business Benchmark on Farm Animal Welfare)

→ Coop Italia **vince il Premio 'Logistico dell'Anno 2017'** con il progetto 'Trasporto collaborativo multiplayer', una modalità innovativa e sostenibile di trasporto merci. Prendendo a riferimento una base annua di 19.000 km, la nuova modalità permette una riduzione nelle emissioni di CO2 pari a 20 tonnellate

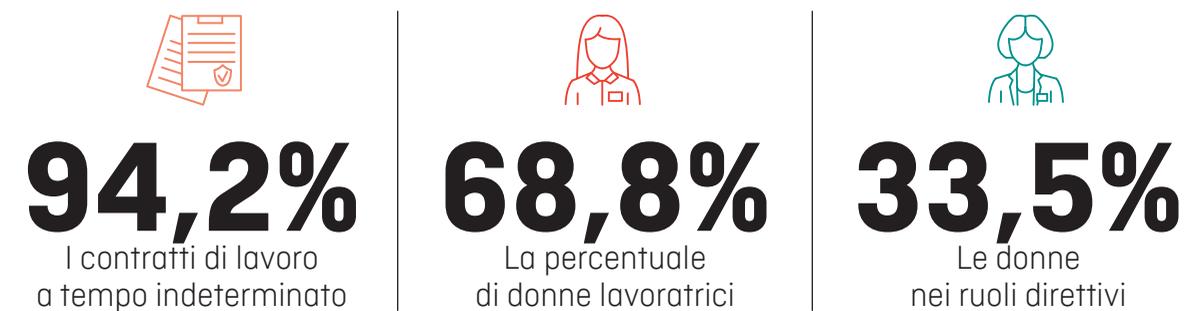
→ CoopVoce indicata a gennaio 2018 come **la migliore compagnia di telefonia mobile in Italia** nel sondaggio di Panorama (in collaborazione con Statista) 'Le aziende con il migliore servizio ai clienti'\*

\*Un sondaggio tra 18.500 persone e un elenco di più di 2.000 marchi

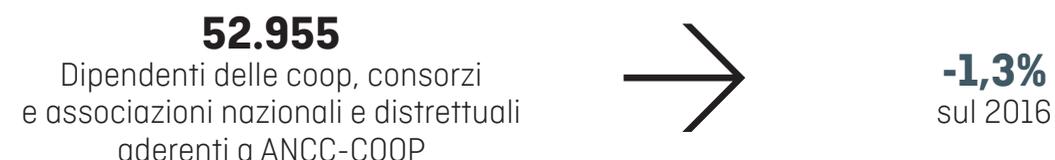
→ Il gruppo Aleanza 3.0 con Robintur **detiene la più importante rete diretta di agenzie viaggio** in Italia

# Coop, la buona occupazione

→ Coop dedica particolare attenzione alla qualità del lavoro, all'ascolto dei lavoratori, alle opportunità di crescita professionale e ai riconoscimenti retributivi dei propri collaboratori, con l'intento di garantire un lavoro dignitoso per i propri dipendenti, di valorizzare le risorse umane, di gestire il cambiamento e stabilire canali di comunicazione che permettano il coinvolgimento e la partecipazione attiva di tutti i lavoratori.



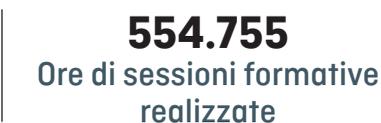
## Coop è uno dei più grandi datori di lavoro dell'economia nazionale



## La sicurezza del lavoro (Var. % sul 2016)



## La formazione professionale



# Coop e i suoi fornitori

→ La cooperativa sceglie i fornitori nell'interesse dei suoi soci e di tutti i consumatori. Vengono privilegiati i fornitori che godono di buona reputazione, che hanno stabilito codici etici per il loro comportamento, che sviluppano programmi sociali, che si dimostrano sensibili ai problemi ambientali, che adottano politiche del lavoro corrette, che si impegnano nell'innovazione e che riconoscono il valore dell'economia cooperativa. I rapporti con i fornitori non potranno che essere improntati a trasparenza, onestà e correttezza reciproche. [dalla Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori]



**13.000**  
fornitori attivi di cui il  
**75%**  
costituito da aziende  
di medie e piccole  
dimensioni



**80%**  
dei produttori a marchio  
Coop è italiano



**42%**  
delle materie prime  
dei prodotti a marchio  
è di origine italiana.  
La percentuale sale al  
**60%**  
se l'origine Italia  
è una delle possibili

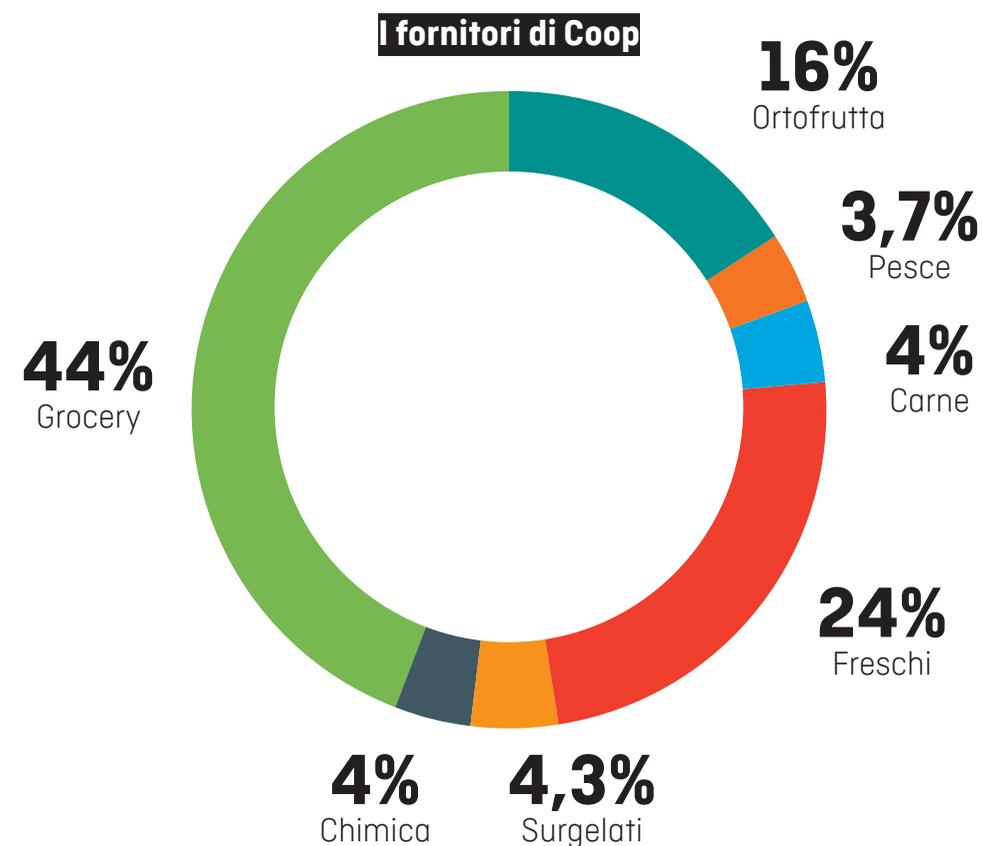
### 3 leve strategiche:

**1**  
l'attenzione al "locale",  
anche grazie al forte  
legame territoriale  
garantito dalla relazione  
virtuosa fra politiche  
sociali e commerciali;

**2**  
lo sviluppo delle piccole e  
medie imprese italiane;

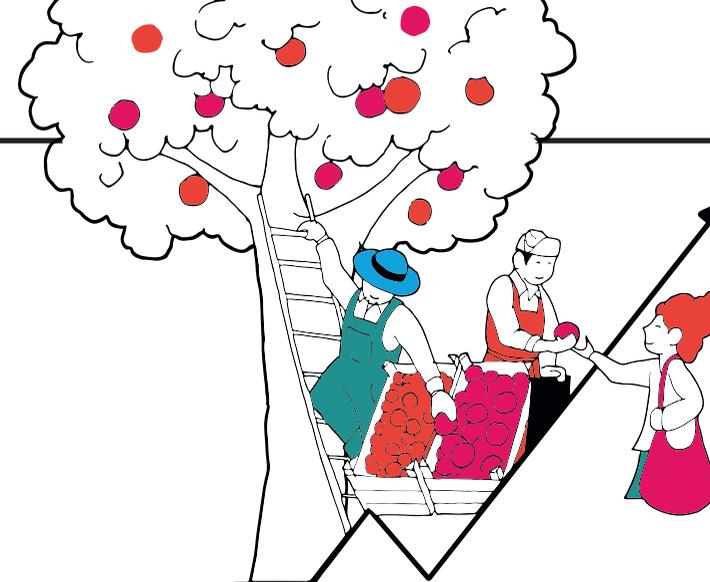
**3**  
la particolare cura verso  
la realtà cooperativa.

**9 mld**  
Gli acquisti effettuati dalle cooperative  
presso i fornitori di merce  
**7,6 mld**  
il valore del contratto Coop Italia



# Coop, l'impatto economico e sociale

## L'impatto di Coop sull'economia nazionale (2017)



	Impatto Diretto	Impatto Indiretto	Impatto Indotto	Impatto Totale
Valore Aggiunto (miliardi euro)	2,1	7,4	2,3	11,8
Imposte e contributi versati allo Stato (miliardi euro)	0,5	1,2	0,4	2,1
Dipendenti (.000 unità)	59,9	146,2	52,8	259,9

### Coop sostiene circa



**1%**

dei posti di lavoro italiani



**1,2%**

del Valore Aggiunto dell'economia nazionale

Fonte: ns stime su dati di bilancio e parametri tratti da "Il contributo della DMO al Paese. Analisi del Valore Esteso" di EY per Adm

# Coop, l'impronta sul territorio e le comunità

→ La cooperativa interpreta la sua missione all'interno delle comunità in cui più direttamente opera e dell'intero sistema-paese, attraverso le sue attività sociali e commerciali, in relazione con una pluralità di esperienze, persone e storie. La cooperativa fa parte della comunità e dà il suo contributo per migliorarne le condizioni materiali, morali e culturali. Per questo collabora con la scuola, con istituzioni culturali e scientifiche, con i mezzi di informazione.  
[dalla Carta dei Valori delle Cooperative di Consumatori]

**Buon Fine**  
[2017]

Tonnellate	<b>6.535</b>
Numero minimo di pasti corrispondenti	<b>8,2 mln</b>
Valore a prezzi correnti (euro)	<b>33,2 mln</b>
Punti di vendita Coop partecipanti	<b>647</b>
Associazioni di volontariato e caritatevoli destinatarie	<b>930</b>

**+18%**  
rispetto al 2016

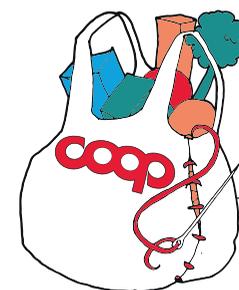
[www.coopnospreco.it](http://www.coopnospreco.it)

**56,7 mln**  
Valore restituito alle comunità, di cui

**17 mln**  
Costo iniziative sociali

**33,2 mln**  
Merce donata in solidarietà

**6,5 mln**  
Premi per la scuola



**5.200**  
Attività e iniziative culturali, ricreative e solidaristiche realizzate sui territori per promuovere l'integrazione e l'inclusione sociale, sostenere l'auto-sviluppo economico e sociale, sensibilizzare al consumo consapevole  
**500.000 partecipanti**

**1.000**  
organizzazioni di varia natura (associazioni, cooperative sociali, enti locali) con le quali Coop condivide progetti e intenti

Progetti di solidarietà locale e internazionale di cui  
**4.200**  
adozioni internazionali

**25**  
assegni di ricerca su Alzheimer a  
**20**  
Università

**Generazioni future**

**234.187** studenti  
**10.085** classi  
**12.650** insegnanti  
coinvolti nei progetti di educazione al consumo e alla cittadinanza consapevole sui temi dell'alimentazione, ambiente e cittadinanza  
[www.saperecoop.it](http://www.saperecoop.it)

**64**  
classi  
**1.141**  
studenti  
**457**  
ore  
in progetti di Alternanza Scuola Lavoro

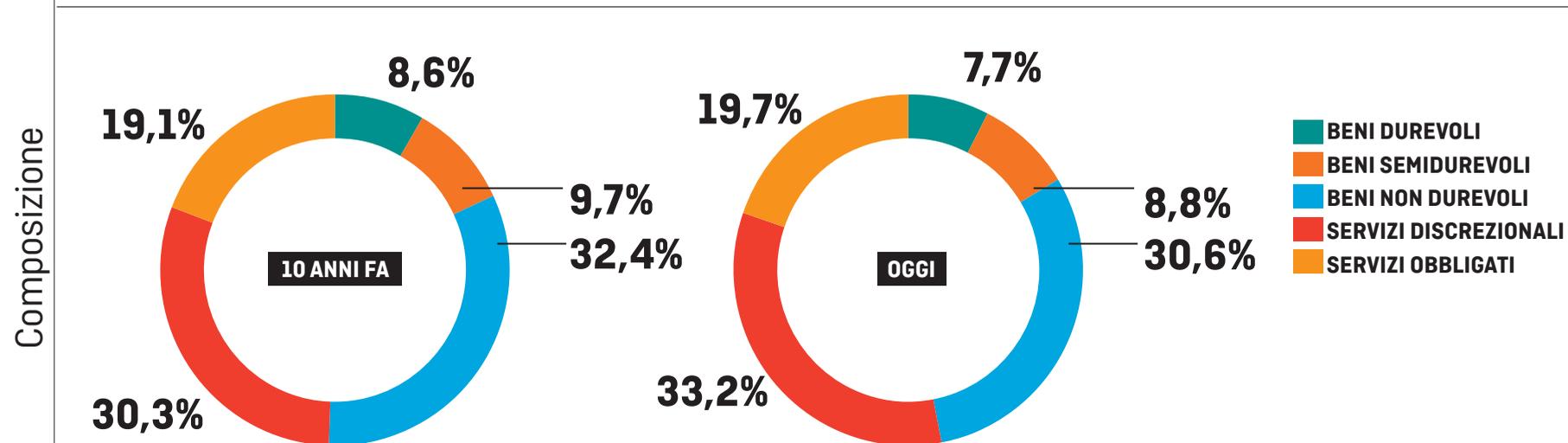
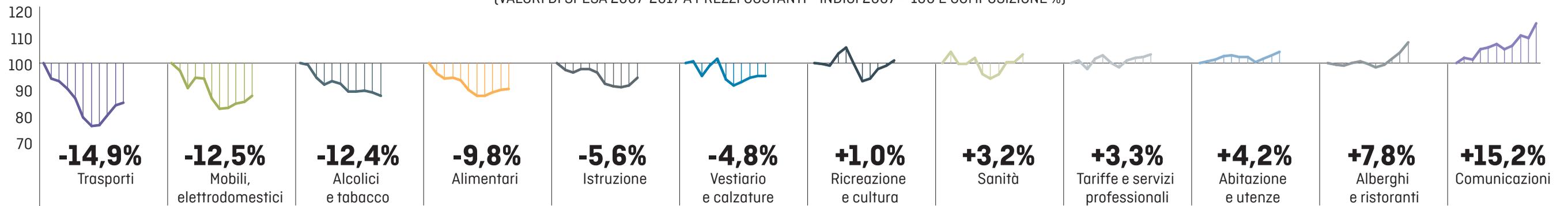
**8.157**  
Scuole aderenti

**41.194**  
Premi distribuiti in materiali didattici, tecnologia, percorsi ed esperienze culturali

# Più servizi e meno beni, come è cambiata la struttura dei consumi

## I consumi delle famiglie italiane negli ultimi dieci anni: più casa e tempo libero, meno trasporti, cibo e abbigliamento

(VALORI DI SPESA 2007-2017 A PREZZI COSTANTI - INDICI 2007 = 100 E COMPOSIZIONE %)

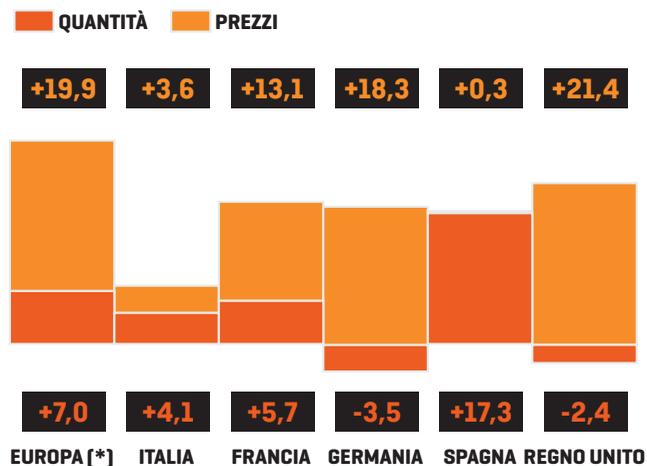


Fonte: REF Ricerche su dati Istat

# Quello italiano è il mercato distributivo più difficile d'Europa

## Nell'ultimo decennio, quello italiano il mercato che cresce di meno

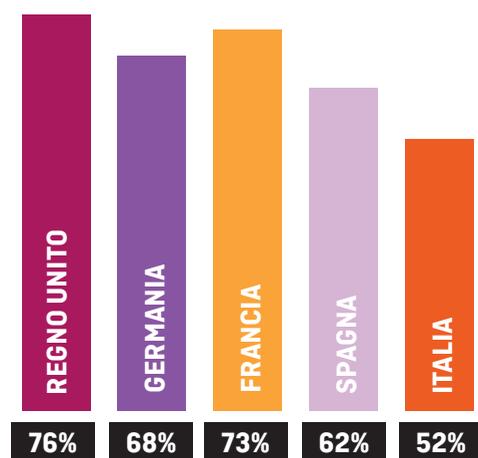
(var. % 2008-2017; vendite Lcc nella Gdo)



[\*] Austria, Belgio, Repubblica Ceca, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Ungheria, Irlanda, Italia, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Slovacchia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia.  
Fonte: elaborazioni Ufficio Studi Ancc-Coop su dati Nielsen

## Quello italiano il mercato distributivo più aperto

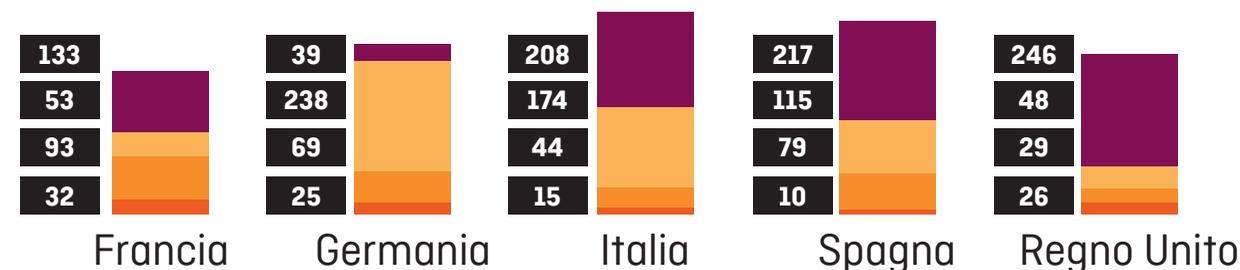
(Quota di mercato dei primi 5 operatori della Gdo)



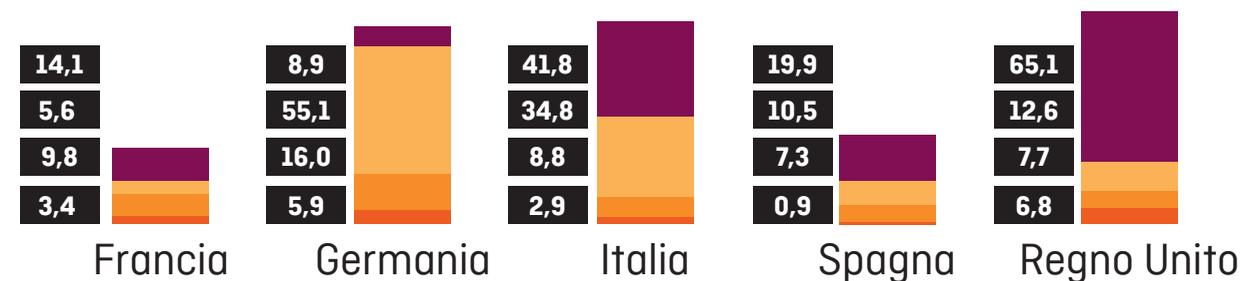
## La Gdo italiana la più presente e diffusa sul territorio

IPER E SUPERSTORE GRANDI SUPER (INCL. DISC) PICCOLI SUPER (INCL. DISC) SUPERETTE

(PUNTI DI VENDITA PER MILIONE DI ABITANTI, 2016)



(PUNTI DI VENDITA PER MILLE KMQ DI TERRITORIO, 2016)



# Le difficoltà di bilancio della distribuzione italiana



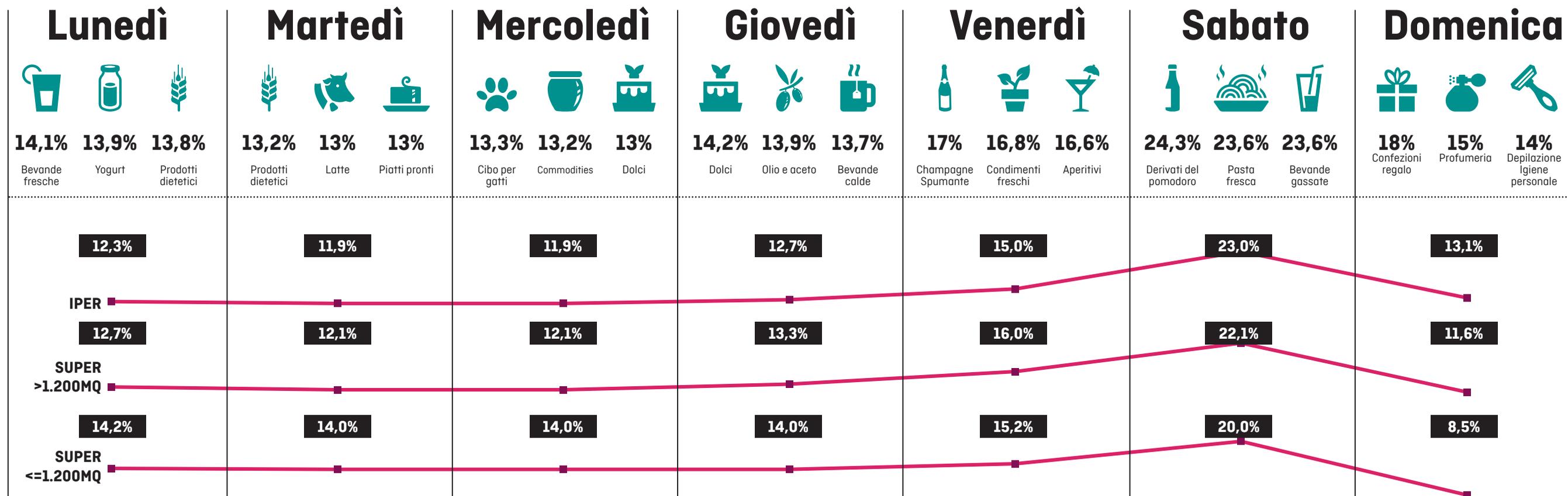
Aggregatori di bilancio	Grande distribuzione non alimentare					Grande distribuzione a prevalenza alimentare				
	2008-10	2011-13	2014-16	2016	2017	2008-10	2011-13	2014-16	2016	2017
FATTURATO NETTO (mIn euro)	8.773.772	9.447.720	9.999.531	10.486.775	10.876.713	46.835.960	50.497.057	52.465.863	53.235.374	55.076.906
FATTURATO NETTO (%)	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Costo del venduto e servizi	-81,2%	80,4%	80,8%	80,7%	81,5%	-85,5%	85,9%	85,5%	85,1%	85,5%
VALORE AGGIUNTO	18,8%	19,6%	19,2%	19,3%	18,5%	14,5%	14,1%	14,5%	14,9%	14,5%
Costo del lavoro	-12,5%	-13,3%	-13,6%	-13,2%	-13,0%	-9,7%	-9,7%	-10,1%	-10,2%	-10,2%
MARGINE OPERATIVO LORDO	6,3%	6,3%	5,6%	6,2%	5,4%	4,7%	4,3%	4,4%	4,7%	4,3%
Ammortamenti	-4,4%	-3,9%	-2,8%	-2,3%	-2,3%	-2,4%	-2,4%	-2,4%	-2,5%	-2,6%
MARGINE OPERATIVO NETTO	1,9%	2,4%	2,7%	3,8%	3,1%	2,3%	2,0%	2,0%	2,2%	1,7%
Gestione finanziaria	-0,5%	-0,2%	-0,1%	-0,1%	-0,1%	0,2%	0,4%	0,6%	0,6%	0,5%
RISULTATO CORRENTE PRIMA DELLE IMPOSTE	1,4%	2,2%	2,6%	3,7%	3,1%	2,5%	2,4%	2,6%	2,8%	2,3%
Componenti straordinarie	-1,0%	-1,0%	-0,5%	-0,3%	-0,6%	-1,0%	-0,7%	-0,8%	-1,1%	-1,3%
RISULTATO D'ESERCIZIO PRIMA DELLE IMPOSTE	0,4%	1,2%	2,2%	3,4%	2,5%	1,5%	1,6%	1,8%	1,7%	1,0%
Imposte	-1,2%	-1,1%	-1,0%	-1,3%	-1,0%	-0,8%	-0,9%	-0,8%	-0,8%	-0,7%
<b>RISULTATO D'ESERCIZIO</b>	<b>-0,8%</b>	<b>0,1%</b>	<b>1,1%</b>	<b>2,1%</b>	<b>1,6%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,8%</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,3%</b>
Fatturato all'esportazione (%)	1,1%	1,2%	1,8%	1,7%	1,7%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%
<b>Ros (Margine Operativo Netto/Fatturato Netto) (%)</b>	<b>1,9%</b>	<b>2,4%</b>	<b>2,7%</b>	<b>3,8%</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,7%</b>
<b>Roe (Risultato d'esercizio/Capitale Netto) (%)</b>	<b>-3,8%</b>	<b>0,3%</b>	<b>5,8%</b>	<b>8,8%</b>	<b>6,3%</b>	<b>2,5%</b>	<b>2,7%</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,8%</b>	<b>0,8%</b>
<b>Roi (Margine Operativo Netto/Totale Attivo) (%)</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,9%</b>	<b>4,9%</b>	<b>7,1%</b>	<b>5,8%</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,0%</b>
<b>Ebitda (Margine Operativo Lordo/Fatturato Netto) (%)</b>	<b>6,3%</b>	<b>6,3%</b>	<b>5,6%</b>	<b>6,2%</b>	<b>5,4%</b>	<b>4,7%</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,4%</b>	<b>4,7%</b>	<b>4,3%</b>
Dilazione da Fornitori (360:[Acquisti:Fornitori]) [GG]	100	94	89	86	94	101	87	80	80	82
Dilazione a Clienti (360:[Fatturato Netto:Clienti]) [GG]	10	9	9	9	10	25	24	21	21	22

Fonte: elaborazione su dati Ufficio Studi Mediobanca, Dati Cumulativi di 2055 Società Italiane (2007-2017) ed. 2018

# Gli acquisti degli italiani durante la settimana

## Un italiano su dieci dedica la domenica alla spesa

[Quota % prodotti acquistati in promo sul totale degli acquisti, quota % della spesa settimanale e per formato distributivo]



Fonte: IRI information resources

# Le aperture festive e domenicali in Coop



→ I punti vendita Coop **sono generalmente chiusi in maniera unilaterale** nelle principali festività (25 e 26 dicembre, 1 gennaio, Pasqua, 25 aprile, 1 maggio, 2 giugno, etc.)

→ I grandi punti vendita Coop sono **aperti in alcuni casi la domenica in maniera parziale** per numero e orario, mentre **l'apertura dei punti vendita medio-piccoli dipende** dalle caratteristiche della domanda locale e dalle scelte delle cooperative

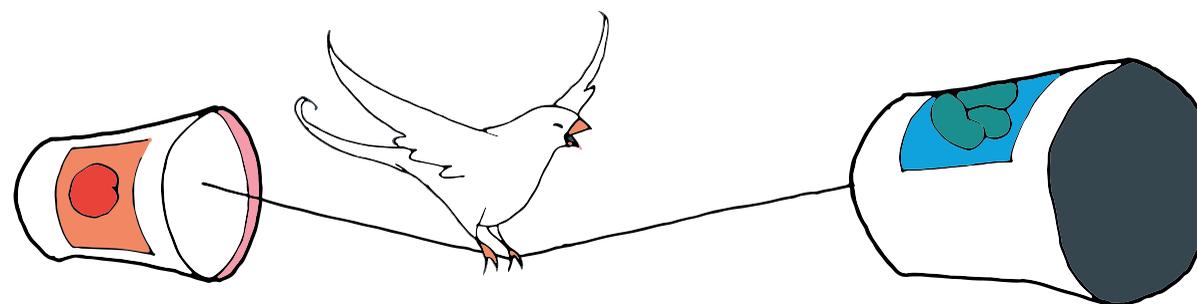
## Vendite e scontrini domenicali e festivi dal 1 gennaio al 31 agosto 2018 (Incidenza % sulle vendite totali)

		Domeniche	Festività	Domenica e Festività
Vendite	Smk	6,6%	0,5%	7,1%
	Iper	14,0%	1,3%	15,3%
	Mini	4,1%	0,4%	4,6%
	<b>Totale</b>	<b>9,4%</b>	<b>0,8%</b>	<b>10,2%</b>
Scontrini		9,2%	0,8%	10,1%

# Le policy per il lavoro festivo e domenicale in Coop



**Gli accordi sindacali (o specifiche disposizioni aziendali) tutelano il lavoro domenicale e festivo. Si favoriscono le scelte di lavoro volontarie e adeguate turnazioni tra i dipendenti. In ogni caso è garantita sempre la giornata di riposo.**



Nella maggioranza dei casi **sono esclusi i lavoratori in particolari situazioni (...)**

**Il lavoro domenicale (o festivo) è sempre remunerato in misura maggiore** delle giornate ordinarie. Da un minimo del 35% ad un massimo che supera per alcune cooperative il 100% del lavoro feriale.

## Le aperture festive e domenicali. La posizione di Coop: una soluzione equilibrata

Ricerca un nuovo equilibrio tra tempi dedicati alla spesa, tempi dedicati al lavoro e tempi dedicati alla vita. Per questo la Cooperazione di Consumatori - Coop ritiene corretto equilibrare e temperare le esigenze di un accurato servizio ai soci e ai clienti con l'attenzione ai propri lavoratori salvaguardando anche un gruppo significativo di festività civili e religiose, e si dichiara favorevole ad un confronto per una nuova regolamentazione della materia.

→ Per questa ragione la Cooperazione di Consumatori ha chiuso unilateralmente tutti i propri punti vendita in un numero significativo di festività civili e religiose importanti per l'identità del Paese e, allo stesso tempo, ha promosso importanti sperimentazioni raggiungendo accordi migliorativi aziendali con le OO.SS. per ridurre le prestazioni domenicali e per dare un significativo riconoscimento salariale al lavoro domenicale là dove svolto.

In un momento in cui si registra una decrescita delle vendite al dettaglio, una contrazione delle attese di crescita del Paese e una nuova spinta inflattiva, occorre comunque ricercare misure equilibrate:

- nell'interesse dei consumatori che intendano utilizzare la domenica per approvvigionarsi
- che garantiscano migliori condizioni di lavoro ai lavoratori ma non producano effetti non voluti sui livelli occupazionali e
- che garantiscano il mantenimento dei già precari equilibri economico finanziari e patrimoniali delle imprese.

→ L'eventuale nuova regolamentazione deve essere nazionale, univoca e priva di interpretazioni che possano introdurre elementi distorsivi e non utili alla ricerca di par condicio competitiva in un mercato che già oggi presenta molte asimmetrie competitive.

