LA NAZIONE

12-LUG-2022
da pag. 25 / foglio 1

Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: 59369 Diffusione: 44989 Lettori: 364000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

La catena della Gdo contiene gli aumenti del +3,4% anche se paga le forniture +8,3%

Unicoop taglia 20 milioni d'inflazione ai clienti

FIRENZE

Fare la spesa nei supermercati Unicoop Firenze è conveniente, secondo un'indagine svolta da Amagi su un panel di 10.299 famiglie intervistate sulle loro preferenze a livello di insegna, risultato che ha poi assegnato a Unicoop Firenze il premio CX Store – Promotion per il miglior rapporto qualità prezzo 2022 nell'Alto Tirreno e in Liguria. E anche i dati dell'osservatorio interno di Unicoop Firenze confermano che la cooperativa è la più conveniente rispetto ai diretti concorrenti. Nei primi cinque mesi dell'anno, nonostante l'incremento dei prezzi delle materie prime (dall'autunno 2021), Unicoop Firenze è riuscita a mantenere i prezzi dei prodotti calmierati nei propri 108 punti vendita con un investimento da 20 milioni di euro. Da gennaio a maggio 2022 la cooperativa ha dovuto fronteggiare una inflazione all'acquisto del +8,3%, che è stata in gran parte assorbita, visto che l'inflazione alla vendita si è arrestata al +3,4%. Questo ha significato, per la cooperativa, trattenere nei 5 mesi l'inflazione alla vendita per un valore 20 milioni di euro.

Altro tassello delle iniziative per sostenere le famiglie toscane è stata la promozione *Buoni Dentro* per far conoscere i nuovi prodotti a marchio e far risparmiare soci e consumatori. Con il meccanismo di un buono da 5 euro spendibile su prodotti a marchio Coop ogni 15 di spesa, nei Coop.Fi è stato possibile contenere gli inevitabili aumenti che purtroppo la cooperativa è stata costretta ad applicare, anche se in maniera inferiore al dato Istat dell'8%. Una scelta che ha consentito un ulteriore risparmio per i soci e clienti di Unicoop Firenze, stimato in 8,6 milioni di euro, e che ha prodotto un aumento delle vendite del prodotto a marchio Coop del 55% e delle vendite in generale del 20%. «Il nostro compito è tutelare le fasce più deboli della popolazione, a cui vogliamo continuare a garantire un paniere di prodotti di qualità a un prezzo accessibile», dichiara Francesca Gatteschi, direttore marketing Unicoop Firenze.

Barbara Berti

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1849 - T.1849

Raffineria, il futuro è green
Ma sui tempi è ancora buio
Unicoop taglia 20 milioni d'inflazione ai clienti

Superficie 18 %