

## Panoramica degli stakeholder con attività

Organizzazione	Interessi principali degli stakeholder	Risultati / Avvenimenti – aggiornamento 2007
<b>Contesto politico-economico</b>		
Comunità d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera (CI CDS)	Contesto politico adeguato per il commercio al dettaglio, nell'interesse dei consumatori e degli impiegati nel commercio al dettaglio	Analisi macroeconomica sull'andamento della produttività nel commercio al dettaglio svizzero; Impegno per il mantenimento dell'aliquota IVA ridotta sui generi alimentari, per il principio del «Cassis de Dijon» e per lo sfruttamento internazionale di prodotti brevettati; Definizione di un codice di condotta per l'attuazione della protezione dei minori nei mezzi di comunicazione elettronici
espace.mobilité	Contesto politico adeguato nei settori: trasporti, edilizia e politica della piazza economica	Partecipazione a diverse consultazioni cantonali e nella ricerca di soluzioni costruttive; Impegno per una tutela ambientale efficace ed efficiente in termini di costi; Diversi contatti con le autorità
Dipartimento federale dell'economia (DFE); Direzione generale delle dogane; Commissione federale della concorrenza; Mister Prezzi	Riduzione dell'alto livello dei prezzi vigente in Svizzera; Rafforzamento dell'immagine della Svizzera come piazza economica; Crescita sostenibile; Concorrenza funzionante a favore dei consumatori	Pareri favorevoli ai mercati aperti e all'abbattimento delle barriere commerciali; Impegno per l'eliminazione degli ostacoli burocratici; Attitudine favorevole all'apertura dei mercati nei confronti dei paesi in via di sviluppo (dazi preferenziali); Impegno per un accordo con l'UE sul commercio dei prodotti agricoli
<b>Approvvigionamento etico-sociale</b>		
Fondazione Max Havelaar; Fondazione BioRe; Business Social Compliance Initiative (BSCI); Dichiarazione di Berna; Clean Clothes Campaign; International Social Compliance Verification (ISCOM); Toy Coalition; Common Code for the Coffee Community (4C); Segretariato di Stato dell'economia (seco); Agenzia tedesca di cooperazione tecnica (GTZ); EurepGAP	Commercio equo e solidale con produttori dei paesi svantaggiati del Sud del mondo; Attuazione di un approvvigionamento etico-sociale con priorità focalizzata su tessili e giocattoli; Promozione della produzione sostenibile di caffè; Miglioramento delle condizioni di lavoro nell'agricoltura	Coop è una delle aziende che offrono il maggior numero di prodotti fair trade nel mondo; La quota di mercato in Svizzera supera il 50 %; Costituzione di un Gruppo nazionale di contatto BSCI; Coop è socio fondatore di 4C; Acquisto dei primi container di caffè 4C e comunicazione attiva di questa nuova strategia; Definizione di criteri sociali nel settore food; Rafforzamento dell'aspetto sociale nello standard GlobalGAP; Potenziamento dell'assortimento e della vendita di prodotti Naturaline, espansione su nuovi mercati (Italia, Finlandia e Francia)
Transparency International	Lotta alla corruzione, sensibilizzazione del management	Inasprimento delle direttive interne e dei relativi controlli
<b>Approvvigionamento ecologico</b>		
WWF; Marine Stewardship Council (MSC); Roundtable on Responsible Soy Production (RTRS); Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO); Forest Stewardship Council (FSC); Fondazione ProSpecieRara; Pro Natura; Common Code for the Coffee Community (4C)	Protezione delle foreste dallo sfruttamento abusivo; Pesca sostenibile; Promozione della produzione e della vendita di soia e olio di palma sostenibili; Aumento del grado di notorietà e della vendita dei prodotti FSC; Promozione della biodiversità e salvaguardia di varietà in via di estinzione	Campagna di lobby a favore della soia sostenibile presso partner commerciali e clienti; Sostituzione su larga scala dell'olio di palma convenzionale con olio di palma sostenibile nei prodotti da forno; Lancio del WWF Seafood Group; Potenziamento della gamma di prodotti da itticoltura biologica e rinuncia a specie particolarmente a rischio; Sostituzione di tutte le carte tissue (carta igienica e carta per uso domestico, fazzolettini) di marca propria con carta riciclata o FSC
<b>Agricoltura in Svizzera</b>		
Bio Suisse; Istituto di ricerca per l'agricoltura biologica (IRAB); Unione svizzera dei contadini (USC); Ufficio federale dell'agricoltura; Agromarketing Suisse (AMS); Proviande; IP Suisse; SwissGAP	Promozione della produzione e vendita di alimenti biologici; Rafforzamento della competitività a lungo termine dell'agricoltura svizzera; Chiaro posizionamento dei prodotti svizzeri; Pubblicità di immagine per i prodotti svizzeri; Assicurazione della qualità	Scambio regolare con l'USC; parere sul 1° pacchetto di ordinanze della Politica agricola 2011; Impegno a favore di un accordo di libero scambio per i prodotti agricoli con l'UE – definizione di possibilità di esportazione e di misure di accompagnamento; Ampia gamma di prodotti Suisse Garantie; Presidenza Proviande; Avvio attuazione SwissGAP; Sostegno di diversi progetti di ricerca dell'IRAB attraverso il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile; Aumento dell'8 % della vendita di alimenti bio

Organizzazione	Interessi principali degli stakeholder	Risultati / Avvenimenti – aggiornamento 2007
Padrinato Coop per le regioni di montagna; Aiuto Svizzero ai Montanari	Mantenimento del valore aggiunto nelle regioni di montagna; Promozione della vendita di prodotti provenienti dalle regioni di montagna; Miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro; Garanzia dei mezzi di sussistenza	Potenziamento della linea Pro Montagna; per ogni prodotto venduto viene devoluto un contributo certificato al Padrinato Coop per le regioni di montagna volto a fornire un aiuto iniziale per la realizzazione di progetti di una certa entità; Panini del 1° agosto, il ricavato viene impiegato ogni volta per la realizzazione di uno o più progetti specifici nelle aree di montagna
<b>Protezione degli animali</b>		
Protezione svizzera degli animali (PSA); Quattro zampe; Associazione svizzera per tenitori di vacche nutrici e madri ASVNM; Comunità d'interesse dei Produttori dei label Coop (CI PLC); Ufficio federale di veterinaria	Protezione degli animali; Promozione di allevamenti rispettosi della specie per vacche nutrici e vacche madri; Successo a lungo termine della carne Coop con label di fiducia; Sviluppo cooperativo delle direttive per Coop Naturafarm	Coop riconfermata «Campione svizzero» in materia di protezione degli animali; Lancio di Naturafarm al posto della vecchia linea azzurra di Naturaplan; Coop è il maggior acquirente di Naturabeef (circa 90 %); Sostegno alla ricerca di nuovi metodi per la castrazione indolore dei lottonzoli; Studio sull'impatto delle dimensioni delle mandrie sulla protezione degli animali
<b>Interessi dei consumatori</b>		
Commissione federale del consumo; Organizzazioni dei consumatori (SKS, Kf, FRC, ACSI)	Legislazione che tutela gli interessi dei consumatori; Trasparenza riguardo al rapporto qualità / prezzo di prodotti e servizi; Riduzione dell'alto livello dei prezzi vigente in Svizzera	Nette riduzioni di prezzo grazie all'aumento della produttività e alla cooperazione internazionale per l'approvvigionamento; Comunicazione trasparente in materia di rincari legati al prezzo delle materie prime; Impegno congiunto per la sicurezza efficace ed efficiente di alimenti e prodotti; Dichiarazione trasparente dei prodotti trasportati per via aerea
<b>Alimentazione e salute</b>		
Ufficio federale della sanità pubblica; Chimici cantonali; Weight Watchers; Società svizzera di nutrizione (SSN); Associazione svizzera dietisti diplomati (ASDD); Associazione Svizzera per il Diabete (ASD); Gruppo Celiachia (IGZ); Associazione svizzera per il vegetarianismo (ASV); Lega svizzera contro il cancro (campagna «5 al giorno»); Promozione Salute Svizzera; Fondazione svizzera obesità (FOSO); Gruppo di lavoro Alimentazione della FIAL	Sicurezza delle derrate alimentari e protezione contro le frodi; Profilassi sanitaria (alimentazione, esercizio fisico, dipendenze); Offerta per allergici e vegetariani; Prevenzione contro le pandemie	Introduzione di un profilo nutrizionale dettagliato sui prodotti a marchio Coop; Collaborazione con la campagna «5 al giorno», incl. inserimento del logo sui prodotti; Nuova revisione della legge sulle derrate alimentari; Impegno per migliorare l'attuazione delle norme di sicurezza sulle derrate alimentari; Introduzione della linea di assortimento JaMaDu con prodotti per l'alimentazione equilibrata dei bambini; Diverse attività di sponsorizzazione nel settore alimentazione ed esercizio fisico; Creazione di opuscoli sull'alimentazione; Lancio del Coach online sull'alimentazione
<b>Nuove tecnologie</b>		
Foro pubblico sulle nanotecnologie; Atelier Alimentazione & ingegneria genetica	Elaborazione di soluzioni costruttive coinvolgendo autorità, consumatori e rappresentanti del mondo economico; Pubblica discussione sulle opportunità e i rischi dell'ingegneria genetica e delle nanotecnologie	Definizione di un codice di comportamento sulle nanotecnologie nel quadro della CI CDS; Impegno per l'introduzione di valori limite sugli OGM non ammessi in Svizzera; Richiesta di inserire l'intera catena di produzione nella ricerca sulla coesistenza;
<b>Ambiente</b>		
WWF	Promozione di un comportamento corretto nei confronti dell'ambiente e il consumo sostenibile; Tutela della biodiversità	Potenziamento e intensificazione della partnership ecologica con il WWF con i sottoprogetti Wood Group (legno e carta), Climate Group (energia e mutamenti climatici), soia (Roundtable on Responsible Soy) e Seafood Group (pesce e frutti di mare); Il WWF coordina la compensazione delle emissioni di CO <sub>2</sub> dei prodotti trasportati per via aerea e dei viaggi di servizio per un importo di circa 1,5 milioni di CHF

Organizzazione	Interessi principali degli stakeholder	Risultati / Avvenimenti – aggiornamento 2007
<p>Öbu – Associazione Svizzera per l'Integrazione del l'Ecologia nella Gestione delle Ditte; Praktischer Umweltschutz Schweiz (Fondazione per la prassi nella protezione dell'ambiente in Svizzera – Pusch); Ufficio federale dell'ambiente; Greenpeace; Pro Natura; SvizzeraEnergia; Gruppo d'interesse ambiente pulito (IGSU)</p>	<p>Promozione dei prodotti ecologici; Riduzione dei rifiuti; Sensibilizzazione dell'opinione pubblica; Tecnologie a risparmio energetico; Trasferimento da gomma a rotaia</p>	<p>Collaborazione nell'aggiornamento dei bilanci ecologici; Sostegno finanziario all'IGSU nella lotta al littering; Dibattito sul littering / accordi nelle zone critiche; Ampliamento e riduzione dei prezzi della gamma di lampade a risparmio energetico e apparecchi ad alto rendimento energetico; Promozione degli impianti a biogas nelle aziende agricole attraverso il Fondo Coop per lo sviluppo sostenibile</p>
<p>Diverse organizzazioni per il riciclaggio (SENS, SLRS, Ferro Recycling, Igora, Inobat, PRS)</p>	<p>Promozione e organizzazione pratica del riciclaggio; Calcolo e amministrazione della tassa di riciclaggio anticipata (TRA); Lotta al littering</p>	<p>Nuova struttura della TRA per il PET; Netta riduzione della TRA su lampade e apparecchi elettrici ed elettronici (SENS / SLRS) grazie all'update del sistema</p>
<b>Personale</b>		
<p>Sindacati, associazioni del personale; Associazioni di categoria</p>	<p>Tutela degli interessi dei collaboratori; Salari minimi commisurati alla formazione; Parità di salario tra uomo e donna; Partecipazione adeguata all'utile aziendale; Formazione e aggiornamento; Svolgimento degli esami finali</p>	<p>Nuovo contratto collettivo di lavoro per gli anni 2008–2010, con regolazione delle ferie più vantaggiosa per i collaboratori e una settimana di congedo di paternità; No al lavoro su chiamata; Lancio del programma Coop Child Care (sostegno ai genitori single per l'affidamento dei figli in custodia esterna); Aumento del numero di apprendisti a oltre 2700 unità; Il progetto «50+» dovrà aiutare a rispondere meglio alle esigenze e al potenziale dei collaboratori anziani</p>