

Scambio mutualistico e iniziative per la comunità

Rapporto 2025



Premessa

Coop Alleanza 3.0 è una cooperativa di consumatori che ha come primo scopo la difesa del potere d'acquisto di soci, consumatori e cittadini, fornendo loro beni e servizi di qualità alle migliori condizioni possibili (art. 2.a.1 dello Statuto). Questo scopo, insieme con quelli elencati nell'articolo 2 dello Statuto, viene perseguito principalmente tramite una rete di oltre 300 punti vendita.

Lo scambio mutualistico si completa con la ricerca di una più ampia e articolata serie di opportunità e di vantaggi per i soci, che comprendono le attività delle società del Gruppo operanti nell'area caratteristica e in altri settori, iniziative di carattere sociale e una modalità di gestione fondata sul coinvolgimento e sulla partecipazione dei soci. A tutto questo si aggiungono, in coerenza con i principi di responsabilità sociale adottati dalla Cooperativa, numerose attività a favore di tutti i cittadini e delle comunità locali, che danno luogo a una forma di mutualità anche verso l'esterno. Questo Rapporto ha l'obiettivo di fornire un rendiconto dei vantaggi prodotti e delle iniziative realizzate da Coop Alleanza 3.0 nel 2025 a favore dei soci e delle comunità.

Il documento è redatto in conformità con le disposizioni normative in materia di trasparenza e partecipazione volte a migliorare i livelli di coinvolgimento dei soci nei processi decisionali delle società cooperative di consumatori (D.M. 18/09/2014 emanato dal Ministero dello Sviluppo economico). Tramite lo stesso documento, Coop Alleanza 3.0 intende anche dare attuazione al principio di trasparenza, espresso tra i principi generali del proprio Codice etico e negli articoli 6.3 e seguenti del proprio Statuto. Per questa ragione, per le specifiche iniziative realizzate a favore dei soci e delle comunità qui rendicontate, sono riportati i costi sostenuti, nel limite degli importi direttamente associabili alle stesse.

Per una rendicontazione più completa dell'impegno della Cooperativa in campo sociale e ambientale in logica ESG, si rinvia al Bilancio di sostenibilità, pubblicato annualmente. In merito ai testi del presente Rapporto, si specifica che laddove si citano i soci, i lavoratori o altri gruppi di persone, questi termini sono riferiti sia agli uomini sia alle donne.



Iniziative in favore dei soci

Azioni per la partecipazione e il volontariato sociale

Coop Alleanza 3.0 si è dotata di un modello di governo fondato sui principi di uguaglianza e democrazia, atto a consentire a tutti i soci di prendere parte alla vita della Cooperativa, attraverso il sistema di rappresentanza sociale organizzato tramite la costituzione di Consigli territoriali, i cui membri sono eletti ogni tre anni con votazioni aperte a tutti i soci, sulla base di autocandidature. I Consigli di zona sono attualmente 51, raggruppati in 17 aree sociali vaste. I soci eletti si fanno carico di organizzare e promuovere attività di carattere sociale coerenti con i valori cooperativi, e contribuire alle scelte della Cooperativa facendosi portatori delle istanze della pluralità dei soci che rappresentano.

Dal 24 febbraio al 7 marzo 2025 i soci sono stati chiamati a eleggere i loro rappresentanti sociali. Le votazioni si sono svolte in 322 punti vendita, dove oltre 149 mila soci hanno espresso la propria preferenza, scegliendo – tra 1.437 candidati – i 963 componenti dei 51 Consigli di zona, compresi i relativi presidenti. Il percorso elettorale si è concluso in occasione delle assemblee per l’approva-

zione del Bilancio, con la nomina del nuovo Consiglio di amministrazione e della Commissione etica.

Per l’organizzazione delle attività nel territorio, Coop Alleanza 3.0 ha messo a disposizione dei Consigli di zona un budget determinato in relazione alla numerosità della base sociale, all’estensione territoriale e al numero di punti vendita di ciascuna zona soci. I fondi sono stati impiegati dai Consigli di zona in iniziative aperte a tutti, sui temi della solidarietà, dell’educazione al consumo responsabile, della tutela dell’ambiente, della cultura e del tempo libero (si veda in proposito la sezione dedicata alle iniziative in favore della comunità).

La Cooperativa ha ricercato l’ascolto, il coinvolgimento e la formazione dei consiglieri e dei soci volontari in modo continuativo nel corso dell’anno. A ottobre, ad esempio, i 963 Consiglieri di zona neo-eletti hanno partecipato a una *survey* volta a conoscerne motivazioni e aspettative e raccogliere le preferenze sui temi da approfondire tramite la formazione a loro dedicata. Su quest’ultimo fronte, nel 2025 i Consiglieri di zona hanno potuto fruire di 20 corsi, attraverso Academy, la piattaforma di formazione della Cooperativa. I temi trattati sono vari e riguardano la sostenibilità, l’inclusione, la cooperazione e lo sviluppo personale, insime ad approfondimenti sui prodotti.

LA RAPPRESENTANZA SOCIALE

Consiglieri di zona in carica	963
Costo attività zone soci	€ 721.613
Soci votanti elezioni Consigli di zona	149.169
Costi per elezione Consigli di zona soci	€ 550.296

Oltre che con la rappresentanza sociale, i soci possono contribuire alle decisioni della Cooperativa prendendo parte alle assemblee, che vengono organizzate per l’approvazione del Bilancio o per altri argomenti, negli ambiti previsti dallo Statuto. Tra maggio e giugno si sono svolte 90 assemblee separate, nei diversi territori in cui opera la Cooperativa, per l’approvazione del Bilancio; per favorire la partecipazione, 17 di queste

assemblee (una per ogni Area sociale vasta) sono state realizzate in modalità ibrida, cioè con la possibilità per i soci di partecipare anche da remoto in modalità *live streaming*, collegandosi mediante una piattaforma dedicata. Grazie al voto per corrispondenza, inoltre, i soci hanno potuto esprimere il proprio voto anche presso 326 negozi abilitati. Complessivamente hanno preso parte all’approvazione del Bilancio 42.010 soci. Tutti i voti espressi sono stati recepiti dall’Assemblea generale del 21 giugno, per tramite dei 130 delegati dalle assemblee separate.

La partecipazione dei soci alla vita della Cooperativa non si esaurisce nei momenti più formali sopra riportati: lungo tutto il corso dell’anno i soci eletti si fanno carico di organizzare e promuovere attività di carattere sociale aperte alla comunità. Particolarmente significativa dal punto di vista della partecipazione è l’iniziativa “Più vicini”, che nel 2025 è giunta alla sua quinta edizione: a ottobre, soci e clienti di ciascun punto vendita hanno avuto la possibilità di scegliere i progetti sociali ritenuti più interessanti per il proprio territo-

LA PARTECIPAZIONE DEI SOCI

N° assemblee sul Bilancio	90
Soci partecipanti all’approvazione del Bilancio	42.010
Costi per organizzazione e gestione assemblee	€ 282.723

rio, fra i tre per ogni negozio selezionati dai Consigli di zona soci. Complessivamente, si stima che abbiano partecipato al voto, tramite i gettoni – cartacei e online – ricevuti facendo la spesa, oltre 500 mila clienti, quasi esclusivamente soci.

Le attività sociali e istituzionali sono realizzate grazie all’impegno dei soci volontari e alle competenze del personale della direzione Politiche sociali e relazioni territoriali: in totale si tratta di 30 persone. Inoltre, lungo tutto il corso dell’anno non è mancato l’impegno per coinvolgere i soci e informarli delle iniziative realizzate, nonché per favorire l’acquisizione di stili di vita responsabili e sostenibili. Per questo la Cooperativa ha inve-

stito 585 mila euro per la produzione della rivista Consumatori, distribuita gratuitamente ai soci presso i punti vendita oppure consultabile online. Ulteriori risorse sono state investite per la gestione dei canali web e social che, pur essendo rivolti a un pubblico molto più ampio, costituiscono un impegno in grado di rafforzare il rapporto con i soci.

LA RELAZIONE CON I SOCI E IL TERRITORIO

N° dipendenti direzione Politiche sociali e relazioni territoriali	30
Risorse complessive per attività sociali e istituzionali	€ 5.700.895
Copie rivista Consumatori	2.219.215
Costo rivista Consumatori	€ 585.384

Vantaggi esclusivi sulla spesa

I soci sono i principali fruitori dei servizi della Cooperativa: nel 2025, oltre l'80% delle vendite realizzate in Coop Alleanza 3.0 è dovuto agli acquisti da loro effettuati. Si può quindi ritenere che i primi beneficiari di tutte le iniziative commerciali messe in campo dalla Cooperativa siano i soci nel loro insieme. In più, Coop Alleanza 3.0 dedica ai soci opportunità di risparmio che garantiscono loro un livello di convenienza superiore a quello proposto al resto dei consumatori.

Gli sconti derivanti dalle promozioni riservate ai soci sono stati pari a 134,4 milioni di euro, in diminuzione del 9,2% rispetto al 2024 e in linea con il valore del 2023. Tra i principali cambiamenti intercorsi nel 2025:

- sono aumentate le promozioni “fuori volantino” esclusive per i soci, con un maggior risparmio rispetto al 2024 per 11,7 milioni di euro;
- sono state rafforzate le offerte trasversali sul non food e il multimedia per 1,8 milioni;
- è stata introdotta una campagna volta a far conoscere e utilizzare l'app Salvatempo per la registrazione delle spese, che ha consen-

tito di erogare sconti ai soci per 1,1 milioni;

- non è stato riproposto il paniere “Prezzi tutelati”, che nel 2024 aveva garantito ai soci risparmi per circa 18 milioni di euro. L'iniziativa era nata come strumento per la difesa del potere di acquisto dei soci in seguito alla forte crescita dei prezzi al consumo negli anni 2022 e 2023, e ha consentito ai soci importanti risparmi fino al 2024; nel 2025, stante la minor tensione sui mercati delle materie prime e quindi una minor inflazione al consumo, questi obiettivi sono stati perseguiti nella ordinaria gestione commerciale;
- si è ridotto di 6,2 milioni di euro il valore delle promozioni per i soci inserite nel volantino: da un lato per un calo della numerica degli articoli in offerta sui supermercati e sulle superette, così come definito dal Piano industriale 2023-2027 – che prevede un abbassamento della pressione promozionale per le strutture medio-piccole, in favore di una convenienza continuativa “a scaffale” – dall'altro lato, per l'implementazione di un piano promozionale maggiormente orienta-

to alla generalità dei consumatori per l'area della Puglia e della Basilicata, in coerenza con quanto definito dal progetto di revisione delle politiche commerciali in questo territorio.

Gli sconti fruiti possono essere rappresentati in base alle categorie merceologiche, evidenziandone la distribuzione nei diversi ambiti dell'offerta, con maggior rilevanza nel grocery (prodotti confezionati di largo consumo, in prevalenza alimentari).

Complessivamente quasi 1,9 milioni di soci hanno fruito di almeno un'offerta, e il risparmio medio rispetto a chi non è socio è stato di circa 79 euro. Per i prodotti confezionati, i soci che hanno fruito delle promozioni sono stati circa 1,8 milioni e, in media, hanno potuto risparmiare circa 52 euro in più rispetto ai clienti non soci. Analogo raffronto può essere svolto per gli altri settori, seppure il numero di acquirenti sia minore: per i soci che ne hanno fruito, lo sconto medio è stato di circa 19 euro per i prodotti freschi e quasi 17 euro per i non alimentari.

Va segnalata inoltre l'elevata fruizione del servizio di pagamento di utenze, tributi e ticket di vario tipo alle casse dei punti vendita Coop, che riserva ai soci una commissione ridotta: nel 2025 quasi 200 mila si sono avvalsi di questo servizio, conseguendo un risparmio di oltre 733 mila euro.

Oltre alle promozioni rivolte a tutti i soci, la Cooperativa ha attivato alcune iniziative volte a sostenere il potere di acquisto di specifiche categorie. In particolare, è proseguita per tutto l'anno l'iniziativa in favore dei soci studenti universitari: uno sconto mensile del 20% sui prodotti a marchio Coop, con un tetto massimo di 20 euro di sconto al mese, più altri

vantaggi legati all'adesione a socio: 5 buoni da 5 euro, e l'offerta esclusiva CoopVoce Evo 250 giga a 7,90 euro al mese, con l'aggiunta di 25 euro di traffico *bonus* CoopVoce. Ne hanno beneficiato oltre 10 mila soci, tra i quali molti nuovi iscritti alla Cooperativa, per un risparmio complessivo sulla spesa di 755 mila euro (in media, 70 euro a testa), fruito quasi totalmente sulla spesa alimentare.

Tra le altre iniziative, a Pesaro e a Modena sono stati riconfermati gli sconti dedicati alle persone indigenti, attribuiti a seguito di particolari azioni promosse dalle istituzioni locali, per un totale di circa 22 mila euro. Un'altra tipologia di soci che ha ricevuto un

beneficio dal rapporto con la Cooperativa è quella dei suoi dipendenti soci che, grazie all'accordo di *welfare* aziendale "Più per te", anche nel 2025 hanno goduto continuativamente nel corso dell'anno di uno sconto del 5% sulla spesa, fino a un tetto annuo di 250 euro. Il beneficio totale è stato di 2,6 milioni di euro, per un valore medio di 174 euro a testa.

Molti soci inoltre hanno goduto dei premi e degli ulteriori vantaggi garantiti dalla raccolta punti. Il costo sostenuto dalla Cooperativa nell'erogazione di questi premi è pari a 20,7 milioni di euro, mentre il valore alla vendita dei premi fruiti è pari a circa 24,5 milioni. I soci che hanno beneficiato dei

VANTAGGI DERIVANTI
DALLE PROMOZIONI
ESCLUSIVE PER I SOCI *

SETTORE	AMMONTARE TOTALE DELLO SCONTO (MILIONI DI €)	NUMERO DI SOCI CHE NE HANNO BENEFICIATO	QUOTA MEDIA DELLO SCONTO(€)
Freschissimi + Gastronomia	20,6	1.079.145	19,10
Grocery	93,5	1.798.073	51,99
Non food + altro	20,3	1.216.994	16,65
Totale	134,4		

* solo promozioni non continuative fruibili da tutti i soci

vantaggi della raccolta punti sono 728.125; oltre ai buoni spesa, che corrispondono al 58% circa di questo valore, risultano molto apprezzate anche le ricariche telefoniche Coop-Voce, che costituiscono il 32% del totale. In particolare, sono stati 509 mila i soci che nel corso dell'anno hanno utilizzato i punti per ottenere almeno una volta uno sconto sulla spesa, risparmiando circa 28 euro ciascuno.

Nei vantaggi esclusivi per i soci rientra anche il *cashback* riconosciuto ai soci prestatori che pagano la spesa tramite la Carta socio Coop collegata al Prestito sociale. Infatti, la Cooperativa ha scelto di incentivare l'utilizzo del servizio di pagamento a disposizione dei soci prestatori, riconoscendo un impor-

to proporzionato al valore delle spese pagate con la Carta socio Coop, in percentuale variabile tra l'1% e il 10% del valore delle stesse, secondo le casistiche comunicate ai soci. Tale valore viene calcolato al termine di ogni mese e accreditato direttamente sul rapporto di prestito. Nel 2025 questo importo è stato pari a 3,2 milioni di euro, in crescita del 10,5% rispetto al 2024.

In totale la Cooperativa ha investito 162,3 milioni di euro per rafforzare in via esclusiva la convenienza sulla spesa dei soci. Oltre a questi vantaggi, i soci hanno potuto godere di tutte le offerte valide per la generalità dei consumatori, ottenendo un ulteriore risparmio per 321,1 milioni di euro. Quindi, fa-

VANTAGGI ESCLUSIVI PER I SOCI (MILIONI DI EURO)

Promozioni riservate ai soci	134,4
Sconto su commissioni di pagamento	0,7
Sconto a soci in difficoltà	0,8
Sconto dipendenti Coop Alleanza 3.0	2,6
Raccolta punti	20,7
Cashback su pagamenti con Carta socio	3,2
Totale	162,3

cedo acquisti nei negozi di Coop Alleanza 3.0, i soci hanno potuto risparmiare complessivamente 483,4 milioni di euro.

SCONTI LEGATI ALLA RACCOLTA PUNTI

SETTORE	AMMONTARE TOTALE DELLO SCONTO (MILIONI DI €)	NUMERO DI SOCI CHE NE HANNO BENEFICIATO	QUOTA MEDIA DELLO SCONTO (€)
Freschissimi + Gastronomia	5,0	471.738	10,58
Grocery	8,6	502.409	17,09
Non food + Altro	0,7	202.162	3,54
Totale	14,3		

Il Prestito sociale

I soci di Coop Alleanza 3.0 possono tutelare i propri risparmi affidandoli alla Cooperativa, tramite il Prestito sociale, normato dalle leggi nazionali e da uno specifico regolamento interno. Coop Alleanza 3.0 investe con la massima prudenza le risorse raccolte, prevalentemente in titoli prontamente liquidabili, ottenendo comunque la possibilità di riconoscere un interesse ai soci.

Nel 2025, la Cooperativa ha valutato le dinamiche del mercato monetario con grande attenzione e ha attuato conseguenti manovre. Infatti, se da un lato per il Prestito sociale libero da vincoli il tasso di remunerazione è stato confermato per tutto l'anno allo 0,30% annuo lordo, senza oneri e commissioni, dall'altro la Cooperativa ha continuato a differenziare la propria proposta sul Prestito, affiancando alla remunerazione ordinaria quella garantita dai piani di Prestito vincolato, con formule e scadenze diversificate. Questa scelta ha portato a fine anno la quota vincolata a raggiungere i 1.065 milioni di euro, con un'incidenza sul totale della raccolta superiore al 37%, in crescita di 183 milioni rispetto al 2024.

Il volume del Prestito sociale alla fine del 2025 si è attestato a oltre 2,8 miliardi di euro, in crescita rispetto all'anno precedente di circa 16 milioni di euro. I soci prestatori erano 398.082. Le aperture di libretto nel 2025 sono state 6.766 mentre le chiusure sono state 11.395, delle quali 3.578 per decesso.

I soci prestatori possono utilizzare la propria Carta socio per pagare la spesa: nel 2025, le carte abilitate a questo servizio erano oltre 125 mila, ai livelli del 2024. Anche gli utilizzatori effettivi sono rimasti stabili, a poco più di 48 mila. Il volume delle transazioni effettuate con questo strumento di pagamento è invece aumentato rispetto al 2024, raggiungendo 110,5 milioni di euro, anche grazie alle iniziative di *cashback* sulla spesa: un riconoscimento di base dell'1%, a cui si aggiunge un *extra cashback* maturato a seconda della giacenza media mensile "ordinaria" presente sul libretto dei soci utilizzatori. Questo ha portato a un'erogazione complessiva di questo "premio" per 3,2 milioni di euro circa.

A facilitare il conseguimento di questi risultati ha inoltre contribu-

PRESTITO SOCIALE	
Prestatori al 31/12/2025	398.082
Raccolta di Prestito sociale al 31/12/2025	€ 2.850.892.724
Interessi sul Prestito sociale	€ 38.348.202

ito la crescente e diffusa adozione dell'app Coop, con la quale la Carta socio Coop è "digitalizzata" e può essere utilizzata per il pagamento della spesa attraverso la conferma sul proprio smartphone. Sempre nell'app, sono state integrate una serie di funzionalità riservate ai soci prestatori, che permettono un controllo immediato e diretto della movimentazione, dei saldi e di altre utili informazioni. A completare l'offerta di servizi, vanno ricordate la fruibilità attraverso gli sportelli in orari molto ampi e comodi, oltre alla totale gratuità delle operazioni, alla possibilità di disporre trasferimenti di denaro da e verso il proprio conto corrente bancario e di operare da remoto in sicurezza.

Altre iniziative a vantaggio dei soci

I vantaggi dedicati ai soci proseguono anche al di fuori dei punti vendita della Cooperativa, grazie alle iniziative proposte in esclusiva per i soci dalle società del Gruppo Coop Alleanza 3.0 e altri partner.

Le principali opportunità riguardano:

- sconti sulle polizze assicurative del Gruppo Unipol, anche per tramite della società controllata Assinova
- sconti sugli acquisti effettuati nelle Librerie.coop presenti nel territorio nonché nei corner Librerie.coop interni a una cinquantina di punti vendita di Coop Alleanza 3.0
- possibilità di accedere ai servizi di fornitura di energia elettrica e gas metano offerti da Alleanza luce & gas spa (Accendi luce & gas Coop il marchio commerciale), a condizioni agevolate
- accumulo punti spesa tramite gli acquisti sul sito di e-commerce EasyCoop, della società Digitail

Il costo di queste agevolazioni è principalmente a carico delle società coinvolte; tuttavia, è possibile evidenziare alcuni esempi dei vantaggi trasferiti ai soci nel 2025: nel campo

dell'energia, le offerte di Accendi luce & gas Coop hanno garantito ai circa 81 mila clienti che sono anche soci di Coop Alleanza 3.0 un risparmio complessivo di oltre 1 milione di euro; ammontano invece a 303 mila euro gli sconti fruiti dai soci della Cooperativa nelle Librerie.coop.

Tra le opportunità di risparmio sono infine da ricordare le convenzioni stipulate dalla Cooperativa con enti ed esercizi per garantire ai soci condizioni di favore in diversi campi del tempo libero e dei servizi: dalle attività culturali e sportive ai parchi divertimento, ma anche corsi di lingua, musica, informatica e cucina, oltre ai servizi per auto e casa, con un'ampia offerta online. In totale, nel 2025 erano 422 le convenzioni attive: 307 stipulate direttamente da Coop Alleanza 3.0 nei territori in cui opera e 115 di livello nazionale, valide per i soci di tutte le cooperative di consumatori e coordinate da Ancc-Coop.



**Iniziative in favore
della comunità**

Iniziative in favore della comunità

Coop Alleanza 3.0 promuove numerose iniziative per favorire lo sviluppo di comunità più inclusive, solidali e sostenibili, contando sulla collaborazione dei tanti soci volontari che, con il loro impegno, traducono i valori di Coop in valore per il territorio. Gli interventi della Cooperativa a sostegno delle comunità sono possibili grazie all’apporto economico di soci e clienti che acquistano i prodotti Coop. Infatti, l’1% dei ricavi di vendita realizzati con i prodotti a marchio è destinato a progetti e iniziative di carattere sociale e ambientale. Nel 2025, questo sistema ha accantonato risorse per circa 7,7 milioni di euro.

L’azione della Cooperativa a supporto delle comunità si articola in attività organizzate a livello territoriale e in progetti comuni a tutte le aree, nel campo della solidarietà, dei consumi, dell’ambiente e della cultura. Nel 2025, i consigli di Zona hanno promosso oltre 1.900 iniziative, molte delle quali riconducibili alle linee di azione del Piano di sostenibilità 2024-2027, come le 232 in tema di salute e prevenzione, le 138 rivolte ai giovani, le 105 di promozione della parità di genere.

In totale, la Cooperativa ha destinato alla realizzazione di queste iniziative 722 mila euro, mentre per il complesso delle attività sociali e istituzionali sono stati investiti 5,7 milioni di euro. A queste risorse vanno aggiunte quelle impiegate da Ancc-Coop a livello nazionale, alimentate dai contributi versati annualmente da tutte le cooperative del Sistema Coop, non contabilizzate in queste pagine.

Anche nel 2025, nel mese di ottobre, si è rinnovata l’iniziativa "Più vicini", pensata per orientare le risorse delle Zone soci verso i bisogni concreti delle comunità locali. In ogni punto vendita, soci e clienti hanno potuto esprimere le proprie preferenze tra i progetti in gara, contribuendo così a determinare il sostegno economico destinato a ciascuno. Le 695 iniziative selezionate dai Consigli di Zona soci – promosse da 685 realtà locali tra associazioni, cooperative sociali e altre organizzazioni – riguardavano quattro ambiti: solidarietà, cultura, ambiente e stili di vita sostenibili. Ogni progetto ammesso ha ricevuto un contributo proporzionale ai voti ottenuti, per un totale complessivo di quasi 250 mila euro.

PIÙ VICINI

N° iniziative sostenute	695
Risorse erogate	€ 250.000

Solidarietà

Coop Alleanza 3.0 promuove la solidarietà e lo spirito mutualistico proprio della cooperazione, coinvolgendo i soci e creando reti e collaborazioni con le realtà del volontariato presenti nel territorio, con l'obiettivo di ridurre le disuguaglianze presenti nella società.

Anche nel 2025, la Cooperativa ha promosso le raccolte solidali “Dona la spesa”, grazie alle quali soci e clienti hanno avuto la possibilità di offrire un sostegno diretto alle attività promosse nel proprio territorio da associazioni, mense, case di accoglienza e altri gruppi di volontariato. Insieme a queste organizzazioni e agli enti locali sono state realizzate quattro raccolte di prodotti: due hanno avuto per oggetto i beni di prima necessità, una i prodotti per gli animali e una il materiale scolastico.

Le raccolte alimentari di maggio e ottobre hanno coinvolto circa 330 punti vendita, mentre le raccolte per il materiale scolastico e per gli animali hanno riguardato oltre 220 negozi.

L'utilizzo da parte dei volontari di una *web app* appositamente pre-

disposta permette una rendicontazione dettagliata e precisa dei quantitativi, con riferimento a oltre metà dei punti vendita coinvolti: riparametrando questi dati sul totale dei negozi interessati si stima che le quattro raccolte abbiano consentito di donare merce per più di 1,7 milioni di euro a 786 realtà del territorio. Di questo valore, oltre un milione è riferito a generi alimentari e prodotti di uso quotidiano.

Il 15 novembre, inoltre, la Cooperativa ha aderito alla Colletta alimentare organizzata in tutta Italia dal Banco alimentare a favore di enti caritatevoli che sostengono le persone indigenti; secondo la stima dell'ente, la merce donata da soci e clienti nei 226 punti vendita di Coop Alleanza coinvolti ha un valore di 820 mila euro.

In aggiunta, l'iniziativa “Prendi 1, doniamo 1”, durante la settimana prima di Natale, ha legato l'acquisto di un panettone o un pandoro classico a marchio Coop a un aiuto concreto in favore delle persone bisognose. Complessivamente, con questa iniziativa è stato possibile donare 18.800 panettoni e oltre 850 mila eu-

ro in buoni spesa (importo calcolato sulla base dei prodotti acquistati dai soci). Le donazioni hanno riguardato 233 associazioni ed enti del territorio che sostengono persone in difficoltà. Accanto al valore solidale, l'iniziativa ha previsto anche un riconoscimento per le socie e i soci, che al momento dell'acquisto di un panettone o un pandoro a marchio Coop hanno ricevuto un buono sconto da 5 euro da utilizzare a gennaio 2026 su una spesa di almeno 30 euro. L'iniziativa è stata promossa anche da Digitail tramite l'attività di EasyCoop, che ha così potuto donare 1.200 panettoni.

L'iniziativa tramite la quale viene generato il sostegno più rilevante dal punto di vista economico è quella legata al recupero dei prodotti inventariati che vengono ritirati dagli scaffali quando sono prossimi alla scadenza e donati ad alcune realtà che si occupano di persone in difficoltà. Si tratta di “Buon fine”, che nel 2025 era attiva in 253 punti vendita. Grazie a questo progetto, 387 associazioni e cooperative impegnate nell'assistenza sociale hanno ricevuto 1.695 tonnellate di alimenti, con cui hanno potuto assistere, offrendo loro un pasto, circa

9.300 persone ogni giorno, ma anche numerosi prodotti non alimentari, dal vestiario ai prodotti per l'igiene personale. Per sua natura, questo specifico progetto non si alimenta con le risorse generate dalle vendite del prodotto a marchio Coop. Tuttavia, la Cooperativa sostiene il costo di acquisto della merce, che per il 2025 è stato di 5,2 milioni di euro.

**BUON
FINE**

N° punti vendita	253
Numero organizzazioni beneficiarie	387
Pasti realizzati al giorno (media)	9.300
Costo della merce ceduta	€ 5.206.772

Nell'ambito della Raccolta punti dedicata ai soci, la Cooperativa ha proposto sei progetti di carattere sociale ai quali i soci hanno potuto destinare i punti accumulati facendo la spesa. Tre di questi progetti riguardano l'ambito della solidarietà internazionale: le adozioni a distanza di

Caritas Children in Africa, Asia e in America Latina, il progetto di Cefa Onlus per la realizzazione di pozzi, sistemi di irrigazione e formazione per migliorare l'accesso all'acqua in Somalia e una nuova progettualità di Emergency, dedicata alla cura delle vittime dei conflitti. Tra gli altri tre, i fondi raccolti con l'iniziativa "Cambiamento climatico e tutela dell'ambiente" daranno la possibilità di realizzare azioni concrete insieme ad associazioni e istituzioni locali; i punti destinati a "Dona la spesa" di offrire un pasto alle persone bisognose; quelli donati a "Cura e prevenzione oncologica" andranno a sostenere strutture ospedaliere, fondazioni e associazioni nei vari territori di presenza della Cooperativa. Complessivamente, il contributo versato da Coop Alleanza a favore di questi progetti ha raggiunto il valore di circa 345 mila euro.

**LA RACCOLTA PUNTI
A FINI SOLIDALI**

Progetti proposti	6
Valore devoluto ai progetti	€ 345.827

Inoltre, con il progetto "Verde Speranza", realizzato da Coop a livello nazionale, la vendita di piccole piante nei negozi di Coop Alleanza 3.0 – sei piante diverse in altrettanti periodi dell'anno, tutte contrassegnate da un'etichetta con il logo e la grafica della campagna – ha consentito di sostenere enti, poli di ricerca e ospedali specializzati. Per ogni piantina venduta è stato devoluto 1 euro a favore dei nove enti individuati dai Consigli di zona soci, impegnati nella ricerca e nella prevenzione oncologica su tutto il territorio della Cooperativa. In totale, sono stati raccolti quasi 50 mila euro.

Infine, la Cooperativa sostiene l'impegno dei soci volontari che organizzano ulteriori azioni di solidarietà, agendo in modo integrato con gli enti e le associazioni del territorio. È il caso, per esempio, dell'attività di "Ausilio per la spesa" con la quale i soci volontari offrono un aiuto concreto alle persone anziane o disabili, grazie all'acquisto delle spese ordinate dagli utenti e alla consegna gratuita a domicilio. Nel 2025 erano attivi 15 gruppi di volontariato, per un totale di 438 soci che hanno svolto l'atti-

vità per oltre 550 persone anziane o disabili.

La Cooperativa, riconoscendo il grande valore sociale di “Ausilio per la spesa”, ha sostenuto l’iniziativa mettendo a disposizione gli spazi, i mezzi e il supporto organizzativo necessari. Al netto della parte di costo del lavoro ed escludendo i costi figurativi per l’utilizzo degli spazi, nel 2025 l’attività ha comportato costi diretti per 157 mila euro.

L’attività di “Ausilio per la spesa” è affiancata dal 2020 da “L’unione fa la spesa”, tramite la quale le associazioni e i gruppi di volontariato del territorio provvedono alla preparazione e alla consegna delle spese, sostenuti da un contributo economico riconosciuto dalla Cooperativa a titolo di rimborso spese. Nel 2025, 20 realtà di volontariato locale hanno consegnato circa 2.800 spese a persone che non possono fare la spesa autonomamente. A sostegno del progetto, la Cooperativa ha destinato circa 15 mila euro.

Educazione al consumo consapevole e progetti per la scuola

Coop Alleanza 3.0 promuove il consumo responsabile tramite azioni volte a supportare i consumatori perché possano fare scelte di acquisto e di consumo consapevoli, e a impostare i propri stili di vita in modo coerente.

La Cooperativa ha confermato il suo impegno per l’educazione delle nuove generazioni attraverso i percorsi gratuiti di SapereCoop rivolti al mondo scolastico. Per l’anno scolastico 2024-2025, il programma SapereCoop, oltre ai percorsi consolidati, ha proposto tre nuove attività: “Scopriamo la spesa!”, un’animazione a scuola dedicata ai più piccoli che li porta a esplorare cosa contengono i sacchetti della spesa; “Cibo&Clima”, un percorso composto da tre incontri, a scuola e nei punti vendita, per comprendere lo stretto legame tra cibo e cambiamento climatico; “Ascoltare le immagini”, lo storico percorso con albi illustrati e *silent book*, che è stato proposto anche con il nuovo tema dedicato all’acqua e alla sostenibilità. Complessivamente sono stati realizzati 2.188 percorsi, per un totale di 3.354 incontri, coinvolgendo oltre 44 mila studenti

che hanno svolto le attività in 170 punti vendita o presso le scuole.

Nel 2025 inoltre è giunto alla settima edizione il progetto nazionale “Coop per la scuola”, promosso per sostenere le scuole del territorio attraverso la fornitura di materiali didattici e informatici, e altri articoli utili alla didattica. Nei territori in cui la Cooperativa è presente, “Coop per la scuola” ha visto la partecipazione di 7.512 scuole per un totale di 20.571 premi assegnati. Il valore dei premi e l’insieme delle opportunità create con il concorso ammontano a circa 1,4 milioni di euro.

Inoltre, Ancc-Coop e EIS (European Institute of Innovation for Sustainability), hanno sviluppato il percorso formativo gratuito “Al for food”, dedicato a giovani tra i 18 e i 30 anni, interessati ai temi dell’Intelligenza artificiale e alle sue applicazioni in ambito alimentare. Il programma ha offerto esperienze stimolanti e interattive con l’obiettivo di collaborare per sviluppare soluzioni concrete volte a rendere sostenibile la filiera. Nelle varie fasi di questo progetto, Coop Alleanza 3.0 ha

registrato 435 iscrizioni all’iniziativa.

Le attività per il consumo responsabile si articolano anche in decine di iniziative promosse nelle Zone soci, tra cui presidi nei negozi con la distribuzione del materiale informativo, assaggi di prodotti, e piccoli eventi allo scopo di diffondere la conoscenza di prodotti dall’alto valore etico come quelli certificati Fairtrade, in particolare quelli Solidal, e come Libera Terra, No Cap, Frutti di Pace.

CONSUMO CONSAPEVOLE E PROGETTI PER LA SCUOLA

Consumo consapevole: studenti coinvolti	44.349
Consumo consapevole: costi sostenuti	€ 343.607
“Coop per la scuola”: scuole iscritte	7.512
“Coop per la scuola”: costo dei premi	€ 1.400.000

La promozione della cultura

La cultura rappresenta per Coop Alleanza 3.0 un importante fattore di coesione sociale e un elemento di crescita per le comunità. Per contribuire ad ampliare l’offerta culturale in tutti i territori in cui opera, anche nel 2025 la Cooperativa ha sostenuto numerose iniziative realizzate da piccole e grandi realtà e progettati culturali presenti nel territorio: teatri, mostre, pubblicazioni, rassegne musicali e artistiche. Il valore totale delle sponsorizzazioni del 2025, per la maggior parte riferite a manifestazioni culturali, ammonta a quasi 768 mila euro. La Cooperativa, inoltre, promuove la cultura anche con iniziative proprie. Di seguito si riportano le principali.

Il punto d’incontro tra le tante manifestazioni culturali sostenute da Coop Alleanza 3.0 è “Ad alta voce”, che da 25 anni si pone l’obiettivo di rendere la cultura accessibile a tutti. Da settembre a dicembre si sono succeduti 23 appuntamenti nei territori della Cooperativa, tra letture, laboratori e incontri con gli autori, culminati nell’evento finale del 7 dicembre, al teatro Arena del Sole di Bologna. In questa occasione “Ad

alta voce” ha portato sul palco i temi che fanno parte della campagna “Close the Gap”, cioè l’impegno per l’educazione alle relazioni, l’inclusione e la parità di genere.

L’impegno in campo culturale di Coop Alleanza 3.0 si realizza anche insieme a Librerie.coop, nei cui punti vendita si svolgono presentazioni di libri e occasioni di approfondimento. Con Librerie.coop, la Cooperativa organizza anche “Le voci dei libri”. La rassegna, curata in collaborazione con l’Istituzione Biblioteche del Comune di Bologna e Bper Banca, presenta un programma ricco di appuntamenti con grandi autori, giornalisti ed esponenti del mondo culturale che dialogano sugli ultimi libri in uscita, nella cornice della Biblioteca Salaborsa di Bologna e di altri luoghi di grande valore della città.

In 104 punti vendita sono attive le piccole biblioteche di “Seminar libri”: spazi di *bookcrossing* allestiti dai soci volontari in cui è possibile scambiare, prelevare o consegnare libri a disposizione di tutti, senza obbligo di registrazione. Nell’ultimo anno questa attività è stata avviata nei negozi di Bolognina ed Extracoop Centro Nova nel Bolognese, e di San Giovanni in Marignano (RN) e Modena Cialdini. Inoltre, uno scaffale “Seminar libri” è stato installato anche presso la sala pausa della sede di Coop Alleanza 3.0 a Villanova di Castenaso. L’allestimento e la successiva manutenzione comportano un costo di poche migliaia di euro, se non si contano i costi figurativi degli spazi.

INIZIATIVE IN CAMPO CULTURALE

Costi sostenuti per “Ad alta voce”	€ 78.226
Valore complessivo sponsorizzazioni	€ 767.547

Cittadinanza e diritti

L'attività di Coop Alleanza 3.0 in campo sociale comprende anche l'educazione alla cittadinanza, la difesa dei diritti e la valorizzazione delle differenze.

Nel 2025 ha avuto un nuovo impulso l'impegno per la parità di genere, grazie al conseguimento della certificazione in materia, secondo la UNI/PdR 125:2022. Tra le nuove iniziative sviluppate in favore delle lavoratrici e dei lavoratori:

- si è rafforzato l'impegno per garantire processi di recruiting equi e inclusivi;
- sono stati formati oltre 2.000 dipendenti e sono state svolte attività rivolte a tutto il personale;
- è stato creato il canale "spazio protetto" per segnalare molestie e discriminazioni;
- sono state attivate nuove iniziative a sostegno della genitorialità.

È poi proseguita la campagna "Close the Gap" per la riduzione di tutte le disuguaglianze di genere:

- in occasione dell'8 marzo, la Cooperativa ha promosso numerose iniziative in collaborazione con associazioni ed enti locali;

- dal mese di aprile, i fazzoletti Coop sono stati proposti con un nuovo packaging in cui erano riportate le parole "amore", "rispetto", "consenso", "fiducia" e "ascolto", per sottolineare quanto sia importante parlare di relazioni, ruoli di genere e sentimenti. Le "parole che hanno un cuore" e i riferimenti alla campagna sono stati aggiunti anche sulle confezioni dei mini-pandori e mini-panettoni disponibili nei negozi negli ultimi mesi dell'anno;
- a settembre Coop e Fondazione Cecchettin hanno presentato un Protocollo d'intesa con azioni concrete di prevenzione e contrasto alla violenza di genere; contestualmente ha preso il via la raccolta firme, anche nei punti vendita di Coop Alleanza 3.0, a sostegno della proposta di legge di iniziativa popolare "Diritto a stare bene", per far sì che l'assistenza psicologica sia considerata un diritto;
- da ottobre 2025, con il progetto Punti Viola, ideato dall'associazione DonneXStrada, 39 punti vendita della Cooperativa sono diventati presidi di sicurezza e comunità, nei quali chiunque sia in condizioni di difficoltà e pericolo può trovare

sostegno, accoglienza e orientamento per essere aiutato; per questa attività la Cooperativa ha sostenuto costi diretti per circa 20 mila euro;

- dal 17 al 30 novembre, l'1% dei ricavi delle vendite – sia nei punti vendita sia attraverso EasyCoop – dei mini-pandori e mini-panettoni Coop "Scegli le parole giuste" e dei preparati a base di frutta "Frutti di pace" è stato devoluto a favore di 35 strutture antiviolenza distribuite nel territorio di presenza della Cooperativa, per un totale di circa 70 mila euro;
- in occasione della Giornata internazionale contro la violenza sulle donne, il 25 novembre, sono stati promossi dai Consigli di zona 34 eventi a carattere locale, in collaborazione con le istituzioni e altre realtà impegnate nella lotta alla violenza contro le donne. Inoltre, sempre nel mese di novembre 2025, in tutti i negozi Coop Alleanza 3.0 sono state messe in vendita le borse in tela illustrate con i disegni di Giulia Cecchettin: per ogni borsa acquistata, sono stati devoluti 0,50 euro da Coop alla Fondazione Cecchettin per progetti di

educazione, formazione e prevenzione della violenza di genere; in totale, circa 38 mila euro.

Infine, per contrastare ogni tipo di discriminazione legata all'identità di genere e all'orientamento sessuale, la campagna "Close the Gap" ha offerto un sostegno ad alcune iniziative in favore della comunità LGBTQIA+. In particolare, anche nel 2025 Coop ha realizzato a livello nazionale una borsa in cotone nei colori dell'arcobaleno, dedicata al Pride; per ogni borsina venduta, 50 centesimi sono stati destinati alla campagna di Arcigay "Ho qualcosa da dirvi", per supportare il coming out e implementare i centri antidiscriminazione.

Altri interventi

Nel 2025 sono proseguite le azioni volte a contenere l'impatto ambientale della Cooperativa, sia sul fronte dell'offerta commerciale, con un'ampia scelta di prodotti che possiedono requisiti e certificazioni ambientali, sia sul fronte dei negozi, con l'adozione di soluzioni in grado di ridurre le emissioni climalteranti. Tale impegno, che in sé produce già risultati positivi per tutta la collettività, si riverbera anche nella relazione con le comunità locali, tramite iniziative volte a promuovere una diffusa coscienza ambientale e a salvaguardare la natura.

Coop Alleanza 3.0 è anche impegnata nell'adozione di soluzioni di mobilità sostenibile: oltre ad agire insieme ai fornitori per fare sì che il rifornimento delle merci sia svolto con modalità efficienti, promuove iniziative di sensibilizzazione e coinvolgimento rivolte ai consumatori e ai lavoratori della Cooperativa.

In particolare, per i lavoratori, Coop Alleanza 3.0 ha creato il programma "In bici alla Coop", che prevede un contributo economico di 30 centesimi lordi al km, per ogni dipen-

dente che decide di raggiungere il luogo di lavoro in bicicletta, secondo le modalità definite in uno specifico regolamento. L'iniziativa è molto apprezzata dai lavoratori, che nel 2025 hanno partecipato in 296. Inoltre, la Cooperativa incentiva l'uso dei mezzi pubblici, dando ai dipendenti la possibilità di richiedere un rimborso di 100 euro per l'acquisto di un abbonamento al trasporto pubblico, per sé o un familiare a carico; nel 2025 ne hanno fruito 1.482 lavoratori. Si tratta di iniziative che comportano un rilevante impegno economico da parte della Cooperativa: per il 2025 questo valore ha superato i 217 mila euro, di cui circa 167 mila di rimborsi per i mezzi pubblici e circa 50 mila per i chilometri percorsi in bicicletta.

Oltre a queste azioni, un contributo notevole alla riduzione dell'inquinamento arriva dall'adozione di un modello di lavoro agile, disciplinato per tutto il personale delle sedi amministrative tramite accordo con le organizzazioni sindacali e al quale hanno aderito 1.083 lavoratori.

Il tema della mobilità sostenibile è al centro anche di molte attività

promosse nelle Zone soci – dallo svolgimento di pedalate ecologiche all'attivazione di percorsi protetti – spesso realizzate in collaborazione con enti locali, associazioni ambientaliste e mondo scolastico. E per favorire l'adozione del trasporto elettrico, in vari punti vendita sono disponibili colonnine di ricarica per i veicoli elettrici.

Un altro ambito di intervento rilevante è quello della promozione della salute, con le numerose iniziative di informazione e prevenzione realizzate nel territorio, in collaborazione con le Asl e con qualificati centri di ricerca. A questo si accompagna il sostegno alla cura e alla ricerca oncologica, realizzato tramite la Raccolta punti che dal 2023 dà ai soci la possibilità di donare i punti accumulati facendo la spesa, a varie realtà che si occupano di ricerca e di assistenza ai malati oncologici, nel territorio di presenza della Cooperativa. Questo progetto ha raggiunto un valore di quasi 133 mila euro (che fa parte del totale riportato nel paragrafo dedicato alla solidarietà). A ciò va aggiunto l'impegno per proteggere la salute dei lavora-

tori di Coop Alleanza 3.0, con positive ricadute non solo sul loro stato di salute, ma anche sui costi della salute pubblica. Oltre all’attivazione di una polizza sanitaria integrativa, nell’ambito del welfare aziendale, nel 2025 la Cooperativa ha messo a disposizione dei suoi lavoratori diverse opportunità di prevenzione e cura. Rientra tra queste lo screening per la diagnosi precoce dei tumori della pelle, effettuato in collaborazione con la Lega italiana per la lotta contro i tumori, direttamente negli spazi della Cooperativa, in tutti i territori. Questa opportunità è stata colta da 2.991 lavoratori, di cui circa 200 indirizzati ad approfondimenti diagnostici.

Oltre a “Dona la spesa”, anche il progetto “Buon fine” e molte altre iniziative promosse dalle Zone soci sostengono le realtà del territorio che accolgono animali abbandonati o bisognosi di cure. In particolare, si è ripetuta anche nel 2025 la campagna “Una cuccia per tutti” per sensibilizzare i soci e consumatori sul tema dell’abbandono degli animali e per offrire un aiuto a canili, gattili e centri per la fauna selvatica. Infatti,

la Cooperativa ha stanziato un contributo in favore di questi enti, devoluto in merce attraverso buoni elettronici o gift card. Il valore totale ammonta a 51 mila euro ed è stato distribuito nelle 51 Zone soci, raggiungendo 52 strutture.

Nel complesso, l’impegno economico della Cooperativa per i vari progetti e iniziative in favore delle comunità descritti in queste pagine ammonta a 7,7 milioni di euro. Una parte rilevante di questo valore – quasi 900 mila euro – è rappresentato da erogazioni a titolo liberale, a favore di realtà che operano prevalentemente a livello locale.

Sommando a questa cifra il costo dei prodotti donati con il progetto “Buon fine” (5,2 milioni di euro), e senza contare il costo del lavoro, complessivamente gli interventi in favore delle comunità hanno comportato un impegno economico pari a 12,9 milioni di euro.

ALTRE INIZIATIVE PER LE COMUNITÀ

Risorse per la mobilità sostenibile	€ 217.152
Risorse per screening prevenzione oncologica	€ 198.000
Risorse per voucher in campo sanitario assistenziale	€ 254.457
Valore elargizioni “Una cuccia per tutti”	€ 51.000
Valore complessivo erogazioni liberali	€ 856.758



Sede legale

Via Villanova 29/7
40055 Castenaso (BO)
Frazione Villanova

www.coopallianza3-0.it