

RAPPORTO ETICO 2018

29 APRILE 2019



PREMESSA

Col presente Rapporto si conclude il mandato della Commissione etica unitamente a quello di tutti gli organi elettivi di Coop Alleanza 3.0.

La Commissione ritiene quindi opportuno proporre all'assemblea dei soci alcune riflessioni sull'intero percorso che, nel triennio, ha contraddistinto il rapporto fra strategie, azioni gestionali, etica cooperativa e responsabilità sociale d'impresa all'interno di Coop Alleanza 3.0.

La Commissione si propone inoltre di sottoporre all'attenzione dell'assemblea dei soci e ai nuovi organismi elettivi che emergeranno dalla consultazione elettorale alcuni fattori di criticità che coinvolgono l'intero sistema cooperativo e che rischiano di inquinare non solo la cultura del cooperare e i suoi valori di riferimento, ma la stessa identità cooperativa.

Nei rapporti annuali prodotti dalla Commissione etica è stato, a più riprese, posto l'accento sui temi identitari e sulla distintività cooperativa.

Il futuro della cooperazione, particolarmente di quella a larga base sociale, è legato strettamente a questi due elementi.

Occorre prendere atto che l'economia e la società cambiano oggi con una rapidità vertiginosa e a scala planetaria. La tecnologia rivoluziona i sistemi relazionali e produce profondi cambiamenti negli stili di vita e quindi nei consumi e nei comportamenti.

A ciò si accompagna l'aggravarsi e il radicarsi, nella realtà economica mondiale e delle singole nazioni, di un perverso sistema di ripartizione della ricchezza che finisce per produrre nuove e più ampie sacche di povertà e conseguenti fenomeni migratori di dimensioni potenzialmente incontrollabili.

L'aumento del differenziale fra i redditi più elevati e quelli più bassi si sta accentuando progressivamente creando nuovi bisogni e rendendo critici quelli esistenti.

L'impiego della ricchezza delle famiglie è quindi sempre più condizionato da un'offerta dominata dalla finanza e da una fiscalità opprimente e spesso generatrice di ingiustizie.

È questo lo scenario che la cooperazione ha oggi di fronte.

Ma questo è anche un mondo che ha bisogno di cooperazione.

Coop Alleanza 3.0 dovrà costruire la propria identità e la propria azione di impresa nella certezza di essere protagonista, con l'intero sistema cooperativo, nella costruzione della risposta a questo bisogno.

COOP ALLEANZA 3.0

L'impegno di Coop Alleanza 3.0 nel triennio trascorso è stato in buona parte dedicato ad affrontare i complessi problemi determinati dalla nascita della nuova impresa cooperativa.

La Commissione etica ha ritenuto e ritiene che la scelta di creare, attraverso il processo di fusione, una grande impresa cooperativa sia stata strategicamente giusta, ancorché necessaria.

Le dimensioni aziendali sono infatti un fattore determinante per affrontare un mercato sempre più competitivo e per garantire una risposta di qualità elevata alle aspettative dei soci e, più in generale, dei consumatori. Tutto ciò interessa l'intero comparto distributivo italiano, che presenta in più punti importanti fenomeni di crisi aziendale.

L'unificazione che ha portato alla creazione di Coop Alleanza 3.0 si poneva quindi l'obiettivo di affrontare prioritariamente questi problemi e nel contempo di creare le condizioni imprenditoriali per conservare e rafforzare la leadership cooperativa sui principali mercati di riferimento.

Questa scelta ha consentito di intervenire in alcune situazioni di difficoltà presenti sul territorio e all'interno delle cooperative del distretto.

Va quindi considerata positivamente l'attività degli organismi elettivi e del gruppo dirigente che, nel triennio trascorso, è stata pressoché interamente dedicata alla costruzione della nuova cooperativa. La Commissione etica ritiene tuttavia che, nonostante gli sforzi compiuti, gli obiettivi impliciti nella creazione di Coop Alleanza 3.0 non siano stati, nel loro complesso, ancora raggiunti.

Vi è stata, certamente, una sottovalutazione del fatto che non si trattava solo di costruire una grande impresa bensì una nuova impresa cooperativa con problematiche e necessità strategiche mai sperimentate sul mondo cooperativo con riferimento sia al modello di governance che alla trasformazione delle strutture di vendita.

L'attenzione primaria alla territorialità ed alla provenienza ha condizionato i processi decisionali limitando la partecipazione e lasciando spazio al compromesso fra culture aziendali e cooperative diverse.

Lo stesso impianto organizzativo è stato, solo in parte, il prodotto di una attenta selezione delle professionalità e delle competenze, mentre ha visto il prevalere di scelte fondate sulla provenienza. Ciò ha prodotto diffuse situazioni di disagio e di disinteresse che certamente non sono estranee al determinarsi dei risultati non positivi nella gestione.

La stessa Commissione etica non è stata posta nelle condizioni di valutare a priori la coerenza delle scelte strategiche con i contenuti cooperativi del Codice etico.


Il richiamo a tale coerenza è stato a più riprese inserito nei Rapporti etici annuali unitamente alle proposte di elaborazione e gestione di programmi generali e specifici sulla formazione nel campo dell'etica cooperativa e della responsabilità sociale d'impresa.

Il complesso di questi problemi è in grado di generare progressive situazioni di disagio sia nel complesso dei collaboratori sia nella base sociale.

Pertanto, oltre alle azioni che la Cooperativa dovrà intraprendere nel prossimo futuro, è necessario produrre un'attività di informazione più puntuale sullo sviluppo delle operazioni di risanamento e di rilancio.

La Commissione etica ritiene in particolare necessario chiarire con i soci prestatori, anche attraverso la convocazione di assemblee dedicate, che i risultati non positivi degli ultimi esercizi non scalfiscono minimamente la solidità patrimoniale che garantisce la sicurezza del Prestito sociale.

IL CAMBIAMENTO



La Commissione etica, considerati i risultati finora conseguiti e le cause che li hanno generati, ritiene indispensabile un coraggioso rinnovamento delle logiche e delle strategie d'impresa. Coop Alleanza 3.0 ha decisamente imboccato questa strada assumendo come priorità assoluta il risanamento della gestione.

La revisione del modello di governance, in primo luogo con la nomina di un direttore generale Retail si colloca in questa prospettiva.

La Commissione etica ritiene questa scelta di vitale importanza per almeno due ragioni: la prima riguarda la separazione fra proprietà e gestione, da tempo auspicata, e diretta a ristabilire con chiarezza i principi di responsabilità e di competenza; la seconda riguarda la definitiva razionalizzazione dell'impianto organizzativo ed il suo arricchimento in termini di esperienza globale e di professionalità dimostrata.

La discussione già avviata nel C.d.A. sui temi del risanamento della gestione, affronta, come necessario, la predisposizione di un piano triennale in grado di riportare la Cooperativa a produrre valore. Sarà necessario, in questo contesto, valutare una coerente razionalizzazione della rete di vendita, intervenendo sulle strutture che non hanno possibilità di raggiungere un proprio equilibrio economico. Per questo sarà necessaria la partecipazione convinta di ogni segmento dell'impresa e di ogni cellula portatrice di responsabilità; appare quindi fondamentale rafforzare i canali di informazione e coinvolgimento di tutti collaboratori, e potenziare le strutture dedicate al rapporto con la base sociale.

La Commissione etica ritiene comunque che gli obiettivi finali del risanamento e del conseguente rilancio non potranno essere compiutamente perseguiti solo agendo sulle variabili d'impresa.

Il successo di ogni cooperativa e particolarmente di quella a larga base sociale è sempre il derivato di tre fondamentali elementi: mutualità vera e praticata, partecipazione convinta e diffusa, orgoglio e senso di appartenenza dei soci.

IDENTITÀ E DISTINTIVITÀ COOPERATIVA

I processi di omologazione che stanno progressivamente interessando la cooperazione di consumatori hanno contribuito a offuscare l'immagine di questa forma di impresa e, con essa, l'identità consolidata in quasi due secoli di storia.

Ma l'identità è una componente fondamentale della catena del valore cooperativo e ciò impone un'attenta riflessione sulle azioni da compiere per recuperare e aggiornare questo fattore.

Riaffermare la centralità del socio accompagnata da un profondo cambiamento del concetto di partecipazione e dei suoi contenuti è il punto di riferimento prioritario.

Alla perdita di identità della cooperativa di consumatori hanno contribuito in misura consistente anche le profonde modifiche intervenute sul mercato.

Nella sua lunga storia la cooperazione di consumatori si è sempre connotata per la sua capacità di inserire all'interno della propria offerta commerciale, oltre alla convenienza, valori cooperativi non solo enunciati, ma praticati.

Una proposta di consumo che ancora oggi è praticata e ulteriormente affinata. Essa però non appare più sufficiente per essere e apparire l'unico punto di riferimento per il consumatore.

La moderna competizione presenta oggi imprese eccellenti di valenza sovranazionale capaci non solo di conquistare il mercato con nuove strutture, nuovi prodotti e nuovi canali distributivi, come il commercio online, ma anche di inserire nella propria offerta quei contenuti valoriali da sempre patrimonio cooperativo.

La distintività di Coop Alleanza 3.0 si giocherà, nel futuro prossimo, in questo campo e nella capacità, da una parte, di formulare proposte originali sui temi della responsabilità sociale e, dall'altra di essere protagonista, nell'ambito del sistema cooperativo nazionale, di nuove forme di rappresentanza dei consumatori.

RESPONSABILITÀ SOCIALE

L'impegno in campo sociale è stato volto a dare continuità ed estendere a un territorio più ampio, tra le tante attività realizzate in precedenza nelle cooperative che hanno dato origine a Coop Alleanza 3.0, quelle ritenute più efficaci e coerenti con le strategie di sviluppo della nuova cooperativa. Il rinnovamento delle politiche sociali ha potuto essere attuato in modo deciso nel 2017, quando l'elezione dei nuovi consigli di Zona ha consentito anche un riassetto del modello dell'organizzazione sociale, in modo uniforme su tutti i territori, nonché una nuova strutturazione delle funzioni chiamate a impostare e organizzare la partecipazione dei soci alla vita della cooperativa. Questo rinnovamento è stato accompagnato da un percorso di formazione e coinvolgimento, volto ad accrescere la consapevolezza dei vari ruoli della rappresentanza sociale, che ha portato anche a formalizzare, in un documento scritto con il contributo dei membri degli organi sociali, i compiti e le funzioni degli stessi.

Oltre alle iniziative di carattere puramente sociale, la Cooperativa ha connotato più in generale il proprio agire secondo i principi di responsabilità sociale. Per rafforzare quello che è un tratto identitario della Cooperativa e tradurlo in scelta strategica, nel 2018 ha preso il via un'attività volta alla definizione di un piano poliennale di sostenibilità: Coop Alleanza 3.0 ha fatto propri i 17 obiettivi proposti dall'Onu sulla sostenibilità e li ha trasformati in impegni cooperativi.

È questo un primo passo per porre al cuore della strategia cooperativa il più alto livello di integrazione fra, responsabilità sociale e gestione d'impresa.

Per una cooperativa l'integrazione di questi elementi rappresenta la principale ragione della propria esistenza e il fattore distintivo di maggiore portata. Tuttavia, la Commissione etica sottolinea come questo tema non abbia ancora trovato una sua collocazione centrale nella definizione delle strategie di Coop Alleanza 3.0.

CONCLUSIONI

Con il presente rapporto la Commissione etica conclude il suo mandato.

Nel corso del triennio, oltre ad assolvere i compiti istituzionali, la Commissione ha provveduto l'adeguamento del Codice etico alla nuova realtà cooperativa rappresentata dalla nascita di Coop Alleanza 3.0 e ha promosso, in parallelo, l'adozione del Codice da parte delle società controllate. Gli impegni derivanti dalla mole e dalla complessità dei problemi posti dalla costruzione della nuova cooperativa non hanno invece permesso, se non in minima parte, la realizzazione del piano di lavoro che la Commissione etica aveva prodotto all'inizio del proprio mandato.

Il Codice etico non è un semplice strumento di valutazione e di controllo delle coerenze nei comportamenti e nei processi decisionali.

La sua funzione fondamentale è infatti quella di creare conoscenza e cultura dell'etica cooperativa in tutte le articolazioni dell'impresa.

La formazione diffusa dei soci e dei collaboratori sui temi fondamentali dell'etica cooperativa è la strada maestra per radicare principi e valori e costruire nuove generazioni di operatori.

Su questo piano è necessario un maggiore impegno del Cda e dell'intero gruppo dirigente sui temi dell'etica e della responsabilità sociale d'impresa assumendo come priorità lo sviluppo e il consolidamento dell'appartenenza e della fidelizzazione dei soci.

Alla gran parte delle nuove generazioni sfugge l'importanza dello strumento cooperativo nella creazione di solidarietà e di emancipazione: occorre, in questo campo investire di più, produrre idee innovative e strumenti dedicati per far emergere e promuovere l'interesse dei giovani.

Anche per queste ragioni il concetto di mutualità cooperativa va ridiscusso e riportato alle origini mettendo in chiara evidenza e priorità il rapporto fra i soci fondato sulla solidarietà, sull'orgoglio dell'appartenenza e sulla partecipazione.

Nel ringraziare tutti coloro che dentro e fuori la cooperativa hanno collaborato per rendere produttivo il suo lavoro e il contributo che la stessa ha inteso portare per rafforzare la pratica e il rispetto dei valori cooperativi, la Commissione auspica che i nuovi eletti in questo organismo assumano come base del proprio lavoro la continuità dei propositi, la determinazione a completare i percorsi avviati e la esplorazione di nuovi campi di espressione e di radicamento dell'etica cooperativa.

Un simile percorso potrà portare a una nuova concezione del cooperare e a riconoscere in questo modello d'impresa l'unico in grado di coniugare etica, sostenibilità e sviluppo e la loro trasformazione in valore.

Commissione etica
Giordano Carlotti – presidente
Lorenza Davoli
Luciano Sita

Responsabile etico
Giorgio Riccioni

Commissione.etica@alleanza3-0.coop.it

www.coopalleanza3-0.it

Sede legale

via Villanova, 29/7
40055, Villanova di Castenaso (Bo)
tel 051 6041111 | fax 051 6053650
sede.castenaso@pec.coopalleanza3-0.it

Sedi secondarie

viale Virgilio, 20
41123, Modena (Mo)
tel 059 892111 | fax 059 848002
sede.modena@pec.coopalleanza3-0.it

via Ragazzi del '99, 51
42124, Reggio Emilia (Re)
tel 0522 5191 | fax 0522 514782
sede.reggioemilia@pec.coopalleanza3-0.it

BS OHSAS 18001:2007



SISTEMA DI GESTIONE
SICUREZZA CERTIFICATO

Azienda con
sistema di gestione
della salute e della
sicurezza del lavoro
BS OHSAS 18001:2007
certificato n° 16654