

Copertina realizzata da Caterina Caselli del Superstore di Cascina

unicoopfirenze

#### INTERVISTA A CLAUDIO VANNI

Responsabile Relazioni Esterne  
Unicoop Firenze

#### INCHIESTA ALTROCONSUMO

Da noi una famiglia risparmia  
600 euro l'anno

#### LE NOSTRE INIZIATIVE

Prodotto a marchio Coop  
protagonista della nostra missione

#### BIOLOGICO

Un trend sempre in crescita  
e da noi parte il "Modello Cascina"

#### LETTERE AI SOCI

Puoi diventare giornalista  
scrivendo ai nostri Soci

#### SOLIDARIETÀ

Tante iniziative con i nostri  
colleghi protagonisti

# La nostra missione a tutela del consumatore

# Intervista a Claudio Vanni, Responsabile delle Relazioni Esterne



***Partiamo dall'inchiesta di Altroconsumo, uscita poche settimane fa, che ci vede ancora una volta primi in convenienza rispetto alle principali insegne nazionali.***

Essere leader in convenienza, come abbiamo sempre cercato di fare, è lo scopo principale della Cooperativa. Nasciamo in primo luogo per sostenere i bilanci delle famiglie, cercando di dare sempre il miglior prodotto al miglior prezzo. In questo la Cooperativa è sempre stata capofila, costringendo anche i suoi concorrenti ad abbassare i prezzi, sostenendo così gli interessi dell'intera comunità. Qualcuno potrebbe dire che "è l'effetto benefico della concorrenza"; io dico: **"è l'effetto di un'im-**

**presa sociale che opera sul mercato"**.

**Come si sta muovendo la Cooperativa per mantenere il primato che ha sempre avuto?**

Continuando a fare quello che abbiamo sempre fatto: attraverso le nostre politiche commerciali di sostegno alle famiglie. A tal proposito, nei prossimi giorni ci sarà un'importante iniziativa relativa all'abbassamento dei prezzi su moltissimi prodotti della spesa quotidiana a marchio Coop. Questo è un vero e proprio evento di carattere sociale, pienamente coerente con la nostra missione e i nostri valori. A mio avviso è il modo migliore per essere a fianco di tutte quelle persone che stanno vivendo un periodo di grande difficoltà economica.

Inoltre, stiamo intervenendo sulle nostre strutture di vendita mediante ristrutturazioni che ci consentano di offrire un servizio sempre migliore ai nostri Soci e clienti. Ma tutto questo serve a poco se non possiamo contare sulle due grandi risorse della Cooperativa: i nostri lavoratori e tutti i nostri Soci e le sezioni

che sono il veicolo dei nostri valori, della nostra distintività.

**Come vediamo anche dall'infografica, i numeri della Cooperativa sono molto importanti e fotografano la realtà di oggi. Come possiamo fare per consolidarli domani?**

I numeri sono grandi e testimoniano la solidità della nostra Cooperativa. Sappiamo però che dietro a tutto ciò ci sono persone, storie, relazioni che hanno caratterizzato Unicoop Firenze. Dobbiamo partire dai lavoratori, dalle sezioni Soci, dal contesto in cui siamo presenti.

Fino all'8 novembre stiamo facendo un turno di assemblee per dare i numeri della presenza della Cooperativa nel territorio. **Trentotto assemblee** dove stiamo cercando di rappresentare la storia economica e sociale dei territori in cui si collocano i punti vendita e le sezioni Soci. Nelle assemblee finora svolte sono intervenuti imprenditori, sindacalisti, amministratori e lavoratori che hanno raccontato come sono cambiati la società e il territorio.

L'intento è quello di **far comprendere il ruolo che Unicoop Firenze svolge rispetto al luogo in cui opera** e avvicinare sempre di più i Soci alla loro Cooperativa. Questo è l'orizzonte verso cui dobbiamo muoverci.

### Che indicazioni può darci, quindi, per affrontare il futuro?

Penso che oggi l'impresa cooperativa sia quanto di più moderno esista nel panorama economico e sociale. In occasione delle assemblee che stiamo facendo abbiamo raccolto alcune testimonianze, fra cui quella del presidente della Camera di Commercio di Firenze, secondo cui "Unicoop Firenze è sicuramente un modello di impresa perché ha saputo coniugare gli aspetti imprenditoriali più legati al business con quelli sociali ed è riuscita in sostanza a rappresentare al meglio gli interessi della comunità nel suo insieme". Ecco, noi non dobbiamo mai smarrire questo orizzonte, perché è quello che ci rende diversi degli altri.

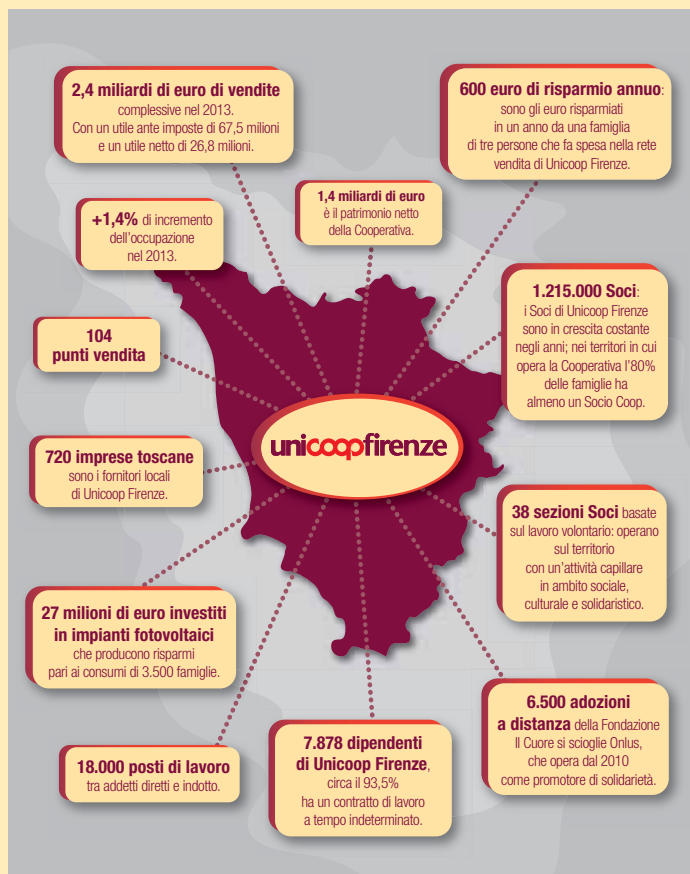
Poi, naturalmente, ci sono gli aspetti più legati alla gestione e su questo ci sono tre temi: **sviluppo, efficienza, relazione**. Abbiamo ancora opportunità di sviluppo che non si traducono solo in nuove aperture ma anche in format diversi, andando a prendere nuovi mercati e a sottrarre quote di mercato ai cosiddetti specialisti del settore. Dobbiamo migliorare i nostri processi lavorativi

contenendo i costi. Dobbiamo sicuramente fare squadra tra sedi, reti, magazzini e sezioni soci, così come tra addetti e dirigenti. **Dobbiamo essere noi i primi sponsor della Cooperativa**, vivendo con passione e con orgoglio il nostro lavoro, la nostra impresa. **Deve aumentare il senso di appartenenza** alla nostra impresa: chiediamoci tutti cosa possiamo fare singolarmente e poi come possiamo portarlo all'esterno. Ciò conta molto più di qualunque manifesto pubblicitario.

C'è infine una parola che tutti dobbiamo ricordare: "**fidu-**

**cia**". Numerose indagini ci dicono che il livello di fiducia che i nostri Soci hanno verso la Cooperativa è elevato: l'abbiamo conquistata grazie al lavoro di tutti, a partire da chi lavora nei punti di vendita, ma non dobbiamo mai dimenticare che la fiducia non è mai conquistata per sempre e che, in una società così complessa come quella di oggi, corriamo sempre il rischio che sia messa in discussione da atteggiamenti poco coerenti con la storia della nostra Cooperativa.

**Grazie, Claudio.**



# Da noi una famiglia risparmia 600 euro l'anno

L'inchiesta di Altro Consumo vede ancora una volta Unicoop Firenze leader di prezzo rispetto alle principali insegne nazionali

## ALTROCONSUMO

Unicoop Firenze risulta prima in convenienza in tre province toscane (Firenze, Pisa e Pistoia) su quattro rilevate da Altroconsumo. Le nostre politiche di prezzo, volte a tutelare il potere di acquisto, ancora una volta ci premiano, ma soprattutto premiano i nostri soci e clienti che quotidianamente ci danno fiducia.

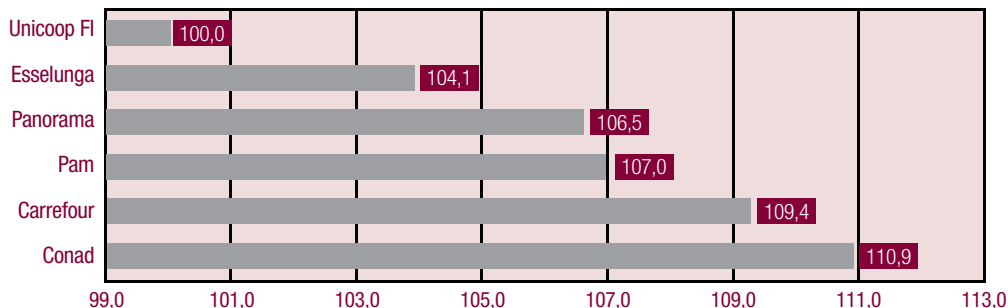
In termini di spesa, comprando lo stesso paniere di prodotti, **una famiglia nei nostri punti vendita risparmia in un anno circa 600 euro rispetto a chi fa la spesa nella media degli altri super e iper italiani**. Se consideriamo le imprese rilevate da Altroconsumo con almeno dieci punti vendita, Unicoop Firenze si colloca addirittura al primo posto nella graduatoria

di convenienza nazionale (un primato che si ripete da molti anni).

Questa inchiesta è uno stimolo a fare sempre di più e conferma quanto è scritto nella nostra missione: fornire ai Soci prodotti e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili. Nonostante tante difficoltà derivanti da un periodo di crisi, l'impegno della Cooperativa è sempre quello di rispondere con azioni concrete e iniziative importanti, tese a sostenere il potere d'acquisto dei nostri Soci.

Unaltrodatorelvanteriguardalafunzioneche svolge la Cooperativa nel tessuto economico e sociale rispetto al calmieramento dei prezzi. Infatti, dall'indagine si rileva che **i nostri principali concorrenti praticano prezzi maggiori nelle piazze in cui non siamo presenti**.

Indici Di Prezzo Unicoop Firenze vs principali insegne concorrenti a livello ITALIA  
(fonte: media degli indici rilevanti da Altroconsumo 2014, m base Unicoop Firenze = 100)



# Panoramica sulle nostre iniziative commerciali

La coerenza con la nostra natura d'impresa è il tratto fondamentale delle scelte di Unicoop Firenze

Sono tantissime le nostre azioni commerciali a sostegno del potere d'acquisto dei nostri Soci e clienti e a difesa delle nostre quote di mercato, specialmente dove la concorrenza è più agguerrita.

Le iniziative commerciali che hanno come attore protagonista il **marchio Coop** stanno seguendo un filo logico che cercheremo di spiegare.

Il 1° marzo è partita la campagna della "**Convenienza schiacciante**", che ha previsto lo sconto del 30% su una selezione di prodotti a marchio Coop. Questa campagna ha avuto uno sviluppo di 5 mesi, con l'obiettivo di far conoscere il marchio e fidelizzare i nostri soci. Dallo sconto del 30% su alcuni prodotti siamo passati a una promozione che ha interessato tutti i prodotti a marchio: è il caso dello "**Scegli tu**", dove, ad esempio nel mese di settembre, il socio aveva la libertà di applicare lo sconto su oltre 1.500 articoli Coop.

Dopo aver fidelizzato e fatto conoscere i prodotti a marchio, nei prossimi giorni prenderà il via una campagna molto importante che riguarderà **l'abbassamento dei prezzi su tutti i prodotti Coop, per sempre**. È un'iniziativa commerciale di carattere sociale che si inserisce proprio nell'ottica di tutela del potere di acquisto delle famiglie.

Continuano forti iniziative promozionali dedicate alle grandi marche (ad esempio lo "Scegli tu" di ottobre) e iniziative di fidelizzazione come il collezionamento delle pirofile firmate **Schott Wisel** che ha l'obiettivo di sostenere le aree dove la concorrenza si fa sentire e difendere le quote di mercato.

I punti vendita aderenti all'iniziativa sono: Ipercoop Arezzo, Figline Valdarno, Firenze Gavinana, Firenze Ponte a Greve, Lastra a Signa, Lucca, Montevarchi (Superstore), Sansepolcro, Arezzo (Super), San Giovanni Valdarno, Calenzano, Lucca Arancio e l'Incoop di Montevarchi.

**Convenienza schiacciante**  
-30%  
SU 500 PRODOTTI A MARCHIO COOP  
PER I NOSTRI SOCI

**SCEGLI TU**  
SOLO PER I SOCI DI UNICOOP FIRENZE  
DAL 1 OTTOBRE  
RITIRA I BUONI SCONTO DEL 30%  
DA UTILIZZARE DAL 16 AL 31 OTTOBRE  
SU PRODOTTI A SCELTA DELLE  
GRANDI MARCHE

**SPECIALE COLLEZIONE PIROFILE  
SI FANNO IN 4 PER TE!**  
DAL 4 OTTOBRE AL 10 NOVEMBRE  
OGNI 40€ DI  
CON L'AGGIUNTA  
POTRAI

**Tweetcoop**  
"Rispetto alle innumerevoli sfide che il contesto di mercato ci mette di fronte quella più accattivante che ci troviamo ad affrontare è con noi stessi: domandiamoci ogni giorno cosa possiamo fare noi per la nostra Cooperativa"

@michelepalatresi, 24 Settembre 2014

L'altro evento sono le pentole firmate **TVS** che rispondono all'esigenza di offrire ai Soci prodotti di alta qualità alle migliori condizioni.

Fino al 31 dicembre, in tutti i Super e Superstore di Unicoop Firenze, nell'ambito della promozione "Doppio valore ai tuoi punti" riservata ai Soci, è possibile acquistare questi bellissimi prodotti, tutti Made in Italy. L'iniziativa si avvale anche del canale online PiùScelta, dove i Soci possono trovare tutti i prodotti che non sono presenti nel punto vendita.

La linea Gran Gourmet si fregia dell'esclusiva tecnologia Quarzotek Pro. Sette strati di rivestimento rinforzato con particelle minerali, per performance professionali:

Lunga durata.

Cottura perfetta e salutare.

Superficie antiaderente ultrasensibile a prova di forchetta.

Resistenza totale in lavastoviglie.

Facile pulizia della superficie di cottura.

Garanzia in caso di intolleranze e allergie al nickel.

Non contiene PFOA, né metalli pesanti.

**tvS** l'ispirazione è ovunque

**Gran Gourmet**  
Ai fornelli come un grande chef

**Parola di Cracco!**

Prova le imbattibili pentole TVS firmate **Carlo Cracco**.

**DOPPIO VALORE AI TUOI PUNTI.**  
Collezione la linea di alta-antiaderenti TVS firmata da Carlo Cracco.

**PRIMO APPUNTAMENTO: OTTOBRE**

**7 STRATI: ancora più resistente!**

Scopri la nuova gamma e completa la tua collezione

**piùscelta**

**\*Solo nei supermercati e superstore Unicoopfirenze dal 1 ottobre al 31 dicembre 2014**

# Tutti insieme si cambia

Ristrutturazioni dei punti vendita. Molte novità, anche grazie alla partecipazione dei lavoratori

Tempo di ristrutturazioni per molti dei nostri punti vendita. Lastra a Signa, Bientina, Quarrata, San Miniato, Coverciano, Ponte a Greve e a breve anche l'Iper di Arezzo. L'obiettivo è offrire servizi migliori al passo con i tempi. La partecipazione e il coinvolgimento dei lavoratori sono importanti. Ecco perché, prima di iniziare il processo di ristrutturazione, la Cooperativa sta raccogliendo il parere di tutti, grazie a un questionario

che consente a ogni lavoratore di esprimere il proprio parere e offrire spunti per migliorare il lavoro quotidiano. Totalmente rinnovato, il **punto vendita di Cascina** presenta aspetti nuovi e interessanti, valorizzati da una serie di iniziative commerciali.

Nell'ottica di un incremento delle vendite sono stati creati buoni sconto di 10 euro spendibili ogni 50 euro di spesa. Questi buoni sono per tutti, Soci e non.



È stato allestito uno **spazio totalmente dedicato ai prodotti biologici**, dai generi alimentari ai salumi e latticini, dai freschissimi all'ortofrutta sfusa, che risponde alla domanda di un settore in forte crescita. I prezzi sono il più possibile contenuti per rendere il biologico accessibile a tutti. Per cogliere ulteriori opportunità, che derivano dal settore non alimentare, **sono state installate diverse postazioni del servizio PiùScelta**. In ciascuna di esse, sugli schermi dei totem interattivi, il cliente ha a disposizione il catalogo con le offerte e ha l'opportunità di poter acquistare



subito. Infine, per andare incontro alle esigenze dei nostri Soci, fino al 31 dicembre chi fa la spesa con il Salvatempo ha 10 punti in più sul totale della spesa.

# Forse non tutti sanno che...

RUBRICA

*...da dodici anni, il trend dei prodotti biologici è in continua crescita\**

Nei primi cinque mesi del 2014, i **prodotti biologici** hanno fatto registrare un balzo in valore del **17,3%** rispetto allo stesso periodo del 2013.

Le superfici coltivate con il metodo bio sono pari a 1.317.177 ettari: +12,8% sul 2012.

**L'Italia è leader in Europa per l'esportazione** di prodotti bio: il valore dell'export supera 1 miliardo di euro.



Periodo in anni



I consumi di alimenti biologici sono in continua crescita anche nelle mense scolastiche. Qui l'aumento è stato addirittura del 50% in 5 anni.

Dal 2009 al 2013, a livello nazionale, la linea **Vivi Verde Coop** – che raccoglie più di 400 prodotti dall'alimentare alla chimica, all'insegna della sostenibilità ambientale – è cresciuta del 70%, superando nell'ultimo anno il +12%.



Questi dati evidenziano un **forte aumento di interesse**, informazione, attenzione e quindi domanda da parte dei consumatori. Il bio, infatti, non è solo alimentazione: è anche cultura, territorio, innovazione, **sostenibilità** ed etica.

\*I numeri forniti dal Rapporto «Bio in cifre 2014» elaborato dal Sinab e da Ismea.

**UNA NUOVA  
RUBRICA**  
DELL' *Informatore*  
E *MYUnicoopfirenze*

# Caro Socio ti scrivo...

*Da gennaio 2015 l'Informatore e MYUnicoop si arricchiscono di una nuova rubrica: "Caro Socio ti scrivo". I giornalisti saremo noi lavoratori.*

La rubrica sarà un raccogliitore di articoli di lavoratori che desiderano raccontare episodi successi a loro stessi nella loro giornata lavorativa.

Hai una storia che ti è capitata e che vorresti raccontare? Un aneddoto carino che ti piacerebbe far sapere? Una risposta a una domanda che ti viene fatta frequentemente? Ti interessi alle attività della sezione Soci e vuoi rendere partecipi gli altri della tua esperienza?

Da ottobre puoi farlo, inviando un breve racconto a:

**[ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it](mailto:ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it)**

La pubblicazione su *Informatore* e *MYUnicoop* avverrà in base ai seguenti criteri:

- **Piacevolezza del racconto**
- **Interesse dell'argomento**
- **Originalità e novità delle informazioni**
- **Utilità delle informazioni fornite**

Gli autori degli articoli pubblicati avranno la firma del pezzo.

**Hai tempo fino a fine novembre per inviare il tuo articolo per i prossimi numeri dell'*Informatore* e del *MYUnicoop***



## *Pensieri, riflessioni, racconti brevi*

*Durante i miei ventuno anni nei vari magazzini d'azienda, spesso, mi è stata rivolta una singolare domanda, forse senza alcuna malizia (riguardo alle lettere di soci e consumatori ospitate su L'Informatore).*

*“Ma, secondo te... saranno vere? Le scrivono all'interno della redazione?”*

*Strano quesito. Una battuta passa e va. L'episodio è accaduto troppe volte e pare quasi sottendere una sorta d'ammirazione per tutti quei colleghi.*

***La paternità di quelle missive è un falso problema, è ovvio che le lettere siano tutte vere!***

*Dare una qualsiasi altra risposta diversa significherebbe attribuire importanza a una questione indecifrabile, come scervellarsi sugli interventi degli aiutanti di Michelangelo o Raffaello per Il Giudizio Universale della Cappella Sistina o le vicine Stanze Vaticane.*

*Non conosco i redattori di quelle pagine, se non per sporadici rapporti epistolari in via telematica. Immagino, però, che siano chiamati mese per mese a confrontarsi con persone sempre più coscienti e informate di fatti e situazioni che le riguardano, compresi sviluppi e conseguenze.*

*Sono quesiti di gente consapevole, insomma, come ormai il consumatore è diventato: eccola, la vera questione.*

*Ma ribaltiamo il meccanismo. Questo foglio vuole informarvi che, dal prossimo numero, darà voce ad alcuni di noi, colleghi e lavoratori, con le nostre lettere indirizzate ai soci.*

*È un esperimento mai tentato prima, in Cooperativa; sarà fatto sull'Informatore e sul Myunicoop*

*Pensieri, riflessioni. E anche racconti, mi è stato ricordato di dirvi.*

*Ma con una raccomandazione, per quest'ultima eventualità: che non scriviate "i promessi sposi". Non basterebbe lo spazio.*

*Leonardo Conti*

# Come si scrive un articolo

Qualche consiglio pratico per i colleghi che abbiano voglia di proporre i loro articoli all'Informatore o al MYUnicoop

01

## Il titolo

Non lo fa chi redige l'articolo, perché è parte integrante dell'impaginazione e dello stile unitario del giornale. Quindi non è il caso che l'autore perda tempo a immaginare titoli. Semmai, finito l'articolo si possono suggerire delle soluzioni. Un titolo dovrebbe essere forte: per vincere la pigrizia a leggere. Nominale: per individuare l'argomento dell'articolo. Breve: altrimenti perde forza suggestiva. Ambiguo: per destare curiosità.

02

## Lo schema

Non si sa mai come iniziare. Per superare questa difficoltà può essere utile tracciare uno schema generale.

1) La notizia principale e meno scontata dell'articolo. Chi legge ha diritto di sapere subito le tesi esposte o le informazioni che riceverà leggendo. 2) Approfondire gli aspetti del punto 1 e citare le fonti. 3) Fare dei cenni sul contesto, sulle tesi contrarie alle nostre o i pregiudizi che si intende confutare. 4) Esporre le proprie conclusioni.

Se si scrive di getto lo schema prestabilito non c'è; in questo caso bisognerebbe individuare le parti in cui si compone e "aggiustarlo". L'uso del computer aiuta (con la funzione "taglia-incolla") a confezionare in maniera corretta l'articolo.

03

## Il testo

Usare parole molto conosciute (vocabolario di base). L'introduzione di parole più difficili oltre a essere spesso necessaria è anche opportuna, perché arricchisce le conoscenze del lettore, ma va fatta spiegando con semplicità il significato della parola che si vuole introdurre.

04

## La sintassi

Un fattore molto importante, per rendere di facile lettura un testo, è la brevità dei periodi che lo compongono. Sarà opportuno non superare le venti parole fra un punto e l'altro.

05

## Semplici ma non banali

Tutti questi suggerimenti non devono portare a fare articoli piatti e banali. Meglio un testo difficile che uno banale. Il contenuto dell'articolo deve essere ricco ma la forma facile.

Quando si scrive ci si deve ricordare che leggere è fatica e che ogni fatica deve essere premiata. Nel nostro caso il premio è un'informazione curata, utile, seria e facile. Ma soprattutto utile. L'utilità di un articolo è il suo contenuto di notizie: chi lo legge deve sapere alla fine qualcosa del mondo in più di prima.

# La mia prima cena

Dal racconto di un lavoratore che ha partecipato per la prima volta alla "Cena d'estate", giunta alla terza edizione

Il 2 settembre si è svolta **la cena di fine estate Unicoop Firenze**, presso la sede di Scandicci, dove deliziose pietanze hanno fatto da contorno alla voglia di stare insieme. Mi è stato chiesto di scrivere un pezzo: siccome della serata possiedo tanti frammenti incastrati tra loro, provo a comporre un piccolo puzzle.

Tanti colleghi volontari per la Fondazione, amici del punto vendita di Empoli (è un po' che non ti vedevo!), musica, premi (chi ha vinto il primo

premio?), segnaposto fatti con l'UniPosca ai tavoli, coccoli, prosciutto, lasagne (puoi andare a prenderle tu? Già che ci sei portale anche a me! Sì, ma ho due mani!), settecento persone, buffet (rispetto ad altri, la fila scorre!), mi ritrovo accanto una collega (ho sbagliato tavolo, ormai che ci sono mi presento), mi metto il giubbotto, pappa al pomodoro, sono di sede, sono di magazzino, sono del negozio, siamo tutti della Cooperativa, adesso hai un volto!, discorsi a caso, discorsi seri, si ride, c'è vento (quest'an-



*Alcune immagini tratte dalla cena*



no l'estate non c'è stata...), discorsi da vecchi, discorsi da giovani, discorsi da donne, discorsi da uomini, i nostri colleghi stanno cantando (spettacolo!), facciamoci un selfie, uniamo i tavoli, c'è il dolce, brindisi.

**Ho conosciuto persone delle quali sapevo soltanto il nome.**

**Ho conosciuto persone delle quali non sapevo neanche il nome.**

**Ho conosciuto storie di persone, che sono miei colleghi, al di là del loro ruolo.**

**Sono contento perché sono stati raccolti e versati alla Fondazione Il Cuore si**

**Scioglie onlus 10.644 euro, così suddivisi: 5.322 euro a favore dell'associazione Trisomia 21 e 5.322 euro a favore dell'associazione Claudio Pierini Vive.**

**Sono contento perché mi sono divertito e non l'avrei mai detto.**

**Sono contento perché mi sono sorpreso.**

**E questo mi basta.**

P.S. Guarda chi taglia il prosciutto! No, non ci credo! (Siete curiosi? Non ve lo dico, è una sorpresa, per questo vi aspetto alla quarta edizione).

*Pietro Marinesi*

#### Gli ingredienti della cena:

700 partecipanti  
10.644 euro di incasso in beneficenza  
Un pizzico di allegria  
Un po' di vento  
Tanti premi  
Musica in abbondanza  
Selfie q.b.

### Trisomia21

Si occupa di persone con sindrome di Down o disabilità intellettiva genetica affine e delle loro famiglie. Nel 2009 è stato inaugurato a Firenze il Centro per lo sviluppo abilitativo delle persone con Sindrome di Down o altro handicap intellettivo. La struttura offre un sostegno concreto, sia medico sia sociale, durante tutto il processo evolutivo: dalla nascita all'inserimento nella scuola e nel lavoro. Le persone con sindrome di Down possono essere integrate nella società, purché trattate correttamente dalla più tenera età.

[www.at21.it](http://www.at21.it)

### Associazione Claudio Pierini Vive

L'associazione è stata creata a Firenze nel 2011, da alcuni lavoratori di Unicoop Firenze in ricordo del nostro collega Claudio Pierini, tragicamente scomparso all'interno del Ce.Dis di Scandicci. È costituita da un consiglio Direttivo e dal Comitato dei Garanti. L'obiettivo principale è quello di raccogliere fondi da destinare a tutti quei lavoratori e loro familiari che si trovano in comprovate difficoltà economiche per gravi motivi di salute. Ognuno di noi può donare anche solo un euro detraendolo dalla busta paga.

# Corri la Vita

Domenica 28 settembre, 32.000 podisti hanno riempito il centro di Firenze. Sarebbe bello se continuassimo a correre...

Unicoop Firenze ha sostenuto economicamente "Corri la Vita", manifestazione ormai storica, giunta alla dodicesima edizione, ideata per contribuire a realizzare e qualificare le strutture sanitarie pubbliche di Firenze specializzate nella lotta contro il tumore al seno.

La nostra Cooperativa è stata presente nei punti ristoro lungo il tragitto, per rifornire i podisti di frutta e su tutte le pettorine, consegnate ai partecipanti al momento dell'iscrizione. Ma soprattutto, è stata protagonista attraverso molti nostri colleghi dei punti vendita e della sede, che hanno partecipato numerosi alla manifestazione, per stare insieme, divertirsi e compiere un gesto concreto di solidarietà.

Mentre guardiamo le immagini, piene di gioia, che ci

sono arrivate da alcuni colleghi, ci vien voglia di non fermarci, di continuare a correre. Lanciamo un'idea: perché non creare un gruppo di podisti, camminatori, passeggiatori e maratoneti che abbiano voglia, ogni tanto, di prendere parte a queste manifestazioni? Se sei interessato, ti piace lo sport e vuoi trascorrere un po' di tempo insieme ad altri colleghi e fare solidarietà, contattaci scrivendo all'indirizzo: [ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it](mailto:ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it)

Unicoop Firenze ha devoluto a Corri la Vita il 10% del ricavato delle vendite dei prodotti ViviVerde Coop. In totale 26.000 euro, destinati a progetti no profit per donne affette da tumore al seno.



*Alcuni nostri colleghi che hanno preso parte a Corri la Vita*

# Lavori alla Coop se...

Dall'esperienza lavorativa di tanti colleghi, un libro divertente e uno spettacolo teatrale con Anna Meacci e Katia Beni

## Al reparto pescheria

"Scusi, signora... mi squaglia un'orata?"

(Monica Ferrarotti)

## In corridoio

"Scusi, indo' lo trovo qui' troiaio rosso che i' mi' nipote mette sulle patatine?"

(Fabrizio Masi)

## Davanti al banco

Una cliente chiede: "Sei libero?"

"Mi dispiace, signora, sono sposato!"

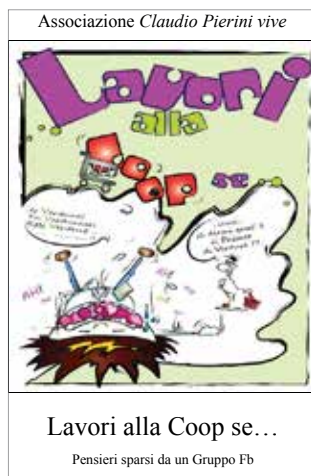
(Cristiano Parisi)

Quando tante persone mettono insieme le proprie esperienze, raccontando con un pizzico di ironia episodi che capitano nel punto vendita, può venire fuori un collage di situazioni divertenti e, perché no?, anche toccanti.

Tutto è nato dall'idea di una nostra collega, che su **Facebook** ha postato alcuni aneddoti. Da qui a pubblicare il libro "**Lavori alla Coop se...**" il passo è stato breve. L'incasso delle vendite è interamente devoluto all'"**Associazione Claudio Pierini vive**".

Ma non è finita. Il libro ha ispirato anche uno spettacolo che sarà in programma nella stagione teatrale 2015/2016 nei più noti teatri della Toscana. Proprio in questi giorni, le attrici **Katia Beni** e **Anna Meacci** hanno incontrato molti lavoratori di punto vendita, magazzino e sedi, per farsi raccontare storie e situazioni particolari delle loro giornate lavorative.

Cogliamo l'occasione per ringraziare tutti i nostri colleghi che, con grande disponibilità, hanno reso possibile questo lavoro.



# Il gusto della solidarietà

"Cene Galeotte" alla Fortezza Medicea di Volterra: tutto il ricavato alla Fondazione il Cuore si Scioglie Onlus

Nona edizione per le **"Cene Galeotte"**, organizzate dalla Sezione Soci Volterra di Unicoop Firenze. Il menu di ogni cena è realizzato da chef di fama, scelti da Leonardo Romanelli, e dai detenuti del carcere di Volterra, che servono anche i piatti e i vini selezionati dai sommelier della F.I.S.A.R. Le "Cene galeotte" si tengono nella **Casa di Reclusione di Volterra**, all'interno della storica Fortezza Medicea che, con la sua mole imponente, domina dalla sommità della collina. Tutto il ricavato delle serate è devoluto alla Fondazione Il Cuore si Scioglie Onlus.

Il ciclo delle "Cene Galeotte" è stato inaugurato il 19 settembre, con il menu di Gionata D'Alessio, chef dell'Osteria Magona di Bolgheri. Nei prossimi mesi sono in programma altri incontri gastronomici, insieme agli chef Claudio Vincenzo, Pasquale Torrente, Alessandro Zanieri, Roy Caceres, Filippo La Mantia e Alessandro Dal Degan, fino alla cena di chiusura, il 26 giugno 2015, con Cristina Bowerman del Glass Restaurant di Roma. L'olio extravergine di oliva sarà fornito dall'azienda agricola di Montalbano, che sceglierà di volta in volta l'olio il più adatto al menu della serata.

## Costo e prenotazioni

Il costo di ogni cena è 35 euro. I posti sono limitati, quindi si consiglia di prenotare in anticipo. Per maggiori informazioni potete consultare il sito [www.cenegaleotte.it](http://www.cenegaleotte.it); per prenotazioni [www.cooptoscanaturismo.it](http://www.cooptoscanaturismo.it) e [www.toscanaturismo.net](http://www.toscanaturismo.net)

9ª EDIZIONE  
2014/2015

**unicoopfirenze**  
Sezione Soci Volterra

**CASA DI RECLUSIONE  
DI VOLTERRA,  
FORTEZZA MEDICEA**

# CENE GALEOTTE

SERATE GASTRONOMICHE DI SOLIDARIETÀ

Il menù di ogni cena è realizzato da chef di fama, scelti da Leonardo Romanelli, e dai detenuti del Carcere che servono anche i piatti ed i vini selezionati dai sommelier della F.I.S.A.R.  
L'intero ricavato sarà a sostegno della

**19 SETTEMBRE 2014**  
Gionata D'Alessio  
Osteria Magona Bolgheri (LI)

**24 OTTOBRE 2014**  
Claudio Vincenzo  
La Limonaia di Villa Roggiolosi Prato  
[www.ostriadelimonai.it](http://www.ostriadelimonai.it)

**21 NOVEMBRE 2014**  
Pasquale Torrente  
Artico Convento Cetara (SA)  
[www.articoconvento.it](http://www.articoconvento.it)

**19 DICEMBRE 2014**  
Alessandro Zanieri  
Frescobaldi Wine Bar Firenze  
[www.defrescobaldi.it](http://www.defrescobaldi.it)

**27 MARZO 2015**  
Roy Caceres  
Metamorfoosi Roma  
[www.metamorfoosiroma.it](http://www.metamorfoosiroma.it)

**17 APRILE 2015**  
Filippo La Mantia  
Chef  
[www.thefishchef.medast.it](http://www.thefishchef.medast.it)

**15 MAGGIO 2015**  
Alessandro Dal Degan  
La Tera di Asiago (VI)  
[www.teradegastorica.it](http://www.teradegastorica.it)

**26 GIUGNO 2015**  
Cristina Bowerman  
Glass Roma  
[www.glass-restaurant.it](http://www.glass-restaurant.it)

**AZIENDE SCELTE DA FISAR  
ABBINATE ALLE CENE**

Badia di Morrona Terricciola (PI)  
[www.badiadimorrona.it](http://www.badiadimorrona.it)

Castello di Monsanto Barberino Valdelsa (FI)  
[www.castellodimonsanto.it](http://www.castellodimonsanto.it)

Cantino Leonardo Vinci (FI)  
[www.cantinoleonardo.it](http://www.cantinoleonardo.it)

Marchese de Frescobaldi Firenze  
[www.frescobaldi.it](http://www.frescobaldi.it)

Podere La Regola Riparella  
[www.podere.com](http://www.podere.com)

Sant'Agnese Piombino (LI)  
[www.santagnese.it](http://www.santagnese.it)

Varamista Montepoli Val d'Arno (PI)  
[www.varamista.it](http://www.varamista.it)

Tiberio Terranova bracciolini (AR)  
[www.tiberio.it](http://www.tiberio.it)

Alle cene la  
**MONTALBANO AGRICOLA  
ALIMENTARE TOSCANA**  
Via Benvenuti 2/E VINCI (FI)  
[www.montalbanoagricola.it](http://www.montalbanoagricola.it)  
abbinerà ai menù l'Olio Extravergine  
di oliva che meglio vi si sposa.

**Costo di ogni cena € 35,00**  
Apertura al pubblico ore 19,30

Informazioni  
[www.cenegaleotte.it](http://www.cenegaleotte.it)

Prenotazioni  
[www.cooptoscanaturismo.it](http://www.cooptoscanaturismo.it)  
[www.toscanaturismo.net](http://www.toscanaturismo.net)

Alla prenotazione oltre al pagamento della quota occorre fornire  
nome, cognome, luogo data di nascita, indirizzo residenza e recapito telefonico  
Posti limitati!

L'acquisto del pacchetto non determina l'iscrizione  
dei punti del catalogo premi Coop.

# Piccoli cantanti cercasi

Concorso canoro per i bambini dei lavoratori di Unicoop Firenze

**Piccoli cantanti cercasi.** Con questo slogan, Unicoop Firenze ha lanciato il concorso canoro riservato ai bambini dei lavoratori della Cooperativa. **La gara è in programma martedì 6 gennaio per la festa dell'Epifania di Unicoop Firenze, presso Obihall.**

I giovanissimi partecipanti saranno suddivisi in fasce d'età: 6 - 10 anni e 11 - 15 anni. Un Maestro di Canto li preparerà per il concorso, mentre la direzione artistica sarà curata da Gaia Nanni, presentatrice e attrice di teatro. Insomma, un piccolo grande spettacolo!

## Le iscrizioni continuano!

**Chi fosse interessato a far partecipare il proprio figlio può contattare Giulio (tel. 055 4780818) o Pietro (055 4780820).**

Il regolamento del concorso è disponibile in intranet, presso i Direttori di punto vendita e i Capi Reparto in magazzino.



**Esibizione 6 gennaio 2015**