



IN PRIMO PIANO

Scuola e Unicoop Firenze:
un legame profondo pag. 02

Al via la campagna
Cresciamo Insieme pag. 03

Le iniziative in corso sul
nuovo prodotto a marchio pag. 05

L'APPROFONDIMENTO

Intervista a Simone Trucioni,
Category Manager delle carni pag. 06

DAI PUNTI VENDITA

Ristrutturati i negozi
di Sovigliana
e Rignano sull'Arno pag. 11

Rinnovato il negozio
di via Cimabue pag. 13

INFORMAZIONI UTILI

Variazione del tasso
del prestito sociale pag. 17

Operazione trasparenza.
Al via la campagna
"Resta con noi"

INIZIATIVE

Firmato il protocollo di intesa
tra Accademia dei Georgofili
e Unicoop Firenze pag. 18

Sostieni San Paolo.
Proseguono le donazioni per
il restauro del Duomo Vecchio di Pisa

SOLIDARIETÀ

Le nostre iniziative
per le popolazioni colpite
dal sisma del centro Italia pag. 19

Il nostro impegno per la scuola

Unicoop Firenze e la scuola: un legame importante fin dal 1982

Intervista a Elisabetta Bruni, Coordinatrice Proposte Educative Unicoop Firenze

"Lo stimolo di avere sempre nuovi confini da esplorare davanti a sé serve a rendere più interessante (e divertente!) l'esistenza".

Troviamo questa bella citazione di Margherita Hack all'interno dell'opuscolo relativo alle proposte educative di Unicoop Firenze. La frase racchiude perfettamente lo spirito con cui la nostra Cooperativa propone, anche per il 2016/2017, un elenco ricchissimo di attività nell'ambito dell'educazione **consapevole e responsabile** dei bambini e ragazzi.

È dal 1982 che Unicoop Firenze organizza e realizza proposte educative. Prima si chiamavano "Giornate dei giovani consumatori" ed erano delle vere e proprie mostre, animazioni, laboratori sul tema dell'alimentazione. Nel corso degli anni vi sono stati ulteriori sviluppi fino ad arrivare al 2015 quando sono state coinvolte oltre 3.000 classi delle scuole primarie, medie e superiori statali e parificate situate nelle province in cui è presente la nostra Cooperativa.



Giovani fiorentini e calabresi insieme nelle terre confiscate alla 'ndrangheta.

Dall'educazione alimentare, nel corso degli anni, si è passati ad affrontare e approfondire altre numerose tematiche **come la media education, la legalità, la sostenibilità, l'ambiente, l'accoglienza, il legame con la comunità, la memoria e la solidarietà.**

"Unicoop Firenze da anni si propone al fianco degli insegnanti, consapevole che la scuola serve a garantire la realizzazione della persona in tutte le sue dimensioni" afferma **Elisabetta Bruni, coordinatrice Proposte Educative Unicoop Firenze.** **"La nostra proposta offre contesti reali di conoscenza ed esperienza** in linea con i nostri principi cooperativi, allo scopo di fornire ai bambini e ai ragazzi degli utili strumenti per la costruzione di una consapevolezza critica".

Questo tipo di attività è stato ideato e sviluppato nel solco dell'articolo 2, comma b del nostro Statuto: *"La Cooperativa si propone di salvaguardare gli interessi dei consumatori, la loro salute e sicurezza, anche accrescendone e migliorandone l'informazione e l'educazione attraverso apposite iniziative".*

"È importante per i cittadini di domani saper guardare e decodificare la realtà. Le nostre proposte cercano di dare degli strumenti, ma non un punto di vista" sostiene Elisabetta. "Facciamo un esempio: quest'anno **abbiamo parlato di legalità agli adolescenti partendo dal cibo**, con la scoperta di tutta la filiera agroalimentare, andando così in Calabria dalla Cooperativa associata a Libera che lavora nei terreni confiscati alla mafia, conoscendo anche

tutte le difficoltà legate alla produzione. **Conoscenza ed esperienza vanno di pari passo.** Se da un lato conosco, dall'altro capisco anche grazie all'esperienza che muove il desiderio di sapere sempre di più".



Attività nelle scuole primarie.



Tutto il percorso educativo, **accreditato dal MIUR**, è sviluppato, per conto di Unicoop Firenze, dagli educatori di tre Cooperative sociali: Mèta, Koinè e Aranciablù.

"Le proposte educative possono essere l'occasione per trattare temi attuali" conclude Elisabetta Bruni, "invitando i ragazzi a ricercare sempre nuove soluzioni, a mettersi in gioco con consapevolezza, sollecitando la responsabilità di far parte di una comunità".

Per saperne di più:
www.consumoconsapevole.it



È partita l'iniziativa *Cresciamo Insieme*

Aiutiamo la scuola anche attraverso questa importante iniziativa di carattere commerciale, che ha un alto contenuto sociale. Per l'occasione abbiamo incontrato Andrea Timpano, Responsabile marketing operativo di Unicoop Firenze

Dal punto di vista commerciale in cosa si distingue dai progetti sulla scuola che vediamo sui manifesti delle altre insegne?

La nostra diversità, direi il nostro valore aggiunto, si esprime nei **premi per gli istituti scolastici che sono soprattutto legati al territorio in cui viviamo** (ben 34 premi su 69). Abbiamo potuto far questo perché veniamo da anni di intense collaborazioni tra la nostra parte sociale e il territorio, le amministrazioni, le istituzioni e gli enti pubblici. Inoltre, un dato molto interessante è che nelle 7 province ci

sono almeno due premi dedicati ad attività di carattere culturale, come visite guidate e laboratori all'interno dei musei.

Che premi troviamo nel catalogo?

Ci sono pochi premi elettronici (abbiamo scelto quelli che servono maggiormente alle scuole) e **molti strumenti atti a sviluppare la mente** e materiali di consumo come pennarelli e cancelleria varia.

È un progetto triennale, per questo sarà nostra intenzione vedere la risposta delle scuole per capire come e cosa possiamo migliorare nei prossimi anni.

All'interno del progetto sono stati inseriti i vitaminini...

I vitaminini sono un'opportunità ludico-commerciale per promuovere il valore della frutta e della verdura. Rappresentano una spinta in più per questa campagna. **Resta il fatto che il messaggio principale è legato alla scuola.** Colgo l'opportunità per sensibilizzare tutti nel trasmettere il messaggio che **"alla cassa il buono serve per le scuole, passaparola!"**.

Cresciamo insieme ai VITAMINI

Fino al 2 novembre 2016
Ogni 20€ di spesa ricevi un Bollino per te e un Buono per la scuola!

CONSEGNA IL BUONO ALLA TUA SCUOLA
E contribuisci a donare tanti Premi!

MATERIALI DIDATTICI

ATTIVITÀ CULTURALI

Corri anche tu a consegnare i buoni alla tua scuola!
Scopri tutti i dettagli su: www.cresciamoinsieme.com

uniconopfirenze

I primi dati sono incoraggianti?

Sì, molto. Sono state invitate 2.354 scuole (asili, elementari, medie, istituti superiori pubblici e parificati), alle quali si potranno aggiungere quelle private che vorranno iscriversi, quelle al di fuori delle sette province dove siamo presenti e dei comuni

dove non ci sono i nostri punti vendita ma i negozi di Coop Centro Italia (dove è partita un'iniziativa analoga).

Ad oggi (15 settembre n.d.r.) si sono iscritte **1.053** scuole. Il dato è molto importante.

Ad oggi le scuole che hanno caricato i buoni sono **311** e i buoni caricati sono **13.238**.

Contiamo di erogare 18 milioni di buoni e una redemption (rientro buoni) del 55% per cui circa 10 milioni di buoni in rientro.

Cosa possiamo fare per sostenere e mantenere vivo il messaggio per la scuola?

Oltre all'invio di nuovi materiali pubblicitari che enfatizzano l'aspetto Scuola/Premi, nel dépliant dal 20/9 e nei successivi daremo sempre un esempio di premi per la Scuola.

La parte più importante comunque spetta a noi lavoratori: cerchiamo di dare maggior enfasi al buono come "aiuto per la scuola" piuttosto che al bollino per i vitaminini. La scorsa settimana sono iniziate le attività scolastiche: abbiamo investito tanto e tutti insieme possiamo dare un grande aiuto.

Come scritto nelle FAQ, ricordo che in caso di richiesta sulla modalità di partecipazione l'invito è a consultare il sito www.cresciamoinsieme.com. Una volta che la scuola si è iscritta riceve il kit che contiene 10 manifesti, il catalogo (comunque consultabile e scaricabile sul sito) e l'urna per contenere i buoni.

Un modo per aumentare i buoni è la vendita dei prodotti Sprint: cerchiamo di dare maggior visibilità quando è possibile.

Le iniziative sul nuovo prodotto a marchio

Da metà settembre, su tutto il territorio nazionale, è partita un'importante campagna televisiva e radiofonica sui nuovi prodotti a marchio. Il messaggio è legato alla convenienza e alla qualità

CONTINUA L'ARRIVO DEI PRODOTTI RINNOVATI

In questo mese troviamo sugli scaffali il pack rinnovato delle bibite, dei frollini, del riso, del pet basico e di alcuni prodotti surgelati. A ottobre sarà la volta dei succhi, delle rimanenti miscele di caffè, degli omogeneizzati e degli altri surgelati.

AZIONI A SOSTEGNO DEL PRODOTTO A MARCHIO

Dal 16 settembre è partito il nuovo Scegli Tu con sconto del 20% sui seguenti prodotti a marchio Coop (Tutela, Fior Fiore, Vivi Verde, Solidal, Crescendo, Club 4-10, Bene.si): alimentari confezionati, bevande, prodotti per l'igiene e la cura della persona, prodotti per la pulizia della casa, per animali, casa, intimo, bricolage, ufficio.

DAL 16 AL 30 SETTEMBRE 2016
IL NUOVO SCEGLI TU
VELOCE • SEMPLICE • ECOLOGICO

SCONTO DEL 20%

SUI PRODOTTI A MARCHIO COOP

IL NUOVO SCEGLI TU

CON LE CASSE FAST

PER IL SALVATEMPO

RICORDATI DI CONTROLLARE LE SCADENZE PER VERIFICARE QUANTI BUONI TI RIMANGONO.

Novità: non occorre più apporre il bollone adesivo sul prodotto, ma sarà l'addetto alla cassa che, prima di iniziare a passare la spesa, chiederà al Socio su quali prodotti desidera fruire dello sconto.

RACCONTIAMO IL CAMBIAMENTO IN PUNTO VENDITA

Al fine di raccontare al meglio il cambiamento del prodotto a marchio Coop a Soci e clienti è stato distribuito a ogni lavoratore di punto vendita un pieghevole contenente la sintesi di tutte le informazioni sul nuovo prodotto.

Myuniconopfirenze

COME RACCONTARE IL CAMBIAMENTO DEL PRODOTTO A MARCHIO COOP A SOCI E CLIENTI

Informazioni, domande e risposte utili

Conferma delle linee esistenti

Servizi esistenti

Prodotti Design ed ecologici

Prodotti di commercio equo e solidale

Le linee di prodotti naturali e biologici

ATTIVITÀ DI PROMOTING

Proseguono, inoltre, le iniziative in punto vendita volte a raccontare il cambiamento grazie all'attività di promoting da parte dei nostri colleghi.

L'ultimo fine settimana sarà il 28/29 ottobre.



L'iniziativa nel punto vendita di Lucca, viale Puccini.



L'evento nel negozio di San Casciano.

COMPILA IL QUESTIONARIO SUL PRODOTTO A MARCHIO

Inoltre, si ricorda ai nostri colleghi di compilare il **questionario online sul prodotto a marchio e sugli stili di consumo**. Si tratta di un'importante opportunità di partecipazione per tutte le persone che lavorano in Cooperativa, che attraverso questa attività avranno la possibilità di contribuire al monitoraggio del livello qualitativo, funzionale e valoriale dei nostri prodotti.

Se non hai ancora risposto, chiedi al tuo Direttore. Sei in tempo fino al 30 settembre.

8) Quali è il punto vendita in cui di solito vai a fare la spesa? Indicare eventualmente più di uno, comprendendo anche quelli di insegne concorrenti

9) In base a quale fattore, tra quelli elencati, scegli il punto vendita in cui fare la spesa? Puoi indicare al massimo 3 risposte

- Qualità dei prodotti
- Convenienza dei prezzi
- Distanza da casa
- Cortesia del personale
- Disponibilità del parcheggio
- Facilità di fare la spesa nel punto vendita
- Collegamento con i mezzi pubblici
- Gestevolezza del negozio
- Altro: _____

10) Indica, seguendo un ordine da 1 a 7, l'importanza di questi fattori nel determinare i tuoi acquisti
1 = più importante; 7 = meno importante

	1	2	3	4	5	6	7
Convenienza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salute (prodotti funzionali/salutistici)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prodotti dietetici/vegetariani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etico (prodotto senza sfruttamento del lavoratore)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Resistenza (benefici su qualità)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ecologia (impatto ambientale)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prodotto non testato su animali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Il questionario online da compilare entro il 30 settembre.

Il nostro settore carni: qualità, controlli e grande attenzione alla provenienza

Abbiamo intervistato **Simone Trucioni**, Category Manager del settore carni, che ci ha illustrato gli ultimi sviluppi.

Quali sono le linee guida nel settore carni?

Negli ultimi anni stiamo sviluppando due grandi argomenti: la **provenienza della carne**, sempre più derivante da allevamenti nazionali con animali nati, allevati e macellati in Italia, e i **piatti pronti**, che stanno conoscendo un rapido sviluppo.



Stanno riscuotendo i favori del Socio?

Sì, soprattutto la carne bovina di razza piemontese, perché è una carne morbida, con pochi contenuti di grasso. Arriveranno delle scottoni di razza francese che nascono e vengono allevate e macellate in Italia per avere una carne delicata, saporita e facilmente digeribile.

L'altro sviluppo riguarda i piatti pronti...

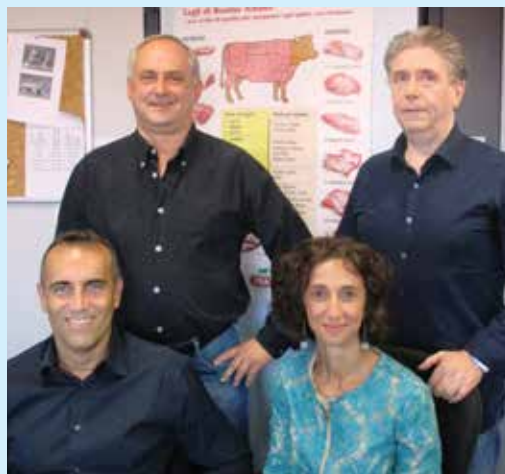
I piatti pronti, che si trovano all'interno del **Banco del Gusto**, sono prodotti molto buoni con più di cento ricette. Sono preparati internamente dai nostri colleghi di punto vendita che, grazie alla loro esperienza, realizzano dei veri e propri piatti da gourmet; oppure sono lavorati da artigiani che seguono le nostre direttive.



Nascono per andare incontro alle nuove esigenze di mercato, per tutti coloro che vogliono acquistare un prodotto facile e veloce da cucinare, ma allo stesso tempo gustoso e di qualità.

Grande attenzione anche ai controlli sulla qualità..

La sicurezza alimentare in Cooperativa, come ben sappiamo, ha un ruolo importantissimo. I nostri controlli sono puntuali, attenti e molto restrittivi.



I colleghi del settore carni.

Approfondimento



La carne bovina di Razza Piemontese

Numerose ricerche hanno dimostrato che la carne bovina di Razza Piemontese è particolarmente povera di grasso: lo 0,5/1% contro il 3% delle altre razze bovine. Grazie all'esiguo contenuto di colesterolo, risulta più magra di molte carni bianche e, addirittura, di molte qualità di pesci, conquistandosi il riconoscimento come **una delle migliori carni a livello internazionale per i suoi valori dietetico-nutrizionali.**

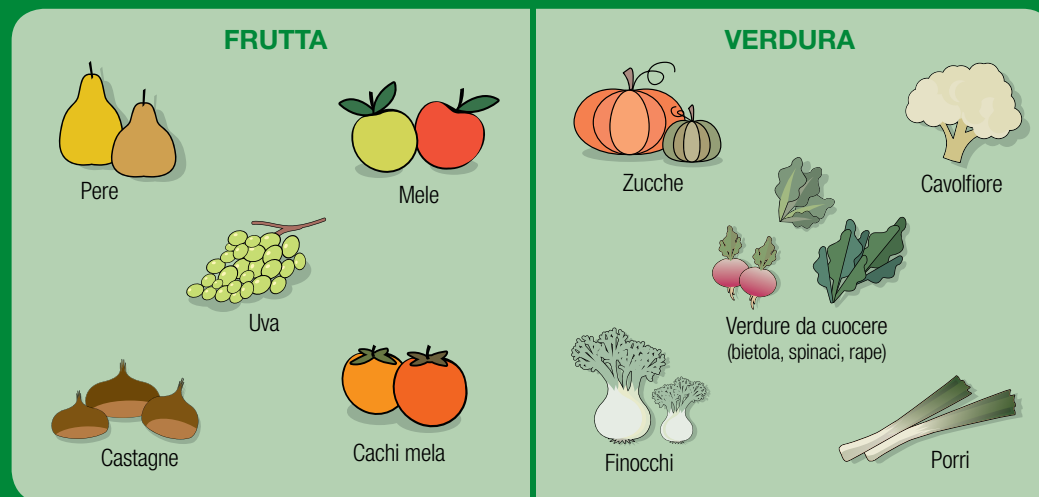
Si contraddistingue, inoltre, per una scarsa presenza di tessuto connettivo tra le fibre muscolari, che la rende particolarmente tenera alla masticazione. Questa caratteristica deriva, oltre che da un elemento genetico, da una crescita controllata. Una crescita che non rispetti i ritmi naturali porta, infatti, a un incremento eccessivo dei connettivi con conseguente indurimento della carne.



Il colore rosso della carne, tipico dei bovini destinati alla produzione di carne, è dovuto soprattutto al **suo contenuto in ferro e a significative quantità di composti antiossidanti in gran parte collegati alla vitamina E.** Ma sull'aspetto cromatico della carne incidono diversi fattori quali: l'età del capo, la sua alimentazione e le condizioni di macellazione.

Scopri l'ortofrutta

ECCO COSA PUOI CONSIGLIARE AI SOCI E CLIENTI IN QUESTO MOMENTO



TI PARLIAMO DI...



CASTAGNE/MARRONI: a partire dall'anno scorso, il prodotto è tornato a godere di maggiore disponibilità, grazie anche alla sconfitta dell'insetto che ne aveva decimato la produzione.



Marrone del Mugello IGP: è il frutto di una coltivazione naturale e spontanea. Questo eccellente prodotto è stato anche "premiato" col marchio IGP (indicazione geografica protetta) dall'Unione Europea. Tipico per la sua forma omogenea e tendente al rettangolare e per la qualità della polpa che è a grana fine e di gusto molto dolce. È adatto alla preparazione delle caldarroste (cosiddette "bruciate") e dei marrons glacés.

Grazie alla lavorazione di questo frutto straordinario, possiamo ottenere la *farina di marroni*, differente dalle altre farine per la particolare dolcezza e per il gusto delicato.

Da non dimenticare anche la farina di castagne, ottenuta col solito procedimento della farina di marroni. Entrambe sono ottime per la preparazione del tipico dolce castagnaccio.

IL TREND IN CRESCITA

AVOCADO



Questo frutto riesce a rallentare l'invecchiamento cellulare e inoltre è ottimo per trattare i capelli molto secchi.

CONSIGLIO IMPORTANTE: non suggerite l'avocado come frutta. Non si mangia a morsi, ma si usa prevalentemente come condimento.

COME SI CUCINA:

L'avocado in cucina si utilizza quasi esclusivamente quando è maturo. Si conserva a temperatura ambiente, insieme alla frutta. Va messo nel frigorifero solo nel caso in cui vogliamo rallentare il processo di maturazione (normalmente di 4-5 giorni). Si mangia principalmente crudo e quando è maturo; si può ridurre facilmente in crema e utilizzare da condimento.

LA RICETTE:



Guacamole

La salsa guacamole è forse la ricetta a base di avocado più conosciuta. È una salsa messicana che mescola il frutto con succo di lime e pepe, da mangiare con tortilla di mais o crostini. Di questa ricetta base esistono diverse varianti che, tra le altre, prevedono l'aggiunta di pomodoro, peperoncino, aglio o cipolla.



Condimento per la pasta

Tagliato a dadini, marinato in limone e sale e aggiunto a una dadolata di camembert bello piccante e reso appena morbido dal calore della pasta, l'avocado è ottimo anche in un primo piatto. Completate con una leggera macinata di pepe.



In zuppe e creme

La sua consistenza permette di preparare zuppe e vellutate. Ad esempio bastano 2 avocado maturi, un po' di brodo vegetale, succo di limone e olio d'oliva per una crema con coriandolo. In alcuni paesi si usa anche una sorta di vellutata fatta con spezie, latte di cocco e avocado. Vegana e super salutare.

La gamma presente in Unicoop Firenze:

Due tipologie: avocado convenzionale sfuso e avocado extra in formato confezionato. In base alla disponibilità possono essere presenti avocado di provenienza italiana (Sicilia) e avocado biologico.

Novità dal negozio di Sovigliana

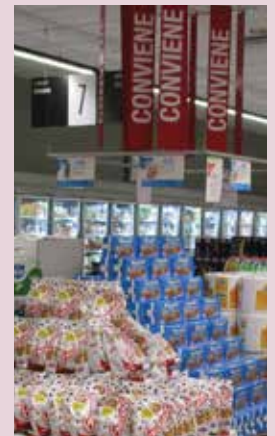
Tante novità nel punto vendita di Sovigliana che è stato completamente rinnovato. **Uno spazio pensato per un percorso di spesa più semplice e veloce.**

Il negozio di viale Leonardo da Vinci si presenta all'entrata molto più spazioso con un'ampia piazza di prodotti freschi, al centro della quale spicca il reparto ortofrutta con tante referenze biologiche e locali.



Al centro i generi vari, con un'attenzione particolare ai prodotti del territorio e all'ambiente.

È stata **completamente rinnovata l'area benessere** con tanti prodotti per la cura della persona e un'area dedicata ai prodotti salutistici e senza glutine.



Continuando nel percorso di spesa troviamo una cantina molto fornita con un'ampia selezione di vini; infine i reparti macelleria, gastronomia e forneria.



A luglio è stato rinnovato il punto vendita di Rignano

Abbiamo intervistato il Direttore Andrea Gaschi

Uno spazio pensato per consentire un percorso di spesa più semplice, veloce e razionale. In entrata, ad accogliere il cliente, un bel reparto ortofrutta con prodotti di stagione e toscani, fiore all'occhiello del nostro assortimento.

È stata creata una **piazza dei freschi ampia e spaziosa** con una nuova concezione dei banchi serviti, dove i reparti forneria, gastronomia e macelleria sono uno di fianco all'altro. La forneria offre un ampio assortimento di pizze e schiacciate anche su

prenotazione e asporto. Nella gastronomia troviamo prodotti di filiera toscana e **un'accurata scelta di formaggi**.

È stata fatta un'attenta selezione al reparto generi vari: la convenienza e la qualità sono elementi imprescindibili, insieme **all'attenzione al territorio e all'ambiente**. Le novità sono l'introduzione degli alimenti sfusi per cani e gatti e una cantina con un vasto assortimento di vini toscani ed eccellenze nazionali.



Altro aspetto importante: tutta la dislocazione delle scaffalature è ad altezze basse, molto più fruibili per i clienti.

È stata realizzata una nuova **area benessere** con tanti prodotti per la cura della persona, come integratori e parafarmaci e un'area dedicata ai prodotti salutistici e senza glutine. Tutti i banchi frigoriferi hanno la protezione degli sportelli che permette una migliore conservazione dei prodotti, un notevole risparmio energetico e, di conseguenza, un minor impatto ambientale, in linea con i valori e gli obiettivi della Cooperativa.

Infine, e non per ultimo, una nuova barriera di quattro casse molto spaziose e funzionali.

Possiamo fare un primo bilancio: quale è stata la reazione di Soci e clienti?

Sono stati molto contenti per questa ristrutturazione e per gli spazi presenti nelle

varie aree; diciamo che è stato apprezzato questo tocco di ammodernamento.

I lavoratori come hanno affrontato questa ristrutturazione?

I tempi ristretti e il periodo estivo hanno messo a dura prova ogni lavoratore. Hanno affrontato tutto con grande impegno, attenzione e senso di responsabilità. Sono felice di riconoscere e sottolineare che tali difficoltà sono state superate con il contributo di tutti.

Adesso a Rignano è possibile fare la spesa con serenità e spazi adeguati.

Proponiamo una vasta scelta di prodotti freschi e un appropriato assortimento rivolto alle funzionalità di un negozio di paese.

Si alza il sipario sul nuovo negozio di via Cimabue

Ha riaperto il supermercato storico di via Cimabue a Firenze dopo un importante intervento di ristrutturazione.



Foto S. B.

I lavori eseguiti per oltre un mese hanno trasformato i circa 1500 metri quadrati di

area vendita, modificando l'organizzazione interna dello spazio e la disposizione dei reparti: il risultato è un **punto vendita "al servizio" del cliente**.

Fresco, comodo e con una serie di novità tecnologiche a cominciare dall'ingresso, dove ad accogliere i clienti troviamo lo spazio wi-fi, con un'isola con sgabelli dove approfittare della connessione internet, ricaricare il cellulare e consumare i prodotti acquistati.

Corridoi ampi e ariosi, scaffalature basse che rendono i prodotti più accessibili e **una bellissima piazza dei freschi** che si apre dall'ingresso fino in fondo al punto vendita, con una vista d'insieme su quello che

sembra un vero e proprio mercato: forneria, gastronomia, carni e pesce e, per finire, un **ampio reparto ortofrutta**.



Torrini Fotogiornalismo.

Non mancheranno inoltre le occasioni per **degustare eccellenze toscane**, con assaggi di freschissimi e vendite guidate secondo un calendario di stagione.

Il percorso prosegue nell'area dei generi vari con **spazi più luminosi e fruibili** e assortimenti più mirati che parlano di Toscana, come la cantina di vini con oltre 500 etichette.

Un'altra importante novità finalizzata a **semplificare e migliorare l'esperienza d'acquisto dei Soci e clienti la troviamo nell'area casse che ora sono ben 22**, di quattro diversi tipi: tradizionali, salvatempo fast, Cassepìù per la spesa fai da te e London Kiosk.



L'intervento ha richiesto tempo perché non è stato solo di facciata ma ha interamente ripensato un punto vendita "di vicinato" fiore all'occhiello della Cooperativa negli anni '90 e che torna oggi a quel "**rinascimento della**

spesa" quotidiana delle fasce più diverse di popolazione: dagli anziani del quartiere al mattino, agli studenti universitari il tardo pomeriggio, fino al cliente della serata che fa tappa per un piatto pronto, senza dimenticare i numerosi turisti di passaggio, data la prossimità con il centro storico fiorentino.



Molto importante anche **l'investimento in formazione per i colleghi e le colleghe che lavorano in negozio** attraverso corsi mirati al servizio al cliente, alla cortesia e alle competenze di mestiere. In un contesto sempre più competitivo e con esigenze in continua evoluzione, **saranno sempre di più le persone a fare la differenza**.

Una sfida avvincente per un punto vendita che già nel 1988 aveva fatto scuola, essendo stato il primo negozio ad avere prodotti freschi sfusi e la pescheria.

Giovanni Baldini è il Direttore del negozio.

Quali sono state le prime reazioni dei clienti?

I nostri soci sono rimasti molto colpiti dal lavoro effettuato sugli spazi interni al punto vendita, dal senso di profondità e maggior accoglienza dell'ingresso e dalla piazza dei freschi, oltre che dall'ampiezza dei corridoi dei reparti industriali. I reparti freschissimi sono stati riunificati nel

corridoio centrale, potenziandone l'offerta e offrendo una duplice possibilità di spesa, a servizio assistito sulla sinistra e a libero servizio sulla destra. **Particolarmente gradita la nuova collocazione del reparto ortofrutta**, posto in una grande piazza che si apre al termine della linea dei freschissimi e che fa da ideale raccordo con l'area del biologico/salustistico e, in sequenza, con la cantina.



Quali sono i punti di forza della Coop via Cimabue?

Essendo un negozio pedonale ad alta frequentazione, più di 4500 clienti al giorno, **l'aver creato maggiore spazio per il cliente è già, di per sé, il maggior punto di forza del nuovo negozio**. Oltre a questo, segnalò l'attenzione alle finiture, la nuova illuminazione e **l'ampliamento del numero di casse**



Torrini Fotogiornalismo.

self (introdotte anche 4 London Kiosk per il solo pagamento elettronico) per una spesa ancora più veloce. Molto importante, inoltre, la valorizzazione, nella costruzione del nuovo assortimento, **del territorio, del biologico e del salutistico, dei preparati di carne** (presente anche un banchino reversibile per vendite a spot a servizio assistito) e dei conditi di pesce e, più in generale, **una maggiore considerazione delle famiglie monocomponenti**, nonché l'introduzione di alcune "eccellenze" (ex formaggi Occelli, pasta Portoghese). Il negozio, pertanto, si presenta totalmente diverso da com'era in passato, senza tuttavia trascurare le esigenze del cliente più tradizionale.

Come è stata affrontata la ristrutturazione da parte dei lavoratori?

I **lavoratori** hanno atteso a lungo la ristrutturazione del "loro" punto vendita e pertanto **hanno affrontato la sfida con l'orgoglio e la professionalità derivante dalla storia stessa del negozio di via Cimabue**, primo esempio di moderno supermercato al momento della sua apertura. Ognuno di loro si è reso disponibile, durante tutti i mesi preparatori alla ristrutturazione, ad affrontare i disagi arrecati dal cantiere e dalla chiusura stessa del punto di vendita, senza dimenticare l'intensa partecipazione ai corsi di formazione proposti e agli scambi effettuati con gli altri negozi coinvolti. Per tutto questo, e per come stanno affrontando questa sfida, **dico loro GRAZIE!**

Variazione del tasso del prestito sociale

Lo scenario economico, non solo italiano, si conferma molto difficile e prosegue la fase di tassi di rendimento molto bassi. Ne sono testimonianza i continui interventi delle banche centrali che hanno come principale obiettivo, che per ora si può affermare non raggiunto, la ripresa economica in presenza di una contenuta inflazione.

Gli investimenti finanziari, in particolare quelli emessi da soggetti che offrono elevate garanzie (per esempio i titoli di stato, in particolare quelli tedeschi), restituiscono rendimenti negativi.

Per avere rendimenti della liquidità superiori allo zero, la Cooperativa, che da sempre gestisce la liquidità con criteri caratterizzati dalla massima prudenza, dovrebbe impiegare il denaro in titoli con scadenze a lungo termine o investire in mercati a maggiore rischio; questo non viene attuato perché non verrebbero rispettati tutti i parametri prudenziali.

Il Consiglio di Gestione ha deciso pertanto la riduzione del tasso sul prestito sociale dal 24/10/2016 come di seguito specificato:

Scheda di Prestito:

- Tasso lordo **0,40%**;
- Ritenuta fiscale 26,00%;
- Tasso netto 0,30%

Deposito Vincolato:

- Tasso lordo **1,20%**;
- Ritenuta fiscale 26,00%;
- Tasso netto 0,89%

Il cambiamento è stato comunicato ai Soci prestatori tramite lettera ed è stata inviata la modulistica per le sezioni di prestito sociale.

Operazione trasparenza, al via la campagna "Resta con noi"

In attuazione del Decreto Ministeriale del 18 settembre 2014, viene escluso da Socio della Cooperativa, chi, nel corso dell'anno, non ha fatto almeno una di queste tre cose:

- non ha partecipato ad almeno una riunione dell'assemblea ordinaria, straordinaria o consultiva o del consiglio della sezione Soci;
- non ha fatto neanche una spesa;
- non ha intrattenuto con la Cooperativa rapporti finanziari, quali il prestito sociale.

Ricordiamo inoltre che la pubblicazione **Operazione Trasparenza** è disponibile sul sito www.coopfirenze.it e all'interno dei totem Più Scelta presenti nei nostri punti vendita.

È possibile visionare:

- il bilancio d'esercizio e quello consolidato accompagnato dalla rispettive relazioni della gestione
- il Documento di Sintesi, che riassume i dati degli sconti e delle iniziative in favore dei Soci e della collettività.



Firmato il protocollo di intesa tra Accademia dei Georgofili e Unicoop Firenze

È stato firmato un **protocollo di intesa tra Accademia dei Georgofili e Unicoop Firenze**, alla presenza dei due presidenti, **Giampiero Maracchi e Daniela Mori**. L'Accademia si è impegnata a dare il proprio contributo a varie iniziative, rivolte sia ai consumatori sia ai dipendenti della Cooperativa, su temi come la **qualità dei prodotti toscani, l'alimentazione e i cambiamenti climatici, i processi di preparazione alimentare, l'educazione alimentare, i cibi del mondo, gli stili di vita, le produzioni agricole toscane, la lettura delle etichette e altri aspetti del mondo dei prodotti alimentari**. L'obiettivo è offrire a un vasto pubblico la possibilità di acquisire da un lato informazioni utili nella vita quotidiana, dall'altro nozioni storico-culturali sulla tradizione e la realtà toscana.

Grazie alla firma del protocollo verranno organizzate attività di formazione e di informazione sia presso la sede accademica in Logge degli Uffizi Corti sia nei supermercati Coop.fi: il grande patrimonio di competenze della più antica accademia di agricoltura del mondo (fondata nel 1753) troverà così nuovi spazi di valorizzazione, a contatto con il mondo dei consumatori.

Estratto da www.coopfirenze.it

"Sostieni San Paolo", tante donazioni per il restauro del "Duomo Vecchio di Pisa"

Unicoop Firenze ha risposto all'appello dell'Arcidiocesi di Pisa per il sostegno al lavoro di restauro della chiesa di San Paolo a Ripa d'Arno.

Sono pervenute numerose donazioni alle casse dei nostri punti vendita. Al 15 settembre: **1.774 donazioni per un totale di oltre 17.000 euro**.

Il negozio di Pisa Porta a Mare registra il maggior numero di donazioni (453), seguito da Pisa Cisanello con 367. Il punto vendita fuori dalla provincia di Pisa dove sono state effettuate più donazioni è Ponte a Greve (58).



La campagna è presente anche sul sito di crowdfunding www.eppela.com

Unicoop Firenze, come avvenuto lo scorso anno con Abbraccia il Battistero, sostiene iniziative per il recupero e la valorizzazione di spazi urbani o beni artistici del territorio in cui opera, coinvolgendo la comunità perché sia, con essa, parte attiva del cambiamento. L'impegno della Cooperativa mira alla valorizzazione della storia della chiesa, perché i tesori da essa custoditi tornino a splendere. La scelta del "finanziamento dal basso" vuole coinvolgere l'intera comunità pisana, per una partecipazione collettiva al

restauro di un vero e proprio simbolo cittadino, attraverso una raccolta fondi nata all'insegna della trasparenza. Unicoop Firenze, dimostrando ancora il legame alle proprie radici, sostiene la campagna di crowdfunding cofinanziando il 50% del budget richiesto, puntando a raccogliere almeno **200mila euro**. Tale cifra servirà alla copertura di parte dei costi necessari al restauro (1 milione di euro circa), la parte restante sarà versata dall'Arcivescovado e da altri soggetti coinvolti.

La raccolta fondi continua con successo e terminerà a metà ottobre.

Mettiamo al centro la solidarietà

"Alla cassa dici Aiuto!"

Questa è la campagna di solidarietà attivata da Unicoop Firenze a sostegno delle persone e dei territori colpiti dal tremendo terremoto del 24 agosto che ha cancellato interi paesi e borghi nel cuore dell'Italia.

Da sabato 27 agosto **in tutti i nostri punti vendita Soci e clienti potranno contribuire alla raccolta fondi per finanziare progetti di ricostruzione e di sostegno alle popolazioni colpite dal terremoto, donando alle casse denaro o 100 o 500 punti** che verranno poi convertiti in uno o cinque euro destinati a chi è in situazione di grave difficoltà.

La risposta dei nostri Soci e clienti è stata eccezionale: dal 26 agosto al 6 settembre sono stati raccolti più di 130.000 €.

Unicoop Firenze, a sua volta, si impegna a versare un proprio contributo.

dei terremotati, collaborando all'invio di quattro container di generi alimentari.

Il 2 settembre, inoltre, dai nostri magazzini è partito un camion con quasi 3 quintali di cibo per il campo base della Protezione Civile toscana a Cornillo Nuovo, a 5 km da Amatrice (Rieti). E nei prossimi giorni continueranno a partire nuovi rifornimenti per garantire alimenti freschi (puoi vedere il video sulla intranet o sul nostro sito istituzionale). **Il camion conteneva 195 chili di carne sottovuoto (manzo, pollo, salsicce) e 95 chili di ortaggi (dalle carote alle zucchine)**. Puoi vedere il video...



Foto Informacoop.

In parallelo saranno attive anche una campagna nazionale lanciata da Coop Italia con una donazione libera su conto corrente e un'iniziativa di CoopVoce, l'operatore mobile di Coop, attraverso cui è possibile donare 2 euro al numero 45500 della Protezione Civile.

È fondamentale comunicare ai nostri Soci e clienti che sono solo queste le modalità attraverso cui sarà possibile dare il proprio contributo. Come già comunicato dalla Protezione Civile, infatti, non dobbiamo fare raccolta di generi alimentari e/o abbigliamento.

Come lavoratori è inoltre possibile donare la retribuzione corrispondente a ore di lavoro e ore di permesso, chiedendo i moduli per la sottoscrizione alla propria segreteria o al proprio responsabile di punto vendita, oppure scaricandoli dalla intranet nella sezione "Servizi alle persone>Modulistica".



Fin dal 25 mattina la Cooperativa, su richiesta della Pubblica Assistenza e della Misericordia, si era mossa a favore

PARTECIPA ANCHE TU A "CORRI LA VITA"

Domenica 25 settembre 2016,
partenza ore 9,30 Piazza Del Duomo - Firenze

Unicoop Firenze è a fianco di questa manifestazione ideata per contribuire a realizzare e qualificare le strutture sanitarie pubbliche di Firenze specializzate nella lotta contro il tumore al seno.

Sarà possibile iscriversi al percorso **km 5,2**
venerdì 23 settembre e sabato 24 settembre
in via Martelli/Piazza Duomo (dalle 10 alle 17)
e domenica 25 settembre in via Martelli/Piazza Duomo (dalle 8 alle 9,30).

Sarà possibile iscriversi al percorso **km 11,6**
venerdì 23 settembre in via Martelli/Piazza Duomo (dalle 10 alle 17)
e sabato 24 settembre in via Martelli (dalle 10 alle 13).



Unicoop Firenze comparirà
sulle pettorine di ogni partecipante.

Ti aspettiamo!

Per maggiori informazioni consulta il sito
www.corrilavita.it

CORRI LA VITA

A cura dell'Ufficio Comunicazione Interna e Relazioni Risorse Umane

Ringraziamo i tantissimi colleghi che con le loro informazioni e la loro creatività ci aiutano, ogni mese, a realizzare il "nostro giornale interno".