

Esperienze e testimonianze di organizzazioni responsabili del territorio – l'esperienza di Coop

Enrico Nada
Responsabile Attività Sociali

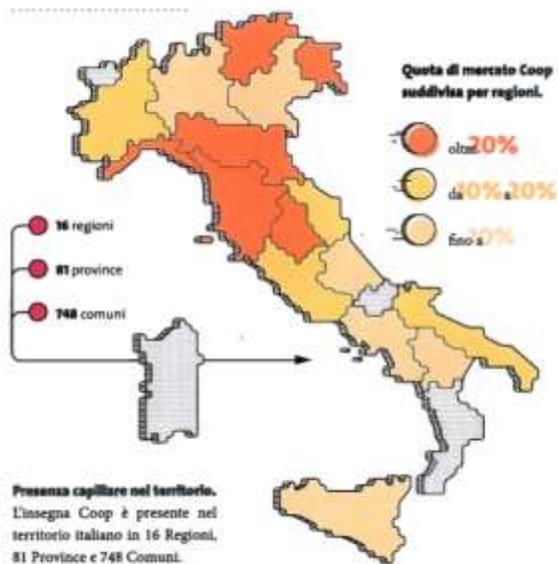


2017





La Coop nel 2015



18,7% quota di mercato

8.545.895 soci

93 cooperative

1.670.588 mq area di vendita

53.964 dipendenti

12.349 fatturato

1.202.384 soci finanziatori

8% soci stranieri

80% spesa regolarità

77% vendite ai soci

1% partecipazione ad Assemblee



DAL 1854 CI GUIDANO GLI STESSI PRINCIPI

PORTA APERTA

CHIUNQUE PUÒ DIVENTARE SOCIO DELLA COOPERATIVA

UNA TESTA, UN VOTO

TUTTI I SOCI CONTANO IN UGUAL MISURA

SOLIDARIETÀ INTERGENERAZIONALE

LA COOPERATIVA NON HA FINI DI SPECULAZIONE PRIVATA

UTILITÀ SOCIALE

LA COOPERATIVA PROMUOVE
LO SPIRITO DI SOLIDARIETÀ E MUTUALITÀ

Art. 4 - Scopi e oggetto La Cooperativa si propone di:

- fornire ai consumatori, soci e non, beni e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili;
- tutelare gli interessi dei consumatori, la loro salute e sicurezza anche accrescendone e migliorandone l'informazione e l'educazione attraverso apposite iniziative;
- promuovere e favorire lo spirito di previdenza dei soci;
- promuovere e favorire lo sviluppo della cooperazione anche a livello internazionale;
- promuovere e organizzare attività e servizi culturali, ricreativi e socialmente utili;
- contribuire a tutelare l'ambiente;
- intervenire a sostegno dei paesi in via di sviluppo e delle categorie sociali disagiate.



Perché un progetto Coop per i giovani?

- Principio di **transgenerazionalità**
- Necessità di **rinnovare la base sociale** e **svecchiare il brand**
- Opportunità per individuare **nuovi modelli di partecipazione** e scambio mutualistico

Obiettivo macro

Creazione di una galassia di diverse **community** di giovani formati e sensibilizzati sul mondo Coop che rimangano in contatto tra loro tramite gruppi dedicati sui social network (facebook) ed incontri «reali» periodici.



Obiettivi specifici



Comunicazione: comunicare il brand e la sua mission attraverso campagne di impatto, presentazioni dei progetti alle Amministrazioni locali, nelle scuole superiori e nelle Università e ad altri stakeholder, soprattutto le nuove generazioni.

Radicamento sul territorio: creare e ampliare una rete collaborativa con le realtà territoriali su progetti dedicati ai giovani. Co-progettazione e inserimento del brand Coop nei progetti ritenuti coerenti con mission Coop e/o con altri partner quali associazioni, amministrazioni. Creazione di eventi da parte dei giovani che possono creare aggregazione con clienti/soci dei centri commerciali.

Ingaggio: avvicinare giovani a Coop formandoli sui **valori** legati al brand in modo che possano essere veicolanti degli stessi ai loro coetanei attraverso gli eventi da loro stessi progettati. Promuovere nei confronti dei giovani la cultura dell'**autoimprenditorialità**, far loro acquisire **meta competenze** (*business plan, crowdfunding, team building*) e dar loro **visibilità e protagonismo**. Creare community di giovani consapevoli della mission Coop spendibili anche in altri progetti.



Cosa
intendiamo
per
community?

Un insieme di individui che condividono lo stesso ambiente fisico e tecnologico, formando un gruppo riconoscibile, unito da vincoli organizzativi, linguistici, valoriali, economici e da interessi comuni.

Una community è tale non perché qualcuno decide che lo sia ma perché coloro che fanno parte lo riconoscono implicitamente o esplicitamente.

La community è quel collante sociale che ci tiene uniti per un qualcosa più grande di noi stessi.

La community si crea con l'esempio e il coinvolgimento degli altri e prescinde dal ruolo dei grandi capitani d'industria (Steve Jobs, Mark Zuckerberg ...). Non esiste una formula prestabilita o un format applicabile ad ogni contesto.

Creare una community vuol dire **creare le condizioni perché quest'ultima si auto-riconosca, prenda forma e si consolidi, online e sui territori.**

collaborazione futuro sostenibilità

ENTRA NELLA COMMUNITY
progetta e crea

innovazione partecipazione condivisione



Sviluppo
delle
attività

COMUNICAZIONE

Campagne Social
Stampa locale
Presentazione a Comunità,
Licei, Università e manifestazioni



**Visibilità del progetto
anche in altri territori**

RADICAMENTO TERRITORIO

Amministrazioni comunali
Associazioni locali e Startup di territorio
Università
Realtà nazionali



**Allargamento
del progetto
a realtà regionali**

INGAGGIO DEI GIOVANI

Community di partecipanti e loro reti di relazioni
Utilizzo di spazi (sala soci) da parte dei ragazzi
Facilitazione delle idee progettuali dei giovani



**Creazione di community
di giovani formati e
spendibili in progetti**



Coop Academy 1° edizione



Progetto

Percorso di formazione e co-progettazione rivolto a giovani studenti e universitari Alessandrini volto all'ideazione e alla gestione di un progetto aziendale e sua realizzazione. Creazione e animazione di una community di giovani formati e sensibilizzati sulla Mission Coop.

Fasi

Febbraio 2015: startup progetto, presentazione e selezione dei ragazzi e dei tutor.

Aprile 2015 / settembre 2015: Soggiorno residenziale e incontri successivi di formazione e co-progettazione di un evento dedicato ai giovani da realizzare presso la Coop di Alessandria.

Luglio / settembre 2015: 2 presentazioni del progetto Coop Academy in Expo 2015 Milano.

Settembre 2015: realizzazione evento "La Coppa dei Campioni" presso Coop di Alessandria.

Ottobre 2015: ideazione e gestione stand per l'evento fieristico "Fa la cosa giusta" a Torino.

Febbraio / giugno 2016: organizzazione e realizzazione prima Ted-ex Alessandrina.

Luglio / ottobre 2016: progettazione e partecipazione a MolecolaCoop Race.

Stakeholder

Amministrazione Comunale, Università UPO, Associazione Cultura e Sviluppo, studenti, dipendenti, soci attivi, cittadini, startup italiane, Molecola, School and Vacation, Coop. Proteina.



Coop
Academy
2° edizione



Progetto

Percorso di formazione e co-progettazione rivolto a giovani universitari novaresi volto all'ideazione e alla gestione di un progetto aziendale e sua realizzazione. Creazione e animazione di una community di giovani formati e sensibilizzati sulla Mission Coop.

Fasi

Ottobre 2015: testimonianza dei ragazzi di AL nelle scuole superiori e Università di Novara.

Gennaio 2016: World caffè a Novara dedicato agli studenti universitari sulla città del futuro

Febbraio / settembre 2016: Soggiorno residenziale e incontri successivi di formazione e co-progettazione di un evento per giovani veicolante il brand Coop.

Maggio 2016: premiazione dei progetti con Cannavocciuolo al Coccia di Novara.

Febbraio / settembre 2016: progettazione e gestione eventi CoopRace su tutto il territorio piemontese insieme ai ragazzi delle altre community.

Aprile 2016 / maggio 2017: definizione e realizzazione evento Coop on the Road a Novara.

Stakeholder

Amministrazione Comunale, FabLab Bellinzago, Circolo dei Lettori, studenti, School and Vacation, Molecola, Centro commerciale San Martino, cittadinanza, Coop. Proteina.

Una passeggiata gastronomica nel cuore di Novara dove stand dopo stand incontrare i sapori tradizionali del territorio e le esperienze culinarie dei nuovi cittadini. cibo come collante, come medium di relazione e incontro. A questo si aggiungono delle promenade in cui ascoltare le storie delle città e dei suoi abitanti, vecchi e nuovi (che verranno successivamente raccolte in un libro).



Attivati gruppi di Coop Academy ad Alessandria, Novara, Beinasco (Esperimento Zero), Chieri (CooPlay), Verbano Cusio Ossola (FoodByke), Settimo, Chivasso, Cameri

Sviluppo gruppi già esistenti con **innesto nuove persone** ed **avvio nuovi progetti**
Alessandria – Road to sustainability

*Da spreco a valore. Il recupero del cibo lungo tutta la filiera cittadina dello spreco come **occasione di solidarietà e sviluppo economico** di una comunità alla luce del paradigma dell'economia circolare.*

Innovazione e partecipazione come strumenti per aggredire le inefficienze del sistema.

Creazione di una **piattaforma web** (www.coopacademy.it) per scalare il progetto Coop Academy e consentire una partecipazione più diffusa sul territorio, accogliendo richieste e proposte che arrivano sempre più frequenti dai giovani e da stakeholder sul territorio

Partner di progetto (**Proteina**) da Start up a cooperativa

Attraverso la piattaforma si potrà assicurare:

- Consolidamento del **brand**
- Attivazione di esperienze originali in **nuovi territori**
- Sviluppo di una **community a livello regionale**
- Costruzione di **partnership** con soggetti pubblici e privati