coop
Unione Amiatina

bilancio sociale

2013

Riciclata 100%

Bilancio Sociale 2013

Bolsena, 26 maggio 2013

Cari socie e soci,

anche il 2013 ci ha consegnato la fotografia dello stato di salute del paese in continuità con quello degli ultimi anni.
Abbiamo proseguito a navigare nel tunnel della crisi con i bilanci delle famiglie sotto pressione, con la disoccupazione alle stelle (ha superato il 12%), e i più giovani sono quelli che ne fanno maggiormente le spese.
Il rapporto nazionale COOP 2013 sottolinea che i consumi sono tornati ai livelli degli anni '60 – '70 e che nel corso dell'anno si è confermata una generalizzata diminuzione del reddito disponibile reale, il potere d'acquisto degli italiani negli ultimi 5 anni è sceso mediamente del 10%. Per gli alimentari la spesa è sotto al 23% sul totale delle uscite delle famiglie, con un sensibile calo rispetto agli anni precedenti.

Per far fronte alle difficoltà gli italiani hanno adeguato il proprio stile di vita e i modelli di consumo. E' sostanzialmente cambiato il modo di fare acquisti: più rinunce e più propensione al risparmio; si taglia il superfluo, si limitano gli sprechi.
Da parte nostra abbiamo cercato di rispondere alla crisi, come ormai da anni, con azioni mirate principalmente a sostenere e aiutare le famiglie al mantenimento del potere d'acquisto, con grande attenzione al contenimento dei prezzi.
Certo è che se non cambia qualcosa di strutturale nella ripartizione dei redditi tra le famiglie e un consistente rialzo del reddito, la spesa delle famiglie non risale.

Impegno e ambiente
Con il lavoro del 2013 possiamo affermare di aver raggiunto dei buoni risultati:
il primo è stato quello di aver dato continuità e sviluppato molte azioni che ci hanno consentito di tenere i prezzi a un livello il più basso possibile e di rendere tutti i giorni particolarmente convenienti un massiccio numero di prodotti alimentari di largo consumo per i soci.
Abbiamo proseguito l'attività promozionale, rinunciando in maniera consistente al margine, che nell'anno sono state di 2,720 milioni di euro riservando ai soci l'85% del totale pari a 2,333 milioni raddoppiando di fatto, dal 2011, il valore delle offerte a favore dei soci.
Abbiamo sviluppato le campagne del prodotto a marchio COOP sia attraverso la convenienza permanente dell'assortimento (qualità da marca primaria a un prezzo inferiore rispetto ai prodotti delle marche leader), sia con la raccolta punti e la raccolta bollini con la quale si potevano acquistare prodotti con forti sconti.
Abbiamo effettuato particolari promozioni partendo dai libri di testo scolastici con consistente risparmio per le famiglie, e promozioni tendenti a incentivare l'acquisto di prodotti che contribuiscono alla salvaguardia dell' ambientale;

- favorire il consumo dell'acqua del rubinetto,
- promuovere prodotti che tutelino boschi e foreste,
- sostenere le merci dei prodotti del terzo mondo,
- campagna promozionale "settimana del Commercio Equo e solidale "

Continuiamo a prestare tutte le attenzioni per i Prodotti locali considerandoli valore aggiunto
Abbiamo intensificato e consolidato l'attività per la vendita di prodotti locali attraverso promozioni specifiche, anche per sostenere le attività produttive delle imprese del territorio.

Controllo prodotti
In linea con i disciplinari adottati da Coop Italia per il controllo e la validazione del prodotto a marchio coop, anche coop unione amiatina continua a esercitare nei confronti dei propri fornitori diretti, tutta una serie di controlli per garantire il consumatore finale.

Buon fine
Questa attività che si sviluppa con alcune ONLUS del territorio quali l'Auser, La croce rossa, la misericordia e altre, attivata nel 2010 nel corso del 2013 ci ha permesso di cedere gratuitamente a famiglie in difficoltà quasi 4 tonnellate di prodotti non più vendibili ma assolutamente commestibili evitandone inoltre la distruzione con i relativi costi ambientali.

Il Consiglio di Amministrazione

Presidente	Giuseppe D'Alessandro
Vice Presidente	Fernando Vinciarelli
Consigliere delegato	Fabrizio Banchi
Consiglieri	Simone Benedetti
	Cristina Catani
	Alberto Coppi
	Fabrizio Coppi
	Giovanni Di Carlo
	Annarita Di Silvio
	Silvano Franci
	Claudia Lazzeri
	Evans Ottavi
	Paola Pinzuti
	Rosella Rosati
	Lilia Sartucci

Collegio Sindacale

Presidente	Paolo Fabbrini
Sindaci	Bruno Mazzieri
	Marco Ragni
Sindaci supplenti	Domenico Giovannini
	Lucio Moroni

Il piano di sviluppo e consolidamento

Con l'apertura dei tre nuovi supermercati si è chiusa una prima fase programmata del piano di sviluppo per l'ampliamento della nostra rete di vendita nell'area della provincia di Viterbo che ci ha visto impegnati già dal 2007 con l'apertura di Canino e a seguire con l'apertura di tre nuovi supermercati a insegna incoop nei paesi di Grotte di Castro (gennaio 2011), Bolsena (giugno 2011) e Montalto di Castro Maggio 2012). Nello stesso periodo abbiamo proseguito con gli interventi di ammodernamento della rete storica.
A marzo del 2012 abbiamo concluso la ristrutturazione completa del negozio di Arcidosso. Un impegno consistente e allo stesso tempo coraggioso per la nostra cooperativa che nel triennio 2010-2013 ha investito risorse economiche rilevanti, quasi 10 milioni di euro, considerato soprattutto la contemporaneità con il culmine della crisi economica che stiamo vivendo.
Per il futuro continueremo ad impegnarci su questa strada. Nell'autunno di questo anno 2014 ci sarà l'apertura del nuovo negozio di Manciano per il quale sono in fase avanzata i lavori di costruzione, a seguire verranno riposizionati i negozi di Pitigliano e Santa Fiora con nuove costruzioni, per le quali siamo in attesa che le Amministrazioni Comunali completino l'iter per i nuovi strumenti urbanistici.
Continuerà comunque il monitoraggio sui territori per verificare eventuali nuove opportunità di crescita

Il bilancio 2013

Nel corso dello svolgimento delle assemblee separate che precedono l'assemblea generale dei delegati che si svolgerà il giorno 24 maggio a Pitigliano presso l'auditorium della banca di Credito Cooperativo, andremo ad illustrare ai soci un bilancio 2013 che coglie sostanzialmente diversi obiettivi.
Nonostante il calo dei consumi abbiamo ottenuto vendite per 53,489 milioni di euro con un aumento rispetto al 2012 di 3,77 % dovuto principalmente ai negozi del Lazio.
Sono aumentati i clienti e abbiamo venduto il 70,85% del totale delle merci ai nostri soci.

Sono aumentati i soci prestatori attestandosi al 31 dicembre 2013 a 2.537; il prestito ha raggiunto 23,699 milioni di EURO.
Per quanto riguarda il risultato economico con l'utile di € 1.042.549 possiamo solo che essere soddisfatti.

2013 bilancio anticrisi, positivo e solidale che mette in evidenza fra le tante tre questioni fondamentali:

- abbiamo **incrementato e rafforzato la mutualità** a favore dei soci riservandogli l'85% del valore delle attività promozionali (Nel 2011 il valore a favore dei soci rappresentava 58%);

Bolsena, 26 maggio 2013

Bilancio Sociale 2013

Consulta delle Sezioni Soci, 30 novembre 2013

- **Un milione di euro** di utile permette di incrementare il nostro patrimonio e ci consente di affrontare lo sviluppo futuro senza affanni;
- l'indice di **risultato economico positivo** raggiunto consente di erogare ai dipendenti il salario variabile (premio di produzione) secondo i criteri stabiliti dal nostro Contratto Integrativo Aziendale.

Rinnovo delle cariche sociali

Con l'assemblea dei delegati dello scorso 26 maggio 2013 è stato avviato l'iter per il rinnovo delle cariche sociali.

I soci hanno nominato una commissione elettorale di cinque membri presieduta dalla signora Maida Paganini di Piancastagnaio e rappresentativa dei nostri territori. Gli altri componenti, Decoro Bisconti di Abbadia San Salvatore, Giorgio Eremiti di Santa Fiora, Milziade Papalini di Castell'Azzara e Massimo Pelosi di Acquapendente, hanno affiancato la presidente nel lavoro di consultazione delle sezioni e del consiglio di amministrazione per stilare la lista dei candidati che verrà votata dall'assemblea generale dei delegati convocata per il giorno 24 maggio 2014 a Pitigliano.

Oltre alla nomina della Commissione Elettorale i soci hanno deliberato di portare il numero dei componenti il consiglio si amministrazione dagli attuali 15 a 17. La motivazione è stata dettata dalla necessità di dare maggiore spazio e rappresentatività ai soci della provincia di Viterbo.

Il Presidente
Giuseppe D'Alessandro

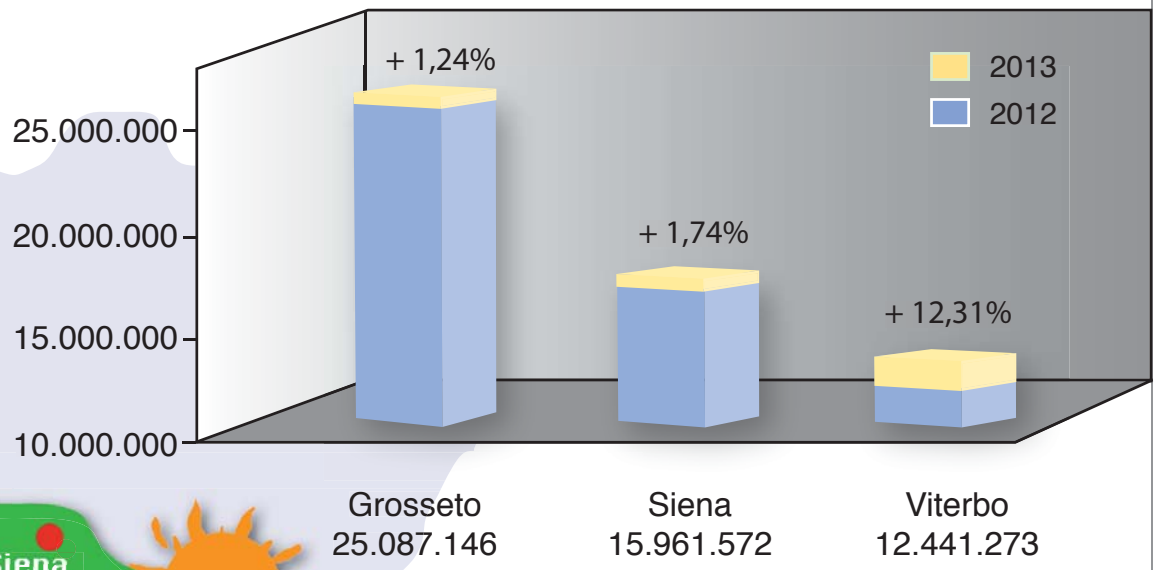
		Totale soci	Nuovi soci 2013
GENERE	Maschi	11.078	440
	Femmine	18.255	661
	TOTALE	29.333	1.101
ETÀ	< 30 anni	784	132
	31 – 40 anni	3.033	196
	41 – 50 anni	5.303	228
	51 – 60 anni	6.158	222
	> 60 anni	14.055	323
	TOTALE	29.333	1.101
NAZIONALITÀ	Italiani	27.277	963
	Stranieri	2.056	138
	TOTALE	29.333	1.101

Dati sintetici di Bilancio	Consuntivo 2013	Consuntivo 2012
Vendite	€ 53.489.991	€ 51.546.942
Gestione Commerciale	€ 942.713	€ 566.846
Gestione Finanziaria	€ 819.902	€ 897.213
Gestione Patrimoniale	- € 28.510	€ 218.696
Risultato prima delle imposte	€ 1.734.106	€ 1.682.756
Imposte e tasse	€ 691.557	€ 525.300
Utile	€ 1.042.549	€ 1.157.456

Focus 2013

	2013	2012
Soci	29.333	28.232
Sezioni soci	13	13
Capitale sociale	€ 385.358	€ 356.509
Prestito da soci	€ 23.699.833	€ 23.066.674
Punti vendita	18	18
Vendite	€ 53.489.991	€ 51.546.942

Vendite per Provincia



Le attività sociali di Coop Unione Amiatina

Quello che distingue la Cooperativa rispetto alle altre realtà aziendali è rappresentato dal principio di mutualità, elemento su cui si fonda la relazione che essa instaura con il socio. Per Coop la mutualità si concretizza nella risposta che viene data ad alcuni bisogni dei soci, sia in termini economici che valoriali.

Le politiche sociali attivate da coop Unione Amiatina nel corso del 2013, anche se realizzate in forme diverse e in alcuni casi creative, passano tutte attraverso un processo di identificazione dei valori che sono dentro i nostri prodotti a marchio.
È un processo direttamente proporzionale. Più aumenta lo conoscenza di tutto quello che c'è dietro alla nostra etichetta e più diventa importante e necessario il bisogno di diffondere questi valori.
In un mondo dove le piccole furberie, le verità mistificate e le grandi frodi alimentari, sono diventate parte della nostra quotidianità, insistere sulla diversità del mondo cooperativo e sull'importanza dei soci informati e consapevoli è per noi essenziale e qualificante.

Progetto Approvato Dai Soci

Questa attività, avviata nel 2000, oltre a rappresentare una grande innovazione metodologica, ha consentito di misurare in modo obiettivo e quindi di migliorare la qualità dei prodotti a marchio Coop, aumentando nel contempo la consapevolezza dei valori presenti nei prodotti a marchio, sia da parte dei soci, sia parte dei dipendenti. La duplice finalità del progetto, di approvazione del prodotto da parte dei soci e applicazione concreta del concetto di partecipazione, rende il progetto un formidabile strumento di comunicazione e scambio tra la sezione soci e i soci che vengono intervistati.
Ciascun prodotto da testare viene valutato da 200 soci selezionati e suddivisi in 4 cooperative. Si procede alla comparazione del PAM con la marca leader di mercato, utilizzando prodotti senza etichetta per evitare giudizi influenzati da altro che non sia la qualità intrinseca del prodotto.

Nel 2013 su tutto il territorio nazionale sono stati eseguiti 130 test così suddivisi:

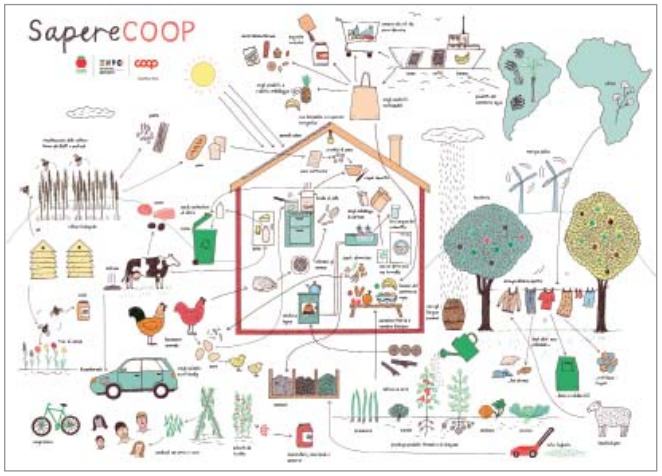
- **16** attraverso Agenzie con il coinvolgimento di 2.400 Soci
- **114** Autogestiti dalle Cooperative con il coinvolgimento di 18.000 Soci.

Complessivamente i prodotti testati dal 2000 al 2013 sono stati 1.917 e la percentuale di approvati si mantiene vicina all'88.3%.
Nel 2013, su 130 prodotti, 18 non hanno superato i parametri di approvazione. Verranno migliorati secondo le indicazioni ricevute e sottoposti nuovamente al giudizio dei soci.

Educazione al Consumo Consapevole anno 2013

L'obiettivo dei percorsi che offriamo è quello di aiutare bambini e ragazzi a formare un proprio e autonomo punto di vista in tema di consumi e a esercitare le proprie idee senza lasciarsi condizionare dalle attrattive dei messaggi pubblicitari. Attuare una scelta consapevole richiede conoscenze ed esperienze concrete, come quelle offerte, appunto, dai percorsi Coop.

Lo scopo dei nostri laboratori è quello di guardare dentro e oltre gli oggetti di consumo**,** le merci, che sono finestre sul mondo, ma anche su noi stessi. Analizzare la relazione tra il soggetto che sceglie e l'ogget-



to scelto, perché l'identità personale, di gruppo e di appartenenza si percepisce anche attraverso la relazione con gli oggetti di consumo.
Le proposte educative di Coop sono pensate per integrarsi nei Piani dell'Offerta Formativa scolastica, diventando così un utile strumento per i progetti di educazione alimentare e al gusto, educazione interculturale e alla mondialità, educazione alla tutela ambientale e alla valorizzazione del territorio.

Entrando nel merito del progetto di coop Unione Amiatina:

- Il progetto complessivo ha coinvolto nel 2013 33 scuole di 21 comuni delle province di Grosseto, Siena e Viterbo, 2.226 alunni e circa 144 insegnanti oltre ad animatori e docenti appositamente formati per svolgere i percorsi, le tematiche e le animazioni proposte per ogni ambito del progetto di Educazione al Consumo.

Progetto Buon Fine

Nel corso del 2013 la collaborazione con le ONLUS del territorio, la disponibilità dei dipendenti dei punti vendita, il contributo delle sezioni soci, hanno permesso di fare in modo che il progetto buon fine potesse evolversi ulteriormente inserendo in alcuni dei 13 negozi in cui è stata possibile l'attivazione, la cessione dei prodotti freschi dei salumi e latticini e alcune referenze del reparto carni, donati alle ONLUS.
Nel 2013, collaborando con le associazioni di volontariato delle tre province di Siena, Grosseto e Viterbo, abbiamo potuto contribuire a dare un sostegno a circa 130 famiglie e a 50 persone ospiti delle strutture gestite dalle ONLUS cedendo quasi cinque tonnellate di merci.
La nostra volontà è quella di estendere ancora di più il progetto coinvolgendo, oltre alle ONLUS che già collaborano con noi, anche quelle che si occupano della cura di animali abbandonati o la gestione di strutture per il loro recupero.

Convenzioni

Oltre alle convenzioni stipulate negli anni scorsi e ancora attive per i nostri soci, nel corso del 2013 abbiamo ampliato le opportunità di risparmio per i nostri soci. **www.e-coop.it - www.coopamiatina.it**

I partner di Coop Unione Amiatina

SERVIZI	
Aci Arcidosso	Sconto pari a €. 16,00 tessera ACI Gold
Unipol Assicoop Siena e Grosseto	Dettaglio sconti sulla guida
Formula Guida Sicura	Corsi a tariffe agevolate
Horustudio Casteldelpiano	Sconti 15%
SPORT E TEMPO LIBERO	
Palestra Safiro	Sconto 10%
Ski Pass Amiata	Riduzioni sui giornalieri
Proloco Castell'Azzara	Sconto 20%
Heimat – Guide Ambientali	Escursioni gratuite per i soci coop
Associazione IDEA	Sconto del 10% sui corsi
Teatro Alfieri Castelnuovo B.	Sconto del 10% sul biglietto di ingresso
VIAGGI E TURISMO	
Infinito Viaggi Arcidosso	Pacchetti di viaggio e soggiorno
Siesta Brand Abbadia S.S.	Pacchetti di viaggio e soggiorno
Amalasunta Bolsena	Pacchetti di viaggio e soggiorno
I viaggi di Re Retchis Abbadia S.S.	Pacchetti di viaggio e soggiorno
Anghel Hotel Arcidosso	Sconti dal 10 al 20%
Revenge navigazione Isola del Giglio	Riduzione biglietti
Hotel Corallo Isola d'Elba	Sconto 8%
Terme di Sorano	Pacchetti personalizzati scontati
Nuove Terme San Filippo	Pacchetti personalizzati scontati

Fai la spesa giusta

Anno dopo anno la spesa giusta si è consolidato come il momento di massima visibilità del commercio equo e solidale, un occasione per diffondere il valori dei prodotti del Faitrade. Nel mese di ottobre 2013 le sezioni soci hanno organizzato un presidio nei punti vendita per sollecitare soci e clienti all'acquisto usufruendo di uno sconto del 20% sui prodotti solidal coop.
Per le sezioni soci è un'importante occasione di scambio con i soci e per Coop un modo per consolidare il proprio ruolo nell'ambito dell'economia etica.

Consulta delle Sezioni Soci, 30 novembre 2013

Attività Sezioni Soci - Consuntivo delle iniziative delle Sezioni Soci per l'anno 2013

Abbadia San Salvatore:
È proseguita nel corso del 2013 l'attività di collaborazione della sezione soci alle associazioni di volontariato e culturali del territorio, sia attraverso un sostegno di natura economica ma soprattutto con la presenza attiva dei componenti il comitato alle iniziative sostenute.
È stata riproposta con successo la tradizionale festa del socio con pranzo sociale, le iniziative culturali a teatri e musei, escursioni nel territorio.
La sezione soci ha aderito all'iniziativa "*il 9 agosto esprimi un desiderio*" organizzata da 7 delle sezioni soci e con la quale, oltre ad offrire ai soci una serata di osservazione del cielo con il professor Vincenzo Millucci, sono stati devoluti a varie associazioni del territorio, circa 3.500 euro.
Dando seguito al progetto carni attivato lo scorso anno, la sezione soci ha organizzato, nell'ambito di un'attività di escursione del territorio, una visita all'allevamento della Scottona di Paganico e al punto di vendita una degustazione della carne prodotta dallo stesso allevamento.
A Marzo 2013 la sezione soci, in collaborazione con la direzione di Unione Amiatina, ha sottoposto ai frequentatori del negozio di Abbadia San Salvatore un questionario per verificare la soddisfazione dei soci e dei clienti. Il formulario conteneva una serie di domande sui prodotti presenti in negozio, sul personale e sulle attività sociali e di solidarietà svolte. Il nostro obiettivo era quello di migliorare il servizio offerto dal negozio e, tenuto conto della risposta e partecipazione degli intervistati, riteniamo sia un'esperienza da ripetere anche in altri punti di vendita.

Castell'Azzara
È continuata la collaborazione con le associazioni locali ed è stato rinnovato il sostegno, peraltro molto apprezzato, al progetto "a scuola senza zaino" della scuola primaria di Castell'Azzara.
Oltre all'uscita a Roma per uno spettacolo teatrale la sezione soci è stata una delle 7 che ha aderito all'iniziativa "*il 9 agosto esprimi un desiderio*".
Durante il periodo di sensibilizzazione all'acquisto dei prodotti del mercato equo e solidale, la sezione ha organizzato una presenza al punto di vendita per promuovere i valori di solidarietà di questi prodotti.

Castiglione d'Orcia
È stata riproposta anche per il 2013 la passeggiata ecologica "puliamo il Vivo". La sezione soci ha aderito all'iniziativa "*il 9 agosto esprimi un desiderio*".
Alla fine dell'anno è stata organizzata una gita sociale ai mercatini di natale e nel corso di tutto l'anno è proseguita la collaborazione con le associazioni del territorio.

Santa Fiora
Dando un seguito all'iniziativa organizzata lo scorso anno per sostenere le popolazioni dell'Emilia colpite dal terremoto, la sezione soci ha aderito all'iniziativa "*il 9 agosto esprimi un desiderio*" organizzata con le altre 6 sezioni soci.
Ha inoltre confermato il suo sostegno e collaborazione con le associazioni culturali, sportive e del volontariato quali il Moto Club, il Circolo Tennis e la Pro Loco, anche attraverso forme di sponsorizzazione.
Sono state organizzate escursioni e gite sociali e riproposta la festa del socio diventata ormai appuntamento immancabile.
È stata inoltre organizzata la terza passeggiata in notturna nei sentieri della nostra montagna con cena di mezza-

notte con una partecipazione crescente di anno in anno.

Pienza

Anche per l'anno 2013 è stato riconfermato il contributo all'associazione dei genitori per le attività extra scolastiche così come quello alla proloco per l'organizzazione della festa del cacio.

Molto apprezzata le gite sociali nel corso delle quali la sezione soci organizza degustazioni dei nostri prodotti a marchio. Anche a Pienza sono state organizzate a punto vendita le giornate di sensibilizzazione sul mercato equo e solidale.

Arcidosso

Sono state riproposte le attività tradizionali come le gite sociali, oltre al sostegno e la partecipazione attiva alle iniziative delle associazioni di volontariato e culturali del comune di Arcidosso come la festa del nonno.

La sezione soci ha aderito all'iniziativa "*il 9 agosto esprimi un desiderio*".

Nell'ambito dell'organizzazione e nelle finalità previste dal progetto carni, la sezione soci ha organizzato al punto di vendita una degustazione della carne di Scottona.

La sezione soci ha inoltre organizzato presidi al punto vendita per la sensibilizzazione all'acquisto dei prodotti provenienti dal mercato equo e solidale.

Casteldelpiano

Collaborazione con le associazioni nelle attività svolte nel corso dell'anno.

Nell'ambito dell'organizzazione e nelle finalità previste dal progetto carni, la sezione soci ha organizzato al punto di vendita una degustazione della carne di Scottona.

La sezione soci ha aderito all'iniziativa "*il 9 agosto esprimi un desiderio*".

Pitigliano

La sezione soci di Pitigliano nel corso del 2013 ha rinnovato la collaborazione con la Polisportiva San Rocco con un contributo e con la collaborazione attiva nel corso della manifestazione.

La sezione soci ha inoltre organizzato presidi al punto vendita per la sensibilizzazione all'acquisto dei prodotti provenienti dal mercato equo e solidale.

Manciano

Aderendo alle istanze dei soci per il 2013 la sezione soci ha riconfermato la propria vocazione turistica organizzando per i propri soci due gite sociali nel corso dell'anno.

Anche a Manciano nel corso dell'anno sono state organizzate diverse giornate di comunicazione dei nostri progetti di solidarietà.

Per la prima volta è stato organizzato un pranzo sociale con grande adesione da parte dei soci.

Riproposta anche nel 2013 l'attività a favore del mercato equo e solidale.

"Esprimi un desiderio", agosto 2013

Piancastagnaio

La sezione soci di Piancastagnaio anche nel corso del 2013 ha riproposto ai propri soci il progetto **approvato dai soci**. È stata inoltre molto attiva nelle varie campagne promosse da Coop Italia e nelle altre attività di comunicazione a punto vendita.

Molto apprezzato un corso di cucina rivolto ai soci durante il quale, per la preparazione delle pietanze, sono stati usati prodotti a marchio Coop. Con i partecipanti al corso è stata poi organizzata una cena sociale.

La sezione soci ha aderito all'iniziativa "*il 9 agosto esprimi un desiderio*" individuando, insieme alla sezione Soci di Castell'Azzara, le ex miniere di mercurio del Siele come l'area ideale per questa iniziativa.

Intensa la collaborazione con le associazioni del comune di Piancastagnaio attraverso la partecipazione attiva e contributi.

Castelnuovo Berardenga

Anche a Castelnuovo Berardenga, nel corso dell'anno, sono state organizzate diverse giornate di comunicazione dei nostri progetti di solidarietà.

La sezione soci ha inoltre organizzato presidi al punto vendita per la sensibilizzazione all'acquisto dei prodotti provenienti dal mercato equo e solidale.

Ha partecipato all'organizzazione di un'iniziativa di solidarietà con l'associazione Perù de mis amores.

Canino

Nell'ambito dell'organizzazione e nelle finalità previste dal progetto carni, la sezione soci ha organizzato

al punto di vendita una degustazione della carne di Scottona.
Ha partecipato ai progetti coop tra cui l'approvato dai soci e la promozione dei prodotti del mercato equo e solidale.
Per il secondo anno è stata organizzata una gita sociale con grande apprezzamento dai soci che hanno partecipato.

Grotte di Castro

Molto attiva la collaborazione con le associazioni del comune di Grotte di Castro attraverso la partecipazione alle attività che sono state organizzate.
Inoltre è' stato portato a compimento il corso di inglese avviato nel 2012. Per valorizzare le caratteristiche del territorio è stato organizzato un corso di ricamo su panno tipico tessuto a Grotte di Castro. Il corso si concluderà nei primi mesi del 2014.
La sezione soci ha inoltre organizzato presidi al punto vendita per la sensibilizzazione all'acquisto dei prodotti provenienti dal mercato equo e solidale.
È stata organizzata anche quest'anno la festa di natale per i bambini di fronte al punto vendita.

Sintesi Obiettivi 2013

Relativamente al **Progetto Buon Fine,** oltre all'inserimento della categoria dei freschi nei prodotti ceduti, nel 2014 estenderemo il progetto alle associazioni che si occupano degli animali.
Il progetto di **Educazione al Consumo Consapevole** è stato attivato nel mese di Gennaio 2014 e chiuderà con il temine dell'anno scolastico. Sono in costante aumento le adesioni delle scuole a cui proponiamo i nostri laboratori educativi. Anche per il 2014 la gestione sarà interamente interna e la formazione degli animatori affidata alle collaboratrici più esperte.
Continuerà il lavoro di collaborazione tra le sezioni soci, i responsabili dei negozi e l'ufficio commerciale per accrescere lo scambio di informazioni e suggerimenti tra i vari livelli di competenza e per garantire ai nostri negozi un presidio ancora più attento e presente.
È proseguito nel corso del 2013 il progetto di collaborazione, avviato nel 2012, tra il personale della rete commerciale, le sezioni soci e i responsabile dei negozi di Arcidosso e Piancastagnaio, per individuare eventuali criticità e fornire ai nostri soci e clienti risposte e servizi sempre più efficienti.

Rinnovo dei Comitati delle Sezioni soci

L'assemblea convocata per il 24 maggio 2014 oltre all'approvazione del bilancio, provvederà alla nomina del nuovo consiglio di amministrazione. Successivamente nel mese di settembre 2014, verrà avviata la procedura per il rinnovo dei Comitati direttivi delle sezioni soci che si concluderà entro la fine dell'anno.
Potranno candidarsi tutti i soci che intendono contribuire attivamente alla sviluppo della cooperativa. Le modalità per le autocandidature e per l'elezione verranno comunicate nei nostri punti vendita.

Le Coop sono dei Soci. Essi sono entrati volontariamente in Cooperativa, l'organizzazione autonoma e democratica che lavora per il loro interesse di consumatori e di risparmiatori.
I Soci hanno dei vantaggi, vengono informati sull'andamento della Cooperativa e le loro critiche o le proposte vengono prese in considerazione. Sono facilitati nel voto sulle scelte fondamentali della Società ed eleggono gli amministratori.

Estratto dalla carta dei valori

SEZIONE SOCI	Soci Iscritti	Soci attivi
GROSSETO		
Castell'Azzara	1.041	5
Santa Fiora	2.045	7
Arcidosso	3.080	5
Casteldelpiano	3.055	5
Manciano	2.785	5
Pitigliano	3.018	5
SIENA		
Castiglione d'Orcia	1.172	5
Abbadia San Salvatore	3.792	5
Piancastagnaio	1.719	5
Pienza	1.095	5
Castelnuovo Berardenga	656	4
VITERBO		
Canino	1.763	5
Grotte di Castro	1.178	4
Bolsena	1.331	*
Montalto di Castro	1.603	*
TOTALE	29.333	65

* Sezione soci da costituire

Lavoro valore

Ogni individuo ha diritto al lavoro, alla libera scelta dell'impiego, a giuste e soddisfacenti condizioni di lavoro ed alla protezione contro la disoccupazione.
Dichiarazione Universale dei Diritti Umani (Articolo 23), 1948

> *Se si escludono istanti prodigiosi e singoli che il destino ci può donare, l'amare il proprio lavoro (che purtroppo è privilegio di pochi) costituisce la migliore approssimazione alla felicità sulla terra. Ma questa è una verità che non molti conoscono.*
>
> Primo Levi

Il lavoro in coop

L'organico al 31.12.2013 era composto da 223 dipendenti, 9 in più rispetto all'anno precedente,
Nell'anno 2013 due dipendenti a tempo determinato e quattro con contratto di apprendistato, sono stati trasformati a tempo indeterminato, tre sono state le dimissioni, una delle quali per pensionamento. Nove contratti part-time sono stati trasformati a full time.

I dettagli dell'organico al 31.12.2013 sono riportati nella tabella di seguito:

Organico al 31.12.2013

Totale dipendenti	**223**	
Donne	140	62,8%
Uomini	83	37,2%
Maternità	4	1,8%
Tempi indeterminati	202	90,6%
Tempi determinati	21	9,4%
Full time	188	84,3%
Part time	35	15,7%
Apprendisti	18	8,1%
Categorie protette	15	6,7%

Anche nell'anno 2013 Unione Amiatina ha aderito al progetto Giovani Sì proposto dalla regione Toscana, inserendo 11 tirocini formativi della durata di sei mesi, e 2 tirocini appartenenti alla categoria soggetti svantaggiati della durata di 24 mesi. Sei tirocinanti sono stati successivamente assunti con contratto a tempo determinato.

La formazione

Alcuni Responsabili di sede e dei Punti di Vendita hanno partecipato a corsi professionalizzanti presso Scuola Coop, così come specificato nel dettaglio:

4 - master capo negozio della durata di 48 ore
6 - corso di aggiornamento per capi negozi di 32 ore
1 - corso "Percorsi evolutivi del controllo di gestione" di 24 ore
4 - corso di aggiornamento per assistenti commerciali di 32 ore
1 - corso "la Gestione dei Progetti" di 48 ore

Tutti i dipendenti della sede hanno partecipato ad alcune giornate formative di comunicazione "trasversale" finalizzate al miglioramento del lavoro in team.
Abbiamo inoltre avviato una collaborazione con Unicoop Firenze e Unicoop Tirreno per un progetto formativo diretto agli allievi capi negozio delle tre cooperative. Per Unione Amiatina hanno partecipato cinque allievi capi negozio. Il percorso continuerà anche nell'anno 2014.

La sicurezza sul lavoro

L'analisi dello stato della sicurezza nei luoghi di lavoro è stata svolta con l'obiettivo di determinare le principali criticità e carenze nell'applicazione delle disposizioni dettate dalla normativa e dalle specifiche disposizioni e procedure aziendali, contenute all'interno del Documento di Valutazione dei Rischi.
Tale obiettivo non si esaurisce nell'individuazione delle problematiche in essere e nel loro trattamento e eliminazione ma si pone nell'ottica, più ampia e complessa, di dare una struttura a un sistema di gestione della sicurezza.
Per questo, si è posta la necessità di sviluppare modalità di verifica e controllo della corretta applicazione delle disposizioni di sicurezza, tramite una serie di verifiche svolte all'interno dei punti vendita, basati su una serie di parametri critici rilevati attraverso:

- L'analisi delle procedure del DVR
- Le segnalazioni delle diverse figure aziendali della sicurezza
- Gli esiti delle riunioni periodiche per la sicurezza
- La predisposizione e la valutazione di apposite check-list di verifica

Tale metodologia prende in esame audit svolti in tutti i punti di vendita, che rappresentano un'"istantanea" degli aspetti critici rilevati e riferiti a una determinata situazione.
Il controllo e la verifica sono articolati su un duplice livello: il primo consiste nell'audit interno, ovvero nella verifica svolta in tutti i punti di vendita da personale interno alla Cooperativa, specificatamente addestrato e formato.
Il secondo livello consiste in una serie di audit esterni, ai sensi della norma UNI EN ISO19011 2003, eseguiti da personale qualificato del Dipartimento Qu.I.S.F. del Consorzio Interprovinciale di Servizi.
Attraverso un sistema integrato di audit, informatizzati per una gestione integrata e per una continua elaborazione statistica, in base ai risultati e dal confronto tra i livelli di performance ottenuti nel corso degli anni, è stato possibile definire gli obiettivi di sicurezza e programmare le azioni di miglioramento future, nonché i tempi di intervento, a completamento del percorso del sistema di gestione aziendale della sicurezza.
L'integrazione del progetto sicurezza prevede l'aggiornamento continuo dei dipendenti, 67 dei quali hanno partecipato ai seguenti corsi obbligatori:

Corsi obbligatori anno 2013

Corsi	Numero partecipanti
HACCP UF1	18
HACCP UF3	18
Sicurezza base	16
Sicurezza antincendio	1
Sicurezza primo soccorso	1
Sicurezza transpallet	13
TOTALE	**67**

Le relazioni sindacali

Nel mese di gennaio 2013 si è riaperta la trattativa, interrotta nell'anno 2012, con la delegazione sindacale per il rinnovo del Contratto Integrativo.
Il confronto è stato acceso ma costruttivo, le parti si sono confrontate durante gli incontri per raggiungere un accordo che è stato firmato il 25 marzo 2013, successivamente la delegazione sindacale ha organizzato le assemblee dei lavoratori per l' Accordo alla loro approvazione. In data 29 maggio 2013 i rappresentanti della Cooperativa, della ANNC, del Distretto Tirrenico, dei sindacati FILCAMS - Cgil, FISCAT - Cisl e la delegazione dei lavoratori hanno sottoscritto il Contratto Integrativo Aziendale.
Gli obiettivi prefissati erano quelli di non aumentare i costi fissi e di mettere a disposizione dei lavoratori maggiori risorse per il salario variabile e sono stati raggiunti.

È stato trovato un punto d'incontro sull'aumento del salario variabile che premia il risultato ottenuto, i numeri conseguiti dalla cooperativa e dai punti vendita singoli, questo grazie al coinvolgimento dei dipendenti da cui deriva l'erogazione di un salario variabile commisurato all'impegno ed ai carichi di responsabilità.

L'informazione, il coinvolgimento e l'ascolto: survey

Nel mese di novembre è stato consegnato a tutti i dipendenti della Sede e dei Punti di Vendita, un questionario (survey - raccolta dati) che aveva come fine il coinvolgimento e l'ascolto. I dipendenti non dovevano rispondere solo alle domande, ma potevano esprimere liberamente e in forma anonima (era richiesto solo il ruolo) le loro opinioni.

Il processo di partecipazione intrapreso in questi anni è stato utile per attuare un miglior funzionamento dell'organizzazione, una migliore efficienza e non ultimo il benessere lavorativo dei dipendenti stessi.

Le schede contenevano 12 item con risposte che andavano *dal sufficiente a molto buono ottimo direi,* con possibilità di esplicitare le motivazioni che ne avevano fatto scaturire la risposta, sottolineando in particolare gli aspetti su cui sarebbe stato necessario operare dei cambiamenti.

Il 91% delle schede sono rientrate compilate e la percentuale dei commenti/suggerimenti scritti dai dipendenti sono state molto alte, come si evince dalla tabella:

TABELLA RIEPILOGO DOMANDE - SUGGERIMENTI

item	domande/suggerimenti	totale	% sul totale schede r.
item 1	l'organizzazione quotidiana del mio lavoro, ossia della mia giornata lavorativa è: (si intende: orario di lavoro, carico di lavoro, gestione e programmazione delle attività.)	121	64,02
item 2	quanto sono chiare le responsabilità individuali, le mie e quelle dei miei colleghi? Cioè… in che modo so effettivamente cosa e quanto dipende da me e dagli altri :	108	57,14
item 3	in che misura ritieni di poter "intervenire-agire attivamente" sul tuo lavoro con autonomi, cioè quanto ritieni di avere gli strumenti necessari per poterlo fare?	103	54,50
item 4	come valuti la comunicazione, collaborazione e il supporto all'interno del gruppo-negozio?	116	61,38
item 5	il livello-modo di comunicare con il mio responsabile/i miei responsabili è	113	59,79
item 6	quanto ti senti coinvolto e informato, rispetto all'andamento del reparto/PdV/gruppo di lavoro, e quanto ritieni siano chiari i processi di lavoro e le procedure, e i regolamenti?	102	53,97
item 7	quanto ti senti coinvolto e informato rispetto all'andamento della cooperativa (vendite, progetti, obiettivi ecc)?	100	52,91
item 8	quanto ritieni di conoscere e rispettare le procedure assegnate e desiderate dalla cooperativa?	93	49,21
item 9	come valuti lo scambio di informazioni e aggiornamenti tra colleghi, l'accesso alle informazioni necessarie per svolgere il tuo lavoro e l'acquisione di strumenti che ne facilitano lo svolgimento ?	83	43,92
item 10	quanto ritieni importante svolgere delle riunioni di reparto/negozio/area, con costanza e frequenza, per l'organizzazione del lavoro ?	115	60,85
item 11	il clima all'interno del mio gruppo di lavoro/PdV è :	106	56,08
item 12	quanto ritieni sia facile ottenere risposte, informazioni necessare e supporto dai collaboratori di sede (amministrazione, commerciale, personale, rete, struttura e patrimonio)?	95	50,26
	eventuali considerazioni - richieste - proposte - riflessioni che vuoi meglio specificare e/o approfondire	58	30,69

Le percentuali di risposte positive (la somma da discreto, buono e molto buono, ottimo direi…) sono state molto alte e superano quasi tutte il 70%.
Sicuramente è emerso che i dipendenti hanno bisogno e ne fanno richiesta, di maggiori informazioni sull'andamento della cooperativa (vendite-progetti – obiettivi ecc.) infatti questa è stata la domanda che ha ottenuto la percentuale più bassa 63,10% di soddisfazione.

Comunque in generale tutti hanno valutato utile lo strumento. Si sono sentiti coinvolti e si sono sentiti di poter esprimere liberamente le loro considerazioni, anche quelle più critiche.
Il progetto prevedeva di dare un riscontro del risultato dell'indagine a tutti i lavoratori per poter affrontare le eventuali criticità rilevate e questo è stato fatto nei primi mesi dell'anno 2014.

RIEPILOGO SURVEY - TUTTI I DIPENDENTI

	parametro di risposta	totale	%	% da discreto a m.b		parametro di risposta	totale	%	% da discreto a m.b		parametro di risposta	totale	%	% da discreto a m.b
item 1	discreto	51	26,84		item 5	discreto	30	16,04		item 9	discreto	54	28,88	
	buono	83	43,68	75,26		buono	68	36,36	80,75		buono	78	41,71	77,54
	molto buono, ottimo direi	9	4,74			molto buono, ottimo direi	53	28,34			molto buono, ottimo direi	13	6,95	
item 2	discreto	45	23,44		item 6	discreto	47	25,13		item 10	discreto	28	15,64	
	buono	83	43,23	80,21		buono	83	44,39	83,42		buono	80	44,69	86,03
	molto buono, ottimo direi	26	13,54			molto buono, ottimo direi	26	13,90			molto buono, ottimo direi	46	25,70	
item 3	discreto	53	29,44		item 7	discreto	37	19,79		item 11	discreto	36	18,85	
	buono	76	42,22	77,22		buono	65	34,76	63,10		buono	83	43,46	80,63
	molto buono, ottimo direi	10	5,56			molto buono, ottimo direi	16	8,56			molto buono, ottimo direi	35	18,32	
item 4	discreto	44	23,40		item 8	discreto	42	22,34		item 12	discreto	44	24,86	
	buono	69	36,70	74,47		buono	94	50,00	87,77		buono	72	40,68	77,40
	molto buono, ottimo direi	27	14,36			molto buono, ottimo direi	29	15,43			molto buono, ottimo direi	21	11,86	

Incontro capinegozio, 25 ottobre 2013

La coop ieri oggi e domani

Nei momenti di confronto, siano essi formazione esterna, corsi, riunioni, che nelle operatività quotidiane, si ritrova oggi un numero importante di "giovani" che parlano la lingua dei loro predecessori.

Probabilmente per luoghi comuni spesso etichettiamo i giovani come refrattari a ogni appartenenza, indifferenti ai valori, schivi nei confronti delle responsabilità e in alcuni casi riluttanti al lavoro. Invece in Coop ci capita spesso di sentire, per bocca dei nostri giovani colleghi, parole che noi generazione di transizione tra i fondatori e loro, lasciano gradevolmente sorpresi. Ai nostri predecessori sicuramente farebbe piacere, se non commuovere, sentire parole come:

Condivisione, coinvolgimento, uguaglianza, motivazione, senso di appartenenza, solidarietà... Ma per quanto significative rimarrebbero comunque solo parole se non seguissero i fatti.

Mettendosi in gioco con percorsi duri e di responsabilità, affrontando la distanza da casa, le relazioni con soci e clienti, la gestione del patrimonio aziendale e del personale, esprimono passione, appartenenza, senso del lavoro e maturità. Tutto questo senza guardare il "campanile". I giovani, sia nell'alta Maremma che nell'Amiata grossetana o senese, ma anche e soprattutto nei negozi nuovi del Lazio, parlano e applicano questi concetti fondamentali, per una visione globale della cooperativa.
Le prospettive sono buone, diamogli la possibilità di dimostrarlo.

La Faggiola, 5/6 giugno 2013

Nel 2006, prima azienda al mondo, coop ha lanciato l'iniziativa **"Coop for Kyoto"** che prevede attraverso l'adesione volontaria dei fornitori del Prodotto A Marchio coop, la riduzione delle emissioni dei gas serra sanciti dal protocollo di Kyoto oltre all'adozione di pratiche mirate alla riduzione dei consumi energetici. Identica attenzione viene attivata nella fase di realizzazione dei nuovi punti vendita e negli interventi di manutenzione straordinaria o ammodernamento dei negozi esistenti.
La priorità di coop amiatina va alla tutela del territorio e al contenimento degli impatti ambientali, con impianti volti a migliorare la sostenibilità ambientale degli edifici.

Tutte le tecnologie impiantistiche e costruttive adottate dalla Coop

Per ridurre i consumi energetici di un punto vendita Coop vengono adottate le seguenti tecnologie impiantistiche e costruttive:

- sistema di telecontrollo e regolazione
- caldaie a condensazione
- free cooling e recupero di calore dall'aria espulsa
- recupero calore dal frigo alimentare
- lampade a risparmio energetico, dimmerizzazione (la regolazione digitale dell'intensità luminosa e della relativa potenza assorbita) e uso della luce naturale
- inverter su pompe e ventilatori
- coperture dei banchi frigo surgelati
- risparmio acqua e raccolta delle acque meteoriche
- produzione e utilizzo di energia da fonte rinnovabile

La realizzazione del nuovo negozio di Manciano ci consente di realizzare, così come abbiamo fatto per gli ultimi negozi, sia in fase progettuale che di costruzione, le azioni possibili per ridurre in maniera incisiva l'impronta ambientale. Il cantiere è stato aperto a metà anno 2013; e per farlo abbiamo scelto una progettazione "intelligente" delle strutture: coop unione amiatina si è avvalsa del consorzio INRES (Istituto Nazionale Consulenza, Progettazione e Ingegneria) che ha il compito di individuare le linee guida in termini di materiali e tecnologie da impiegare per il risparmio energetico.

Rendering pdv Manciano

L'impegno della cooperativa per il minor impatto ambientale è proseguito con la sostituzione di gas per impianti refrigeranti con altri con minor impatto ambientale. I negozi coinvolti in progetti di ristrutturazione sono Pitigliano per il reparto ortofrutta Pienza per il reparto surgelati.

Nel corso del 2013 sono stati completati i lavori di ampliamento della la sede con nuovi uffici per fare spazio a inserimenti lavorativi.
L'impegno finanziario per i sopracitati interventi dell'anno 2013 è stato assolutamente importante sfiorando cifre del tutto ragguardevoli.

Per l'anno in corso si è dato il via a interventi importanti che ci permetteranno di completare in tre negozi il progetto sul risparmio energetico. Verranno gradualmente sostituiti i banchi refrigeranti, gli impianti elettrici, e implementati quelli fotovoltaici. Riportiamo di seguito i dati relativi all'anno 2013 degli impianti fotovoltaici di Bolsena e Montalto di Castro.

L'impianto fotovoltaico di **Bolsena**, che ha una potenza complessiva di 76 Kw, ha prodotto nel 2013 circa 93.000 KW ed evitato di immettere in atmosfera e nell' ambiente circostante:

Riduzione emissioni Co2 Bolsena

Tonnellate Equivalenti di Petrolio	t 17.765	[0,000187 TEP/Kwh]
Riduzione Emissione di CO2 anidride carbonica in atmosfera	kg 47.120,00	[496 g/kwh]
Riduzione Emissione di SO2 anidride solforosa in atmosfera	kg 88,35	[0,93 g/kwh]
Riduzione Emissione di NOx ossidi di azoto in atmosfera	kg 55,10	[0,58 g/kwh]
Riduzione Emissione di Polveri in atmosfera	kg 2.755,00	[0,029 g/kwh]

	produzione	consumo
Autoproduzione energia con fotovoltaico a Bolsena	Kw 93.000	Kw 91.000

L'impianto fotovoltaico di **Montalto di Castro**, che ha una potenza complessiva di 46 Kw, ha prodotto nel 2013 circa 39.000 KW ed evitato di immettere in atmosfera e nell' ambiente circostante:

Riduzione emissioni Co2 Montalto di Castro

Tonnellate Equivalenti di Petrolio	t 7.293	[0,000187 TEP/Kwh]
Riduzione Emissione di CO2 anidride carbonica in atmosfera	kg 19.344,00	[496 g/kwh]
Riduzione Emissione di SO2 anidride solforosa in atmosfera	kg 36,27	[0,93 g/kwh]
Riduzione Emissione di NOx ossidi di azoto in atmosfera	kg 22,62	[0,58 g/kwh]
Riduzione Emissione di Polveri in atmosfera	kg 1.131,00	[0,029 g/kwh]

	produzione	consumo
Autoproduzione energia con fotovoltaico a Montalto di Castro	Kw 39.000	Kw 37.000

I valori del prodotto a marchio COOP

CONVENIENTE

La convenienza non può essere una rinuncia alla qualità, questa è la filosofia con cui progettiamo e realizziamo i nostri prodotti
In una fase di crisi come quella odierna la convenienza del nostro Prodotto a Marchio diventa un fattore di primaria importanza Questo non significa proporre il basso costo a tutti i costi, ovvero il prezzo più basso a scapito della qualità, ma proporre prodotti che uniscano la convenienza economica alla sicurezza, all'eticità, alla sostenibilità ambientale, oltre che alla bontà. Siamo infatti fermamente convinti che i valori fondanti del nostro modo di fare impresa fanno la differenza in tempi così difficili.

Nell'attuazione delle nostra politica commerciale, il prodotto a marchio ha offerto la possibilità di risparmio a tutti i consumatori ed è ormai assodato che garantisce un'alta qualità e una migliore sicurezza rispetto anche a molte marche private, ma con un notevole risparmio sui vari segmenti di posizionamento della scala prezzi. Non a caso molti consumatori si rivolgono con maggiore frequenza anche ai segmenti più costosi DEL PRODOTTO A MARCHIO TIPO fior fiore e vivi verde.
Le vendite del prodotto a marchio nel 2013 hanno fatto registrare un'incidenza percentuale del 28,83%, mentre a valore sono state del 35,27%.

BUONO

La bontà è un requisito imprescindibile per i nostri Prodotti a Marchio.
Bontà, che si traduce in qualità e funzionalità per quanto riguarda i prodotti non alimentari
Oltre ai severi test qualitativi a tutela della salute e a garanzia del rispetto dell'ambiente, i nostri Prodotti a Marchio, prima di diventare tali, superano rigorosi test comparativi con le marche leader di mercato.
In tal modo ci assicuriamo che le caratteristiche organolettiche, sensoriali o funzionali dei nostri prodotti siano correttamente sviluppate sulla base delle preferenze e indicazioni dei nostri soci e consumatori.
• scegliamo con scrupolo i nostri fornitori
• valorizziamo le produzioni agroalimentari e le eccellenze gastronomiche italiane
• sosteniamo lo sviluppo delle piccole aziende locali e la salvaguardia delle culture e delle tradizioni
• favoriamo l'efficienza operativa e qualitativa necessaria per entrare a far parte della filiera Coop.
Nella linea fior fiore la cura e la passione nella selezione delle migliori materie prime e dei produttori si concretizzano in una serie di prodotti che, con orgoglio, chiamiamo "l'eccellenza della cultura gastronomica".

SICURO

Attraverso le "filiere controllate Coop" è possibile ricostruire la storia di ogni prodotto, dal campo alla tavola

Grazie alla selezione accurata dei fornitori, e a specifici contratti, capitolati e controlli effettuati lungo tutta la filiera, siamo in grado di offrire ai nostri soci e consumatori Prodotti a Marchio con le maggiori garanzie possibili in termini di sicurezza.
Le "filiere controllate Coop" consentono di ricostruire la storia di ogni singolo prodotto, a partire dalla materia prima fino al prodotto finito. In ogni momento è infatti possibile risalire agli operatori che hanno preso parte alle singole fasi di trasformazione.

OGM no grazie

L'uso di organismi geneticamente modificati in ambito alimentare è al centro di aspre discussioni, in merito ai rischi per la sicurezza e per l'ambiente.
La comunità scientifica è divisa sul loro utilizzo. Coop conferma la propria prudenza nei confronti delle applicazioni di ingegneria genetica in campo agro-alimentare. Tale posizione deriva da un'analisi della disomogeneità delle valutazioni scientifiche in merito ai rischi degli OGM sulla salute dell'uomo e dell'ambiente e dall'assenza di vantaggi da essi generati per il consumatore.
Inoltre si è deciso di rispettare il generale sentimento di diffidenza della pubblica opinione nei confronti del tema OGM. Per tali ragioni i mangimi utilizzati per l'alimentazione degli animali della filiera "Qualità Sicura Coop" sono privi di OGM, e già dal gennaio 1998 abbiamo richiesto ai nostri fornitori garanzie in merito al non utilizzo di materie prime derivanti da manipolazioni genetiche.

I controlli eseguiti da Coop Unione Amiatina sui prodotti (carni macinate, salsicce suino, preparati di produzione interna) denotano un andamento complessivo positivo della gestione.
Gli indicatori di igiene di processo (Microrganismi 30°C, Escherichia Coli, Stafilococchi coag.+Anaerobi solf./Rid.) rispondono complessivamente ad un giudizio di "accettabilità", gli indicatori della sicurezza alimentare (salmonella spp, Listeria Monocytogenes) sono risultati essere sempre conformi.
la Procedura di Validazione Fornitori Locali è proseguita con l'inserimento di n° 1 nuova attività del Territorio non ancora sul sistema Coop e il monitoraggio di n° 3 fornitori già presenti sugli assortimenti dei punti vendita (tutti con esito idoneo).

Tamponi effettuati n° 305
idonei n° 299
migliorabili n° 6
non soddisfacenti n° 0
Analisi prodotti n° 47
idonei n° 41
migliorabili n° 8
Analisi acqua n° 10
idonei n° 10
Analisi prodotti Fornitori Locali n° 1
risultato migliorabile

Heracles

Da anni il Laboratorio Coop è impegnato nell'applicazione di tecniche in grado di leggere il dna di prodotti a rischio (quali la carne ed il pesce) e di stabilire quindi se l'ingrediente corrisponde a quello dichiarato o se vi è una sofisticazione. All'esperienza di biologi e chimici è affidato anche il compito di presidiare i rischi emergenti e di combattere le frodi con tecniche innovative; per farlo si è recentemente dotato di un nuovo strumento

che è un'autentica rarità nel nostro Paese. Si chiama Heracles e tecnicamente è un gascromatografo evoluto, abbinato ad un potente software di analisi statistica; lo strumento ha la peculiarità di "annusare" le sostanze volatili caratteristiche emesse da qualsiasi materia prima o prodotto e attribuisce di conseguenza una sorta di carta d'identità o "impronta digitale" specifica del prodotto stesso.

RELAZIONE SULL'ANDAMENTO IGIENICO SANITARIO DEI PUNTI VENDITA COOP UNIONE AMIATINA. ANNO 2013

Nel corso dell'anno i punti vendita sono stati verificati in due passaggi sia con la checK-list di verifica ispettiva che di controlli analitici;

I controlli eseguiti hanno sostanzialmente rilevato un andamento igienico sanitario conforme alle norme in vigore ed agli obbiettivi aziendali, confermando peraltro la validità delle procedure applicate dell'azienda, elementi indispensabili per il raggiungimento di più alti standard di sicurezza alimentare.

Le procedure verificate sono state sullo stato di igiene dei luoghi di lavoro, buona prassi igienica del personale, la corretta applicazione della Tracciabilità sugli alimenti, il preincarto e l'etichettatura degli alimenti nonché l'addestramento Formativo ai nuovi Responsabili dei Punti vendita sul metodo di controllo e monitoraggio dei Negozi; la strategia aziendale in tal senso è stata molto apprezzata dalle persone coinvolte. Alcuni spunti di miglioramento emergono sulla gestione della tracciabilità e delle scadenze sui preincarti effettuati a punto vendita, i controlli al ricevimento dei fornitori locali sui tempi e modalità della gestione "Non conformità" rilevate; spunti di miglioramento emergono anche sulla formazione relativa alla gestione delle attrezzature di lavoro. I risultati delle prove effettuate mediante tamponi ambientali sono collocati nel giudizio di "Idoneità" in pochi casi si sono rilevati giudizi di "Migliorabile" (6 tamponi su un totale di 305 tamponi eseguiti).

Questo conferma la correttezza delle procedure di sanificazione utilizzate, mentre i casi di scostamento possono essere interpretati come una non applicazione puntuale della stesse.

ETICO

Tutelare il lavoro e le risorse umane è alla base dello sviluppo dei nostri Prodotti a Marchio Coop

Per noi di Coop la produzione dei Prodotti a Marchio non può prescindere dalla responsabilità sociale verso i lavoratori impegnati in tutte le fasi della produzione. Tutti i fornitori si impegnano a rispettare il "Progetto Etico di Coop Italia", che ha come riferimento lo standard SA8000 del S.A.I. (Social Accountability International), basato sulle convenzioni dell'I.L.O. (International Labour Organization), che si rifanno alla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani. Gli standard prevedono il divieto di sfruttamento del lavoro minorile, la sicurezza e la salubrità dell'ambiente di lavoro, combattendo le discriminazioni di qualsiasi tipo. L'obiettivo è quello di spingere i fornitori e i sub-fornitori a rispettare quelle norme che migliorano la qualità etica e sociale del lavoro.

SOLIDAL A FAVORE DEL SUD DEL MONDO

Il nostro caffè "per la solidarietà" è stato il primo prodotto equo solidale venduto nella grande distribuzione fin dal 1995

La gran parte dei prodotti Solidal sono contraddistinti dal marchio di garanzia internazionale Fairtrade, gestito dal Consorzio Fairtrade TransFair Italia, costituito da enti e associazioni che operano nel commercio equo e solidale con paesi dell'Asia, dell'Africa, del Centro America e del Sud America. Fanno parte della linea Solidal anche prodotti provenienti da progetti promossi da Coop, con il supporto di altre organizzazioni no-profit.

In questi casi, sulla confezione del prodotto viene indicata l'organizzazione che supporta il progetto. Grazie alla vendita dei nostri Prodotti a Marchio Solidal offriamo una possibilità di sviluppo autonomo anche ai piccoli produttori dei luoghi più svantaggiati. Evitando intermediari, il commercio diretto

diviene infatti più vantaggioso per i produttori, ai quali si garantiscono prezzi minimi garantiti, prefinanziamenti agevolati e contratti d'acquisto di lunga durata. Inoltre, così facendo difendiamo la varietà dei prodotti e delle tradizioni locali, oltre a favorire le produzioni a basso impatto ambientale.

Lotta al lavoro nero

In seguito alle segnalazioni di condizioni di lavoro inaccettabili nel settore della raccolta orto-frutticola, abbiamo previsto un'accurata selezioni delle aziende agricole in base a garanziew relative a:

- Assenza di condanne o sanzioni relative ai diritti del lavoro
- Capacità di effettuare la raccolta meccanizzata
- Capacità di rendere evidente il rapporto tra quantità dio prodotto fornito e quantità di manodopera utilizzata
- Responsabilizzazione dei produttori della trasformazione di ciò che avviene nei territori di produzione

Lotta alla mafia

Siamo solidali con la lotta per la legalità e contro il crimine organizzato, in particolare nelle zone maggiormente interessate dal fenomeno: Sicilia, Puglia e Campania. Con le cooperative del circuito Libera Terra promuoviamo le produzioni provenienti dai terreni confiscati alla organizzazioni criminali di stampo mafioso.

Etica e rispetto degli animali

Siamo contrari a tutte le pratiche lesive per gli animali. Per la produzione del **foie gras,** si obbligano gli animali a ingerire quantità di cibo più elevate di quanto non farebbero spontaneamente. L'alimentazione forzata è una pratica lesiva dei diritti degli animali e a causa delle sofferenze che provoca è illegale in quasi tutti i paesi europei fatta eccezione per la Francia, la Bulgheria e l'Ungheria. Coop ha deciso di eliminare completamente dall'assortimento il foie gras prodotto con l'alimentazione forzata.

Uova da allevamenti a terra o biologici

Le uova a marchio coop provengono da allevamenti a terra o biologici in cui le galline possono muoversi liberamente. Le galline sono nate e allevate in Italia senza l'utilizzo di mangimi contenenti OGM e senza farine o grassi animali.

Benessere animale e polli da allevamento.

I polli a marchio coop Crescono in allevamenti con una densità che arriva fino al 40% in meno rispetto ai limiti stabili dalla normativa vigente.

No ai test sugli animali.

Siamo contrari alla sperimentazione sugli animali e all'utilizzo di pellicce naturali.

Coop ha anticipato l'entrata in vigore della normativa del 2013 sulla sperimentazione animale.

Da sempre non testiamo i nostri cosmetici su animali. Utilizziamo solo materie prime già in commercio e nuove molecole verificate con test alternativi.

ECOLOGICO

La tutela dell'ambiente è alla base della sicurezza alimentare e della salute delle persone

Coop ha fatto della tutela dell'ambiente una priorità, promovendo il consumo responsabile e dedicando grande attenzione alle tematiche ambientali, non solo nelle fasi di realizzazione dei Prodotti a Marchio, ma

anche nella gestione dei punti vendita, nella razionalizzazione dei trasporti delle merci e in tutto ciò che permette di abbattere le emissioni inquinanti, la riduzione dei rifiuti, il risparmio di energia.

Sono 1.354 i prodotti Coop "Amici dell'Ambiente", per i quali è rilevante almeno una delle seguenti azioni:

• adesione a grandi progetti ambientali
• interventi sul rispetto degli animali
• interventi sul risparmio energetico
• interventi per un più corretto uso delle risorse

I Prodotti a Marchio Coop sono progettati e realizzati tenendo conto dell'impatto ambientale dei contenuti, del contenitore e dell'intero processo produttivo. Per quanto riguarda i prodotti in senso stretto, partecipiamo a progetti comunitari a favore del benessere animale, della produzione integrata, della produzione biologica e promuoviamo sia marchi istituzionali (es. Ecolabel), che garantiscono politiche responsabili verso l'uomo, l'ambiente e gli animali, sia marchi di Organizzazioni Non Governative (es. FSC), che si battono per la tutela delle risorse naturali.

VIVIVERDE è biologico ed ecologico

Chi sceglie vivi verde vede nel biologico non soltanto un prodotto più naturale e che meglio tutela la salute, ma anche un processo produttivo più rispettoso dell'ambiente. Concepita secondo criteri di sostenibilità, la linea vivi verde si compone di:

• prodotti alimentari da agricoltura biologica che non contengono grassi tropicali e aromi, anche quelli naturali (gli aromi di sintesi sono già vietati dal regolamento europeo sul biologico)
• prodotti ecologici Ecolabel, ovvero detergenti per la pulizia domestica, prodotti in carta riciclata al 100%, lampade a risparmio energetico
• prodotti rispettosi dell'ambiente come per esempio pile ricaricabili, detersivi sfusi, piatti e bicchieri monouso in materiale biodegradabile e compostabile

Protezione delle risorse ittiche

Coop è stata la prima catena distributiva italiana a essere inserita nell'elenco ufficiale delle aziende Dolphin Safe. È infatti già dal 2001 che le confezioni di tonno a Marchio Coop riportano il logo "Dalla parte dei delfini".

Il progetto Dolphin Safe è nato a seguito delle proteste degli ambientalisti sui sistemi di pesca del Tonno Pinna Gialla di grossa pezzatura che nuota insieme ad alcuni tipi di delfini ben visibili anche in lontananza. Le flotte di pesca, sicure di pescare anche i tonni, lanciavano le reti sui branchi di delfini causando così la morte della maggior parte dei delfini catturati.

Razionalizzazione degli imballaggi

"3R" sta per risparmio, riutilizzo, riciclo.

L'attività decennale di Coop sulla riduzione e razionalizzazione degli imballaggi all'interno della propria rete di vendita, assume oggi una valenza ancora maggiore alla luce della emergenza rifiuti e diviene punto di riferimento per tutte le realtà che operano secondo i principi strategici di:

• riduzione del consumo di materiali e di energia a monte
• riduzione della produzione di rifiuti a valle.

Risparmio

• ricariche di prodotto come nel caso dello spazzolino Coop
• semplificazione e alleggerimento dei materiali in fase di progettazione del packaging
• riduzione o eliminazione di inutili sovra imballi (over packaging) come ad esempio l'astuccio per la maionese o per il dentifricio

Riutilizzo

• la rete di distributori di detersivi sfusi in flaconi riutilizzabili è stata ulteriormente ampliata, passando dai 160 del 2010 ai 170 del 2011
• introduzione di ricariche di prodotto, ad esempio nella detergenza persona, che consentono di impiegare una minor quantità di materiale di imballaggio a fronte di un riutilizzo del prodotto acquisito inizialmente

Riciclo

• i flaconi di detergenti e detersivi sono realizzati in plastica riciclata
• gli imballaggi a base carta delle uova sono in cellulosa riciclata.

Le attività commerciali e promozionali

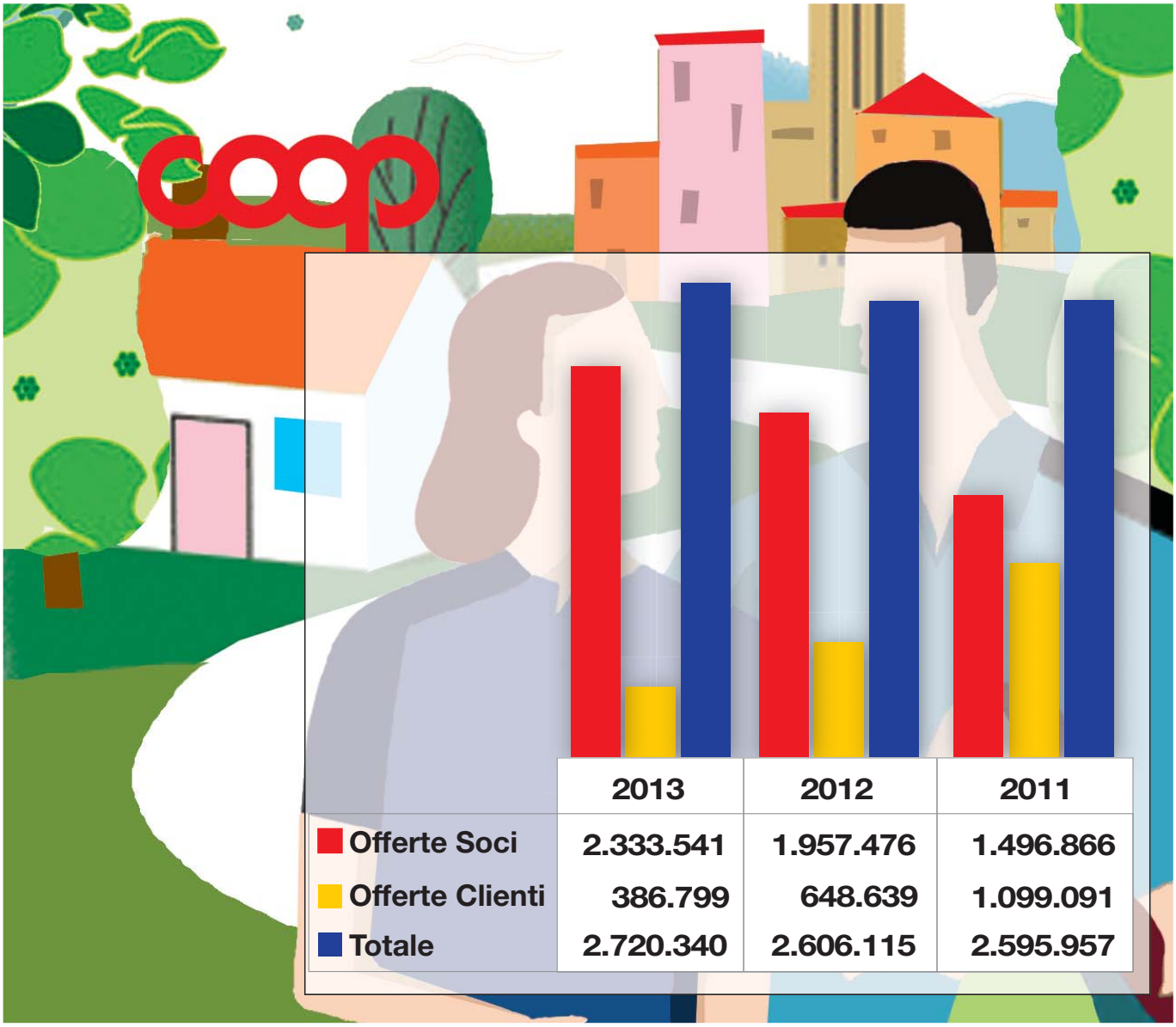
I risultati della gestione commerciale del 2013 hanno registrato un andamento positivo delle vendite. Nonostante la crisi economica la cooperativa ha incrementato di 1.943.000 euro rispetto al 2012.

Gli scontrini emessi durante l'anno sono stati 2.690.000 con un incremento di 118.493 unità.
Lo scontrino medio è stato leggermente inferiore al 2012 passando da 20,07 euro a 19,92 euro, mentre è aumentato quello dei soci da euro 23,09 a euro 23,15.

I dati indicano che il buon andamento delle vendite e degli scontrini emessi è dovuto in gran parte ai negozi di Grotte di Castro, Bolsena e Montalto di Castro, dove la cooperativa ha investito negli ultimi anni e dove il rapporto con i nuovi territori si sta sempre di più consolidando.

Nel corso dell'anno la cooperativa ha lavorato in un quadro difficile e incerto, generato dalla situazione economica nazionale e locale. La crescente incertezza per il futuro ha generato cambiamenti di abitudini nei consumatori che sempre più hanno ricercato opportunità di risparmio e diminuito gli sprechi.

Il contributo di coop in questo allarmante processo è stato quello di contenere l'inflazione sui prezzi di vendita anche sull'indice Istat (inserire l'indice coop e Istat) oltre a salvaguardare il potere di acquisto dei propri soci con offerte in costante aumento così come evidenziato nel grafico sottostante.



	2013	2012	2011
Offerte Soci	2.333.541	1.957.476	1.496.866
Offerte Clienti	386.799	648.639	1.099.091
Totale	2.720.340	2.606.115	2.595.957

Produzioni locali

I nostri territori sono da sempre vocazione di produzioni tipiche locali, mantenute e portate avanti da generazioni che amano il proprio territorio e le proprie tradizioni. Questo tessuto economico sociale è fonte di reddito e occupazione, e nel corso dell'anno ha risentito meno di altri settori della crisi economica locale.
Storicamente la cooperativa ha sempre cercato di rafforzare e sviluppare i rapporti con i fornitori locali, puntando sulle produzioni di qualità e sul rispetto delle tradizioni territoriali.
L'impegno in questa direzione ha visto raggiungere fatturati importanti e in costante aumento, anche grazie ad alcuni miglioramenti sui processi produttivi e innovativi, puntando anche dove possibile a processi di filiera corta.

FORNITORI LOCALI	
3	produttori gastronomici
20	caseifici
4	salumifici
24	panifici
3	pastifici
21	aziende di trasformazione prodotti del territorio
2	fornitori di piante e fiori
2	fornitori di libri

CATALOGO 2013

punti utilizzati 28.985.430

Punti	utilizzati per
22.382.230	Buoni sconto
657.250	Ricariche Coop Voce
5.945.950	Premi

La raccolta punti dedicata ai Soci della cooperativa ha raggiunto la soglia dei 29.000.000 di punti utilizzati.
Il buono sconto è stato utilizzato dalla maggior parte dei soci, una percentuale consistente di Soci ha comunque preferito accumulare i punti per la raccolta del premio.
La raccolta dei bollini cartacei ha riscontrato un notevole successo con 28.000 pezzi di coltelleria pintinox e 17.500 pezzi di pentole Mepra.

Campagna Origini Trasparenti

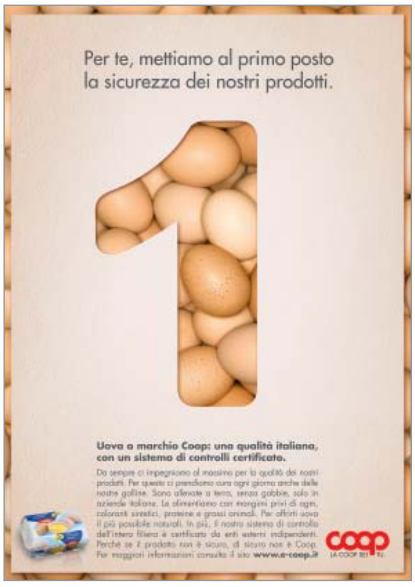
Nel mese di ottobre del 2013 è partita una grande campagna consumeristica denominata Orgini Trasparenti. È la prima grande campagna dopo quella sull'acqua di tre anni fa.

Per cercare di rispondere alla domanda sulla **provenienza dei prodotti**, in un rapporto di massima trasparenza con i soci e i consumatori, Coop ha deciso di rendere disponibile la provenienza delle materie prime dei prodotti a marchio COOP.

Questa campagna, unico esempio in Europa, punta alla trasparenza dell'informazione, per quanto attiene ai prodotti a marchio confezionati. In totale su oltre 1400 prodotti di uso quotidiano viene fornita l'indicazione dell'origine delle materie prime ripercorrendo a ritroso la filiera, dalla tavola al campo.

È stato creato un sito dedicato www.cooporigini.it dove il consumatore, digitando il codice a barre o il nome del prodotto, avrà subito disponibili le informazioni relative alle principali materie prime.

Realizzata anche un App (disponibile su piattaforma iOS e Android) che consente, semplicemente fotografando il codice a barre, di ottenere le stesse informazioni offerte dal sito www.cooporigini.it



Al primo posto la sicurezza

Parte nel 2013 la campagna informativa sulla sicurezza e genuinità alimentare *Al primo posto la sicurezza.*
Attraverso questa campagna coop racconta le proprie scelte di qualità, su prodotti importanti della filiera agroalimentare e proprio per questo potenzialmente a rischio di frodi.
Alimenti buoni, a prezzo equo, ma anche alimenti "leali" che contengono esattamente quello che viene dichiarato in etichetta.
È il tema del momento richiamato all'attenzione di tutti dai recenti casi di contraffazione alimentare e tanto più insidioso in tempi di crisi, quando la rincorsa al prezzo più basso può generare un abbassarsi anche dell'attenzione sui temi della qualità e sicurezza.
Coop, la prima catena della grande distribuzione in Italia e al tempo stesso organizzazione di consumatori (sono oltre 7 milioni e 700.000 i soci Coop), rilancia e vara una campagna informativa mettendo sotto la lente d'ingrandimento diversi prodotti base della filiera agroalimentare italiana a proprio marchio.

Siamo partiti con il latte fresco, poi con le passate di pomodoro di grande attualità per la loro provenienza, dopo con la mozzarella di bufala, poi con le uova, con il vino e per concludere l'olio.
Di tutti sono state prese in esame le maggiori criticità e rischi di contraffazione fornendo contemporaneamente un sistema di garanzie Coop che parte dalla selezione dei fornitori, risale la filiera dal prodotto fino al campo o all'allevamento con capitolati volontariamente restrittivi e piani di analisi rinforzati.

Soci prestatori

Tramite il prestito sociale, i soci di Coop unione Amiatina contribuiscono allo sviluppo della Cooperativa e al tempo stesso hanno a disposizione uno strumento per depositare i propri risparmi che, oltre a essere sicuro, riserva diversi vantaggi. Vediamo quali.

Molte operatività, nessun costo

Il libretto del prestito consente di effettuare svariate operazioni, tutte completamente gratuite.

Versamenti:

- Fino ad un importo massimo settimanale pari a 999,99 in contanti in base alle attuali norme antiriciclaggio entrate in vigore il 6 dicembre 2011.
- Con assegno bancario non trasferibile intestato a Unione Amiatina Società Cooperativa se l'importo dell'assegno supera 999,99 euro. L'assegno sarà a disposizione dopo il tempo tecnico che serve per la verifica della copertura dell'assegno stesso
- Con assegno postale. L'assegno sarà a disposizione dopo 40 giorni dalla data del versamento in quanto è questo il tempo tecnico che serve per la verifica della copertura dell'assegno stesso. Prelievi
- In contanti direttamente alla cassa fino ad un massimo di 200 euro al giorno; al punto soci fino ad un massimo di 999,99 euro la settimana (v legge antiriciclaggio). L'importo massimo complessivo settimanale del prelievo in euro in cassa non può superare i 999,99 euro.
- con assegno intestato al titolare del libretto di prestito o al delegato.

Tassi remunerativi e concorrenziali

I rendimenti delle somme depositate nel libretto del prestito sociale sono remunerativi e concorrenziali.

Nessun vincolo per il ritiro dei risparmi

In qualsiasi momento si può decidere di ritirare il deposito - in tutto o in parte - senza vincoli. L'unico caso in cui viene richiesta una dilazione si verifica se il socio ha versato un assegno e non sono trascorsi i 30 giorni richiesti per la verifica della copertura.

Pagamento della spesa con la carta socio Coop

Attivare la propria carta socio Coop al pagamento della spesa è facile e conveniente.

SERVIZIO BOLLETTE

Bollette pagate alla cassa nel 2013 n. 15.042 per un totale di € 1.229.817

È possibile pagare alla cassa le bollette:
ENEL, ENI, TELECOM, ACQUEDOTTO DEL FIORA,
ESTRA ENERGIA SRL, Wind SpA, Nuove Acque SpA,
Insieme Salute Società di Mutuo Soccorso,
Linear SpA, Kuixa SpA
al costo di € 0,50 per i soci

Parlare senza pensieri.
ChiamaTutti
ChiamaTutti
TUTTA LA CONVENIENZA COOPVOCE A PARTIRE DA 7€
ATTIVALA ENTRO IL 2 OTTOBRE. I MINUTI E GLI SMS RADDOPPIANO!
ChiamaTutti NEW x 2
▶ 240 minuti + 240 SMS verso tutti.
▶ Chiamate e SMS illimitati verso un numero CoopVoce.
▶ A soli 7€ al mese. Per sempre.
ChiamaTutti NEW LARGE x 2
▶ 600 minuti + 600 SMS verso tutti.
▶ Chiamate e SMS illimitati verso un numero CoopVoce.
▶ A soli 11€ al mese. Per sempre.
E IN PIÙ PUOI ATTIVARE WEB 1 GIGA A SOLI 2 EURO AL MESE O WEB 2 GIGA A 2,5 EURO AL MESE!
Offerta valida fino al 02/10/2013
Scopri le offerte CoopVoce su www.coopvoce.it
coop voce
Comunicare è semplice.
Per tutti i dettagli sulla promozione e sull'offerta CoopVoce

LIBRI DI TESTO
PRENOTALI NEI PUNTI VENDITA E SU
www.coopamiatina.it
15%
RISERVATO AI SOCI COOP UNIONE AMIATINA
10%
PER I NON SOCI
NEI PUNTI VENDITA DI:
Abbadia San Salvatore, Bolsena, Arcidosso, Canino, Castel del Piano, Grotte di Castro, Pitigliano.
PRENOTAZIONE
FINO AL 21 SETTEMBRE 2013
CONSEGNA
DAL 15 LUGLIO AL 5 OTTOBRE 2013
coop
Unione Amiatina
LA COOP SEI TU.

Parla di te
Autoricarica con la spesa
autoRicarica con la Spesa
PER I SOCI COOP I PUNTI DIVENTANO TRAFFICO TELEFONICO GRATUITO
▶ 5€ di ricarica bonus ogni 250 punti Coop
Scopri le offerte CoopVoce su www.coopvoce.it
coop voce
Comunicare è semplice.
La validità dell'offerta coincide con la durata della raccolta punti della tua Cooperativa.
Per maggiori informazioni consulta il Regolamento dell'offerta sul catalogo della tua Cooperativa.

Acqua di Casa Mia

Coop unione amiatina ha aderito sin da primi giorni alla campagna consumeristica promossa da Coop Italia "acqua di casa mia" alla fine del 2010.
La campagna ha lo scopo di sensibilizzare i nostri soci e consumatori all'uso dell'acqua del rubinetto rispetto a quella in bottiglia.
Se pensiamo che l'acqua è l'unica merce in vendita dove il contenitore costa più del contenuto, viene di conseguenza pensare anche al costo in termini ambientali rappresentato dal consumo dell'acqua minerale. Si calcola che per l'imbottigliamento e il trasporto su gomma di 100 litri d'acqua, si producono emissioni pari ad almeno 10 kg. di CO_2 per ogni 100 Km. di strada mentre per l'acqua di rubinetto l'emissione è di circa 0,04 Kg di CO_2 per ogni 10 litri. Un rapporto di 1 a 250.
La collaborazione per la realizzazione delle "case dell'acqua" è stato quindi il passo naturale da compiere dopo la campagna di sensibilizzazione e nel corso del 2013; coop Unione Amiatina ne ha realizzate due; una ad Arcidosso e l'altra ad Abbadia San Salvatore.

coop
Unione Amiatina

www.coopamiatina.it