

Un nuovo modello di punto vendita

di Luca Braccesi
Direttore del negozio

Un laboratorio innovativo. È questo il modo in cui mi piace descrivere il nuovo punto vendita di Novoli. L'obiettivo che ci siamo prefissati è quello di trasformare la spesa fatta giorno per giorno in un'esperienza diversa, che abbinì convenienza e qualità, attraverso un'offerta commerciale che presenta il meglio dei prodotti freschi e delle eccellenze della filiera produttiva selezionata da Unicoop Firenze.

Grazie ad un approfondito percorso formativo, i nostri colleghi sono in grado di descrivere e raccontare in maniera accurata le peculiarità dei singoli prodotti, orientando con i loro consigli e suggerimenti la scelta dei Soci e dei Clienti.

Il tutto in un'atmosfera calda e accogliente, in cui innovazione e tradizione si alternano di continuo.

Condividendo il grande entusiasmo sorto intorno a questo avvincente ed ambizioso progetto, voglio esprimere un caloroso ringraziamento a tutti i colleghi di sede e di punto vendita che con il loro prezioso lavoro hanno contribuito a realizzare questa formula innovativa di punto vendita.

Un vero e proprio Mercato della Freschezza che ha tutte le carte in regola per trasformarsi in un modello di successo.



in questo numero:

In primo piano pag. 2-3

- Novoli
- Monteverchi

Una Cooperativa sostenibile pag. 3

- Raccolta differenziata

L'approfondimento pag. 4-5

- Firenze Gelato Festival
- Cosmesi Viviverde
- Carte Integre

Novità prodotti a marchio pag. 6-7

I valori di Unicoop Firenze pag. 8

unicoo^ofirenze



IL MERCATO DELLA FRESCHEZZA



coop.fi

Il punto vendita con l'anima del mercato



L'apertura del punto vendita di Novoli è il compimento di un progetto coraggioso che punta tutto sulle competenze dei lavoratori e sulla qualità dell'offerta, fortemente centrata sui freschissimi e orientata all'eccellenza e alla valorizzazione dei prodotti locali. Alle tante novità introdotte dal nuovo negozio si affianca il lancio della nuova insegna ufficiale di Unicoop Firenze "coop.fi", simbolo del forte legame con il territorio, da sempre uno dei nostri valori cardine. L'approccio innovativo del progetto è stato al centro della convention di benvenuto "L'innovazione è un lavoro di squadra". Ai lavoratori di sede, il Presidente del Consiglio di Sorveglianza **Turiddo Campaini** e il Presidente del Consiglio di Gestione e Direttore delle Risorse Umane **Golfredo Biancalani**, hanno ricordato la missione e i valori della Cooperativa, sottolineando l'importanza della distintività che da sempre caratterizza Unicoop Firenze.

Il noto architetto **Paolo Lucchetta** ci racconta il suo progetto, realizzato in collaborazione con Giovanni Frisan, Michela Tessari, Miyako Noda dello studio RetailDesign srl.

"Commercio sostenibile, rigenerazione urbana, mercato contemporaneo: queste le parole chiave di un progetto a cui è stata dedicata molta attenzione, passione e ricerca per mettere in scena al meglio i valori commerciali e sociali di Unicoop Firenze.

Un luogo pensato attorno al fattore umano, a disposizione di un pubblico metropolitano composito, costituito dai soci del mondo cooperativo quanto dalle famiglie di uno dei quartieri fiorentini simbolo delle trasformazioni urbanistiche di questi ultimi anni, dagli studenti del nuovo polo universitario come dal terziario del nuovo palazzo di giustizia e dai clienti occasionali di un centro dotato di palestra e cinema multisala. Il negozio si estende su una superficie di circa 2.500 mq e offre un parcheggio interrato di 1.200 posti auto. Due enormi finestre rendono evidenti, sia per chi passa nel traffico delle vie di Novoli, sia per chi passeggia tra i banchi di ortofrutta e libri, il fascino dello scenario urbano a cui lo spazio è dedicato.

I valori di accessibilità e di accoglienza per le diverse abilità sono evidenti in tutte le scelte ergonomiche e tecnologiche: dallo spazio informazioni alle tecnologie digitali per dare priorità alle prenotazioni delle categorie più deboli. Così come le scelte di materiali e tecnologie per l'illuminazione sono state orientate al risparmio energetico, all'efficienza e alla sostenibilità economica.

Una delle innovazioni immediatamente percepibili consiste nell'aver inglobato gli spazi sociali e di socializzazione all'inter-

no del mercato. Sarà possibile assistere ad eventi, presentazioni, degustazioni in un'arena multimediale, circondati da libri e spazi dedicati ai soci di ogni età, tra postazioni wireless, tavoli per leggere o disegnare.

Un'architettura d'autore delimita uno spazio solitamente ritenuto anomalo per ospitare mercati tradizionali, e che in questo caso ha invece fornito l'occasione di innovare il layout, la forma e la sequenza delle isole con cui è stato organizzato questo mercato contemporaneo. Nuovo layout costituito da isole dedicate alla freschezza dei prodotti a marchio Coop e dei mestieri, delle filiere, delle selezioni di prodotti di qualità e del territorio toscano.

Espositori leggeri e trasparenti, ma dal design familiare e tradizionale, illuminati con tecnologie LED sono continuamente sospesi tra innovazione e tradizione. Come i materiali mosaici "poveri" di ceramica e non di vetro, innovative pavimentazioni dai toni caldi e trame originali, realizzate dalle aziende italiane leader internazionali nel settore ceramico. Uno stile sobrio, consapevole e sostenibile, queste le intenzioni del design dello spazio e dei suoi elementi, ma tuttavia teso ad esprimere contemporaneità ed innovazione in una delle più vitali tipologie del nostro abitare le città: il mercato come luogo commerciale e sociale dedicato alle persone.

Nessun genere vario, ma prodotti raccontati uno alla volta, e che a loro volta spiegano con strumenti grafici e digitali la loro tracciabilità e l'origine, il perché della loro convenienza. Un grande tappeto posizionato nello spazio esprime questa volontà di rivoluzione copernicana di valori dove i prodotti locali, della convenienza, quelli dedicati all'essere e al benessere assumono rilevanza nel proporsi all'attenzione della spesa quotidiana. Molti supporti digitali, un nuovo marchio, nuove soluzioni espositive si offrono al cliente cercando di evitare esibizioni tecnologiche fini a se stesse, proponendosi come utili supporti che favoriscono le informazioni necessarie alla qualità delle scelte alimentari e non solo. Tutto questo è Novoli coop.fi, un progetto che ha aggiornato la tradizione dei mercati attorno alla qualità delle relazioni tra luoghi, cose e persone, di cui i mercati stessi, che lo si voglia o no, continuano ad essere esempi insuperati di spazi che ci rappresentano. Luoghi, appunto, ispirati e realizzati per le persone."

Cogliamo l'occasione per ringraziare i lavoratori dello storico negozio di Valdera per la passione con cui negli anni hanno contribuito a rafforzare e diffondere i valori di Unicoop Firenze, riuscendo ad instaurare un forte legame affettivo con i Soci e i Clienti di quel quartiere.



COOP.FI VA IN ONDA SU YouTube

Mentre nel backstage del nuovo punto vendita di Novoli fervevano i preparativi per l'apertura, i lavoratori, alcuni Soci della sezione Firenze Nord-Ovest e tanti studenti del vicino polo universitario hanno presentato il mercato della freschezza, partecipando al video promozionale "LipDub Coop Novoli". Il video sarà visibile sulla Intranet e su YouTube.

Il minimercato di Montevarchi si rinnova e sceglie la freschezza

È stato inaugurato lunedì **21 maggio** il minimercato di Montevarchi, a seguito di un intervento di ristrutturazione che gli ha dato una nuova veste. Ci racconta il cambiamento Giovanni, il direttore del negozio: *“Abbiamo rinnovato forneria e gastronomia introducendo, in quest’ultima, la friggitrice e il banco caldo dove prenotare i prodotti, mentre abbiamo aumentato l’offerta ortofrutticola con frutta e verdura fresca tutti i giorni. Nonostante le piccole dimensioni, il punto vendita è diventato più accogliente e funzionale ed esprime al massimo tutte le sue potenzialità di negozio di vicinato. Inoltre, questi cambiamenti ci consentiranno di praticare **promozioni mirate**, soprattutto nei reparti freschi, per i nostri Soci e Clienti”*. Da parte di tutti noi, un augurio di buon lavoro ai colleghi di Montevarchi.



In primo piano

Oggi parliamo di raccolta differenziata dei rifiuti:

la parola all’Ufficio Risorse Ambientali

Il nostro impegno nel favorire una cultura ecosostenibile, basata sul rispetto dell’ambiente e sulla tutela delle risorse naturali, è supportato da numerosi comportamenti virtuosi che i nostri lavoratori mettono in atto quotidianamente. L’**attenzione all’ambiente** non è quindi solo un’idea, bensì un processo in continua evoluzione, all’interno del quale riveste un ruolo di primissimo piano l’attenzione con cui nei nostri punti vendita si effettua la raccolta differenziata dei rifiuti, con modalità che possono differire in base alla dimensione delle rispettive strutture.

I **vantaggi** derivanti dalla raccolta differenziata dei rifiuti e dalla possibilità di riutilizzarli e valorizzarli sono molteplici. A **livello d’impatto ambientale**, è possibile ottenere una progressiva diminuzione della quantità di energia e di materie prime necessarie per la produzione, accompagnata da una drastica riduzione dei rifiuti da smaltire. Inoltre, a **livello economico**, un efficiente sistema di gestione dei rifiuti può garantire un risparmio sul pagamento delle tasse e delle tariffe relative al servizio di raccolta e smaltimento.

Per questi motivi Unicoop Firenze ha da sempre assegnato alla raccolta differenziata un’importanza strategica come dimostrano i **risultati ottenuti nel 2010*** (vedi tabella).

Ciò è stato possibile grazie soprattutto alla sensibilità manifestata dai nostri lavoratori in tema di sostenibilità ambientale. Avvalendosi della collaborazione delle aziende municipalizzate, o in alcuni casi anche di aziende private, riusciamo a ottenere una differenziazione dei rifiuti in carta e cartone, plastica, imballaggi misti, legno, ferro, organico. Nonostante che, per carta, cartone e plastica, le quantità di materiale recuperato arrivino a toccare livelli vicini al 100% di quelle prodotte, ci proponiamo, attraverso **progetti mirati**, di ridurre il più possibile anche la parte di rifiuto indifferenziato che attualmente finisce in discarica.

I dati esposti sono particolarmente significativi, soprattutto

se si pensa, ad esempio, che la produzione di una tonnellata di carta riciclata garantisce un risparmio d’acqua di circa il 99% e una riduzione dei consumi di energia intorno al 60%, rispetto alla produzione della stessa quantità di carta vergine.

Questi dati certificano l’efficacia e la costanza dell’agire dei nostri lavoratori in una **logica di sviluppo ecosostenibile**, senza però trascurare l’importanza del ruolo rivestito anche dai consumatori. A questa finalità è da ricondurre la scelta di dedicare la massima importanza anche alle indicazioni illustrate nelle confezioni dei nostri prodotti, al fine di semplificare il più possibile la raccolta differenziata da parte dei nostri clienti.

Una ulteriore dimostrazione dell’impegno quotidiano della Cooperativa nel garantire il rispetto e la salvaguardia dell’ambiente.

Tipologia di rifiuto	Totale (kg) Unicoop Firenze
Imballaggi in carta e cartone	17.413.864
Imballaggi in plastica	614.338
Imballaggi in legno	1.683.482
Imballaggi multimateriali	743.241
Rifiuti Organici	6.045.699
RSU Rifiuti indifferenziati	10.070.888
Rifiuti ingombranti	14.250
Rifiuti Olio alimentare	120.008
Sottoprodotti di origine animale	3.608.687
Materiale ferroso	92.160
Batterie auto	28.421
Apparecchiature fuori uso	29.512
Neon	532

Stima rifiuti Unicoop Firenze anno 2010 (in kg)



Una cooperativa sostenibile



AL FIRENZE GELATO FESTIVAL, FIOR FIORE testimonial del gelato italiano di qualità

Dalla Mostra dell'Artigianato al Festival del Gelato, la qualità dei nostri prodotti diventa protagonista di importanti rassegne fiorentine e incontra il pubblico anche al di fuori dei tradizionali punti vendita. Alla **76° Mostra dell'Artigianato** - terminata lo scorso 29 aprile - la Cooperativa ha allestito un proprio **temporary store** interamente dedicato alla degustazione e vendita dei prodotti della linea **Fior Fiore**. L'innovativo esperimento ha registrato un gran numero di visitatori, dando il proprio contributo alla valorizzazione della migliore gastronomia italiana e internazionale.

Il prossimo appuntamento con i prodotti Fior Fiore è al **Firenze Gelato Festival**, in programma **dal 23 al 27 maggio**. Anche questa terza edizione vedrà riuniti i migliori gelatieri e le principali aziende del settore provenienti da tutto il mondo e metterà in risalto la tradizione fiorentina, a cui va il merito di aver inventato il gelato.

Unicoop Firenze sarà presente con i gelati di alta qualità Fior Fiore e curerà l'allestimento del **Fior Fiore Village in piazza Strozzi**, una location strategica nel cuore del centro storico cittadino, crocevia



di importanti attività culturali e luogo di ritrovo di fiorentini e turisti. In degustazione e in vendita, l'attuale gamma di 18 gusti che, in vista dell'estate, si arricchirà di altre quattro specialità (ananas, banana, frutti di bosco, pesca). La linea dei gelati Fior Fiore si caratterizza per l'utilizzo di ingredienti nobili di provenienza selezionata, materie prime fresche prodotte secondo le regole certificate dalla Qualità Sicura Coop, assenza di coloranti, aromi artificiali e grassi tropicali.

I partecipanti al Festival possono

acquistare una card al costo di 15 euro. La card dà diritto a 5 assaggi e ad un cocktail gelato. In più, per i Soci di Unicoop Firenze, l'accredito di 15 punti sulla Carta Socio.

Un caloroso ringraziamento ai colleghi di negozio che hanno lavorato presso il temporary store alla Fortezza, e un grazie fin da ora a tutti coloro che dal 23 maggio saranno impegnati presso lo stand Fior Fiore al Festival del Gelato.



Nuova linea cosmetica Vivi Verde

Prende il meglio dalla natura, dà il massimo all'ambiente



L'offerta dei prodotti a marchio Vivi Verde si amplia a includere una **linea di cosmetici** che rispetta la natura, e dalla natura trae la sua efficacia nel proteggere la bellezza della pelle. Studiati per soddisfare le maggiori esigenze legate alla cura del viso e del corpo, come tutti i prodotti Vivi Verde sono orientati alla **sostenibilità** e alla **tutela della salute**. La nuova linea rende accessibili prodotti cosmetici di prima qualità, affidabili, certificati e sicuri.

Le formule sono a base di principi attivi naturali, derivanti da agricoltura biologica, privi di parabeni, minerali, PEG, siliconi e allergeni, a scarso contenuto di conservan-

ti. Un'accurata ricerca scientifica assicura prestazioni efficaci, certificate da test dermatologici, mai condotti su animali. L'attenzione all'ambiente si esprime anche nella confezione: assenti sostanze pericolose o tossiche, imballaggio ridotto e preferenza per il monomateriale che favorisce il riciclo (cartoncino certificato FSC, plastica 100% riciclabile), processi di lavorazione che riducono fino al 30% l'emissione di CO₂.

La linea cosmetica Vivi Verde sarà presentata alla clientela nel corso di una serie di appuntamenti promozionali: punti vendita Iper e Super attiveranno una **vendita guidata** e la distribuzione di ma-

teriale informativo, secondo un calendario differenziato per canale*. Oltre ai **6 Iper**, parteciperanno alle vendite guidate **22 Super**. In concomitanza con le promozioni attive sui prodotti biologici, è previsto uno **sconto del 20%** su tutta la linea dei cosmetici Vivi Verde.

*CALENDARIO Vendite guidate

CANALE IPER

8, 9, 15, 16, 22 e 23 giugno

CANALE SUPER

31 maggio, 1, 8 e 9 giugno

L'approfondimento

CARTE INTEGRA CONTEST 2012

Unicoop Firenze e Consum.it nel 2005 decidono di costituire **Integra S.p.a.**, società finanziaria per la vendita di carte socio di pagamento.

Le carte di pagamento Integra - "**Spesa in**" e "**Scelta Più**" - sono strumenti finanziari sempre più utili per i Soci e per la Cooperativa. Ai primi, le carte Integra permettono di usufruire di promozioni speciali e garantiscono massima sicurezza per gli acquisti rendendoli più comodi e rapidi; alla Cooperativa consentono di fidelizzare Soci e Clienti e di ridurre sia il costo di gestione del contante sia il rischio di furto.

Dalla nostra conoscenza di questi strumenti deriva una corretta promozione e un loro adeguato utilizzo da parte dei Soci. Da qui nasce l'iniziativa chiamata **Contest 2012** che ha interessato, tra direttori, capireparto e addetti del box info, **oltre 400 persone e 51 punti vendita**.

Il progetto si propone di coinvolgere il personale nella conoscenza e condivisione degli obiettivi. Ad ogni punto vendita è stato assegnato un numero minimo di carte da collocare **entro il 31 ottobre 2012**. La motivazione e il gioco di squadra dimostrati dai nostri colleghi hanno consentito, già ad oggi, di superare gli obiettivi prefissati.



ALCUNE DELLE NOVITÀ DEI PRODOTTI A MARCHIO COOP PRESENTI NEI NOSTRI PUNTI VENDITA*

*alcuni dei prodotti che seguono non saranno presenti in tutti i nostri canali di vendita (minimercati, supermercati e ipermercati)



fiorfiore

NUOVI GUSTI PER I GELATI FIOR FIORE

Pinolata

È preparato con latte fresco Alta Qualità Coop presente al 60%, il 4% di tuorlo d'uovo, panna e burro freschi. È decorato con pinoli italiani per un sapore ricercato.

Crema catalana con cannella

È preparato con latte fresco Alta Qualità Coop presente al 60%, il 4% di tuorlo d'uovo, panna e burro freschi e con cannella macinata dello Sri Lanka, aromatica e profumata, per un sapore unico e deciso.

Sorbetto ai limoni di Sicilia (nuova ricetta)

È preparato con il delizioso succo dei limoni di Sicilia presente per il 20% per un sapore deciso e dissetante.



POMODORI SAN MARZANO FIOR FIORE



SALMONE IN TRANCI FIOR FIORE



SCAMORZA 100% LATTE ITALIANO

PREPARATI PER PANE VIVIVERDE



GAMBERETTI BOREALI SGUSCIATI



PATATE RUSTICHE E GRIGLIATE



FRUTTOLOSI FRAGOLA E MELA VERDE



BONBON CIOCCOLATO E PANNA



MINI STECCHI VANIGLIA & CACAO BENE.SÌ



MELANZANE ALLA PARMIGIANA

DISCHETTI MAXI SALVIETTE STRUCCANTI COOP



Nuova linea cosmetica Vivi Verde

PULIZIA VISO

- Latte detergente
- Tónico purificante
- Struccante occhi
- Gel detergente viso
- Salviette struccanti

TRATTAMENTO VISO

- Crema idratante protettiva pelli normali
- Crema nutriente protettiva pelli secche e delicate
- Crema rivitalizzante protettiva giorno per pelli mature
- Crema rivitalizzante protettiva notte per pelli mature
- Balsamo labbra protettivo

CURA CORPO

- Crema idratante protettiva
- Crema nutriente protettiva
- Crema mani idratante protettiva

Una selezione di cosmetici Vivi Verde disponibili presso i nostri negozi



I VALORI DI UNICOOP FIRENZE

Nuovo depliant promozioni CONVIENE. I nostri valori in prima pagina

Il depliant promozioni ha un **nuovo nome** e una veste grafica completamente rinnovata. D'ora in poi, all'ingresso di tutti i punti vendita della Cooperativa, Soci e Clienti troveranno ad accoglierli il **depliant CONVIENE**, con il quale intendiamo rappresentare in modo trasparente i valori che sono alla base della nostra offerta commerciale.

La **convenienza** diviene il principale focus della comunicazione, al fine di evidenziare il nostro costante impegno nei confronti della tutela del potere d'acquisto di Soci e Clienti, della salvaguardia dell'ambiente e dello sviluppo del territorio, anche attraverso la valorizzazione di quei prodotti che costituiscono delle eccellenze a livello regionale e nazionale.

Come avete visto, CONVIENE ha anche un **formato più piccolo**, che lo rende più maneggevole e soprattutto ci consente di ridurre il consumo di carta.

L'interno del depliant espone con chiarezza le promozioni dedicate ai Clienti e le offerte riservate in esclusiva ai Soci, mentre il retro dà ampio risalto alle vendite su prenotazione tramite il sito internet PiùScelta.

Inoltre, per rispettare gli impegni presi in termini di **tutela del potere d'acquisto** dei Soci e dei Clienti, in un periodo di crisi come quello attuale, riteniamo che sia opportuno proseguire il nostro percorso di contenimento dei costi. Per questa ragione, dopo Castelfiorentino e Pisa Cisanello, abbiamo deciso di sospendere la distribuzione a domicilio del depliant anche nelle aree di Santa Croce, Arezzo e Castelfranco, sostituendola con la distribuzione in punto vendita.

È attraverso questa serie di novità che il nuovo format promozionale CONVIENE diviene espressione concreta, quotidiana e coerente, della nostra **missione** e dei nostri **valori**.



INSIEME È PIÙ FACILE

La campagna di collezionamento Ginori sta per raggiungere un nuovo traguardo. A partire da lunedì 11 giugno, sarà completata la consegna di tutte le terme, le coppette e le insalatiere ordinate. Per quanto riguarda i vassoi, la produzione è ancora in corso perché si tratta di un articolo più complesso da realizzare e che per questo sarà consegnato nei prossimi mesi. Grazie al lavoro di squadra, ma anche all'impegno dei singoli lavoratori siamo riusciti a gestire con enorme professionalità e pazienza la situazione nelle sue molte sfaccettature. Dalle attività di contatto con il pubblico alla distribuzione dei premi, ognuno di noi ha saputo dare il giusto apporto.



IL CUORE METTE LE ALI AI PIEDI



La seconda edizione della "10.000 Passi x il Cuore" si conferma iniziativa di successo e raccoglie grande partecipazione. Tra gli oltre 500 iscritti, tanti i colleghi che si sono cimentati nell'impresa sportiva dell'anno, pronti a mettersi in gioco per una giusta causa. L'incasso di oltre 2.000 euro è stato infatti devoluto alla Fondazione "Il cuore si scioglie" onlus. Podisti abituali o solo occasionali hanno corso in un'atmosfera di grande sportività e divertimento, partecipando a gare differenziate per categoria, tipologia e lunghezza. **Si è corso anche per aggiudicarsi il secondo trofeo lavoratori Unicoop Firenze.** Hanno trionfato nella categoria femminile, Mala Stepanka seguita da Rigacci Maia e Vescovini Cinzia. Nella categoria maschile, sono saliti sul podio: Giorgetti Sandro, Parigi Marco, Massini Raffaello. A tutti, complimenti di cuore.