

A stylized illustration of a man in a dark suit and red tie, holding a large, curved banner that says "2014". The background is a textured blue. The banner is a solid reddish-brown color with the year "2014" in white, bold, sans-serif font.

2014

“Distintività,
efficienza,
partecipazione”.
Le linee guida
della Cooperativa

INTERVISTA A MICHELE PALATRESI
Vicepresidente area commerciale
Unicoop Firenze

LA SPESA NON È A SPESE DELL'AMBIENTE
Oggi anche i sacchetti e i guanti
del reparto Ortofrutta sono in Mater-Bi

Intervista a Michele Palatresi: “distintività, efficienza, partecipazione”

Recentemente nominato alla carica di vicepresidente di Unicoop Firenze, insieme a Giulio Bani, Michele Palatresi risponde alle nostre domande indicando le linee guida della Cooperativa per il 2014.

Michele, partiamo con una domanda sul futuro. Si dice che ci sarà una ripresa a livello nazionale, ciò significa che possiamo stare tranquilli?

Direi che dobbiamo essere motivati e lavorare serrando le fila per poter resistere meglio alla crisi che da anni sta stringendo l'economia del nostro paese. Sulle previsioni sarei più cauto. È attesa una leggera ripresa per il 2014, questo è vero, ma non produrrà effetti immediati sull'occupazione e sui consumi, che al contrario stiamo ancora in calo. Il nostro ottimismo, oltre a essere sostenuto dai **dati del bilancio** (vendite che tengono, solidità patrimoniale,

risultato della gestione commerciale positivo) e dai primati che manteniamo come quello della convenienza nazionale, si rafforza grazie alla certezza che la nostra impresa si poggia sulla qualità del lavoro e delle idee delle persone che ne fanno parte, e sulla fiducia che i soci e i clienti ci affidano.

Quindi, punti di forza ma anche la consapevolezza che il periodo nero non è passato. Nell'ottica della fiducia, visto che in questo paese ne abbiamo tanto bisogno, ti chiediamo: che cosa farà Unicoop Firenze per resistere alle difficoltà?

Le azioni della Cooperativa saranno guidate da tre concetti chiave: **distintività, efficienza, partecipazione**. Non abbiamo la minima intenzione di farci cogliere impreparati dalle sfide che ci attendono.

Per questo saremo orientati da scelte che mireranno a

rafforzare la nostra distintività, quella di un'organizzazione che mette al primo posto la tutela del cittadino/consumatore

attraverso politiche commerciali che, in coerenza con la nostra missione e i nostri valori, tutelano la salute e il benessere della persona, valorizzano i prodotti del territorio, salvaguardano l'ambiente. La nuova campagna convenienza, partita il primo marzo, è la conferma del nostro vigoroso impegno a sostegno del potere d'acquisto dei soci: offriamo loro la qualità e la garanzia del prodotto a marchio a un prezzo ribassato del 30%. Una campagna che si traduce in un investimento economico consistente da parte della Cooperativa, necessario nell'ottica della nostra missione.

Punteremo anche alla crescita dell'efficienza, che passa attraverso l'**innovazione** e significa **lotta agli sprechi** e ai costi che non aggiungono valore. E poi c'è

la partecipazione...

In Cooperativa è diventato un mantra: puoi dirci che cosa vuol dire per te partecipare?

Vuol dire mettere le persone al centro della Cooperativa;

significa che i nostri uomini e le nostre donne prendono parte attiva, si interessano fattivamente, collaborano al raggiungimento degli obiettivi comuni. Come detto però dal nostro Presidente Campaini, la partecipazione deve essere a due vie: da un lato impone al gruppo dirigente di fare il primo passo ma non può evolvere se non trova negli interlocutori, i lavoratori appunto, una sponda di dialogo. È un processo, quello partecipativo, molto

ambizioso che vede come **condizioni essenziali per la sua realizzazione la capacità di ascolto e la voglia di confrontarsi.** C'è l'impegno di molti in questa direzione e per questo sono fiducioso.

Per essere un po' provocatori, hai degli esempi di modelli partecipativi da farci per passare dalle belle parole ai fatti?

Premetto che i casi sono tanti, perché presenti nel lavoro quotidiano delle persone. Il processo di budget sarà un bell'esempio di modello partecipativo. Con esso chiederemo a tutti i lavoratori, sulla base delle competenze e delle responsabilità derivanti dal ruolo che ricoprono, di

prendere parte attiva alla costruzione del preventivo che riguarda la loro realtà produttiva, prima di tutto venendone informati e poi avendo la facoltà di poter esprimere le proprie opinioni. Grazie alla condivisione del preventivo, offriamo la possibilità ai colleghi di vedere quali sono gli obiettivi che devono raggiungere e comprendere perché quegli obiettivi sono stati dati. La presentazione del preventivo sarà un'occasione anche per i capi per misurarsi con la gestione della partecipazione. È un cammino non semplice che abbiamo intenzione di percorrere fino alla fine.

Grazie Michele e buon lavoro



Discutiamo insieme il budget della Cooperativa



Il budget è il fulcro vitale della nostra Cooperativa e per questo motivo Unicoop Firenze ha deciso di condividere con i tutti i suoi lavoratori il processo di elaborazione di budget. Attraverso un piano strutturato di riunioni, avremo la possibilità di conoscere e discutere – ciascuno nell'ambito delle proprie competenze e del proprio ruolo – gli obiettivi che la Cooperativa prevede di raggiungere.

Il budget è un **mezzo di diffusione e crescita della cultura d'impresa**, che consente di trasmettere i messaggi di indirizzo delle politiche aziendali a tutti i livelli della struttura organizzativa. Pur non avendo competenze in materia contabile, la sua importanza è facilmente intuibile. Basta pensare al budget familiare con cui tutti noi facciamo i conti. Nella nostra impresa familiare tiriamo le somme partendo dai risultati contabili dell'anno precedente e, dopo una verifica delle vecchie voci di spesa, le proiettiamo nell'anno corrente, se presumiamo di ripeterle, per poi in-

tegrarle con le nuove spese che prevediamo di dover sostenere. Avere chiari gli obiettivi ci responsabilizza nel decidere sulle spese e ci facilita le previsioni. Semplificando, un'impresa è mossa dalle stesse valutazioni di una famiglia nel costruire la sua previsione contabile.

Il budget consente di individuare **gli obiettivi da raggiungere e la strada da seguire**, guidando l'organizzazione nell'attuazione di piani e di programmi (funzione di direzione), affinché i comportamenti organizzativi siano il più possibile coerenti con gli obiettivi fissati (funzione di controllo e gestione). Il budget è frutto delle scelte strategiche dell'impresa e strumento di implementazione e controllo delle stesse.

Così come accade per il nostro budget familiare, ognuno di noi concorre al raggiungimento degli obiettivi della Cooperativa indicati nel budget. Per questo ognuno di noi deve sapere dove la Cooperativa vuole arrivare e le strade che ha deciso di percorrere.

Cosa ci ha dimostrato il 40° anniversario

L'iniziativa per festeggiare il **40° anniversario di Unicoop Firenze** – 40 prodotti a marchio Coop con il 40% di sconto per 40 giorni – si è chiusa a dicembre 2013 con grande successo. Oltre agli ottimi risultati sotto il profilo economico, ha generato un effetto fidelizzante, dimostrato dai dati del mese di gennaio 2014. L'iniziativa ha permesso di migliorare l'utile commerciale, grazie al boom dei **prodotti a marchio Coop** rispetto allo scorso anno: **+119%** (trend del valore vendite) e **+190%** (trend delle quantità vendute).

Insieme all'aumento delle vendite dei prodotti a marchio Coop, caratterizzati dall'eccellente rapporto qualità/prezzo, abbiamo riscontrato una diminuzione dei prodotti di marca e di primo prezzo. Quest'ultimo dato dimostra che abbiamo offerto a molti consumatori – orientati a causa della crisi sui prodotti più economici – la **possibilità di acquistare beni di qualità senza incidere negativamente sul proprio budget di spesa.**

Un sostegno alle famiglie che rivendichiamo con orgoglio.



COLLEZIONAMENTO: dopo Ginori, Frette e Broggi, tocca a RCR

Dopo l'ottima accoglienza delle tre precedenti attività di collezionamento – Ginori, Frette e Broggi – è adesso la volta di **RCR Cristalleria Italiana**. Il nuovo collezionamento, con cui Unicoop Firenze riprende e completa il tema della tavola, è partito il 6 febbraio e continuerà **fino al 28 maggio**.

Il progetto di fidelizzazione in corso è perfettamente aderente ai valori di Unicoop Firenze. Prima di tutto, il legame con il territorio: RCR è un **marchio storico toscano**, una importante realtà produttiva della nostra regione con sede in Colle Val d'Elsa. Poi, l'ecosostenibilità, che da sempre sta a cuore alla Cooperativa. RCR è all'avanguardia nello sviluppo sostenibile e nel **rispetto ambientale**, basti pensare che ricicla internamente oltre il 99% del rottame vetroso prodotto.

Per il collezionamento, all'interno dell'ampia produzione RCR è stata scelta la linea **Armonia**: sia perché è una linea interamente prodotta in

Toscana, negli stabilimenti di Colle Val d'Elsa, sia perché è realizzata in **Luxion**, l'innovativo materiale ecologico creato dai laboratori RCR. Anche le confezioni dei prodotti – i calici, i bicchieri, la brocca per l'ossigenazione del vino – sono ecologiche, in cartone riciclato.

Il collezionamento è affiancato da **attività collaterali** e si sposa perfettamente con la promozione dei vini. In tutti i punti vendita Unicoop Firenze è disponibile il volume **"Incontri a tavola"** che contiene 41 ricette suddivise per ogni stagione dell'anno e approfondimenti sui vini da abbinare. Prezzo: 19,90 euro per i clienti, 9,90 euro per i soci. Inoltre, presso uno stand all'interno di alcune delle nostre gallerie commerciali, un sommelier presenta i vini in promozione e invita alla degustazione, consigliando gli abbinamenti gastronomici e i calici RCR da usare.

Se non le hai ancora ricevute, chiedi al tuo direttore le **faq**: troverai tutte le risposte che cerchi sul collezionamento RCR.

**NATURALMENTE
TOSCANO**

Collezione
Calici e Bicchieri

RCR
CRISTALLERIA
ITALIANA

LUXION

Dal 6 febbraio 2014

unicoopfirenze

Unicoop Firenze, da sempre nel segno dell'ecosostenibilità

La sensibilità verso l'ambiente è in crescita. I comportamenti diventano più responsabili ed "essere green", per così dire, è oggi uno status di cui andare fieri. Una tendenza positiva, dopo che, per molto tempo, i nostri stili di vita hanno continuato a ignorare il conto che l'ambiente prima o poi ci avrebbe presentato.

Unicoop Firenze ha sempre avuto in mente l'ambiente, ben prima che la sostenibilità ambientale divenisse un tema caldo dei media e dell'opinione pubblica. È nella

missione stessa della Cooperativa **"fornire prodotti e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili, tutelando nel contempo la salute e la sicurezza, e rispettando l'ambiente"**.

Gli **shopper in Mater-Bi**, che Unicoop Firenze ha introdotto nel 2009, molto prima della scadenza imposta dall'Europa; la campagna nazionale **"acqua di casa"**; l'inserimento dei **detersivi alla spina** nei punti vendita; il recupero degli oli esausti (**progetto Olly**); gli **impianti fotovoltaici** su magazzini e punti vendita; l'uso di **lampade a led**; gli armadi, le vasche e i ripiani surgelati **ermetici** che consumano meno: ecco alcune delle azioni più importanti che la Cooperativa sta portando avanti. Dobbiamo sentirci appagati? Certamente no.

Ma l'impegno di tutti noi va nella direzione giusta: migliorare costantemente le nostre pratiche, contribuendo alla tutela ambientale.

L'ultima azione in questa direzione è **l'introduzione dei sacchetti e dei guanti per frutta e verdura in Mater-bi**: un progetto che fa di Unicoop Firenze la prima catena di Grandi Supermercati in Italia a utilizzare esclusivamente materiale in Mater-Bi nel reparto Ortofrutta.



La nostra spesa non è a spese dell'ambiente



Nei nostri reparti Ortofrutta consumavamo ogni anno oltre 120 milioni di sacchetti e 40 milioni di guanti: **360 tonnellate** di materiale plastico non compostabile. Abbiamo pensato che, se questi sacchetti fossero stati biodegradabili, compostabili e riutilizzabili a casa per raccogliere i rifiuti organici, l'ambiente ne avrebbe tratto vantaggio. Idem per i guanti, reintroducendoli come materia seconda rigenerata, chiedendo al cliente di gettarli in un apposito contenitore dopo l'uso.

Dopo una fase di sperimentazione, **stiamo progressivamente sostituendo i vecchi sacchetti con i sacchetti in Mater-Bi nei reparti Ortofrutta di tutti i punti vendita**. E dal mese di luglio, l'attuale guanto sarà sostituito con una versione a rotolo, per consentire di prenderne un solo pezzo alla volta, riducendo gli sprechi. Inoltre, i guanti saranno riciclati per diventare "materia seconda rigenerata".

I partner in questa operazione sono il fornitore **I.P.T. di Scarperia**, Cooperativa del nostro territorio che in questo progetto farà importanti investimenti garantendo occupazione, e **Novamont**, che fornisce la materia prima, il Mater-Bi, prodotto con mais proveniente da colture italiane.



Buone pratiche in mostra

Il 21 febbraio a Novoli si è tenuta una conferenza stampa per presentare il progetto shopper in Mater-Bi implementato nel reparto ortofrutta. Nell'occasione è stata inaugurata una **mostra** che vorremmo portare anche in altri dei nostri punti vendita, per comunicare quello che la Cooperativa ha fatto nel corso degli anni in favore dell'ambiente. Si tratta di totem che attraverso delle nuvole spiegano, lungo un cammino guidato, le buone pratiche ambientali realizzate da Unicoop Firenze. Un totem è dedicato a una nuvola speciale, quella dei desideri, dove chiediamo ai soci e clienti dei suggerimenti da scrivere su post-it colorati: un modo partecipato per ricevere proposte o consigli utili.





Investiamo nel nostro futuro: ristrutturazioni e nuove aperture

Anche nel 2014 Unicoop Firenze continua a investire sulla propria rete di vendita. A fronte delle attuali condizioni economiche del mercato, il concetto di sviluppo in Cooperativa si traduce soprattutto nel miglioramento dell'esistente. L'esigenza è quella di rispondere in modo sempre più soddisfacente alle richieste dei soci e consumatori, con strategie commerciali innovative che consentano alla Cooperativa di rimanere leader nel suo mercato di riferimento.

Dopo le ristrutturazioni di **Montecatini Terme, Montevarchi e Sesto Fiorentino** prosegue il processo di conversione degli ipermercati in superstore con i punti vendita di **Lastra a Signa e Cascina**. Mentre Cascina è ormai prossima all'avvio dei lavori, a Lastra a Signa con l'inizio della formazione ai lavoratori è partito il processo di riqualificazione, che prevede un'area di vendita di circa 4.550 metri quadrati, con una sostanziale conferma degli esercizi commerciali e di servizio esistenti e l'inserimento di alcune medie e/o grandi strutture non alimentari. Con questa operazione si renderanno disponibili spazi considerevoli da destinare ad attività terze non alimentari molto attrattive. All'interno dell'area vendita, sono previsti

cambiamenti in tutti i reparti: per citarne alcuni, ci sarà l'inserimento del forno a vapore in forneria, della gelateria nell'area stuzzicami, del banco a taglio in macelleria, di un banco per le vendite caratterizzate nel reparto gastronomia e molto altro.

Intanto, sono pronti a trasferirsi nella nuova struttura, la cui apertura è prevista il prossimo aprile, i lavoratori del punto vendita di **Certaldo**. A loro è stata dedicata la convention del 6 marzo durante la quale il vicepresidente Michele Palatresi e il responsabile vendite super e minimercati Marcello Giachi hanno presentato le caratteristiche principali del nuovo punto vendita, progettato in collaborazione con l'architetto Lucchetta. Particolare attenzione è stata dedicata al tema della sostenibilità ambientale, con la chiusura dei banchi frigo, l'inserimento nell'assortimento di prodotti sfusi per limitarne gli imballi, un ampio uso di finestre per ridurre l'uso di energia elettrica.

Una grande novità è rappresentata dal superamento del concetto di piazza dei freschi in favore di una **piazza del mercato**, dentro la quale convivono varie merceologie sia fresche che di generi vari e su cui si affacciano i reparti serviti. E ancora: la valorizzazione

dei prodotti del territorio nella proposta commerciale, e banchi dei freschi con layout innovativi per esaltare la sensazione del mercato. Un punto vendita che ci permette di sperimentare soluzioni nuove al servizio dei nostri soci e clienti, divenendo anche luogo di relazione e convivialità.

Il raggiungimento degli obiettivi che la Cooperativa si

è data è possibile soltanto grazie ad attività integrate: per questo tutti gli interventi strutturali sui punti vendita sono affiancati dalla **formazione professionale** e da **attività di comunicazione interna** che puntano al coinvolgimento del personale attraverso la loro partecipazione alle attività gestionali e lo sviluppo delle relazioni sia interne che verso i soci e clienti.

Novoli sfilava da vincitore sul *red carpet* di EuroShop 2014

Coop.fi di Novoli continua a mietere consensi e riconoscimenti. Questa volta è Dusseldorf a premiarlo, riconoscendolo come un **nuovo modello di mercato contemporaneo**, capace di esprimere valori innovativi nel modo di concepire il retail.

L'ambitissimo premio è stato consegnato domenica 16 febbraio 2014 in occasione della Gala di apertura del **congresso mondiale Euroshop**, l'evento triennale nel quale si danno appuntamento i decision maker del retail per capire quali saranno le tendenze del futuro. La concorrenza era quanto mai ampia e qualificata. Coop.fi di Novoli si misurava con **oltre 100 progetti selezionati** provenienti da tutto il mondo, ed è stato premiato ex aequo con lo store Puma di Osaka (Giappone) e il department store Simons dello shopping center West Edmonton Mall (Canada).

A ritirare il premio per Unicoop Firenze sono stati **Stefano Cesari**, direttore settore tecnico, e **Luca Braccesi**, primo direttore di Novoli e oggi responsabile vendite freschi grandi strutture. Insieme a loro, l'architetto **Paolo Lucchetta** e il suo Retail Design Studio.

Cosa rende Novoli un nuovo modello di mercato contemporaneo? Prima di tutto, con Coop.fi di Novoli il supermercato diventa uno **spazio aperto a tutti** per eventi sociali, dibattiti e incontri culturali. Poi, c'è da sottolineare la **centralità delle filiere del cibo**, con la presenza di isole gastronomiche. E ancora, il **laboratorio del gusto**, lo spazio di ristorazione sopra il mercato che vede lo chef scendere ogni giorno nel negozio per acquistare gli ingredienti che utilizzerà per i piatti del menù quotidiano...

Coop.fi di Novoli: bello da vedere e da vivere.



Ogni voto è prezioso

Dal 10 al 15 marzo si svolgeranno presso i nostri punti vendita le **votazioni per i consigli delle sezioni soci**, per eleggere oltre settecento consiglieri. I consiglieri delle sezioni soci sono la base del sistema rappresentativo della cooperativa allo scopo "di mantenere vivo e di consolidare tra i soci il vincolo associativo proprio dell'organizzazione cooperativa, di instaurare e coltivare rapporti organici tra gli organi sociali della cooperativa e la collegialità dei soci, di stimolare un attivo interessamento e una democratica partecipazione dei soci alla vita dell'impresa cooperativa..." (dall'art. 23 dello Statuto).

Si tratta di un momento di partecipazione importante che dovrà coinvolgere migliaia di soci e numerosi lavoratori. Un'organizzazione impegnativa anche per il presidio dei seggi durante le votazioni.

Può sembrare che 50/60.000 soci rappresentino una partecipazione modesta rispetto al totale che, lo ricordiamo, ha oltrepassato la soglia di 1.200.000 soci. Non è così. Non ci sono altre organizzazioni o enti che riescano a coinvolgere così tante persone, proprio ora che la voglia di partecipare è ai minimi storici. Eppure, fra noi e per noi, ci sono migliaia e migliaia di soci che sentono l'appartenenza alla

Cooperativa e contribuiscono a renderla più forte.

I candidati consiglieri intendono dedicare il proprio tempo e la propria attenzione a Unicoop Firenze senza esserne dipendenti né ricevere nessun vantaggio pratico. Anzi, si sottopongono anche ad una votazione che vedrà eletti alcuni e altri no.

Dobbiamo essere grati ai consiglieri delle sezioni soci: partecipano alle riunioni, danno presenza nello spazio soci, realizzano eventi e incontri per coinvolgere la base sociale, per arricchire la cultura e la conoscenza delle persone.

Anche questa è la distintività della Cooperativa, che nessuna impresa privata può imitare.



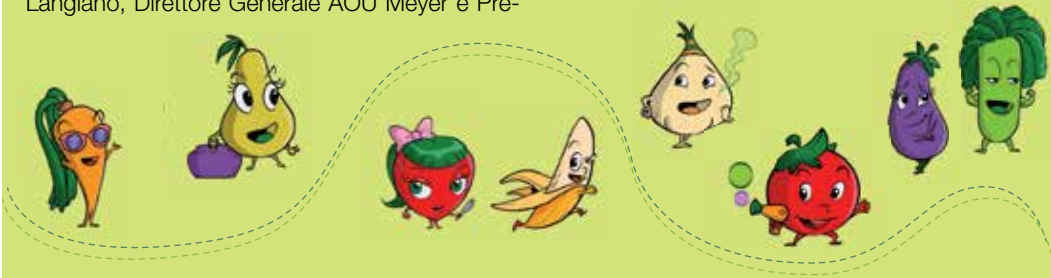
10-15 marzo 2014



150.000 euro al Meyer grazie ai Vitamini

Oltre un milione di vitamine consegnati e più di 40.000 libri venduti, numeri che tradotti in beneficenza diventano 150.000 euro. È questo l'importo dell'assegno che Unicoop Firenze consegnerà il 26 marzo al **Meyer** nelle mani di Tommaso Langiano, Direttore Generale AOU Meyer e Pre-

sidente Fondazione Meyer. La somma servirà a finanziare l'acquisto di una RetCam3, un sistema digitale grandangolare che permette l'acquisizione di immagini retiniche nei piccoli pazienti e il loro confronto nel tempo.



Variazione dei tassi di interesse sul prestito sociale

La Cooperativa per un lungo periodo ha deciso di non variare i tassi di interesse, pur in presenza di una loro costante riduzione sul mercato. Soltanto quando questa tendenza si è consolidata, con scarse aspettative di rialzo, è intervenuta per modificarli.

Ci preme sottolineare che i tassi netti delle due forme di prestito sociale offrono ancora una buona remunerazione, anche in considerazione della garanzia che offrono al socio prestatore, sia per la solidità patrimoniale della Cooperativa, sia per l'assenza di spese aggiuntive.

Scheda di Prestito

DECORRENZA DAL 3 FEBBRAIO 2014



Tasso di interesse Lordo	1,30%
Ritenuta Fiscale del 20,00%	0,26%
Tasso di interesse Netto	1,04%

Deposito vincolato

DECORRENZA DAL 17 FEBBRAIO 2014



Tasso di interesse Lordo	2,20%
Ritenuta Fiscale del 20,00%	0,44%
Tasso di interesse Netto	1,76%

Per quanto riguarda il deposito vincolato siamo in presenza della prima variazione in diminuzione del tasso: **i titolari del deposito vincolato possono chiedere il recesso entro 60 giorni dal 17 febbraio 2014.**

In mancanza di tale richiesta considereremo approvata la variazione in continuità di contratto.

Te lo spiega lo chef sull'Informacoop



L'informacoop, la trasmissione televisiva di Unicoop Firenze disponibile sul canale youtube della Cooperativa, www.youtube.com/unicoopfirenze, propone servizi su argomenti e prodotti commerciali che riguardano la rete di vendita. Le varie puntate prevedono visite ai fornitori, interviste ai category e ai responsabili commerciali. Nei prossimi appuntamenti, per citarne alcuni, Fabio Pelagotti parlerà dei nuovi sacchetti in Mater-Bi nei reparti Ortofrutta, Andrea Timpano illustrerà il nuovo collezionamento e Michele Palatresi spiegherà la nuova campagna convenienza.

Da gennaio, inoltre, è partita la nuova rubrica bimestrale "Il laboratorio del gusto" che prevede due servizi abbinati condotti dallo chef Diego Spatari Tironi: nel primo servizio lo chef ci porta in visita da un fornitore toscano di Unicoop Firenze e, a seguire, va alla

scoperta del prodotto in punto vendita, dove i nostri category forniscono informazioni e curiosità sul prodotto in vetrina.

Il secondo servizio porta il prodotto direttamente nel piatto, con la realizzazione della ricetta in cucina. Tutti i piatti presentati, dall'antipasto al dolce, si caratterizzano per la semplicità di realizzazione, unita alla creatività degli abbinamenti e alla presentazione artistica e sempre molto originale del piatto.

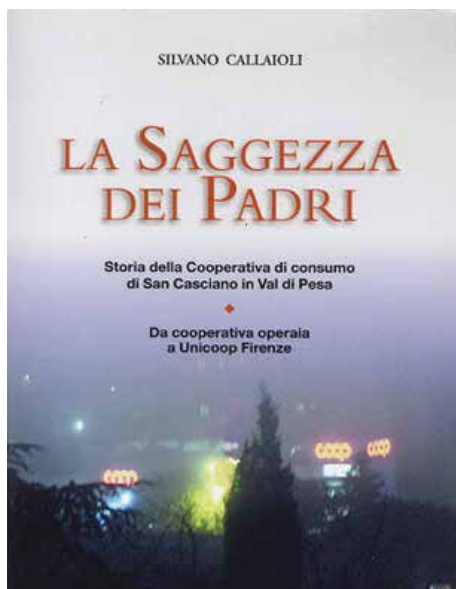
Il ciclo di puntate presenta sei prodotti utilizzati per sei menù realizzati dallo chef e scelti con il nostro responsabile dei freschi Fabio Pelagotti.

La puntata di marzo sarà dedicata ad alcune eccellenze della linea fior fiore Coop prodotte dall'azienda toscana Copaim con sede a Montecatini.

Una storia che è parte di noi

Publicato nel novembre 2013, il libro "**La saggezza dei padri**" di Silvano Callaioli è disponibile nei punti vendita di Unicoop Firenze dove è presente lo scaffale Toscana da leggere. Callaioli racconta gli avvenimenti più importanti della **cooperativa di consumo di San Casciano in Val di Pesa**, nata nel 1905. Una storia di donne e uomini che, guidati dalla ferma convinzione che il modello cooperativo avrebbe dato un contributo fondamentale alla democrazia, portarono la loro cooperativa all'interno di Unicoop Firenze, resistendo al fascismo e alla guerra. Una storia che è parte di noi.

Martedì 18 marzo, alle ore 21, i lavoratori del punto vendita Unicoop Firenze di San Casciano in Val di Pesa festeggeranno l'uscita del libro con una cena organizzata presso la Casa del Popolo di via dei Fossi.



Il primo giorno non si scorda mai

“Avevo ancora i capelli quando...”, “Il telefono squillò all’improvviso...”, “Era la primavera del 2002...”: sono alcuni degli incipit tratti dal libro **“Entrai di martedì...”**, che raccoglie i racconti di molti nostri colleghi sul loro primo giorno in Cooperativa.

Pagine emozionanti, perché dense di paure, speranze, ansia, entusiasmo. Ricordi che invitano ciascuno di noi a rivivere la propria storia in Unicoop Firenze. Il volume, a cura dell’**Associazione Claudio Pierini vive**, è in uscita questo mese.

Associazione Claudio Pierini vive

Entrai di martedì



Fotografia del primo giorno in azienda

Promozioni al Puccini e al Mandela

Promozioni di marzo al Puccini

venerdì 14 marzo ore 21.00

Theater Mogul presenta Maurizio Colombi in

Caveman – l’uomo delle caverne

di Rob Becker - regia di Teo Teocoli

Prezzo intero € 25.30

Prezzo ridotto per i dipendenti

Unicoop Firenze € 16.00

fino ad esaurimento posti

sabato 22 marzo ore 21.00

Sosia & Pistoia presenta

Massimo Carlotto in Crime Stories

(ovvero fiction e realtà a confronto) con la partecipazione straordinaria del “Testimone” e con Maurizio Camardi - regia di Giorgio Galione

Prezzo intero € 23.00

Prezzo ridotto per i dipendenti

Unicoop Firenze € 16.00

fino ad esaurimento posti

Promozioni al Nelson Mandela Forum

13 marzo Ore 21.00

ELISA

Prezzo intero

secondo settore numerato € 59,50

(comprensivo di prevendita e over commission)

Prezzo ridotto per i dipendenti

Unicoop Firenze € 25.00

1 aprile Ore 21.00

CLAUDIO BAGLIONI

Prezzo intero terzo settore numerato € 59,50

(comprensivo di prevendita e over commission)

Prezzo ridotto per i dipendenti

Unicoop Firenze € 30.00

Prezzo intero quarto settore numerato € 48,00

(comprensivo di prevendita e over commission)

Prezzo ridotto per i dipendenti

Unicoop Firenze € 20.00

Per ogni spettacolo, ogni lavoratore potrà acquistare fino ad un massimo di 2 posti presentandosi presso i punti vendita Box Office del Circuito Unicoop Firenze con il proprio badge aziendale.



Dal 24 aprile al 1° maggio si svolgerà la 78esima **Mostra Internazionale dell'Artigianato** presso la Fortezza da Basso di Firenze.

Unicoop Firenze partecipa per il terzo anno con il suo stand. Insieme ai prodotti della nostra linea fior fiore, il tema quest'anno sarà quello delle arti e dei mestieri del nostro territorio: ospiteremo alcuni dei nostri fornitori toscani. Per scoprire direttamente dai produttori la storia di alcuni prodotti che arrivano nei nostri scaffali.

Presente come nostra **ospite anche RCR**, l'azienda di Colle Val d'Elsa protagonista del collezionamento in corso.

Al centro dei nostri spazi espositivi anche **le buone pratiche ambientali della Cooperativa**.

Vi aspettiamo!

