

# I prodotti genuini della Cof per promuovere una corretta alimentazione

# Quando la frutta va a scuola

UN'iniziativa che ogni anno riscuote unanimi consensi perché è tesa ad educare le giovani generazioni ad una corretta alimentazione. Stiamo parlando del progetto comunitario "Frutta nelle Scuole", giunto quest'anno alla seconda edizione.

Dopo il successo dell'anno scorso, e l'apprezzamento dell'iniziativa da parte di genitori, insegnanti e bambini, anche quest'anno il gruppo C.O.F. Srl, operante in tutta Italia nel settore delle insalate e verdure pronte all'uso a marchio "Ortomania", in collaborazione con la RTI CDP Srl di Altamura (BA), è stato il fornitore ufficiale di frutta fresca tal quale e pronta all'uso, secondo il programma comunitario "Frutta nelle scuole". Quasi 1500 le scuole servite tra Calabria e Sicilia (Lotto 8) a partire dallo scorso 15 dicembre. Un tour de force che ha prodotto i risultati sperati con le scuole della Calabria e della Sicilia aderenti al progetto raggiunti dalla frutta fresca puntualmente fornita dalla Cof. Del resto, il programma comunitario "Frutta nelle scuole" introdotto dal regolamento (CE) 1234/2007 è finalizzato ad aumentare il consumo di frutta e verdura da parte dei bambini e ad attuare iniziative che supportino più corrette abitudini alimentari e una nutrizione maggiormente equilibrata, nella fase in cui si formano le loro abitudini alimentari.

"L'obiettivo del progetto - ha spiegato il presidente Cof Francesco Barbieri - è quello di aumentare il consumo, in più occasioni, di frutta e verdura da parte dei bambini sensibilizzandoli verso le buone abitudini alimentari. Nella scelta dei prodotti - ha aggiunto - si è privilegiato il prodotto di qualità certificato (Dop, Igp, Biologici) e prodotti ottenuti con metodi di produzione integrata certificata tenendo conto del carattere di stagionalità e dell'origine italiana e locale della frutta fresca. I prodotti distribuiti, infatti, oltre ad es-



Il logo dell'iniziativa

re come in modo responsabile, sono preparati i prodotti e diverse giornate a tema (Fruit Day) dedicate al consumo conviviale di frutta e verdura, alle attività ludico - didattiche sul tema della frutta



sere rigorosamente di stagione, sono quasi tutti provenienti da fornitori del Sud Italia".

Numerose le tipologie della frutta distribuita nel corso dei mesi: arance, clementine, mandarini, mele tal quali e pronte all'uso, mele - kiwi e carote julienne pronte all'uso, pomodorini, fragole, albicocche e pesche.

A conclusione del programma comunitario, tra il mese di aprile e maggio, sono stati programmati, tra l'altro, come previsto dalle misure di accompagnamento del progetto, numerose visite didattiche presso gli stabilimenti produttivi Cof, siti nella zona industriale di Porto Salvo, per spiegare come in modo responsabile, sono preparati i prodotti e diverse giornate a tema (Fruit Day) dedicate al consumo conviviale di frutta e verdura, alle attività ludico - didattiche sul tema della frutta



I ragazzi della "Don Bosco"

e all'intrattenimento.

A tali manifestazioni, organizzate all'interno degli istituti scolastici o più spesso nelle piazze cittadine o in locali comunali, hanno preso parte, oltre ai bambini anche insegnanti, genitori e importanti figure istituzionali provinciali e regionali.

"Aver contribuito in questo progetto ci rende felici e soddisfatti e crediamo che i nostri sforzi, in tal senso, abbiano dato dei buoni frutti", ha concluso il presidente Cof Francesco Barbieri.

Un'azienda, dunque, che ha concretamente contribuito ad affermare un nuovo modello culturale, un nuovo modo di fare impresa.



Francesco Barbieri

tenere, dai mono-prodotti alle verdure da cuocere, dagli odori misti alle zuppe pronte".

**Il settore è in forte crescita, la sua azienda ha saputo seguire lo stesso andamento nel tempo?**

"Direi di sì, la nostra azienda, a partire dal 2007, ha conquistato una posizione di leadership in Calabria fino ad arrivare ad essere tra i migliori produttori certificati del centro-sud Italia. Una leadership che, non solo, si è mantenuta nel tempo, ma si è migliorata con una graduale espansione di mercato. Oggi, infatti, ci proponiamo anche sul mercato del nord, con due siti produttivi in loco, con l'obiettivo di servire al meglio tutto il territorio nazionale differenziando l'offerta e diversificando in attività complementari".

**Da quanto tempo siete sul mercato con quali prodotti?**

"La nostra azienda opera sul mercato dal 2001 per importanti catene di supermercati con una vasta gamma di prodotti a marchio 'Ortomania' e a marchio privato che vanno dalle insalate miste alle

## Leader del mercato Cof, qualità e professionalità



CON una vasta gamma di prodotti a marchio Ortomania e privato, C.O.F. s.r.l ha conquistato, nel tempo, una posizione di rilievo nel panorama italiano della IV gamma nella distribuzione moderna (DO) e nel normal trade, coniugando innovazione alla tradizione agricola.

Oggi è leader di mercato in Calabria e tra i migliori produttori del centro - sud Italia.

L'azienda conquista nuovi spazi di mercato proponendosi, da poco, anche nel nord Italia con due siti produttivi.

Tutti i prodotti sono garantiti igienicamente da un sistema di controllo continuo e di certificazione, la cui integrità e gusto inimitabile, è assicurato anche da accurate selezioni di fornitori qualificati, della materia prima e da un servizio logistico adeguato per il mantenimento rigoroso della catena del freddo. Flessibilità, prontezza di intervento, caparbietà e orientamento al miglioramento continuo sono i principi che scandiscono la cultura aziendale di Cof.



Strutturata secondo un raggruppamento per funzioni, l'azienda si ispira alle logiche dell'ad hocrazia:

organizzazione molto organica con scarsa formalizzazione del comportamento, elevata specializzazione orizzontale delle mansioni, costituzione di gruppi multidisciplinari costituiti da professionisti interni ed esterni all'azienda orientati alla realizzazione di specifici progetti di innovazione, attività direzionale e attività operativa concentrate in un unico sforzo se richiesto per il raggiungimento di specifici obiettivi.

I responsabili di funzione vestono il doppio ruolo di componenti del management e di proprietari dell'azienda.

Questa scelta strategica è all'origine di uno stile decisionale partecipativo e collaborativo: gli orientamenti e le linee guida dell'azienda sono definiti nel corso di periodiche riunioni di business unit nel corso delle quali il management, ispirato ai principi del MBO (management by objectives), definisce priorità e obiettivi di breve-medio e lungo termine.

Tutti i componenti del management sono chiamati all'aggiornamento continuo: ogni direttore di funzione, sulla base degli obiettivi aziendali di riferimento, cura la formazione, il trasferimento tecnologie e l'innovazione delle aree aziendali di competenza.

L'area produzione opera secondo due turni giornalieri alternati con ciclicità settimanale.

Tutti i componenti del management sono anche soci proprietari dell'azienda. La formula del management proprietario è all'origine dell'alta motivazione e dello stimolo al miglioramento continuo che contraddistinguono lo stile aziendale.

Un management giovane, innovativo, pronto a cogliere e a porsi sfide continue.

Una rete di professionisti esterni, costantemente in dialogo con l'azienda, per un arricchimento continuo del know how aziendale.