



Unione Amiatina

bilancio sociale 2024

www.coopamiatina.it •  Coop Unione Amiatina  [coopunioneamiatina](https://www.instagram.com/coopunioneamiatina)

Immagine generata con Intelligenza Artificiale.

ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

Cari soci,

innanzitutto desidero ringraziarVi per la stima costante e il forte senso di responsabilità che dimostrite da sempre e che simboleggiano il solido legame che avete con la nostra cooperativa.

Ringrazio il Consiglio di Amministrazione e tutte le colleghe e i colleghi dei negozi e della sede per l'ottimo lavoro svolto. Coop Amiatina chiude l'anno 2024 con un utile pari a 523.336 euro.

Anche l'anno appena trascorso si è rivelato particolarmente complesso, il contesto geopolitico ha risentito pesantemente della guerra Russo-Ucraina e del conflitto in Medio Oriente. Tuttavia gli investitori hanno dimostrato una forte

capacità di adattamento, concentrandosi sulle opportunità di crescita piuttosto che sulle incertezze e le tensioni

Le decisioni della Federal Reserve (Fed) e della Banca Centrale Europea (BCE) hanno avuto un impatto significativo sui mercati. Nel corso dell'anno, la Fed ha mantenuto un approccio cauto nel taglio dei tassi di interesse, mentre la BCE ha adottato una politica più accomodante per sostenere la crescita economica. Questo ha favorito il mercato azionario, ma ha penalizzato le obbligazioni.

Nonostante le tensioni geopolitiche in Medio Oriente il prezzo del petrolio è calato a causa di una domanda inferiore da parte di Cina e India. L'oro, invece, ha registrato una forte crescita (+26,7%), confermandosi un bene rifugio in un contesto di incertezza economica e





politica. Ormai parliamo di “crisi permanente” perché le instabilità, dettate da varie cause, ci accompagnano quotidianamente, creando un clima di legittima preoccupazione e di confusione con inevitabili ripercussioni sulla vita di ogni singolo cittadino, socio e dipendente. Ma abbiamo reagito. Di volta in volta impariamo a gestire le varie situazioni, adattando strategie risolutive e azioni da mettere in campo, diverse a seconda del contesto e dell’evento.

L’inflazione ha continuato a rallentare rispetto ai picchi del 2022-2023, grazie alla stabilizzazione dei costi energetici e al miglioramento delle catene di approvvigionamento. Questo ha contribuito a rafforzare la fiducia degli investitori e a supportare i consumi. Tuttavia, la crescita economica in Europa è rimasta debole rispetto agli Stati Uniti, influenzando le performance dei mercati. Il potere di acquisto delle famiglie è diminuito poiché gli stipendi non

hanno compensato la crescita inflattiva, determinando criticità sui consumi e sulle modalità di spesa alimentare e non alimentare.

Abbiamo dovuto monitorare costantemente l’inflazione cercando di non far pagare ai soci e ai clienti questi maggiori costi. A inizio anno abbiamo proseguito l’attività del trimestre antinflazione iniziato nel 2023, successivamente sono stati abbassati i prezzi su un pacchetto di 1000 prodotti a marchio Coop. È stata intensificata l’attività promozionale come a esempio le offerte sulle Grandi Marche, con sconti fino al 50% e le promozioni sui reparti freschissimi, denominate “tormentoni”. In maniera costante sono state effettuate le promozioni dei buoni spesa da 5€. Sempre a



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



inizio anno il sistema Coop ha ultimato il potenziamento della nuova linea gli Spesotti e la creazione di un pacchetto di prodotti con prezzo unico su tutto il territorio italiano, attività collegata al rilancio della Campagna Identitaria.

Ma questo impegno di monitoraggio e controllo non ha rallentato il nostro piano di sviluppo rendendo realizzabile il cantiere per

il nuovo negozio di Pitigliano che sarà aperto nel corso del 2025. Nell'anno 2024 Coop Italia ha ripetuto la campagna identitaria dei valori della cooperazione, con attività finalizzate all'ingaggio di nuovi soci. La nostra cooperativa ha ulteriormente implementato questa attività con diverse azioni raggiungendo a fine anno una base sociale di 53.729. Ma la base sociale non è solo un freddo numero, la base sociale è di stimolo all'attività della cooperativa: esprimendo i propri rappresentanti nei comitati delle sezioni soci, permettono un dialogo costante con il territorio, ormai molto eterogeneo considerata l'estensione della cooperativa. La partecipazione volontaria e gratuita dei soci è stata la base per la nascita della cooperazione. Oggi più che mai i soci sono determinanti affinché la cooperazione possa consolidarsi e progredire.



	Consuntivo 2024	Consuntivo 2023
Vendite	€ 95.789.017	€ 95.203.835
Gestione Commerciale	€ 1.108.548	€ 884.997
Gestione Finanziaria	- € 366.916	- € 482.492
Gestione Profitti e Perdite	€ 220.716	€ 246.251
Risultato prima delle imposte	€ 884.070	€ 606.493
Imposte e tasse	- € 360.734	- € 184.626
Utile	€ 523.336	€ 421.867



Posso dire con certezza che la sinergia fra soci, lavoratrici e lavoratori ci ha permesso di gestire nel miglior modo possibile le diverse circostanze. È questa sinergia che permetterà alla cooperativa di proseguire nel suo percorso per lasciare alle generazioni future un bagaglio di valori e di esperienze.

Prevedibile evoluzione della gestione

Per quanto riguarda la crescita economica, a fine gennaio è stato stimato un aumento del PIL mondiale del 3,1% nel 2025, quindi maggiore dello 0,2 rispetto al 3,3% del 2024.

Malgrado il forte rallentamento dell'inflazione l'andamento della gestione dei primi mesi del 2025 risulta ancora condi-



zionato dal calo dei consumi iniziato a fine 2022, riconducibile ad una diminuzione del potere di acquisto dei soci e dei consumatori.

L'impegno preso con i soci per rendere possibile la diminuzione dei prezzi si è concretizzato da aprile. Sono stati inseriti nel progetto in via prioritaria i prodotti di prima necessità senza tralasciare numerosi altri articoli presenti nei nostri punti vendita. Un investimento significativo per una realtà che da 65 anni è radicata nel territorio e che oggi punta a rafforzare ulteriormente la propria competitività, garantendo sempre gli elevati standard di qualità e sicurezza che contraddistinguono

i prodotti a marchio Coop. L'iniziativa si inserisce in un quadro più ampio di politiche a favore della convenienza che comprende la partecipazione costante alle numerose promozioni commerciali nazionali, quali il buono da 5 euro, le promozioni quindicinali e le campagne di fidelizzazione

Vincenzo Fazzi
Presidente

Il Consiglio di Amministrazione

Presidente	Vincenzo Fazzi
Vicepresidente	Fernando Vinciarelli

Consiglieri	Paola Bassi Flavio Batini Marco Bertocci Gigliola Caliendo Gian Luca Catani Diego Domenicucci Mario Fazzi Agostino Liberati Giulio Mazzarelli Evans Ottavi Maida Paganini Elisabetta Peri Reno Ruggi Marco Vagaggini Katia Taddei
-------------	---

Collegio Sindacale	
Presidente	Paolo Fabbrini
Sindaci	Lucio Moroni Marco Ragni
Sindaci supplenti	Michele Agostini Alberto Bambagini





ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

Il 2024 è stato l'anno in cui si sono consolidati gli scenari negativi di cui nel 2023 abbiamo dovuto prendere atto e di cui abbiamo temuto l'evoluzione.

Nel corso dell'anno appena trascorso quasi la metà della popolazione mondiale è stata chiamata alle urne e complessivamente con il proprio voto è stato rafforzato uno scenario dove viene esaltato il nazionalismo a discapito di una visione più generale di benessere collettivo. È uno scenario in cui le conquiste democratiche che davamo per scontate devono invece



IL 15 MARZO SAREMO SOLO EUROPEI.

Anche Coop scende in piazza per l'Europa.
Il 15 marzo manifesteremo per un'Europa più unita
e capace di contrastare i rischi di un oscurantismo
sociale, economico e politico.
Ci vediamo a Roma.

LA **coop** SEI TU.



Si ringrazia Unicoop Tirreno per la gentile concessione della foto



essere difese e dove il ricorso alle armi, in nazioni che grazie all'Europa Unita, da più di 80 anni vivono in pace, sembra sempre di più un'ipotesi reale.

Nessuno Stato Europeo, nemmeno il più forte, da solo può fare nulla contro la superiorità di USA, Cina e Russia. Da solo non può fare nulla nemmeno per affrontare i cambiamenti epocali in corso e da solo non può nulla sugli effetti derivanti dalla migrazione di imponenti masse di persone che per queste e altre ragioni si stanno spostando in cerca di una vita migliore.

"In Europa siamo 500 milioni, 100 milioni più degli Usa, quasi quattro volte la Russia. La nostra moneta potrebbe diventare la prima valuta del mondo negli scambi commerciali. L'Europa è l'unico luogo al mondo in cui convivono la democrazia con il welfare", dice Benigni, invitando all'unità. "Se ci unissimo fino in fondo, saremmo la potenza più grande. Ma c'è il diritto di veto, e l'Europa ha le mani legate. E poi c'è l'esercito: abbiamo piccoli eserciti che da soli non saprebbero difendersi da nessuno, sarebbe più efficiente un esercito unico con un solo comando, fate l'esercito europeo comune, non si perde sovranità, si recupera". Si rivolge ai giovani, perché sono il futuro. Sono loro che devono

realizzare il sogno europeo: "Ora siamo in una fase in cui siamo rassegnati. Ma io sono ottimista. A volte la storia ci regala delle sorprese, dei colpi di scena. E oggi c'è una novità ... Siete voi giovani, la prima generazione transnazionale della storia. Mi rivolgo a voi sedicenni, ventenni, trentenni, voi che siete antropologicamente europei! I giovani sono la miglior garanzia per il futuro dell'Europa", continua "nessuno potrà convincerli a richiudersi nei confini nazionali, a tornare alla lira. Per non parlare della guerra, ma come fai a dire a un giovane: 'Tieni, questo è il mitra. Spara'". Il finale è contro la guerra, un appello appassionato: "Il sogno della pace universale è fattibile? Quasi tutti mi risponderebbero di no, io vi dico che non solo è raggiungibile ma inevitabile. la guerra finirà per sempre, non c'è alternativa, non può che finire così. Dobbiamo fare un ultimo passo tutti insieme e dire agli altri: 'Siete fratelli'".

Il sogno

Roberto Benigni

19 marzo 2025





Rai Radio 2 Rai Per la Sostenibilità ESG milluminodimeno.rai.it #milluminodimeno

E l'unità non vale solo per l'economia o in caso di conflitti: nessuna nazione da sola può fronteggiare le conseguenze sempre più evidenti di una drammatica crisi ambientale.

Nel corso del 2024 sono stati innumerevoli gli eventi catastrofici che hanno martoriato il nostro pianeta. Sono andate distrutte dal fuoco parti del Brasile, della Bolivia, del Paraguay e del Perù. La Colombia, l'Ecuador e il Messico sono senza acqua. I fiumi sono in secca, gli animali muoiono per la man-

canza di cibo e di acqua. Il fuoco ha divorato 18 milioni di ettari di verde. È andata in fumo una superficie come l'Irlanda. Sono stati distrutti: alberi, piante, cespugli, fiori e ovviamente gli animali che non hanno trovato scampo alle fiamme. All'inizio di settembre il tifone Damrey ha causato devastazioni, allegamenti, case distrutte, mandrie affogate, colture sommerse dal fango e decine e decine di morti. Sempre a settembre questo nuovo diluvio causato dalla tempesta Boris, ha tracimato i fiumi dell'Europa centrale. Polonia, Ungheria, Romania e infine l'Italia hanno pagato un prezzo altissimo con danni, vittime e devastazioni.

Anche nei nostri territori gli effetti della crisi climatica sono evidenti. Il primo più evidente segnale è dato dalla mancanza della neve non solo nei paesi che circondano l'Amiata, ma anche nelle piste e sulla vetta. Le conseguenze dirette e imme-





diate sono la mancanza di rifornimento alle falde acquifere, un danno per il turismo in un contesto economico già fragile e provato.

In questo senso emerge un ulteriore dato: l'emergenza climatica è soprattutto una grande ingiustizia. Le persone costrette a fuggire, e le comunità che le ospitano, sono le meno responsabili delle emissioni di carbonio, eppure stanno pagando il prezzo più alto.

Tutti sanno cosa sta accadendo ma pochissimi sono disposti a invertire questa rotta. Altri ancora, i cosiddetti negazionisti per ragioni puramente economiche sconsigliano quanto sta accadendo e liquidano il problema affermando che "questi fenomeni estremi sono sempre accaduti".

Purtroppo per noi il punto di non ritorno, denunciato nel 2023 da climatologi e mete-

orologi, è stato abbondantemente superato.

A fronte di tutti questi eventi e delle relative considerazioni è evidente che in un clima di tensioni esasperate e di paura crescente il nostro compito primario, promuovere la cooperazione, diventa ancora più centrale. Non è sicuramente spingendo a una visione isolata dei problemi che si stemperano le tensioni, non è il nazionalismo esasperato la risposta.

Relativamente all'impatto ambientale sono tante le azioni promosse da Coop Italia e Coop Amiatina vi ha sempre aderito convintamente.

Coop vuole contribuire concretamente, nel proprio ambito di attività, all'adozione di un modello di sviluppo sostenibile che, pur garantendo la soddisfazione dei consumatori, salvaguardi al contempo le risorse naturali e l'ambiente a vantaggio delle generazioni future e delle comunità in cui opera.

Ci impegniamo per rendere il rispetto dell'ambiente parte integrante del nostro patrimonio di valori, ispirando i criteri di gestione di tutta la filiera Coop, come l'attenzione all'impatto ambientale di merci e servizi offerti a soci e consumatori. Per questo lavoriamo per ridurre a monte i rifiuti, agendo diret-





SEA EXPLORERS
UNDER 35
NELLA BIODIVERSITÀ DEL MEDITERRANEO

COOP YOUTH EXPERIENCE

*Un percorso per conoscere
gli ecosistemi marini e proteggere
la Posidonia oceanica.*

CORSO GRATUITO
DA APRILE A GIUGNO

ISCRIVITI ORA

coop **EiS** European
Institute of
Innovation for
Sustainability

tamente sugli imballaggi e promuovendo strategie di riduzione, riutilizzo, recupero e riciclo.

Ci impegniamo, inoltre, a sostenere le leggi a difesa dell'ambiente, attivandoci a livello nazionale e internazionale con iniziative che supportino lo sviluppo di una normativa più attenta all'ambiente.

Promuoviamo campagne per la tutela e la valorizzazione dell'ambiente attraverso l'installazione di innovazioni tecnologiche, la realizzazione di studi scientifici lungo tutta la filiera, la progettazione e costruzione di aree verdi.

Tra le più recenti campagne, alle quali coop

amiatina ha aderito ricordiamo Ogni Ape Conta, Coop Youth Experience, Un mare di idee per le nostre acque, M'illumino di meno, e l'ultimo in ordine di tempo **Sea Explorer con Coop - Foresta Blu**.

400 ragazze e ragazzi hanno partecipato alle sessioni teoriche, costruite con videolezioni e incontri online. Di questi 9 rappresentavano Coop Amiatina. Dei 400 ne sono stati selezionati 100 per partecipare attivamente alla seconda fase del progetto. Sono stati all'isola Elba e poi sulle coste del Conero per "incontrare" dal vivo la flora e la fauna marina. Fra loro, 10 hanno partecipato all'ultima tappa di settembre, a bordo della barca a vela Anywave, dove "Sea Explorer" si intreccerà con



l'altro progetto Coop dedicato al mare, "Foresta Blu", che prevede il monitoraggio e la piantumazione di centinaia di metri quadrati di praterie di posidonia oceanica nei nostri fondali. Localmente, attraverso le tante attività organizzate dai nostri Comitati Soci e altre promosse dal Consiglio di Amministrazione, cerchiamo di dare il nostro contributo. Cerchiamo di offrire ai nostri soci e clienti strumenti per ridurre l'inquinamento: laboratori sociali realizzati con materiali di riciclo, passeggiate per co-





noscere e tutelare il nostro territorio, altre ancora dove vengono unite azioni di pulitura del bosco, l'istallazione degli ecocompattatori per le bottiglie in PET, i bidoni dove smaltire gli oli esausti domestici, il progetto buon fine, sono solo alcuni esempi. È evidente che per quanto ci riguarda, il cambiamento climatico non è in discussione, lavoriamo per attivare azioni con le quali ognuno di noi può fare la sua parte per cercare di contrastarlo. Uno degli obiettivi di Coop è anche questo: riunire tante persone con uno scopo comune sostenendo i loro valori e arricchendo le loro azioni.

Scendendo sul pratico delle azioni intraprese a difesa dell'ambiente e per contrastare la crisi ambientale, Coop Amiatina nel corso del 2024 ha installato in altrettanti negozi **9 eco compattatori** per il riciclo delle bottiglie in PET.

Le machine "schiaaccia bottiglie" sono finalizzate alla raccolta delle bottiglie in PET. Le bottiglie andranno direttamente a riciclo e il PET riciclato (RPET) servirà per produrre nuove bottiglie idonee a contenere liquidi alimentari. I 9 posizionamenti effettuati nel 2024 saranno seguiti da altri 4 da effettuare nel 2025. Il progetto complessivo prevede l'istallazione in tutti i nostri punti di vendita con caratteristiche adeguate. Questa iniziativa, in linea con la missione cooperativa di Coop, è finalizzata alla riduzione della dispersione della plastica nell'ambiente e a ridurre conseguentemente il nostro impatto ambientale.

Nella macchina è prevista inoltre una premialità per i nostri soci che conferiranno le bottiglie.

Le bottiglie confluite negli ecocompattatori nel 2024 sono state 588.573, e ritorneranno a essere bottiglie utilizzate al pari di quelle nuove.

Sempre nella scia del contenimento del nostro impatto ambientale sono stati ripristinati e posizionati nuovi bidoni per la **raccolta degli oli esausti domestici**. Presso 14 punti vendita Coop, i soci possono conferire l'olio usato in bottiglie di plastica, contribuendo al suo riutilizzo per la produzione di bio-



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



diesel, bitume, glicerina, saponette. Lo smaltimento sbagliato inquina gravemente l'ambiente, è disastroso per i nostri mari e laghi e provoca ingenti danni al sottosuolo, alle tubature, alle falde acquifere e alle reti fognarie. Attraverso questo servizio il nostro obiettivo è anche quello di divulgare una cultura di assunzione di responsabilità individuale.

Ognuno di noi ha il potere di invertire la rotta e rimodellare le proprie abitudini comprese le scelte alimentari. Mangiare



bene (non solo dal punto di vista nutrizionale) fa bene alla propria salute e a quella del Pianeta. Possiamo diffondere contenuti e buone pratiche ed essere protagonisti dei processi di adattamento e rigenerazione delle nostre comunità.

Nell'ambito della Consulta del novembre 2024 è stata presentato il progetto per realizzare le cassette per la raccolta dei

tappi di plastica delle bottiglie: studio, progettazione e realizzazione fatta da soci attivi e dipendenti di Amiatina. I tappi raccolti vengono donati a una ONLUS per finanziare progetti idrici in Tanzania, dimostrando come





anche un'azione apparentemente semplice possa essere di aiuto per chi ha bisogno.

L'accordo con la società **Ricarica-Fera** ci ha permesso il posizionamento di altre 3 colonnine, raggiungendo il numero di 6 totali, per la ricarica di auto elettriche nei parcheggi dei nostri negozi.

Il 2024 rappresenta il 44° anno di vita del progetto **Sapere**

Coop. Coop progetta e offre gratuitamente alla Scuola proposte di sostegno alla didattica (percorsi, laboratori, animazioni, mostre, seminari formativi, esperienze partecipative, didattica cooperativa) con l'obiettivo di contribuire a costruire consapevolezza di sé (in quanto cittadini del mondo) e capacità di scelta. I processi di consumo in generale sono occasione di consapevolezza che si acquisisce fin dalla giovane età. I contenuti e i valori che contraddistinguono ogni giorno l'agire di Coop e che costituiscono oggetto delle attività con le scuole sono la sicurezza (alimentare e non solo), la trasparenza nei processi e nelle filiere, la qualità della vita (dalla salute all'ambiente), l'etica del lavoro e la cultura cooperativa ma ci si spinge anche oltre per toccare i temi come l'arte e la tutela del patrimonio artistico, i nuovi linguaggi e l'uso consapevole delle tecnologie

e della rete, e poi le migrazioni, la memoria, gli stereotipi, ... Non si tratta di percorsi estemporanei rispetto al lavoro quotidiano svolto dai docenti ma, al contrario, sono pensati per integrarsi nei Piani Triennali di Offerta Formativa rappresentando una modalità efficace per sviluppare parti importanti del curriculum scolastico.

Sostenendo la progettualità della Scuola, Coop vuole porsi, con responsabilità e impegno, accanto alle nuove generazioni affinché possano fare esperienza di un sapere utile a capire il mondo e ad agire in esso.

“Tra i grandi sprechi del nostro tempo, oltre a quello alimentare e ambientale, ne esiste uno meno evidente ma assai impattante che è lo spreco relazionale. Se non riusciamo a rimettere intensità e connessione nelle relazioni dentro le nostre comunità, prosciughiamo una linfa essenziale del nostro vivere che è il risolvere i problemi attraverso la collaborazione tra



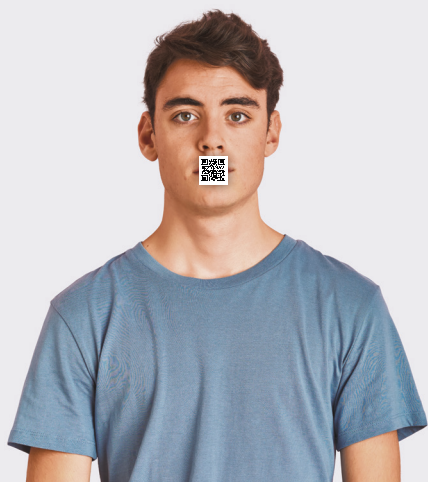
ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



VIOLENZA SULLE DONNE. GLI UOMINI POSSONO DIRE MOLTO.

Per affrontare e vincere la violenza sulle donne che siano anche gli uomini a prendere la parola o a schierarsi. Serve un cambiamento culturale, serve integrare il rispetto e la capacità di elaborare un rifiuto. Se alcuni uomini sono parte del problema, la maggioranza deve essere parte della soluzione. Facciamo sentire forte le nostre voci. Uomini e donne, insieme contro la violenza di genere.

Il silenzio parla. Ascolta il podcast.



le persone e le organizzazioni. La relazione fra le tante realtà che operano anche in campi diversi e che utilizzano luoghi e spazi propri e/o pubblici per il bene comune, può e deve ritrovare intensità e condivisione per reagire a tutto questo. Un'intensità e una condivisione che possono funzionare non tanto se si costruiscono reti dove un soggetto spinge gli altri a partecipare, quanto se si allestiscono cornici di senso e di visione comuni di come desideriamo la nostra comunità, di come immaginiamo la convivenza fra persone per far nascere da lì una progettualità collettiva.” **Carlo Andorlini**, esperto in processi di welfare territoriale di comunità e docente presso l'Università degli Studi di Firenze alla Magistrale di Disegno e gestione degli interventi sociali.

L'obiettivo di realizzare un'effettiva parità di genere è proseguito anche nel 2024 con il fondamentale progetto **Close the Gap**. Anche per l'anno 2024 è stata redatta un'agenda che prevede:

Azioni nel mondo Coop: cresce ancora la quota femminile tra il personale Coop e raggiunge il 71,5%, giunge quasi al 35% la percentuale delle donne presenti in ruoli direttivi (34,8% rispetto al 34,6% del 2022). Intorno al 41% circa la quota femminile presente nei Cda delle cooperative, inoltre aumenta sensibilmente la presenza di donne fra i soci eletti nei vari organismi rappresentativi dei territori (54,5% rispetto al dato precedente 52,7%). In linea con gli anni precedenti il numero delle nuove socie (oltre 126.000) pari al 54,5% del totale.

E Coop, prima insegna nella Grande Distribuzione Organizzata, ha recentemente ottenuto la Certificazione della Parità di Genere secondo la UNI PdR125.

Formazione interna e nelle scuole: prosegue il lavoro di formazione sulla parità di genere sia tra i dipendenti delle cooperative che nell'attività di educazione al consumo consapevole, valore fondante di Coop. Per queste ultime attività, hanno aderito al percorso educativo “Close the Gap” proposto alle scuole 308 classi, per il 40% di secondaria di secondo grado, ovvero oltre 7 mila studenti in tutta Italia.

Rilancio petizione “Il ciclo è ancora un lusso”: sono oltre 700

mila le firme raccolte in tre anni su Change.org per la petizione “Stop Tampon Tax! Il ciclo è ancora un lusso”, rilanciata a gennaio 2024, per chiedere nuovamente l’abbassamento dell’IVA sui prodotti mestruali dall’attuale 10% al 5%, come per gli altri beni di prima necessità. Coop rilancia la petizione per chiedere la reintroduzione della tassazione minima, già applicata nel 2023, per la prima volta in Italia.

Formazione in filiera: nel biennio 2021-2022 Coop ha sviluppato progettualità sull’empowerment femminile destinate alle lavoratrici di sei filiere pilota di ortofrutta a marchio Coop, che complessivamente hanno visto coinvolte 280 donne. Questo è stato di stimolo per sviluppare nel 2024 un ulteriore percorso formativo scalabile sulla parità di genere destinato al management delle aziende nostre fornitrici di prodotto a marchio Coop. Ma il progetto Close the Gap non si è limitato a questo. Coop sostiene da anni, nei territori delle cooperative, le associazioni che assistono a più livelli le donne vittime di violenza e promuove la diffusione del numero 1522 che è un presidio a tutela di queste. Nel 2022 ha avviato una collaborazione con l’associazione Differenza Donna, mettendo a disposizione una serie di strumenti volti a segnalare il numero. Nel 2023 con il progetto Il Silenzio Parla nasce il podcast che racconta le storie vere delle donne sopravvissute alla violenza. L’impegno di Coop continua nel 2024 con la seconda stagione del podcast “Il Silenzio Parla”, che racconta episodi di violenza contro le donne, questa volta attraverso le voci degli uomini che ne sono stati testimoni.

**CLOSE
THE GAP**
RIDUCIAMO LE DIFFERENZE

**FERMIAMO
E FIRMIAMO
UN’INGIUSTIZIA**



Dal 1° gennaio fino al 31 maggio,
nei nostri negozi neutralizziamo
l’aumento dell’IVA negli
assorbenti a marchio Coop,
come se fosse al 5%.



Sottoscrivi la petizione per
chiedere l’abbattimento dell’Iva.
[Change.org/StopTamponTax](https://change.org/StopTamponTax)

LA **coop** SEI TU.

Coop e Close The Gap collaborano con Arcigay a sostegno della comunità LGBTQIA+. Con l’acquisto di ogni borsa abbiamo devoluto 0,50 euro a favore della campagna #hoqualcosadadirvi, promossa da Arcigay per sostenere il coming out e implementare i centri antidiscriminazione ubicati in tutto il territorio italiano. Anche nel 2024 sono state vendute quasi 40 mila bag permettendo a Coop di donare ad Arcigay circa 20 mila euro. Oggi che la parità dei diritti è messa in serio pericolo, la libertà è l’unica posizione da prendere.

A inizio 2025, con la Campagna “DIRE, FARE, AMARE” l’impegno di Coop sarà focalizzato sull’introduzione dell’educazione affettiva nelle scuole come parte integrante dei programmi didattici. Per questo, in Coop vogliamo che l’educazione affettiva diventi parte del percorso scolastico: uno spazio sicuro per scoprire il valore dell’ascolto, del rispetto e dell’empatia. Perché coltivare l’intelligenza emotiva significa costruire relazioni più autentiche e una società più consapevole. Dobbiamo imparare le parole per raccontare emozioni, per nominare i sentimenti, per spiegare cosa proviamo e come entrare in relazione con gli altri. E questa mancanza non è casuale: nelle scuole si insegna la grammatica delle lingue, ma non quella delle

**DIRE
FARE
AMARE**
CLOSE
THE GAP
coop

ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

emozioni. Si studiano le formule della matematica, ma non quelle delle relazioni dove sappiamo bene che $2+2$ non sempre fa 4.

E poi ancora il proseguo della campagna a favore del lavoro giusto per tutti a seguito della morte di **Satnam Singh**. «Ogni volta che c'è un grande scandalo, un poveruomo che muore, scattano le indagini e le operazioni delle forze dell'ordine, i sequestri e gli arresti, le leggi vengono inasprite. Passata la bufera mediatica, però, tutto torna tutto com'era. Quello che cerchiamo di fare, dall'inizio, è invece confrontarci con gli agricoltori. Quando Coop ha aperto il confronto prima sul discorso sicurezza, poi sulle condizioni di lavoro, molti si sono mostrati sensibili, tante azioni sono state intraprese. C'è chi si è preoccupato di dare alloggi più confortevoli, chi è intervenuto per migliorare la sicurezza. Non è vero che agire è impossibile, le cose per molti sono cambiate, e questo dimostra che un



Satnam Singh è morto mentre lavorava nei campi, senza contratto, senza tutele, senza umanità. Quando comprate un prodotto della terra assicuratevi che sia coltivato con cura e raccolto senza calpestare i diritti dei lavoratori. Una spesa consapevole inizia da qui. Per combattere un sistema di profitto a tutti i costi, che sfrutta e uccide le persone, è necessario agire insieme: dai produttori, alle istituzioni, ai consumatori, ai distributori. Coop c'è sempre stata e c'è. Perché una buona spesa può cambiare il mondo.

LA **coop** SEI TU.



prodotto equo, se c'è la volontà di tutti, si può fare».

Nel **maggio del 2023** una serie di precipitazioni anomale ha provocato quella che è stata definita la più costosa catastrofe naturale mai capitata in Italia e tra le prime peggiori tre al mondo del 2023. L'alluvione dell'Emilia Romagna, ha lasciato un segno nella storia. A gennaio 2024 sono stati raccolti oltre due





milioni e centomila euro e 81.000 donatori fra soci, dipendenti, consumatori e fornitori Coop. Sono questi, in sintesi, i risultati della campagna di raccolta fondi avviata a maggio 2023 a ridosso dell'alluvione che aveva colpito Emilia-Romagna e Marche. Grazie alle risorse in arrivo da Coop, in 9 comuni

saranno finanziati interventi di riforestazione urbana e di ripristino e innovazione delle coltivazioni in 7 cooperative agricole. A fine 2024 un'altra campana di raccolta fondi ha visto protagonista Coop: **coopforrefugee**. Sollecitati da UNHCR, nostro partner in tante campagne umanitarie, nei negozi di Coop Amiatina e di tutto il sistema Coop abbiamo chiesto a nostri soci, ai clienti e ai dipendenti un contributo per far arrivare aiuti umanitari alle popolazioni civili che si trovano in zone di guerra. Anche in questo caso per raggiungere risultati apprezzabili è fondamentale l'opera di informazione e sensibilizzazione attivata dai nostri soci attraverso i presidi organizzati nei punti di vendita.

Nel 2024 sono stati festeggiati i 170 di storia delle cooperative di Consumo. A Torino le cooperative di consumatori di tre continenti si sono incontrate a "Coop for future": idee e progetti per una spesa capace di cambiare il mondo della Coop danese, di The Co-op Group (Regno Unito), dell'argentina Cooperativa Obrera, di Eroski (ES) dei Paesi baschi e di JCCU - Unione cooperativa dei consumatori giapponesi. Un mondo di valori e solidarietà riconosciuto anche dal presidente della



Repubblica **Sergio Mattarella**. Lo ha confermato, pochi giorni prima dell'appuntamento di Torino per i 170 anni di Coop, ospite a Bologna della Biennale dell'economia cooperativa di Legacoop: *«La cooperazione, l'impresa solidale, l'economia civile, sono parti qualificanti del nostro modello sociale, fattori di rilievo della ricchezza nazionale per i beni che producono e per il lavoro che offrono»*, ha detto Mattarella, che ricordando il riconoscimento dato a questa forma d'impresa nella Costituzione ha aggiunto: *«La cooperazione, appunto – elemento di democrazia economica – unisce due valori di grande rilievo costituzionale, il principio di libertà di impresa e il principio di uguaglianza»*.





Il 2024 ha visto anche tornare finalmente nei nostri negozi l'attività **dell'Approvato dai Soci** svolta dai Comitati coinvolgendo i soci presenti nei punti di vendita. L'Approvato dai Soci è un'esperienza avviata in Coop 24 anni fa. Da allora sono stati testati 3.518 prodotti e a questa attività hanno preso parte 679.656 soci. È una sorta di esame finale a cui vengono sottoposti prodotti che hanno già dovuto superare controlli e test per diventare prodotti a marchio. Il giudizio espresso dai

soci sulla qualità e sulla prestazione del prodotto è il banco di prova per far sì che sui prodotti graditi venga apposto il logo Approvato dai Soci. Quelli che invece non superano il test di assaggio vengono tolti dal mercato e sottoposti da Coop a ulteriori opportune modifiche per ritentare l'esame.

Per i nostri Comitati Soci rappresenta anche un modo per entrare in relazione con la base sociale di Coop Amiatina e confrontarsi sulle tante attività che i nostri soci attivi realizzano a livello nazionale e sui loro territori di appartenenza.

Il **Progetto Buon Fine** ha l'obiettivo di attuare misure di contrasto alla povertà e di tutela ambientale, grazie all'azione di recupero di prodotti alimentari altrimenti destinati a rifiuto, nonché di rafforzare la coesione sociale sul territorio, attraverso una rete solidale composta dai dipendenti Coop, che organizzano e gestiscono le diverse fasi della donazione, dai soci Coop che a titolo volontario si occupano delle relazioni con enti pubblici e associazioni e spesso collaborano con loro e dai volontari delle associazioni che ritirano e distribuiscono i prodotti per le persone bisognose.

Coop Amiatina nel 2024 ha donato prodotti per un valore di 38 mila euro, incrementando del 44% il valore della merce rispetto al 2023. Questo aumento è dettato da un maggiore impegno di associazioni e di negozi e per una maggiore partecipazione dei soci, dei dipendenti e dei volontari. In alcuni negozi, come Grotte Santo Stefano, vengono donati anche prodotti

freschi e del banco caldo.

Sempre nella scia del sostegno alle associazioni che si occupano della fragilità delle persone anche il 2024 ha visto, nonostante le innegabili difficoltà in cui la maggior



parte della famiglie italiane si trovano a far quadrare il bilancio, un incremento nelle donazione da parte dei soci e clienti in occasione dei due appuntamenti di maggio e novembre del progetto **Dona la Spesa**. Lo stesso confortante fenomeno lo abbiamo registrato anche nel corso dell'attività del **Dona la Spesa Animali** nel mese di agosto con la raccolta a favore dei canili e gattili del nostro territorio. Anche nell'anno appena trascorso tutte e tre le raccolte hanno registrato risultati superiori alle aspettative confermando la vicinanza dei nostri soci e clienti a chi si trova in condizioni di disagio e difficoltà.

Ancora nell'ambito della sostenibilità e nella difesa della biodiversità anche nel 2024 abbiamo proposto alle scuole il percorso **"Ogni Ape Conta"** e parallelamente consegnate alle classi cassette per dare rifugio alle api solitarie insetti formidabili per l'impollinazione dei fiori.

Anche nel 2024 tutti i nostri Comitati Soci sono stati fortemente impegnati nelle attività svolte nei punti di vendita: la raccolta fondi relativa al sostegno ai rifugiati. Non avremmo raggiunto la cifra di 300.000 euro se fosse mancata la presenza e la sollecitazione dei soci attivi e ovviamente di tutte le persone che hanno donato.

I presidi organizzati per **l'8 marzo**; le attività relative al **Dona la Spesa** in affiancamento ai volontari delle associazioni. Le campagne promosse dal progetto **Close the Gap**, non avrebbero ottenuto gli stessi risultati e la stessa risonanza se i nostri soci non fossero stati presenti.

Ma il momento in cui il lavoro dei Comitati è particolarmente determinante è quello legato alla messa a terra della campagna realizzata per il 25 novembre. Anche quest'anno è stata riproposta la campagna **"Il Silenzio Parla"** agita però dal punto di vista degli uomini. La nuova stagione del podcast **"Il Silenzio Parla"** racconta episodi di violenza contro le donne attraverso le voci degli uomini che ne sono stati testimoni perché



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



Una pasta e una borsa per dire basta.

Contro la violenza sulle donne, anche gli uomini hanno molto da dire.

Inquadra il QR code e ascolta le storie.

Anche quest'anno Coop dice no alla violenza di genere: verbale, psicologica, sessuale, economica e stalking.

Fino al 25 novembre, per ogni confezione di pasta in edizione speciale acquistata, Unione Amiatina donerà 30 centesimi ad associazioni del territorio che difendono le donne vittime di violenza.

Inoltre, se acquisti la borsa dedicata, Unione Amiatina donerà 50 centesimi all'Associazione Differenza Donna.

Perché la violenza sulle donne non è solo un problema delle donne. Serve l'impegno di tutti.

www.coop1522.it

Per richiedere aiuto, per ricevere assistenza e sostegno, chiama il 1522*.
*il numero 1522 è un servizio pubblico promosso dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, dipartimento per le Pari Opportunità.

coop
Unione Amiatina

CLOSE
TO THE
GAP

DIFFERENZA
DONNA

figli, genitori, fratelli, amici di donne che le hanno vissute. Il racconto di quest'anno è affidato alle voci di Francesco Migliaccio, Edoardo Barbone e Giacomo Ferraù per sei nuovi episodi che si affiancheranno alle sette storie vere di donne sopravvissute alla violenza raccontate nel 2023 da Valentina Melis, Cinzia Spanò e Ludovica Pimpinella.

Una pasta che dice BASTA: quattro tipologie di pasta a marchio Coop si vestono completamente di bianco. Uno special pack in edizione limitata, silenzioso, senza i soliti colori sugli scaffali dei punti vendita Coop. Solo un QR code che rimanda alla nuova stagione del podcast "Il Silenzio Parla" con sei nuove storie di episodi di violenza contro le donne, raccontati questa volta attraverso le voci degli uomini che ne sono stati testimoni.

Come ulteriore forma di sostegno ai centri antiviolenza, anche quest'anno le cooperative di consumo del distretto Tirrenico si sono schierate al fianco dei centri antiviolenza e di tutte le realtà che sono impegnate nel contrasto alla violenza di genere, un



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO





tema sul quale tutti siamo chiamati ad agire. Nei punti vendita di Unicoop Firenze, Unicoop Tirreno, Coop Centro Italia e Coop Amiatina, è stato possibile contribuire acquistando la confezione di pasta in edizione speciale e la borsa dedicata. La Woman Bag 2024, quest'anno è stata realizzata per Coop dalla straordinaria IllustrAutrice, vignettista, copywriter, attivista femminista **Anarkikka**. Parte del ricavato di vendita è stato donato ai Centri antiviolenza in Toscana, Umbria e Lazio e all'Associazione Differenza Donna.



Nell'anno 2024 è aumentata la partecipazione alle iniziative organizzate in collaborazione con le Cooperative del Distretto tirrenico: Unicoop Firenze, Unicoop Tirreno e Coop Centro Italia. Le varie iniziative hanno spaziato tra vari temi: rimarcando i valori fondanti delle cooperative, come nel caso della giornata ad Assisi nello splendido contesto del Bosco di San Francesco, dove ci siamo confrontati sulle azioni e le parole di pace; in ambito culturale abbiamo partecipato alla visita del Salone del libro di Torino; abbiamo finalizzato l'attenzione all'ambiente con attività di visite e di trekking, dove oltre a permettere la conoscenza dei nostri territori, abbiamo concretizzato la mes-



Le attività dei Comitati nel 2024:

Oltre alle tante attività in comune che hanno impegnato i Comitati nel corso dell'anno 2024 e al sostegno che con modalità diverse viene dato alle associazioni del territorio, ogni Comitato Soci ha organizzato alcune iniziative caratteristiche della loro attività.

Ad Abbadia San Salvatore è stato riproposto il tradizionale pranzo di Natale che vede ogni anno la partecipazione di più di cento soci. Il pranzo è anche un'occasione per sostenere le



sa a terra di alberi con quanto raccolto durante le iniziative. Non è venuto meno l'intento degli organizzatori e dei soci di valorizzare e apprezzare l'opportunità di incontrarsi, di confrontarsi e di socializzare che si genera in queste occasioni.



di notte...sul lago Giovedì 1 agosto 2024

I Comitati dei Soci Coop di Bolsena e Grotte di Castro organizzano:

Un'uscita in battello in notturna

In compagnia del Prossor Alessandro Marchini, direttore dell'Osservatorio Astronomico Università di Siena.

Ore 20.00 imbarco dal porto di Bolsena, giro panoramico e circumnavigazione dell'isola Bisentina con guida.

Ore 21.30 sosta e osservazione della volta celeste con brindisi alle stelle e spuntino.

Ore 23.30 rientro al porto.

Quota di partecipazione € 20,00

L'intero ricavato verrà devoluto all'osservatorio astronomico di Siena e all'associazione Bella Gente di Bolsena

Max 35 partecipanti entro 27 luglio 2024



associazioni del comune.

Ad Arcidosso oltre a due gite sociali in luoghi d'arte, il presidente, Professor Corallo nei mesi di aprile e maggio ha raccontato, ai numerosi partecipanti, la storia dell'arte attraverso la lettura di quadri famosi. Nel mese di maggio il racconto si è focalizzato nel disegno dei bambini.

Il Comitato di Bolsena ha organizzato ben due uscite in notturna sul lago di

Bolsena con l'osservazione della volta celeste. In entrambe le occasioni la partecipazione è stata al di sopra delle aspettative. A Canino ha spopolato il corso di Burraco che oltre ad avere



visto un massiccia partecipazione, ha "esportato" questa attività verso altri comitati.

Castel del Piano ha lavorato e messo a terra un progetto per l'utilizzo dello spazio antistante l'ingresso dell'area vendita del negozio. In accordo e con il sostegno della direzione di Coop Amiatina abbiamo arredato quell'area per rendere lo spazio fruibile da tutti e funzionale anche per lo smart working. In un secondo momento e anche per arginare un comportamento incontenibile di un gruppo di adolescenti, lo spazio è stato concesso gratuitamente all'Associazione **Amiata Collaterale**.



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

coop
Unione Amiatina
Comitato Soci Coop
Santa Fiora

TeaTro Cooperando

DA APRILE A GIUGNO
E
DA OTTOBRE A DICEMBRE



LABORATORIO TEATRALE
per i/le giovani di età compresa fra i 10 e i 13 anni

- Rapporto voce - corpo - respirazione
- Conoscenza di sé e degli altri
- Esercizi di fiducia e cooperazione
- Esercizi di equilibrio e coordinazione
- Esercizi di espressione
- Restituzione finale del percorso con messa in atto delle espressività dei ragazzi e delle ragazze.

**TUTTI I GIOVEDÌ
DALLE 17:00 ALLE 19:00**
(giorno eventualmente modificabile)

1° appuntamento giovedì 11.04.2024
A SANTA FIORA (GR)
Via della C.A. Dalla Chiesa - sotto il negozio
Coop Sala riunioni Giorgio Eremiti
Quota d'iscrizione € 30,00 al mese
Quota di iscrizione con agevolazione Coop
€ 25,00

Condotto dalle operatrici
Gaia Carola Di Benedetto e Paola



PER INFO ED ISCRIZIONE
GAIA

COMITATO SOCI COOP DI CASTELL'AZZARA



PASSEGGIATA DELL'ORSO

per l'Amazzonia di Padre Nello

MERCOLEDÌ 14 AGOSTO

08:30 **Raduno Castell'Azzara** presso
Chiosco acqua bona, p.zza Gramsci

08:30 **Raduno Selvena** presso
Parco verde

13:00 **Pranzo** presso Fonte della Grotta
(Castell'Azzara)

Percorsi medi, lunghezza 7/8 km, si consigliano
scarponcini da trekking e pantaloni lunghi

Passeggiata + pranzo 15€
L'intero ricavato sarà devoluto alla Missione di
Padre Nello in Amazzonia

coop
Unione Amiatina



**Sezione Soci Coop
Pomarance**

coop
Unione Amiatina

Centro Formazione Moda

Corso Taglio e Cucito Professionale



VENERDÌ ORE 15:00 - 20:00
nella stanza Sezione Soci Coop

per principianti ed esperte

Apprenderai le tecniche per
eseguire cartamodelli di tutti i capi
di abbigliamento. Imparerai a cucire
a mano ed a macchina.

Sconto di 50 Euro per i Soci Coop

Contattaci

Durante le lezioni verrà messa a
posizione una macchina da cucire ed
una taglia e cuci

A Castell'Azzara, oltre alle passeggiate che vengono proposte durante il periodo estivo, con quanto prodotto dal laboratorio dei panieri, è stata allestito un mercatino il cui ricavato è stato donato alla famiglia di Nicolas Matia dei Rio, il corriere ucciso per rapina nel mese di maggio.

Le socie di Castelnuovo Berardenga hanno rinnovato il sostegno alla locale Misericordia attraverso i prodotti del laboratorio di maglieria.

Le socie e i soci di Castelnuovo Val di Cecina hanno organizzato varie attività tra cui un trekking del paese, una cena sociale e una gita sociale per ammirare i pavimenti del Duomo di Siena. Molti sono stati gli iscritti al laboratorio di fotografia organizzato a Castiglione d'Orcia e altrettanto numerosi i partecipanti alla tradizionale passeggiata per la pulizia del bosco.

Forte è stato l'impegno delle socie e dei soci di Lardere per condividere il progetto di ristrutturazione del punto di vendita. Con il Comitato di Pomarance hanno organizzato una gita sociale a Certaldo e un'altra a Carrara e Colonnata.

Ormai da alcuni anni il Comitato di Manciano, con la collaborazione dei colleghi del punto di vendita, organizza una festa di Carnevale per le bambine e i bambini di Manciano. Nel corso dell'anno sono stati organizzati due laboratori; uno di apicoltura e l'altro di uncinetto. Innovativa la proposta fatta alle scuole materna e primaria di Manciano: ai bambini sono state consegnate delle ghiande da piantare per accrescere la potenza degli alberi come mitigatori della crisi climatica. Peccioli ha sicuramente il primato delle gite sociali: nel corso del 2024 ne hanno organizzate ben 7. Inoltre il pranzo sociale



organizzato a maggio ha visto la partecipazione di oltre 60 soci e anche il corso di inglese ha riscosso identico successo. Anche Piancastagnaio come Castell'Azzara ha riavviato il laboratorio di panieri con un ottimo numero di partecipanti. A Pitigliano le socie hanno organizzato un laboratorio per la creazione di gioielli fatti con la pelle. Oltre a esaltare la creatività delle partecipanti, questa attività ha consentito di sostenere il progetto della Casa di Hilde. A Pomarance sono stati molto apprezzati i corsi di inglese e di cucito oltre alle gite organizzate con il Comitato di Larderello. Il Comitato Soci della Coop di Santa Fiora questo 2024 ha organizzato ben 2 trekking. Oltre a questo hanno promosso la creazione di un laboratorio teatrale per ragazzine e ragazzini dai 10 ai 14 anni. Un socio attivo ha organizzato e condotto un incontro con i ragazzi del centro giovani per condividere con loro le modalità per la creazione di un video gioco. Il 2025 sarà l'anno in cui si concretizzeranno le strategie individuate per dare un nuovo e più efficiente assetto alla cooperazione del distretto tirrenico. Diventa ancora più strategica la



collaborazione tra le Cooperative per la progettazione delle attività per i soci. Nel corso del 2025 dovremo affrontare ancora molte difficoltà. Uno dei nostri doveri di operatori è promuovere la cooperazione che rimane lo strumento più efficace di cambiamento. È attraverso la condivisione e una forte unità di intenti, che si possono davvero cambiare le cose.

M. Cristina Renai
Responsabile Politiche Sociali



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



INTRECCI
DI AZIONI VERSO
LA SOSTENIBILITÀ

coop
Unione Amiatina

Sabato **23** novembre **2024**
ore **9,30**
Auditorium Andrea Camilleri
Via San Rocco n. 13 • Santa Fiora

**CONSULTA
DEI COMITATI SOCI**



La Consulta dei Comitati Soci di Coop Unione Amiatina, tenutasi il 23 novembre a Santa Fiora nel corso della quale abbiamo affrontato uno dei temi più urgenti e complessi della nostra epoca: la crisi climatica.

Il presidente **Vincenzo Fazzi**, ha aperto i lavori ricordando che la crisi ambientale è ormai diventata una realtà che sta già influenzando profondamente le nostre vite. Gli eventi estremi come incendi devastanti, siccità prolungate e alluvioni catastrofiche sono ormai all'ordine del giorno e, purtroppo, le popolazioni che ne soffrono di più le conseguenze

sono quelle che non le hanno determinate. “Ringrazio i soci, i colleghi, gli studenti, i relatori e tutti i presenti per la disponibilità e la presenza a questa Consulta dei Comitati Soci, dove vogliamo riaffermare il ruolo che Coop ha nella tutela del patrimonio intergenerazionale, per una produzione e un consumo sostenibili, per un’equa distribuzione delle risorse e per generare opportunità. Tutti sanno cosa sta accadendo ma pochissimi sono disposti a invertire questa rotta. Altri ancora, i cosiddetti negazionisti, per ragioni puramente economiche sconfessano quanto sta accadendo e liquidano





il problema affermando che questi fenomeni estremi sono sempre accaduti”.

Cristina Renai, responsabile delle Politiche Sociali di Coop Amiatina, ha affrontato il tema dell’esigenza di tradurre le parole in azioni tangibili. tutte finalizzate a sensibilizzare e a impegnare concretamente i soci in progetti ambientali. Cristina Renai ha anche illustrato come diversi Comitati Soci di Coop Amiatina siano attivamente impegnati in iniziative locali nel tema della sostenibilità. La responsabile ha sottolineato che il concetto di “intrecci”, che dà il titolo alla Consulta, rappresen-



ta proprio il legame tra i soci, le persone, le associazioni e le scuole, tutti attori fondamentali per affrontare le problematiche ambientali.

Il professore **Stefano Mancuso**, botanico e saggista, ha preso la parola per analizzare in modo scientifico l’impatto delle attività umane sul pianeta. Mancuso ha ricordato come, dal diciannovesimo secolo in poi, l’umanità abbia avuto un impatto devastante sull’ambiente. *“Negli ultimi due secoli sono stati abbattuti 2.000 miliardi di alberi, alterando l’equilibrio climatico e riducendo le foreste primarie, producendo maggiore*



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



quantità di anidride carbonica e riducendone di conseguenza l'assorbimento". Nonostante l'entità dei danni, il professore ha sottolineato che è ancora possibile invertire la rotta. "Si può fare tantissimo, il danno è ancora reversibile. Collaborare tutti insieme attraverso la cooperazione e le comunità, rappresenta l'unica strada per risolvere questi problemi. Ce la possiamo fare attivando azioni concrete, una per tutte: dobbiamo piantare alberi, tanti alberi, così possiamo mitigare gli effetti meteorologici che ci attendono". Mancuso ha espresso ottimismo, affermando che l'essere umano, se ben indirizzato, ha gli strumenti necessari per salvare il nostro ambiente.



L'intervento scientifico del professore Stefano Mancuso è stato seguito da un'emozionante rappresentazione di alcuni allievi e allieve, di età compresa tra i 10 e i 15 anni, del **Laboratorio Teatrale Cooperando**. Sono stati protagonisti di uno spettacolo che di alberi parla e smuove le coscienze, e che, traendo ispirazione proprio da una puntata del podcast del professor Stefano Mancuso, "Di sana pianta" racconta la storia degli alberi colpiti dalla bomba atomica di Hiroshima, gli Hibaku Jumoku, i cui semi oggi sono stati piantati in diverse parti del mondo a dimostrare che la vita vince anche sulla distruzione.

Leila Mariani, neo-laureata in scienze naturali, ha condiviso la sua esperienza di partecipazione al progetto "Coop Youth Experience". Durante l'edizione del 2021, Leila ha partecipato alla messa a dimora di oltre 1000 piante, tra alberi e arbusti, a Milano. Leila ha anche lanciato un appello ai giovani, invitandoli a scoprire il proprio legame con l'ambiente e a prendere coscienza delle piccole azioni quotidiane che ciascuno può mettere in pratica per tutelare la natura.

"Avrei voluto parlare oggi di un altro argomento, ma quanto visto e ascoltato finora mi portano a iniziare in maniera differente. Vedere oggi che le campagne di Coop Italia hanno stimolato molte azioni è motivo di grande soddisfazione, mi ha fatto comprendere che questi progetti servono veramente per andare oltre le normali attività, facendoli diventare un elemento di condivisione allargata che veramente può cambiare



le cose". Con queste parole **Maura Latini**, presidente di Coop Italia, ha aperto il suo intervento.

La presidente prosegue evidenziando altri aspetti della sostenibilità di cui Coop Italia si fa promotore o partner sui temi dei diritti umani, della coesione sociale, dell'etica e della legalità. Parla delle tre anime della sostenibilità: quella ambientale, quella etica e quella sociale. *"Noi come Coop puntiamo al prezzo giusto, che è la sintesi finale di tante attenzioni: tiene conto di chi alleva, chi coltiva, chi produce, chi trasporta e chi vende. Ma deve essere giusto anche nel prezzo, perché se il prezzo finale è accessibile solo a pochi, quello non è il prezzo giusto. In termini di concorrenza noi di Coop siamo penalizzati in termini di prezzo verso quelle catene che non mettono in atto i controlli"*.

Valentina Pierguidi, presidente della sezione soci di Castiglione d'Orcia e Vivo d'Orcia, ha sottolineato l'importanza del ruolo dei Comitati Soci come intermediari tra la cooperativa e le comunità locali. Ha evidenziato che la sostenibilità non si manifesta solo con azioni eclatanti, ma anche con scelte quotidiane che contribuiscono a migliorare l'ambiente e la qualità della vita. Valentina Pierguidi ha infine ribadito che, come soci Coop, è possibile fare la differenza attraverso un impegno costante e quotidiano: *Ogni piccola azione, ogni incontro, ogni progetto volto a migliorare la sostenibilità, è un passo in più verso un mondo migliore, e siamo tutti protagonisti di questo cambiamento.*

L'evento si è concluso con l'intervento di **Luca Melindo**, presi-



dente di Sfera Agricola, che ha parlato di come la sua azienda stia adottando pratiche sostenibili nel settore agricolo, come l'utilizzo della tecnologia idroponica per ridurre il consumo di acqua e fertilizzanti.

L'incontro, condotto da **Luisa Pilo** di Scuola Coop, si è concluso con attività pratiche come la realizzazione di cesti e un gioco di gruppo sui temi della sostenibilità. Il messaggio finale dell'evento è stato chiaro: la sostenibilità non è un obiettivo da raggiungere in un colpo solo, ma un impegno quotidiano che richiede il contributo di tutti, e ogni piccolo gesto può fare la differenza nel costruire un mondo migliore.



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

La comunicazione è strategica e determinante per trasmettere valori, concetti, contenuti e oggi è in continua trasformazione. Nel 2024 abbiamo incentrato la comunicazione sul tema della sostenibilità ambientale, collegando la spesso alle attività, alle opportunità e ai servizi rivolti ai soci. In Coop Amiatina Si è rafforzata la metodologia utilizzata nel 2023: la condivisione interna al gruppo di redazio-

ne e la costante collaborazione tra gli uffici del marketing commerciale e della comunicazione sociale-istituzionale. La piattaforma di prenotazione sul nostro sito ha permesso la partecipazione sia dei soci di Coop Amiatina, che delle altre Cooperative del Distretto Tirrenico. Numerose sono state le attività che hanno permesso di dare visibilità alla cooperativa, in molti casi i colleghi di



sede e dei negozi, i soci hanno messo la faccia, fisicamente con foto e video, su attività, promozioni, eventi trascinando in alto i risultati di visibilità sui canali di comunicazione. Spendo una parola su l'effetto virale, nel senso positivo, del post del 25 aprile, visualizzato in poche ore da centinaia di migliaia di utenti di Facebook.

Per esporre alcuni dati sono stati prodotti 24 comunicati stampa, 366 post su Facebook aumentando del 47,4% le visite alla nostra pagina rispetto al 2023, aumentate del 176,8% le interazioni con i contenuti e aumentate la pubblicazione di story. Su Instagram, canale seguito da utenza più giovane, abbiamo realizzato 300 post, aumentando le visite del 27,3%. Abbiamo avuto 124.105 di utenti al nostro sito internet, aumentando del 15,47% le visualizzazioni e del 6,41% i nuovi utenti; il 18,55% delle visualizzazioni sono accessi alle pagine promozionali e del volantino.

Dalla lettura dei dati dei vari canali digitali si evidenzia che i contenuti più commerciali hanno maggiore penetrazione attraverso il sito internet, mentre i contenuti valoriali e sociali riscuotono maggiore successo sui social.

Per agevolare la comunicazione interna, da aprile 2023 stiamo pubblicando un bimestrale per i dipendenti. Quattro pagine in A4 con informazioni sulla cooperativa e eventi interni ed esterni al sistema Coop. Gli argomenti vengono proposti e raccolti dal Gruppo di Redazione. Nel 2024 sono stati realizzati e stampati 5 numeri, uno in più di quanto programmato perché gli argomenti sono stati molteplici e numerosi.

Gianluca Martorelli
Responsabile Comunicazione



PERIODICO DI INFORMAZIONE PER I DIPENDENTI DI UNIONE AMIATINA - ANNO III - n. 1 FEBBRAIO 2025

Parlaci di NOI

Nasce Unicoop Etruria

Unicoop Tirreno e Coop Centro Italia hanno avviato un percorso di aggregazione deliberato dai rispettivi CdA che è stato presentato agli organismi di rappresentanza dei soci, al personale direttivo e alle organizzazioni sindacali. L'obiettivo è quello di dare vita a una nuova e più forte cooperativa nel cuore dell'Italia Centrale. Si chiamerà Unicoop Etruria Società Cooperativa. A febbraio saranno convocate le assemblee dei soci delle due cooperative alle quali verranno sottoposte queste novità.

Nuovo negozio di Pitigliano

Tra pochi giorni sarà ultimato il posizionamento del prefabbricato del nuovo negozio di Pitigliano.



A breve inizierà il posizionamento dei sotto servizi e successivamente la realizzazione del massetto. È prevista l'apertura del nuovo negozio entro l'estate 2025.



Il Prezzo giusto

"Prezzo giusto" si chiama l'ultima campagna di comunicazione lanciata in questi giorni, che in un momento delicato per le famiglie italiane poiché in due anni i beni di largo consumo hanno avuto rincari a due cifre a salari quasi fermi, richiama l'attenzione sulla volontà di offrire prodotti di qualità, sicuri, a un prezzo equo per tutti, da qualunque parte della filiera si trovino. «Garantire convenienza e accessibilità è prioritario per noi, ma ci teniamo a dire che non deve essere "convenienza a tutti i costi", perché altrimenti c'è sempre qualcuno che di questa convenienza fa le spese», spiega Sara Caggiati, responsabile marketing Coop Italia:

"La tutela del potere d'acquisto è parte del Dna di Coop, il motivo stesso per cui esiste."



"D'altra parte, siamo nati perché un gruppo di persone si misero insieme per comprare un pacco di farina a un prezzo che fosse quello giusto per un prodotto anche buono, garantito, sicuro, etico. Questo insieme di principi è il punto da cui partono tutte le nostre scelte, ancora oggi". Leggi l'articolo completo su: <https://www.coop.it/le-nostre-storie/prezzi-giusti-e-non-solo-da-quasi-130-anni-come-nascono-i-prodotti-marchio-coop>



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

Gli Scenari nel 2024 vedono un contesto internazionale caratterizzato da forti tensioni geopolitiche e instabilità economica. Le ripercussioni del conflitto tra Russia e Ucraina hanno continuato a influenzare i mercati globali, con effetti significativi sui costi energetici e sulle materie prime. Parallelamente, l'incertezza economica negli Stati Uniti e in Cina ha generato preoccupazioni sulla crescita globale. In Europa, l'inflazione ha mostrato segnali di rallentamento rispetto all'anno precedente, mantenendo

Colore in
Tavola

DAL 22 FEBBRAIO AL 29 APRILE 2024





BICCHIERE
10 BOLLINI + 1,99€ cad.

RISPARMIA CON I SET!

SET 2 BICCHIERI 18 BOLLINI + 3,99€
SET 4 BICCHIERI 32 BOLLINI + 7,99€
SET 6 BICCHIERI 42 BOLLINI + 11,94€



SCATOLA CON COPERCHIO
20 BOLLINI + 6,99€



CARAFFA
30 BOLLINI + 9,99€



LAMPADA PORTATILE RICARICABILE
40 BOLLINI + 16,99€

Arriva la **nuova collezione in vetro**, completamente **realizzata in Toscana** e firmata **IVV**, per premiare la tua fedeltà.

1 BOLLINO OGNI 15,00 € DI SPESA*
RITIRA IL TUO PREMIO ENTRO E NON OLTRE IL 12 MAGGIO 2024

*1 Scatole unico, multipli indici. Regolarmente disponibili presso i Punti Vendita partecipanti. Operazione a premio promossa da Unione Amiatina Società Cooperativa (SP), valida nei Punti Vendita partecipanti, riconoscibili dal materiale promozionale esposto.



Unione Amiatina



Carta Regalo Coop.

La carta giusta per far felice chi ami.

CARTA REGALO

LA coop SEI TU.

tuttavia livelli elevati che hanno impattato sui consumi e sulla fiducia dei consumatori.

In Italia, il settore alimentare ha risentito delle dinamiche inflazionistiche e del caro bollette, con un aumento dei prezzi al consumo che ha indotto le famiglie a modificare le proprie abitudini di spesa. Il calo del potere d'acquisto e l'attenzione alla sostenibilità economica hanno portato a una maggiore ricerca di convenienza e qualità accessibile nei prodotti alimentari. Al contempo, la valorizzazione dei prodotti locali e delle filiere corte ha rappresentato una

PREZZI POP

40% 30% 50%

di sconto sulle Grandi Marche.

INIZIATIVA RISERVATA AI SOCI COOP UNIONE AMIATINA

Valido su tutti i prodotti delle marche in promozione nel punto vendita. **Scegli i tuoi preferiti.**
Iniziativa soggetta a limitazioni



Unione Amiatina



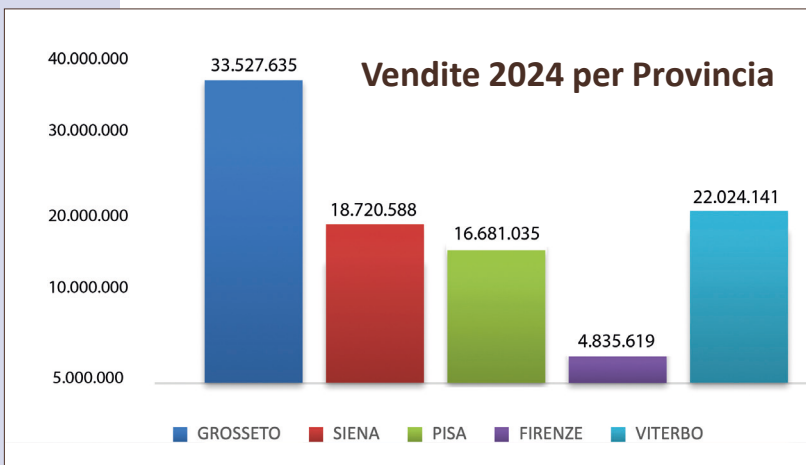
coop
Unione Amiatina

40%
di sconto

Dall'1 al 4 agosto su tutte le insalate.
comprese banco frigo

Un'offerta così non te la togli più dalla testa.

TORMENTONE
dell'estate **coop**



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



tendenza significativa nel mercato italiano, rafforzando il legame tra produttori e consumatori.

Politica Commerciale

L'evoluzione delle abitudini di consumo ha richiesto una serie di risposte tempestive da parte della nostra cooperativa, con particolare attenzione alle esigenze dei soci e dei clienti. La revisione del carrello della spesa alimentare ha



**Dal 28 novembre 2024
al 19 febbraio 2025**

Ogni 15 euro di spesa ricevi un bollino
per collezionare i prodotti di design
e qualità della linea **Edo Alessi**.

In esclusiva
per Coop "Q&B"
i due nuovi chef
virtuali che ti
aiuteranno
in cucina



Scopriili con il QR code
che trovi sotto ad ogni pentola

coop
Unione Amiatina

Operazione a premi promossa da Coop Unione Amiatina e valida nei punti vendita aderenti.
Regolamento dell'operazione disponibile a punto vendita e sul sito www.coopunioneamiatina.it



Unione Amiatina



€5 di buono per una spesa di almeno €15*

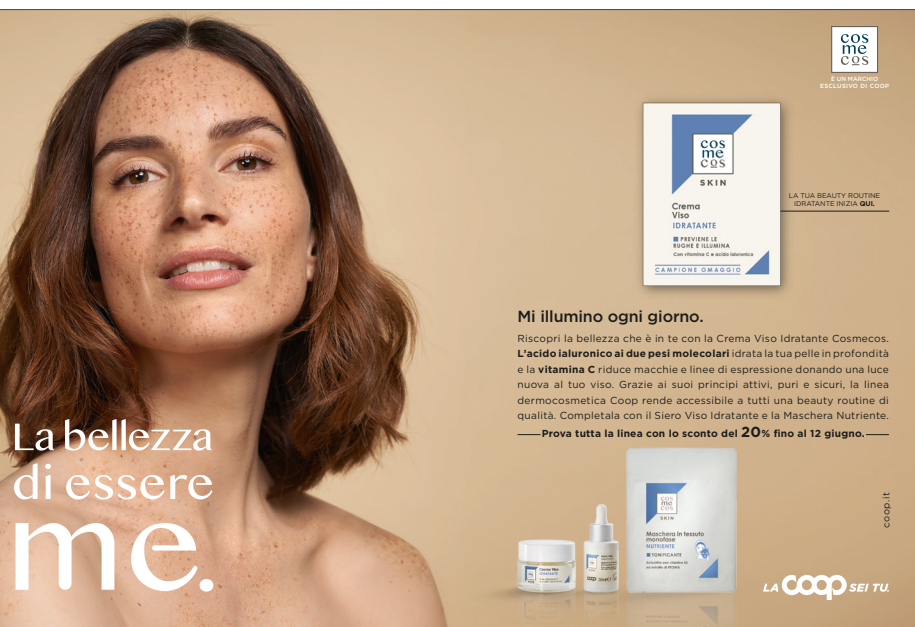
**DAL 15 AL 21 GENNAIO
PRENDI IL TUO BUONO**

**DAL 22 AL 28 GENNAIO
LO USI SUI PRODOTTI
A MARCHIO COOP****

*Il raggiungimento della soglia di 15€ (no multipli) è calcolata al netto di altri sconti in vigore nel periodo e ad esclusione di: bollette utenze e commissioni relative, Pagamenti RACO PA e commissioni relative, latte infanzia FL libri e testi scolastici, farmaci e tutte le esclusioni previste dalla normativa vigente. **I buoni sconto sono utilizzabili su una soglia spesa di almeno 15€ di prodotti a marchio Coop. ad esclusione di: tutte le carni rosse a marchio Coop e Fior Fiore, articoli scontati perché prossimi alla scadenza, latte infanzia FL, rivista Fior Fiore, farmaci a marchio Coop e tutte le esclusioni previste dalla normativa vigente. I buoni emessi in cassa non sono utilizzabili nel canale online.

te più oculate e un maggior orientamento verso prodotti a marchio privato.





La bellezza di essere me.

cos me COS SKIN
È un marchio esclusivo di coop

Crema Viso IDRATANTE
PREVENIRE LE RUGHE E ILLUMINARE
Con Vitamina C e acido ialuronico
CAMPIONE OMAGGIO

LA TUA BEAUTY ROUTINE IDRATANTE INIZIA QUI.

Mi illumino ogni giorno.
Riscopri la bellezza che è in te con la Crema Viso Idratante Cosmeos.
L'acido ialuronico ai due pesi molecolari idrata la tua pelle in profondità e la **vitamina C** riduce macchie e linee di espressione donando una luce nuova al tuo viso. Grazie ai suoi principi attivi, puri e sicuri, la linea dermocosmetica Coop rende accessibile a tutti una beauty routine di qualità. Completala con il Siero Viso Idratante e la Maschera Nutriente.
— Prova tutta la linea con lo sconto del **20%** fino al 12 giugno. —

LA coop SEI TU.
coop.it



Vendite della Cooperativa

Nonostante gli sforzi profusi e le strategie adottate, la cooperativa ha affrontato diverse sfide che hanno impedito il pieno raggiungimento degli obiettivi prefissati. In particolare, si è registrato un calo significativo delle vendite rispetto al budget previsto, principalmente a causa di una diminuzione delle presenze turistiche rispetto all'anno precedente, quando si era verificato un boom particolarmente rilevante. Questo decremento ha influito direttamente sulle entrate, rendendo più complesso il conseguimento dei risultati economici attesi.

Il calo delle vendite non ha però intaccato l'impegno della cooperativa nel mantenere un'offerta competitiva e di qualità. Attraverso l'ottimizzazione dei costi, l'innovazione nei servizi e una maggiore attenzione al cliente, si è cercato di compensare le difficoltà di mercato, preservando la sostenibilità economica e sociale dell'attività.

Attività Promozionale e Politica Assortimentale

Il prodotto a marchio Coop è stato al centro delle politiche assortimentali e promozionali, dimostrando di rispondere efficacemente ai bisogni dei soci e dei clienti. Questa strategia, insieme alle attività di fidelizzazione e alle politiche assortimentali adottate, ha contribuito a rafforzare la fiducia dei consumatori nel marchio Coop, evidenziando i valori di qualità, convenienza e sostenibilità.

Le campagne di fidelizzazione, come il catalogo soci e i programmi loyalty, hanno svolto un ruolo fondamentale nell'incrementare la partecipazione attiva dei clienti, rafforzando il senso di appartenenza alla cooperativa. Inoltre, la diversificazione dell'assortimento, con un focus su prodotti sostenibili e locali, ha consentito di rispondere in maniera più puntuale alle esigenze di un mercato in continua evoluzione.

In sintesi, la politica commerciale nel suo complesso ha



rappresentato un elemento chiave per la cooperativa, generando risultati positivi sia in termini di soddisfazione delle esigenze dei consumatori che di performance commerciale, mitigando le mancate vendite con il quasi raggiungimento delle marginalità economiche. L'impegno costante nel fornire prodotti e servizi di qualità, unito alla forte attenzione alle esigenze dei soci e dei clienti, ha contribuito al risultato di bilancio economico 2024. La cooperativa continuerà a puntare sull'innovazione, sulla sostenibilità e sulla valorizzazione del territorio per affrontare con successo le sfide future.

Marco Vagaggini
Consigliere Delegato

Dati di vendite e promozionali	
Vendite lorde	€ 95.789.017
Scontrini totali	3.871.789
Scontrini soci	2.231.600
Offerte soci	€ 2.684.690
Offerte clienti	€ 1.178.754
Altre iniziative	€ 238.157
Erogazione punti catalogo	69.003.779
Fruizione punti catalogo	61.071.394

ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

La nostra Cooperativa. Coop Unione Amiatina, è presente su un ampio territorio che si estende tra Nord, Centro e Sud. Comprende 28 punti vendita in un'area che va dalla provincia di Viterbo, con il punto vendita di Capranica (a 33 km da Roma), fino alla provincia di Pisa, con il negozio di Peccioli. La varietà dei territori in cui operiamo porta con sé sfide complesse, sia in termini di gestione dei punti vendita che di definizione delle strategie commerciali. Le diversità territoriali, le abitudini e le preferenze della clientela, che variano tra il Nord della Toscana e l'Alto Lazio, richiedono un'attenzione particolare nella progettazione e nell'attuazione delle nostre politiche commerciali.

Area Nord

Vivo d'Orcia
Castiglione d'Orcia
Pienza
Castelnuovo Berardenga
Castelnuovo Valdiccina
Pomarance
Larderello
Peccioli
Montaione
Monticiano

Area Centro

Bagnore
Bagnolo
Castell'Azzara
Abbadia San Salvatore
Arcidosso
Santa Fiora
Castel del Piano
Piancastagnaio
Paganico
Seggiano

Area Sud

Pitigliano
Canino
Grotte di Castro
Bolsena
Montalto di Castro
Manciano
Grotte Santo Stefano
Capranica

Il 2024 è stato un anno segnato da sfide globali che hanno avuto un impatto diretto sulle nostre operazioni. I nostri soci e consumatori sono stati influenzati da incertezze legate a conflitti internazionali, cambiamenti climatici e flussi migratori, temi che hanno generato una forte preoccupazione. Sebbene alcune aree abbiano visto una ripresa economica, le difficoltà economiche delle famiglie restano un tema centrale. In questo contesto, il risparmio è stato un elemento determinante nelle scelte d'acquisto.

Il mercato del retail è sempre più competitivo e dinamico, ma nonostante ciò, abbiamo continuato a operare con determinazione, investendo nella nostra rete di punti vendita e consolidando la nostra presenza. La nostra politica commerciale ha incluso la partecipazione a iniziative nazionali, come i buoni sconto da 5 euro, le promozioni su grandi marche con sconti fino al 50%, le offerte sui reparti freschissimi, denominate "tormentoni", e altre attività promozionali, rispondendo così alle esigenze di risparmio dei nostri soci e consumatori. A livello nazionale, abbiamo anche partecipato al lancio di numerosi prodotti a marchio Coop in diverse categorie, tra cui la cura della casa, le conserve di pesce, i salumi e formaggi "Fior Fiore", cioccolato e pasticceria, oltre a prodotti per animali domestici. Queste iniziative hanno concluso il "Progettone Coop", che ha portato innovazione, varietà e





novità sugli scaffali dei nostri punti vendita e nelle case di tanti clienti, garantendo sempre la convenienza e la qualità distintiva dei prodotti a marchio Coop.

Inoltre, sono stati previsti sostegni per i prodotti a marchio, con esposizioni mirate in negozio, tra cui articoli per la cura della persona, Vivverde Coop, colazione, gelati, bibite, birre e vini "Fior Fiore" Coop.

Oltre alle iniziative nazionali, abbiamo implementato azioni locali, come il pacchetto di prezzi ribassati. Abbiamo anche aderito a campagne di fidelizzazione, sia nazionali che cooperative, con l'obiettivo di incentivare la fedeltà dei nostri clienti. L'assortimento dei prodotti e il sistema di vendita sono in

continua evoluzione per rispondere alle mutevoli esigenze dei consumatori, mantenendo sempre alta la qualità e l'accessibilità. Aggiorniamo costantemente le nostre gamme di prodotti, con particolare attenzione alle innovazioni nel settore alimentare, per offrire ai soci un'esperienza di acquisto che coniughi convenienza e qualità. Ci prepariamo anche ad affrontare le sfide future, rimanendo sempre attenti alle esigenze dei soci e al contesto in evoluzione. Un altro pilastro del nostro successo è il forte legame con il territorio: collaboriamo attivamente con piccole e medie imprese, promuovendo le filiere corte e valorizzando le produzioni locali. Questo approccio non solo favorisce



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



l'economia del territorio, ma crea anche un legame stretto tra produttori e consumatori, sostenendo lo sviluppo sostenibile delle comunità che serviamo.

Le difficoltà legate alla gestione dei punti vendita in piccoli centri hanno rappresentato una sfida aggiuntiva, ma Coop Unione Amiatina ha risposto con soluzioni creative e flessibili. Abbiamo supportato i nostri negozi con azioni mirate per ottimizzare le risorse, garantendo sempre il miglior servizio possibile.

Nel corso dell'anno, abbiamo realizzato importanti interventi di ristrutturazione, come nel caso del negozio di Larderello, dove abbiamo introdotto il banco della forneria a libero servizio e assistito, rinnovato i reparti gastronomia e ortofrutta, e migliorato la disposizione interna per rendere l'esperienza di acquisto più comoda e accattivante. In occasione del primo anniversario del negozio di Capranica, abbiamo organizzato un evento ricco di attività promozionali per fidelizzare i nostri soci e clienti e rafforzare la nostra presenza in un mercato altamente competitivo. A novembre, abbiamo festeggiato il 30° anniversario del negozio di Pienza, con un'attività promozionale dedicata ai nostri soci e un gadget per tutti i clienti, accompagnata da una divertente caccia al tesoro in collaborazione con la cooperativa "La Ginestra" del paese.

La base di tutte le nostre attività sono le persone: ogni membro della cooperativa, dai dipendenti di sede a quelli dei punti vendita, fino ai soci, è fondamentale per il nostro successo. Solo grazie a una sinergia tra tutte le parti possiamo rispondere efficacemente alle esigenze della nostra clientela. È questo spirito di collaborazione e impegno condiviso che ci permette di fare la differenza. Solo insieme, unendo il nostro impegno per la qualità dei servizi, il risparmio e la convenienza, possiamo garantire un'esperienza di acquisto positiva, allineata ai valori che ci contraddistinguono.

Questo bilancio sociale, oltre a evidenziare i risultati economici e operativi, sottolinea il nostro impegno nel migliorare

il benessere sociale ed economico delle nostre comunità, contribuendo al progresso e alla sostenibilità del territorio. In conclusione, nonostante le difficoltà incontrate, la nostra cooperativa ha continuato a operare con impegno e dedizione, assicurando un'esperienza di acquisto che rispecchia i principi su cui siamo fondati. Sebbene la strada da percorrere non sia delle più semplici, il nostro spirito di comunità, insieme alla passione dei nostri collaboratori, ci guideranno verso un futuro migliore.

Lisa Natalini

Responsabile Commerciale



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO



Le Risorse Umane e la Formazione nell'anno 2024 hanno visto la realizzazione di un importante corso di formazione sui "mestieri", nello specifico per i reparti gastronomia, macelleria e ortofrutta.

Il corso in aula è iniziato nel mese di Febbraio 2024 con il reparto macelleria: due aule di una giornata con i capi reparto, 15 uomini e 2 donne sui temi: politica e strategia commerciale della Cooperativa, le carni a marchio Coop, ordini, procedure commerciali e organizzazione del reparto. Il pomeriggio invece, sono state effettuate esercitazioni in aula. I docenti erano interni ma è stato coinvolto anche un fornitore e Coop Italia, il nostro ente nazionale. Successivamente a marzo 2024 e fino a maggio 2025 è iniziata la parte sulla gastronomia, la platea è stata più ampia 5 uomini e 37 donne. Le aule sono state 2 della durata di un'intera giornata per ognuna delle 3 aree di Coop Amiatina, i temi sono stati: lay-out, display, assortimenti, ordini, procedure commerciali e organizzazione del reparto.



Come per la macelleria, sono state effettuate anche esercitazioni e la docenza in questo caso è stata prevalentemente interna. Infine per l'ortofrutta è stata organizzata una sola giornata a maggio con i capi reparto 16 uomini e 11 donne, il tema trattato in prevalenza è stato l'assortimento.

Il totale di ore di formazione è stato:

- per la macelleria 238
- per la gastronomia 553
- per l'ortofrutta 168

A giugno 2024 sono state organizzate delle aule su un'operazione a premi che sarebbe partita poco dopo, l'aula oltre a dare informazioni specifiche sull'iniziativa, ha anche trattato le basi del servizio al cliente, le aule della durata di mezza giornata hanno interessato cassieri e cassiere 14 uomini e 42 donne. Le ore totali di formazione sono state 140. Altro corso è stato effettuato da 4 capi negozio, ha trattato il tema della Leadership, organizzato da Scuola Coop, e della durata di 3 giornate intere e 2 mezze giornate per un totale di circa 111 ore: il corso è stato co-finanziato da FonCoop. Nel mese di settembre 2024 è stata organizzata una giornata di aggiornamento su Coop Voce con un docente esterno e ha visto la partecipazione di 39 colleghi tra capi nego-



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

zio e coordinatori di sala, le ore totali circa 97. Nell'anno sono stati effettuati corsi on-line e in presenza organizzati da Scuola Coop ai quali hanno partecipato colleghi degli uffici Amministrativi, Commerciali e del Personale, nonché una sessione di aggiornamento del corso svolto successivamente all'adozione della policy relativa all'applicazione della normativa della Privacy in Cooperativa tenuto dal DPO e che ha visto la partecipazione dei responsabili dei punti di vendita e loro stretti collaboratori. Nel corso dell'anno 2024 è continuata anche la formazione obbligatoria in tema di Sicurezza nei Luoghi di Lavoro.

Sicurezza Alimentare: l'aggiornamento per il rappresen-

te dei lavoratori per la sicurezza (4 RLS), l'aggiornamento per il primo soccorso e la formazione che ha riguardato i dipendenti assunti con contratto di apprendistato. Infine, l'ammontare più ingente delle ore di formazione anno 2024 corrisponde all'addestramento per neo assunti e cambi ruolo in punto vendita.

ORE TOTALE FORMAZIONE:	6271,49
DIPENDENTI INTERESSATI:	302
RISORSE ECONOMICHE:	€. 104.325,05

Paolo Ranieri
Responsabile del personale

FORZA LAVORO AL 31/12/2023 - UNIONE AMIATINA						
Regione	Provincia	Addetti				
		F		M		Totale
		full time	part time	full time	part time	
TOSCANA	GROSSETO	56	35	54	10	155
	SIENA	19	20	22	6	66
	PISA	21	16	15	2	55
	FIRENZE	1	5	7	1	14
	TOTALE TOSCANA	97	76	100	19	290
LAZIO	VITERBO	17	25	29	6	77
	TOTALE LAZIO	17	25	29	6	77
	TOTALE AZIENDALE	114	101	127	25	367

DONNE	215	58,58%
UOMINI	152	41,42%
TOTALE OCCUPAZIONE	367	100,00%

MATERNITA' (ANNO 2024)	6	1,63%
TEMPI INDETERMINATI	322	87,74%
di cui APPRENDISTI	10	2,72%
TEMPI DETERMINATI	45	12,26%
FULL TIME	241	65,67%
PART-TIME	126	34,33%
CATEGORIE PROTETTE-DISABILI	23	6,27%

	t.indeterminato		t. determinato		apprendisti		TOTALE
	f.t.	p.t.	f.t.	p.t.	f.t.	p.t.	
DONNE	96	88	15	12	3	1	215
UOMINI	108	20	14	4	5	1	152
TOTALE	204	108	29	16	8	2	367



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

Nel corso dell'anno, nella nostra cooperativa abbiamo condotto tutte le attività programmate all'interno del sistema di autocontrollo, continuando a investire nell'addestramento dei collaboratori dei punti vendita con ruoli di responsabilità al fine di potenziare le loro competenze gestionali e garantire un adeguato svolgimento dei compiti assegnati. Le ispezioni condotte nei punti vendita, insieme ai campionamenti delle superfici di lavoro, delle attrezzature e alle analisi sui prodotti preparati internamente, sono state finalizzate alla tutela dei nostri consumatori. Nel tempo, abbiamo notato un crescente interesse da parte dei consumatori per la composizione, i contenuti, le materie prime e la qualità dei prodotti acquistati e siamo lieti di osservare un aumento nell'abitudine di leggere le etichette.

Le procedure verificate riguardano l'igiene dei luoghi di lavoro, le buone pratiche igieniche del personale, l'applicazione corretta della tracciabilità sugli alimenti e il disciplinare IT 016 ET di etichettatura carni bovine a marchio Coop, nonché la formazione dei nuovi responsabili dei punti vendita sul controllo e il monitoraggio dei negozi. La nostra strategia aziendale per quanto apprezzata presenta aree di miglioramento.

I risultati delle prove effettuate mediante tamponi ambientali confermano la correttezza delle nostre procedure di sanificazione. Solo in pochi casi si è riscontrata la necessità di miglioramenti.



I controlli sui prodotti, come carni macinate, salsicce e preparati di carne di nostra produzione, hanno evidenziato una gestione complessivamente accettabile.

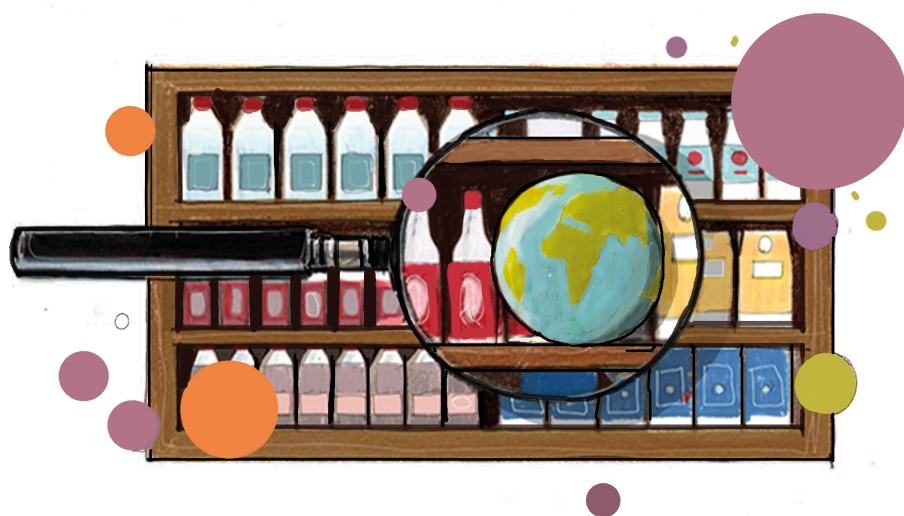
Nel corso del 2024, abbiamo organizzato incontri professionalizzanti individuali e di gruppo con colleghi dei punti vendita, personalizzati in base al ruolo o alle esigenze specifiche delle singole persone. La sicurezza alimentare e l'igiene dei prodotti rimangono tra i nostri obiettivi principali e ci impegniamo a promuovere una cultura della sicurezza alimentare a tutti i livelli aziendali. Collaboriamo attivamente con altre cooperative del territorio nazionale per individuare gli strumenti più efficaci per favorire questa crescita, offrendo supporto a tutti i nostri colleghi dei negozi. Di seguito i dati numerici:

- Effettuati 506 tamponi sulle superfici di lavoro, di cui 486 idonei, 18 migliorabili e 2 non conformi
- 69 campioni analitici sui prodotti, con 58 risultati idonei, 4 migliorabili e 7 non idonei
- 14 Campioni analizzati di prodotti dei fornitori locali, con 8 risultati idonei, 3 migliorabili, 3 non conformi

L'impegno sul benessere animale

Da anni Coop è la catena della grande distribuzione in Italia, più sensibile ai temi del benessere animale. Lo dimostrano gli interventi concreti messi in atto.

Riteniamo corretto garantire agli animali da reddito un atteggiamento rispettoso in osservanza delle cinque libertà definite dal-





la convenzione europea della protezione degli animali. Il benessere animale è un tema fondante della nostra politica, costantemente presidiato: da anni collaboriamo con organizzazioni che si occupano di benessere animale come LAV e CIWF (Compassion In World Farming), per sviluppare nuovi criteri e azioni volti a migliorare la qualità di vita degli animali su larga scala.

Alcuni esempi:

Dal 2003 tutte le uova a marchio Coop derivano da galline allevate a terra e dal 2010 tutte le uova vendute alla Coop, a marchio e non, provengono da galline allevate a terra;

A partire da ottobre 2017 tutti gli allevamenti di bovino adulto e vitello coinvolti nel progetto devono essere in possesso dell'attestato CReNBA per poter essere inseriti in filiera Coop.

Da Marzo 2024 i tacchini vengono allevati senza ricorrere all'uso degli antibiotici e in capannoni con luce naturale.

Negli allevamenti a marchio coop è stata introdotta la figura del veterinario aziendale e sono state inserite telecamere a circuito chiuso.

È stato richiesto ai capi filiera che tutti gli allevamenti aderenti alle Filiere Coop Italia siano dotati di un proprio veterinario;

È stata richiesta l'adozione di un si-

stema di telecamere a circuito chiuso in tutte le varie fasi dell'allevamento (al minimo di una installazione per ogni fase in cui vi siano animali destinati alle filiere Coop), a testimonianza delle buone pratiche adottate

Devono essere rispettate le procedure previste dallo Statuto dei lavoratori e dalle direttive date dal Garante della Privacy sull'argomento

Conoscenza dei prodotti - il nostro marchio

A oggi abbiamo circa 120 referenze di prodotti elaborati di carne a marchio coop, di cui 19 di carni bianche e 100 di carni rosse, per un totale di 14 fornitori coinvolti. Su tutti i nostri prodotti vengono effettuati rigorosi controlli:

Prestazionali: tutti i prodotti devono garantire un elevato livello di gradimento, attraverso il superamento di test sensoriali e organolettici organizzati da team di esperti (sensory test) o da un gruppo selezionato di consumatori (consumer test).

Microbiologici e chimici: vengono effettuate analisi di laboratorio per il rispetto dei requisiti cogenti e di capitolato e la garanzia di sicurezza alimentare dei prodotti.

Ricetta: viene controllato il rispetto della ricetta definita in fase progettuale e il rispetto del capitolato Coop e dei requisiti della nostra insegna.

Etichetta: vengono verificati tutti claim dichiarati, gli ingredienti e le tabelle nutrizionali. Tutte le etichette sono approvate dall'ufficio legale.

Tutti gli stabilimenti produttivi vengono verificati attraverso visite ispettive da parte di esperti di Coop o incaricati da Coop, con produzione in atto e senza preavviso del fornitore.

Faister Gori
Ufficio Qualità



La salvaguardia dell'ambiente è al centro dell'operato della Cooperativa, con progetti volti al risparmio energetico, alla raccolta differenziata e alla produzione di energia da fonti rinnovabili, oltre ad altri diversi progetti di sostenibilità, come illustrati a seguire.

La policy ambientale per il ridurre l'impatto della rete di vendita si basa sui seguenti punti:

- **Efficientamento energetico** (ammodernamento e controllo).
- **Decarbonizzazione** (riduzione dell'utilizzo delle fonti fossili).
- **Circolarità** del modello di Business e riduzione di utilizzo delle **risorse** (riduzione rifiuti e recupero acqua).
- **Mobilità sostenibile**, con colonnine di ricarica per auto elettriche.

Punti vendita eco-sostenibili ed efficienti

Nel corso degli ultimi anni, coerentemente con le politiche di sostenibilità che la Cooperativa da sempre persegue, sono stati apportati numerosi interventi di efficientamento energetico alla rete di vendita, tra cui la sostituzione di corpi illuminanti a LED sia nelle nuove realizzazioni che nelle ristrutturazioni dei punti vendita.

Per un attento controllo dei consumi energetici, in 11 negozi prosegue il monitoraggio energetico e la teleassistenza col



sistema "Progetto Energia", per la gestione puntuale dei consumi elettrici degli impianti elettrici e meccanici. Nel 2024, tale attività ha consentito un risparmio di circa 156.400 kWh, pari al 4% dei consumi totali (dato normalizzato rispetto ai consumi del 2023). Tale risparmio energetico corrisponde a circa 40.800 kg di CO₂ non immessa in atmosfera.

In 5 punti di vendita (Castel del piano, Castelnuovo Berardenga, Santa Fiora, Piancastagnaio e Capranica), l'impianto frigo-alimentare utilizza come fluido refrigerante l'anidride carbonica, un gas naturale che ha il minor impatto sull'atmosfera, al posto dei soliti gas climalteranti che vengono normalmente utilizzati (che contribuiscono maggiormente a causare l'effetto serra nell'atmosfera).

I consumi di energia elettrica complessivi della Cooperativa nell'anno 2024 ammontano a 7.100.000 kWh, mentre nello stesso anno i consumi di gas metano sono stati pari a circa



26.000 m³. Il gas metano viene utilizzato solo in due punti vendita per la produzione di acqua calda sanitaria e per il riscaldamento invernale (Montaione e Pienza). Infatti nel corso del 2024 è stata dismessa la caldaia a gas metano di Abbadia e installato un impianto con rooftop in pompa di calore. Infine, quattro punti vendita sono allacciati alla rete di teleriscaldamento per la fornitura di acqua calda utilizzata per il riscaldamento invernale e per la produzione di acqua calda sanitaria (Santa Fiora, Bagnore, Pomarance e Piancastagnaio). A Piancastagnaio l'impianto di teleriscaldamento, con uno scambiatore da oltre 200kW, alimenta anche il sistema anti-ghiaccio della rampa di accesso.



Impianti fotovoltaici

Ad oggi, Coop Unione Amiata ha realizzato e allacciato **9 impianti fotovoltaici**, per una potenza installata totale di **circa 290 kW** di picco.

Impianto	Anno attivazione
Pomarance	2009
Bolsena	2013
Montalto di Castro	2013
Manciano Nuovo	2015
Peccioli	2015
Santa Fiora Nuovo	2022
Piancastagnaio	2022
Castel del Piano	2024
Capranica	2024

L'autoproduzione di energia elettrica per l'anno 2024 è stimata in circa **340.000 kWh**, corrispondente al consumo annuo di circa 125 famiglie equivalenti e si caratterizza per una riduzione di CO₂ immessa in atmosfera pari a circa 158.000 kg.

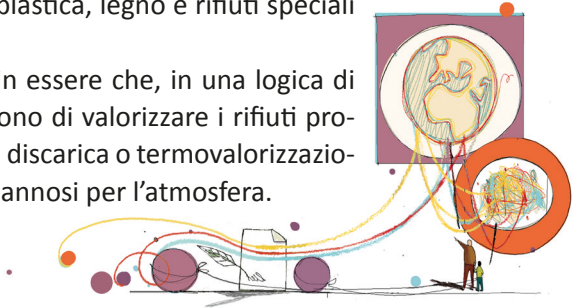
Tutela delle acque

Coop Unione Amiata è costantemente impegnata nel monitoraggio e nella manutenzione dei propri consumi idrici nonché nell'utilizzo di dispositivi che ne riducono i flussi, dove possibile.

Raccolta differenziata della rete di vendita

Presso i punti vendita ed i magazzini della Cooperativa viene effettuata la raccolta differenziata principalmente di imballaggi in carta/cartone, plastica, legno e rifiuti speciali non pericolosi e pericolosi.

Sono molti infatti i progetti in essere che, in una logica di economia circolare, consentono di valorizzare i rifiuti prodotti, evitando che vadano in discarica o termovalorizzazione, evitando così emissioni dannose per l'atmosfera.



ARMI. L'ULTIMA COSA DI CUI UNA VITTIMA DI GUERRA HA BISOGNO

La ristrutturazione del negozio di Larderello

Dopo 10 giorni di chiusura a causa dei lavori di ristrutturazione, il 31 maggio 2024 ha riaperto il negozio di Larderello. I lavori si erano resi necessari per garantire al negozio e ai soci e clienti, un luogo gradevole e funzionale dove poter fare la spesa. Come sempre quando in Coop Amiatina viene affrontato un lavoro importante per uno dei nostri negozi, la partecipazione e la collaborazione è corale, e il risultato finale è il frutto dell'impegno di tutti i colleghi. In questa occasione fondamentale è stata la sinergia tra i dipendenti e il Comitato Soci di Larderello”.





Pitigliano

Il nuovo punto vendita di Pitigliano ubicato tra via di Brodolini e la SR74 avrà una superficie di circa mq.1500 di cui area vendita mq. 765 (di cui 65 non alimentari). Sarà dotato di circa 50 posti auto.

Come opera di urbanizzazione verrà realizzato un by pass di collegamento tra la SR74 e Via di Brodolini. I lavori sono iniziati a luglio 2024 con l'apprestamento del cantiere lo smaltimento dell'amianto, le demolizioni dei fabbricati presenti e lo sbancamento per la preparazione dei plinti di appoggio del prefabbricato il cui montaggio è iniziato a gennaio 2025.

Coop Amiatina, con l'entrata in vigore della normativa Whistleblowing (D.LGS. 24/2023), ha provveduto alla realizzazione di una piattaforma informatica e ha nominato come Gestore delle segnalazioni un professionista esterno.

La norma Whistleblowing e anche le linee Guida ANAC nella versione definitiva prevedono che il canale di segnalazione interno sia approntato in modo tale da consentire la segnalazione in due "forme" alternative: "scritta" o "orale". Con la messa *on line* della piattaforma informatica, la Cooperativa è in grado di soddisfare i requisiti stabiliti



Inaugurazione sede

Al termine di importanti lavori di ristrutturazione del primo piano della storica sede di Bagnore e di un altrettanto importante lavoro di recupero e riqualificazione dei locali del piano terreno per anni adibiti a Bar, lo scorso 12 febbraio 2024 è stata inaugurata alla presenza del sindaco Federico Balocchi, la rinnovata e più spaziosa e funzionale sede della Unione Amiatina.

Giovanna Lazzerini Nicolai

Responsabile Patrimonio e Struttura

in modo efficace ed efficiente. Le eventuali segnalazioni arrivano direttamente al Gestore WB esterno. Il Sito Internet della Cooperativa è stato aggiornato con un testo di informazione e dal Regolamento interno aggiornato. Dalla stessa piattaforma il segnalante può accedere per seguire l'esito della segnalazione.



Verso il bilancio di sostenibilità

Coinvolgere, ascoltare, capire. Sono queste le parole chiave che hanno guidato il percorso di *stakeholder engagement* dell'attività di redazione del report di Sostenibilità su base GRI avviato nel 2024 da Coop Amiatina.

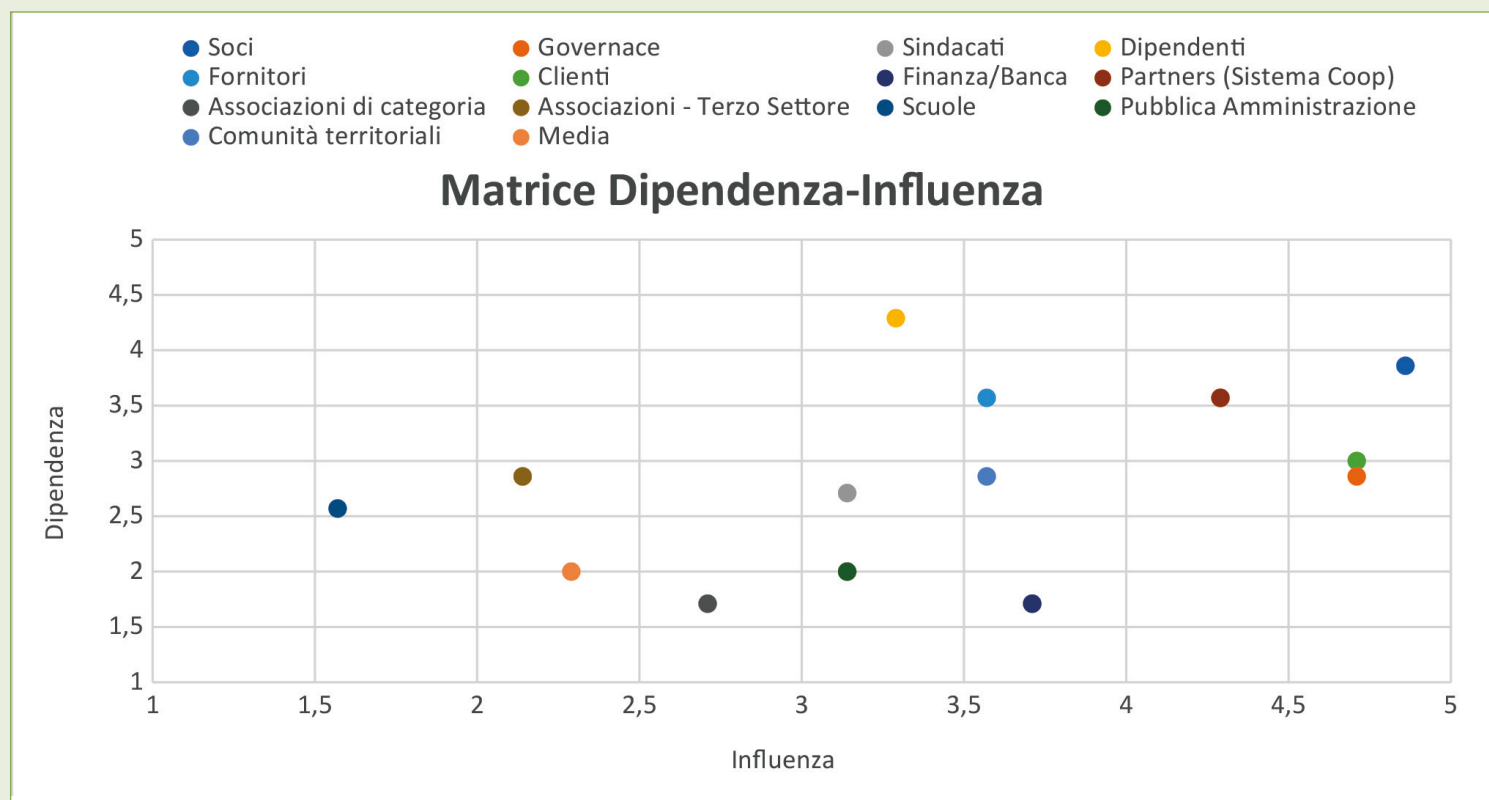
Per la prima volta, abbiamo reso sistematico il dialogo con chi vive, lavora e cresce intorno alla nostra cooperativa.

Attraverso survey, incontri e confronti diretti, abbiamo raccolto **oltre 216 contributi qualificati** da un ampio spettro di interlocutori: soci, dipendenti, sindacati, governance,

fornitori, scuole, terzo settore, pubbliche amministrazioni. La partecipazione è stata alta, i toni costruttivi, le risposte aperte dense di spunti e conferme. È emersa una chiara percezione della cooperativa come presidio di fiducia, accessibilità e responsabilità nei territori.

CHI ABBIAMO ASCOLTATO

La mappa qui sotto mostra le principali categorie di stakeholder coinvolti, valutati per influenza e dipendenza:





TEMI MATERIALI EMERSI

- Accessibilità economica e tutela del potere d'acquisto
- Creazione e condivisione dei risultati economici
- Sviluppo e valorizzazione delle filiere locali
- Accessibilità e convenienza per soci e consumatori
- Trasparenza e comunicazione responsabile
- Valorizzazione della base sociale e partecipazione
- Sostegno territoriale e iniziative solidali
- Formazione e sviluppo delle risorse umane
- Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro
- Diversità, inclusione e pari opportunità
- Gestione responsabile dell'energia e mitigazione dei cambiamenti climatici
- Economia circolare e gestione dei rifiuti
- Valori dei prodotti a marchio COOP
- Educazione alimentare e minimizzazione dello spreco

L'individuazione dei **temi materiali** non è stata solo un esercizio tecnico. È stato un momento di riflessione condivisa, che ha dato valore a ciò che Coop Amiatina è e a ciò che vuole diventare.

Il processo si è arricchito grazie a:

- Un'attenta **analisi di benchmarking**, basata su report e strategie di altre cooperative e imprese del settore, per confrontare priorità e approcci
- Il confronto con la **visione di Coop nazionale**, che pone al centro l'impatto sociale, la giustizia ambientale e l'accessibilità per tutti
- Un intenso lavoro interno, fatto di **brainstorming trasversali**, momenti di ascolto, dialoghi fra funzioni e territori, in cui hanno partecipato con entusiasmo membri della governance, soci attivi, responsabili di punto vendita e referenti di progetto

Questo ha permesso non solo di individuare **14 temi materiali** rilevanti e prioritari, ma anche di costruire attorno a

essi **una visione condivisa**. Ogni tema riflette una dimensione concreta dell'impatto di Coop Amiatina e un'esigenza sentita da soci, stakeholder, comunità. Dalla **tutela del potere d'acquisto** alla **responsabilità ambientale**, dalla **valorizzazione delle filiere locali** alla **formazione delle persone**, i temi selezionati sono diventati la struttura portante del nostro report e della nostra strategia.

*Un buon tema materiale non nasce da un algoritmo,
ma da una domanda fatta nel momento giusto.*

ANALISI DI MATERIALITÀ, STAKEHOLDERS ENGAGEMENT E MATRICE DI MATERIALITÀ

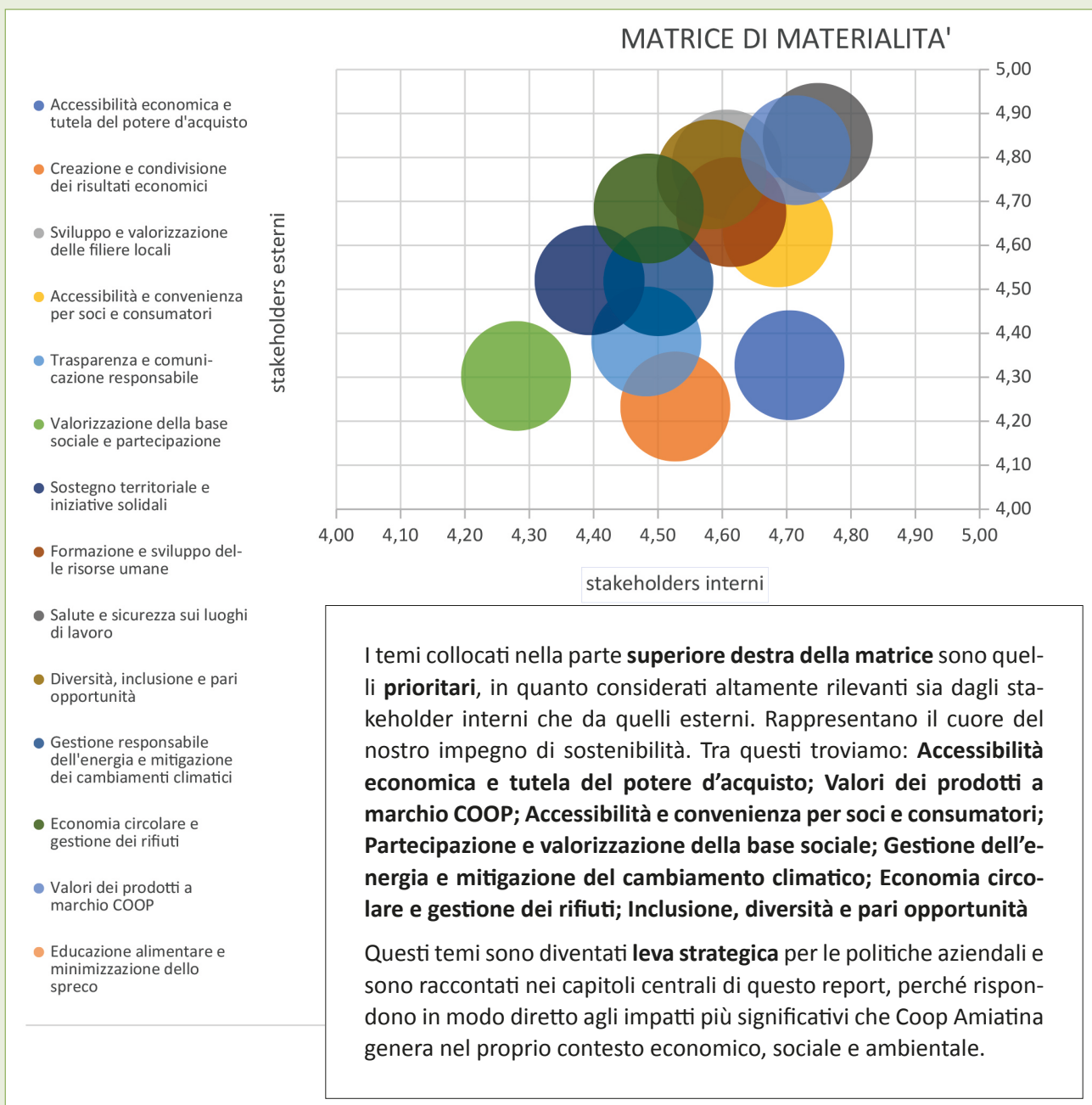
L'**analisi di materialità** è uno degli elementi centrali del nuovo approccio alla rendicontazione secondo gli standard **GRI 2021**. Non si tratta di una semplice lista di temi, ma di un metodo per comprendere **quali impatti economici, ambientali e sociali** siano effettivamente significativi, **sia per gli stakeholder** che per l'organizzazione.

La costruzione della matrice ha previsto tre fasi principali:

- 1. Identificazione dei temi potenzialmente rilevanti**, attraverso benchmarking di settore, consultazione dei documenti strategici di Coop Italia, analisi interna delle attività e degli impatti
- 2. Consultazione e coinvolgimento degli stakeholder**: oltre 216 risposte alla survey, incontri e brainstorming hanno permesso di raccogliere percezioni e aspettative sui temi proposti
- 3. Valutazione incrociata**: i risultati sono stati elaborati secondo due dimensioni:
 - **Rilevanza per gli stakeholder** (asse verticale)
 - **Rilevanza per l'organizzazione** (asse orizzontale)

Verso il bilancio di sostenibilità

Il risultato è una **matrice a doppio asse**, che aiuta a visualizzare in modo chiaro le priorità emerse, guidando la strategia aziendale e i contenuti del report.



“La sostenibilità è fatta di scelte. E le scelte si guidano conoscendo ciò che conta davvero.”

Quello che avete letto in queste pagine è solo l’inizio. Questo **report di sintesi** raccoglie le prime tappe del nuovo percorso intrapreso da Coop Amiatina con il nostro **primo Report di Sostenibilità redatto secondo gli standard internazionali GRI**.

Abbiamo scelto di partire da ciò che per noi ha più senso: **l’ascolto**.

La voce dei soci, dei dipendenti, delle comunità, delle istituzioni, delle scuole, dei fornitori. Abbiamo raccontato il nostro **processo di stakeholder engagement** e l’**analisi di materialità**, perché è da qui che nasce ogni scelta consapevole.

Ma il lavoro fatto va oltre. Ed è raccontato per esteso nell’edizione completa del report.



Un documento più articolato, che renderà conto in modo trasparente e misurabile di:

- impatti ambientali e azioni per la transizione ecologica
- politiche sociali e relazioni con il territorio
- strategie di governance e modelli organizzativi
- performance economiche e redistribuzione del valore
- attenzione alle persone, alla salute, alla sicurezza, alla formazione

Rendicontare significa dare conto. Ma anche prendersi cura.

Della fiducia dei soci, del benessere dei lavoratori, dell’ambiente in cui operiamo, del legame con il territorio.

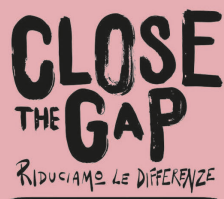
L’edizione integrale del **Report di Sostenibilità 2024** è disponibile sul nostro sito: <https://coopamiatina.it/bilancio-di-sostenibilita/>

Vi invitiamo a leggerla, approfondirla, commentarla. Perché la sostenibilità, per noi, è **un cammino che tiene insieme**.

“L’ascolto è solo il primo passo. La responsabilità è continuare a camminare.”

DIRE FARE AMARE

Scopri di più su “DIRE, FARE, AMARE”,
la campagna di Coop a sostegno dell'introduzione nella scuola
dell'educazione alle relazioni. Vai su closethegapcoop.it



Santa Fiora, sabato 3 maggio 2025
ASSEMBLEA GENERALE DEI DELEGATI