



**Grazie a noi,  
in Toscana  
la spesa costa meno**

## IN PRIMO PIANO

La convenienza di fare  
la spesa da noi

pag.  
02

Un legame profondo  
con la nostra regione,  
intervista a Claudio Vanni

pag.  
05

## L'APPROFONDIMENTO

Intervista a Marco Ponticelli  
Category Manager della forneria

pag.  
07

Scopri la linea Amici Speciali

pag.  
09

## SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

La gestione della sicurezza,  
intervista a Ivan Castrovillari

pag.  
13

## INIZIATIVE

I nostri temporary  
in giro per la Toscana

pag.  
15

## DAI PUNTI VENDITA

Inaugurato il negozio  
di via del Madonnaone

pag.  
17

## SOLIDARIETÀ

Subito una scuola

pag.  
19

Unicoop Firenze conferma  
il suo primato in convenienza.

Con 'effetto calmiera' sul territorio e risparmio per le famiglie

# La convenienza di fare la spesa in Unicoop Firenze

## LA NOSTRA LEADERSHIP DI PREZZO

Corriamo sempre il rischio di abituarci, ma non è scontato riuscire a stare, anno dopo anno, nelle parti più alte della classifica del risparmio. Tra gli obiettivi della nostra missione ricopre un ruolo fondamentale la tutela del potere di acquisto dei propri Soci e clienti, finalità che è stata ampiamente perseguita anche quest'anno.

## LA DIFFERENZA SOSTANZIALE RISPETTO AGLI ALTRI COMPETITOR

La coerenza è uno dei valori fondanti di Unicoop Firenze: **manteniamo gli stessi prezzi in tutti i superstore e super dove siamo presenti.**

Esselunga, invece, tende a fare prezzi più bassi nelle "piazze" dove c'è la nostra Cooperativa, rispetto al resto d'Italia: ad esempio nei negozi della costa toscana (Viareggio, Camaiore, etc.) i prezzi da loro praticati sono ben più alti rispetto a quelli di Firenze o Prato (questo perché sulla costa i suoi concorrenti sono meno competitivi di Unicoop Firenze).

## Media indici altrocunsumo per le principali insegne presenti nei territori Unicoop Firenze

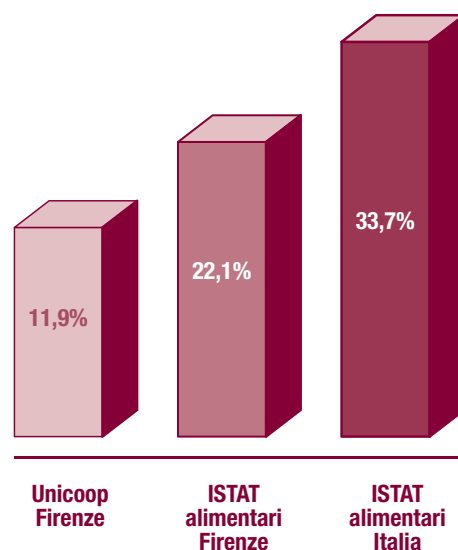
	Territori Unicoop Firenze	Totale Italia
COOP.FI	112	
ESSELUNGA	112	116
CONAD	119	125
CARREFOUR	120	125
PAM	121	124
PANORAMA	117	123
<b>TOTALE</b>	<b>116</b>	<b>123</b>

Nostra rielaborazione di dati contenuti nella rivista indipendente Altroconsumo: monitoraggio annuale sui prezzi di un paniere di prodotti industriali e freschi, rilevati in circa 70 capoluoghi di provincia italiani.



Sempre in fatto di coerenza e distintività è importante dare uno sguardo alla tabella sottostante.

## Variazioni prezzi 2016 (agosto) vs. 2001 (alimentari)



ISTAT andamento prezzi alimentari Unicoop Firenze vs ISTAT alimentari Italia e ISTAT alimentari Comune di Firenze.

## EFFETTO CALMIERE

Le politiche di prezzo della nostra Cooperativa fanno sì che la Toscana si confermi, ormai da tanti anni, la regione con i prezzi più bassi d'Italia per quanto riguarda i prodotti industriali confezionati venduti nei supermercati e ipermercati presenti nella nostra regione.

## In Toscana grazie alla nostra Cooperativa i prezzi si mantengono più bassi.

Nella tabella di seguito si nota che la differenza fra la Toscana e la regione meno conveniente è

## Indice di convenienza delle regioni

Indice = 100 - Prezzi medi Italia prodotti industriali

REGIONI	MAR-16
TOSCANA	95,8
VENETO	97,4
PIEMONTE	98,6
UMBRIA	99,7
LOMBARDIA	99,7
PUGLIA	99,7
TRENTINO ALTO ADIGE	100,0
CAMPANIA	100,6
EMILIA ROMAGNA	100,7
BASILICATA	101,0
FRIULI VENEZIA GIULIA	101,2
MARCHE	101,6
SARDEGNA	102,1
ABRUZZO	102,4
SICILIA	102,5
MOLISE	102,6
LAZIO	102,7
LIGURIA	103,0
CALABRIA	103,9

NRPS Nielsen - marzo 2016.

di ben 8 punti percentuali.

Nella classifica di convenienza delle 89 province in cui Nielsen rileva i prezzi di prodotti industriali dei superstore e super, le 7 province in cui è presente la nostra Cooperativa si collocano nei primi 8 posti.

Fare la spesa in queste province significa risparmiare il 5% rispetto alla media Italia e l'11% rispetto alla media della regione più cara. È stato calcolato che **per una famiglia media di 3 persone vuol dire un risparmio annuo, rispetto alla media Italia, di circa 400 euro.**

## Indice di convenienza delle province

Indice = 100 - Prezzi medi Italia prodotti industriali confezionati

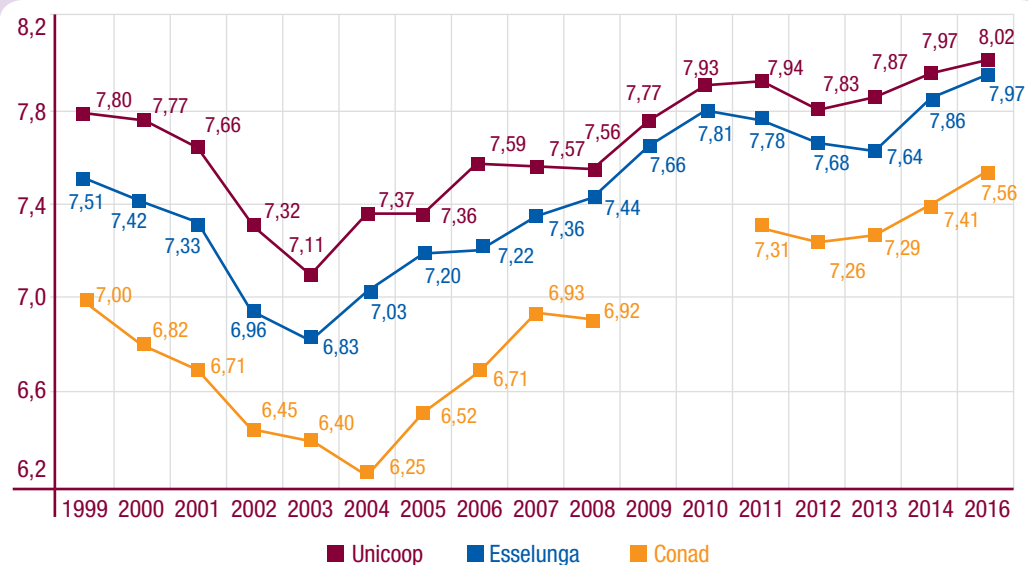
RANK.	REGIONE	PROVINCIA	MAR-16
1	TOSCANA	AREZZO	92,9
2	TOSCANA	PRATO	94,4
3	TOSCANA	PISTOIA	94,6
4	TOSCANA	FIRENZE	95,0
5	VENETO	TREVISO	95,5
6	TOSCANA	PISA	95,6
7	TOSCANA	LUCCA	95,7
8	TOSCANA	SIENA	96,5
9	PIEMONTE	ASTI	96,8
10	PIEMONTE	VERBANIA	97,0
11	PIEMONTE	CUNEO	97,1
12	VENETO	PADOVA	97,2
...	...	...	...
22	TOSCANA	LIVORNO	98,7
...	...	...	...
24	TOSCANA	GROSSETO	98,8
...	...	...	...
31	TOSCANA	MASSA	99,3
37	LOMBARDIA	MILANO	99,7
...	...	...	...
79	LAZIO	ROMA	103,3
86	CALABRIA	COSENZA	104,1
87	LIGURIA	GENOVA	104,4
88	LIGURIA	IMPERIA	105,5
89	CALABRIA	CATANZARO	106,0

NRPS Nielsen - marzo 2016.

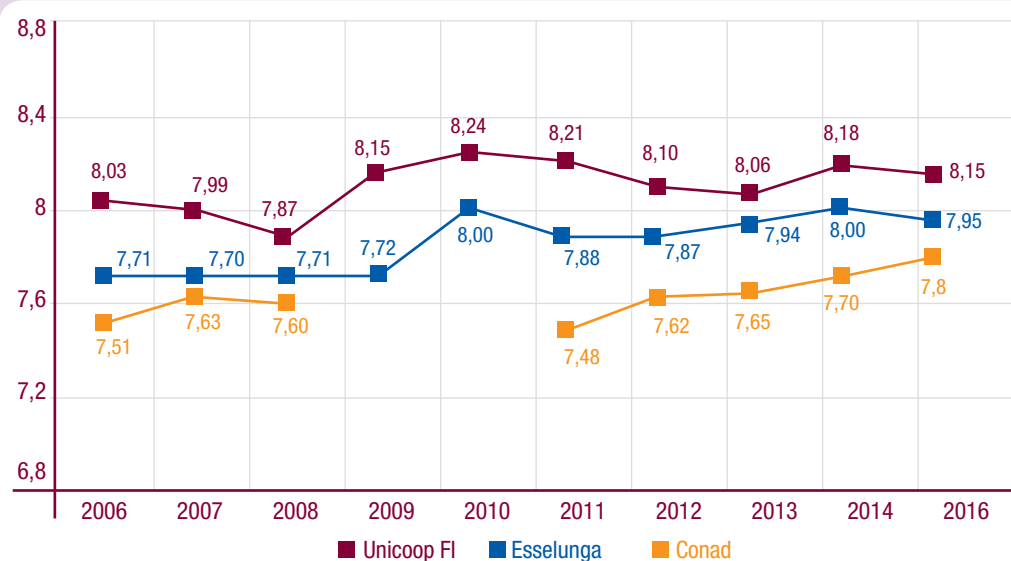
## LA PERCEZIONE DI CONVENIENZA

Unimonitor, un importante istituto di elaborazione di dati statistici, misura annualmente la percezione di convenienza tra la nostra Cooperativa e i suoi principali concorrenti, attraverso interviste telefoniche

gestite da una società esterna a un campione rappresentativo di responsabili di acquisto alimentari residenti nelle 7 province toscane in cui è presente Unicoop Firenze (la scala va da 1 a 10).



Dati Unimonitor - Serie storica percezione convenienza.



Dati Unimonitor - Convenienza Prodotto a marchio.

# Un legame profondo con la nostra regione

Mettere al centro il nostro territorio è uno dei punti cardine della nostra missione. Ne abbiamo parlato con Claudio Vanni, Responsabile Relazioni esterne di Unicoop Firenze

**Dal 20 ottobre è partita questa importante iniziativa. Quali sono i suoi tratti distintivi?**

Il territorio, il legame con esso sia dal punto di vista del **sostegno alla crescita economica delle imprese** e conseguentemente dell'**occupazione**, sia da quello della qualità della nostra **salute**.

Molti studi indicano la dieta mediterranea come un'ottima ricetta per la nostra salute. In Toscana è stato fatto un'ulteriore passo in avanti: la Regione Toscana ha elaborato la **piramide alimentare** sulla base dei

prodotti della nostra regione. Oggi molti nutrizionisti indicano questa piramide come una soluzione che può concorrere a risolvere tanti problemi legati al nostro benessere.

**Perché sentiamo ancora l'esigenza di mettere in piedi un'iniziativa così importante nella nostra regione?**

Perché sostegno all'economia e impegno per la salute dei nostri Soci sono due aspetti fondativi del nostro essere cooperativa.



## Come si declina questo impegno per il territorio nella quotidianità?

L'iniziativa commerciale in corso è un pezzo importante del nostro impegno, perché porterà tanti prodotti toscani sulla tavola dei nostri Soci. Inoltre venerdì 21 ottobre abbiamo organizzato un **convegno** per fare il punto della situazione. Abbiamo riflettuto sul contributo che la nostra Cooperativa sta dando alla crescita economica della nostra regione. L'Istituto regionale per la programmazione economica della Toscana ha presentato una ricerca in tal senso, ma vorremmo anche esplorare ciò che ancora potremmo fare per rafforzare ulteriormente questo impegno. In questo senso va anche il recente accordo che abbiamo fatto con l'**Accademia dei Georgofili** e con l'**Agenzia Regionale della Salute (ARS)**, due nuovi compagni di viaggio che possono aiutarci ad avere nuovi prodotti e una migliore qualità della vita. Tutto questo in coerenza con una visione che mette al centro il processo di **sostenibilità ambientale e sociale**.

**“ Chi davvero aiutar vuole, abbia più fatti che parole ”**



DAL 20 OTTOBRE AL 2 NOVEMBRE

### LA TOSCANA TI ASPETTA

con  
**il carrello Fortunello**  
VINCI LA TUA SPESA



**coop.fi**  
Aiutiamo la Toscana a crescere da sempre

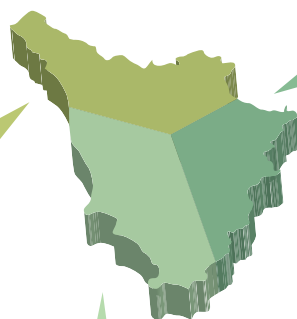
#### INIZIATIVE IN FAVORE DELLA COLLETTIVITÀ\*:

Educazione, solidarietà e cultura  
**€ 2.908.000**



Ambiente ed ecologia  
**€ 4.897.000**

= **€ 7.805.000**



#### IL NOSTRO SOSTEGNO ECONOMICO ALLE IMPRESE DEL TERRITORIO\*:

**459 milioni di euro,**  
pari a ¼ del totale acquisti

**Oltre 700 fornitori**

\*dati al 31/12/2015

#### LE PRINCIPALI ATTIVITÀ SVOLTE NEL TERRITORIO:

- Educazione al consumo responsabile e alla cittadinanza consapevole

- **Raccolte alimentari** organizzate dalla Fondazione il Cuore si Scioglie in collaborazione con la Cooperativa a favore di Caritas e delle associazioni di volontariato del territorio



## La nostra forneria e le nuove tendenze del mercato

*In ogni numero del MYUnicoop cerchiamo di capire qualcosa in più sui nostri reparti. Dopo le carni, questa volta tocca alla forneria. Abbiamo incontrato Marco Ponticelli, Category Manager del settore*



Gabor Desideri e Marco Ponticelli del settore forneria.

**Il nostro reparto forneria offre tantissime tipologie di prodotti, è un segmento in continua evoluzione. Come ci stiamo muovendo?**

Stiamo monitorando e seguendo gli sviluppi del mercato. Nel comparto del pane fresco a breve conservazione **stiamo creando un assortimento in linea con ciò che richiede il nostro Socio**. La farina 00, super raffinata, è aggredita da più parti, soprattutto attraverso i media, dove vengono consigliate farine meno raffinate. Per questo, sui nostri banchi, è possibile trovare pani con farine tipo 1 e 2, oppure farine macinate a pietra che hanno la caratteristica di lasciare intatte le proprietà nutrizionali.

**La tendenza quindi verte sui pani scuri...**

Sì, nel nostro assortimento è un continuo nascere di queste referenze, se possibile a lievitazione naturale.

Un esempio calzante è rappresentato dal **“pane da grani toscani”** che sforna per noi Cerealia con farina tipo 2, macinata a pietra e realizzata a lievitazione naturale. In generale, comunque, si cerca di **rafforzare** la parte dell'assortimento integrale come il **panaccio integrale** che cresce molto bene mese dopo mese.

Mi preme sottolineare inoltre **che tutto il pane comune di produzione interna è realizzato con farina proveniente da grano toscano**.

**Qual è la lavorazione interna che più ci caratterizza?**

**Il pane a produzione interna** che ha un importante valore sia quantitativo sia qualitativo e riscuote ogni giorno il favore di tanti Soci e la **schacciata alla pala**, un nostro fiore all'occhiello che negli ultimi anni stiamo diffondendo in vari negozi.

Questo tipo di schacciata viene prodotta in tutti i punti vendita che hanno il forno a platea (da pizza) e si realizza con l'impasto crudo che viene preparato all'interno dei negozi laddove è presente la produzione interna di pane, oppure consegnato dai vari fornitori di pane fresco per gli altri negozi. **Le mani sapienti dei nostri colleghi** la trasformano in un prodotto finito in modo che risulti sempre calda e fragrante.



### Per quanto riguarda la pasticceria?

Negli ultimi anni il mercato non ha brillato per una serie di motivi dovuti sia alla situazione economica che alle nuove tendenze salutistiche, ma vorrei evidenziare la nostra linea **Banco del Gusto** dove ci stiamo differenziando proponendo **prodotti di alta qualità privi di olio di palma**. È una linea dedicata esclusivamente a Unicoop Firenze, le cui **ricette provengono dall'esperienza dei nostri laboratori di produzione interna**.



Le crostate, il primo articolo realizzato nel 2006, **stanno andando molto bene**, sono di ottima qualità e sempre più apprezzate dai Soci e consumatori. Da quando abbiamo fatto il restyling della confezione si stanno raggiungendo risultati ancor più positivi.

La produzione Banco del Gusto per la forneria è realizzata nello stabilimento del Panificio Toscano a Collesalvetti.

### Novità in arrivo?

Abbiamo lanciato il pane per gli sportivi (pane Sporty) con pochi carboidrati (un terzo rispetto a un pane comune) e un alto contenuto proteico. È indicato per tutti coloro che fanno sport o seguono una dieta con pochi carboidrati. È un pane molto buono e facilmente digeribile.



### Per saperne di più

#### Il pane da grani toscani

È il cosiddetto "pane di una volta" con farina contenente germe di grano proveniente dalla macinazione a pietra di vari tipi di grano coltivati da aziende agricole toscane. Questo pane (con farina tipo 2), prodotto da Cerealia, è fatto con lievito madre a fermentazione naturale.

#### Il pane Alberese

Prodotto con farina di grano tenero 2, proveniente dalla macinazione a pietra di grano coltivato dalla tenuta di Alberese, che ricade in gran parte nel Parco naturale della Maremma.



#### Il pane San Rossore

Nasce da una collaborazione tra l'Ente Parco Regionale Migliarino San Rossore Massaciuccoli e la società Cerealia, nel cui stabilimento viene prodotto il pane con farina di grano tenero di tipo 2, coltivato nelle aziende agricole "consigliate dal Parco". Tali aziende ricadono in ambienti pregiati dove si fondono in perfetta armonia, natura, cultura e storia in un territorio in cui si alternano pinete, dune, pascoli, boschi misti e coltivi. I grani vengono macinati a pietra e la lievitazione naturale garantisce un processo e una filiera in grado di conferire al pane aromi particolari, che fanno risaltare antichi e tradizionali sapori.



## Il trend in crescita dei prodotti per animali

È un mercato in forte espansione. Ecco cosa c'è da sapere sulla nuova linea Amici Speciali

### IL QUADRO GENERALE

Secondo recenti statistiche, **in Italia più di una famiglia su due (55,3%) ha un animale da compagnia**. Nella maggior parte dei casi si tratta di cani e gatti, ma nelle nostre case troviamo anche pesci, conigli nani, piccoli roditori e uccellini. Non più solo animali da compagnia, ma d'affezione, come vengono chiamati oggi, a testimonianza del cambio di sensibilità nei confronti dei pet.

**L'attenzione che i padroni dedicano alla cura e alla salute del proprio animale è aumentata in maniera considerevole rispetto al passato.**

**Il settore legato agli animali d'affezione è da anni in costante e forte crescita.** L'offerta alimentare si è ampliata e specializzata, proponendo **diete specifiche per stili di vita e caratteristiche dell'animale**, ma anche in base a eventuali patologie o intolleranze.



### LA LINEA AMICI SPECIALI DI COOP

La nuova linea Pet Amici Speciali dovrà essere capace di trasferire tutta l'esperienza e l'attenzione di Coop nell'alimentazione umana anche sul mondo animale (alimentare e non), grazie a una specializzazione dell'offerta che dovrà soddisfare tutte le esigenze di base e quelle più specifiche dei nostri amici animali.

La gamma prevede un doppio posizionamento: una parte basica, **Amici Speciali**, su cui concentrare qualità e convenienza, e una parte a più alto contenuto di valore, quella di **Amici Speciali Premium**.

Tutte le referenze avranno uno standard qualitativo garantito: oltre a essere **Senza Coloranti e Conservanti**, sono **"Cruelty Free" o "Senza crudeltà"**, il che significa che sono realizzate da fornitori che non effettuano test invasivi sugli animali. Su questo aspetto Coop ha chiesto da sempre a tutti i suoi fornitori di prodotto a marchio di sottoscrivere un impegno reale.



Grazie alla **collaborazione scientifica in atto con il dipartimento di Scienze Veterinarie dell'Università di Milano**, Coop si avvale di un supporto indipendente e autorevole per la messa a punto delle ricette dei prodotti. Da qui la scelta volontaria di utilizzare anche **carne fresca** per le referenze dell'umido cane e gatto, mentre nel secco quella di prevedere un **corretto apporto di nutrienti** quali proteine, sali minerali e vitamine, in grado di fornire all'animale **un'alimentazione completa ed equilibrata** e garantire tutta l'energia necessaria per la loro vitalità.



L'offerta alimentare nel suo complesso sarà ampliata, andando a presidiare dai prossimi anni anche il segmento di **altri animali come pesci, uccelli, piccoli roditori e conigli**.

### LA LINEA AMICI SPECIALI PREMIUM

Si cerca di raggiungere un più alto profilo qualitativo agendo su tre aree o variabili principali di valore:

- **Nutrizione scientifica con prodotti specifici** in grado di garantire un'alimentazione equilibrata da un lato ma specifica dall'altro, con un corretto dosaggio e bilanciamento di micro-nutrienti essenziali, quali proteine, grassi e carboidrati in funzione dell'età, della taglia, dello stile di vita e dello stato di salute dell'animale. Ma anche **prodotti funzionali**, con integrazione di quegli additivi ed elementi funzionali, appunto, in grado di apportare benefici alla stato di salute dell'anima-

le (prodotti mono-proteici, o light per pet con intolleranti alimentari e/o digestive, per gatti sterilizzati, ecc..)

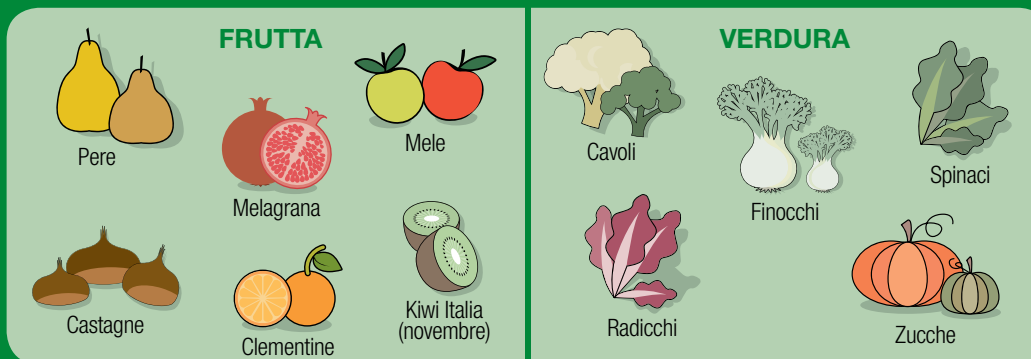
- **Genuinità**, vale a dire prodotti dal basso grado di lavorazione, con alta qualità delle materie prime e alte percentuali negli ingredienti caratterizzanti.
- **Gusto**. In questo caso l'aspetto organolettico delle proposte della linea premium sarà ancora più attento e pensato a soddisfare "il palato" dell'animale, anche quello più difficile, con ricette che si distinguono per ricercatezza e peculiarità dei sapori.



Fonte: Infonews Coop.

# Scopri l'ortofrutta

## ECCO COSA PUOI CONSIGLIARE AI SOCI E CLIENTI IN QUESTO MOMENTO



## INTERVISTA DOPPIA A DUE SPECIALITÀ DI STAGIONE

### LA MELA DI MONTAGNA E LA MELA TOSCANA



#### Ciao, come ti chiami?

Sono la mela Golden di montagna



Sono la mela Golden Rugginosa toscana

#### Quando sei nata?

Tra la fine di settembre e i primi di ottobre

Da metà settembre

#### Come ti definiresti?

Sono la regina delle mele e anche il mio colore lo testimonia: oro luccicante!

Forse più buona che bella... anche se la mia "rugginosità" è unica nel suo genere!

#### Da dove vieni?

Da sopra il livello del mare, fino a 1.000 e più metri di altezza. Più in alto arrivo, meglio mi sento. Che meraviglia lassù, di notte è fresco e la mattina il sole mi bacia e mi fa arrossire!

Dai filari della Toscana. Sto sotto il sole, soprattutto quello di maggio, che mi abbronzia rendendo la mia "pelle" unica!

#### I tuoi principali pregi?

La croccantezza: a ogni morso "crocco"! Ho un gusto unico e inconfondibile, e una polpa di colore chiaro, chiarissimo.

La dolcezza: il mio grado zuccherino raggiunge i livelli più alti. La mia polpa di colore giallino è succosa, anzi succosissima.

#### In che cosa ti supera la tua "collega"?

Probabilmente nella dolcezza.

Sicuramente la sua polpa è più croccante.

## IL TREND IN CRESCITA

## LA MELAGRANA



È il frutto tipico di questa stagione ed è un trend in costante crescita grazie anche alle sue innumerevoli proprietà benefiche.

La melagrana è ricchissima di antiossidanti, vitamina C (una sola ne contiene quasi il 20% dell'intero fabbisogno giornaliero di un uomo adulto), vitamina K, vitamine del gruppo B, proteine e carboidrati.

## IN CUCINA



Dalle melagrane mature (quando hanno raggiunto una tonalità rossa intensa con qualche sfumatura gialla) si ricava il succo, ma possiamo utilizzarle in cucina anche per risotti, dolci e insalate.

## La gamma presente in Unicoop Firenze:

Da noi sono in vendita le melagrane coltivate in Sicilia, ricche di polifenoli.

## Le varietà presenti sono:



**Ako:** buccia di color rosso brillante, arilli morbidi, adatta per il consumo del frutto fresco.



**Wonderful:** buccia di color rosso intenso, arilli duri, adatta sia al consumo fresco che per spremere il succo.

# La gestione della sicurezza: obiettivi della Cooperativa e focus sugli infortuni da taglio

La creazione di condizioni di lavoro sicure e il loro continuo miglioramento è uno dei presupposti essenziali per Unicoop Firenze.

**La sicurezza e la salute sui luoghi di lavoro sono un impegno per tutti**, che si manifesta non solo in comportamenti sicuri sul lavoro, ma anche nel creare costantemente le condizioni più idonee affinché ciò avvenga. **La responsabilità dell'impresa è importante quanto quella individuale di ogni singolo lavoratore.**

Crediamo che parlare di sicurezza si debba fare anche e soprattutto attraverso un **approccio culturale**: il tempo che vi si dedica è sempre importante e prezioso. È quindi strategico il livello di sensibilità che ognuno di noi dedica a questo tema.

Con **Ivan Castrovillari**, addetto al Servizio Prevenzione e Protezione dai Rischi, abbiamo analizzato l'importanza dell'utilizzo degli strumenti in dotazione per ridurre il numero degli infortuni da taglio.

## Quali obiettivi sta perseguendo la Cooperativa sul versante degli infortuni?

Sono ormai anni che stiamo portando avanti con determinazione l'impegno a ridurre gli infortuni sul lavoro.

Gli infortuni denunciati stanno decrescendo. Se confrontiamo l'anno **2014/2015** registriamo il **-10%**, mentre nel quinquennio **2011/2015** si osserva un decremento del **-24,7%**.

Il nostro ruolo come Servizio Prevenzione è soprattutto di supporto e dialogo con l'organizzazione della sicurezza, fatta di lavoratori e responsabili a tutti i livelli.

Uno degli obiettivi che ci poniamo è quello del **miglioramento delle condizioni di sicurezza di un ambiente di lavoro**, attraverso un'analisi capillare dei processi e delle attività lavorative, con il fine ultimo di ridurre gli infortuni e prevenire l'insorgenza di malattie. Per questo motivo è importante che ognuno all'interno della Cooperativa comprenda, nell'ambito del proprio ruolo, il contributo che deve dare per incidere su questi fenomeni.



Immagine tratta dal video: "La sicurezza siamo noi".

### Quali sono le casistiche più comuni di infortunio?

Le statistiche mostrano come gli infortuni degli ultimi anni si raggruppano in alcune categorie quali: le lesioni da sforzo, gli scivolamenti e cadute, gli urti, i tagli.

### Quanto sono rilevanti i tagli in Cooperativa e quali sono le misure di prevenzione e protezione per ridurre questi infortuni?

Gli infortuni con i taglienti sono importanti in un settore come il nostro; nel 2015 abbiamo stimato un'incidenza del 26% sul totale degli eventi.



Immagini tratte dal video: "La sicurezza siamo noi".

Sicuramente la formazione è una delle più importanti misure da mettere in campo per contrastare questi infortuni. Occorre **in primo luogo addestrare le persone all'uso sicuro di coltelli, affettatrici, segaossa e via discorrendo.**

Non meno **importante è l'utilizzo degli strumenti già in dotazione**, quali i porta coltelli e i guanti antitaglio per operazioni come il disosso e la pulizia delle lame.

### Avete in programma ulteriori misure per ridurre questa tipologia di infortuni?

È nostra intenzione migliorare le misure già in essere, consapevoli che le stesse, per essere efficaci, devono trovare momenti di condivisione con gli attori protagonisti del sistema sicurezza (Dirigenti, Preposti, Lavoratori e RLS), al fine di accrescere la sensibilità di tutti.

In particolare **stiamo pensando a una formazione più puntuale sull'uso dei taglienti**, a rendere più chiare le regole da rispettare attraverso la modalità delle "Istruzioni Operative" e, infine, a lavorare con i fornitori delle attrezzature per migliorare ulteriormente gli standard di qualità e sicurezza.

## I nostri temporary in giro per la Toscana



Sono spazi che riescono ad avvicinarci ai cittadini, per fargli conoscere le eccellenze che quotidianamente vendiamo nei nostri punti vendita. In questi due mesi **i nostri temporary sono stati a Pisa, Scandicci** e, a novembre, alla mostra mercato del tartufo di **San Miniato**.

### PISA

Dal 6 al 9 ottobre, in occasione dell'Internet Festival di Pisa, il nostro temporary era presente presso la Loggia di Banchi. "Il tema dello stand era il **prodotto Fior Fiore**. Abbiamo fatto prevalentemente ristorazione con panini, pizze e taglieri di salumi e formaggi. Inoltre si sono tenute numerose degustazioni delle nostre specialità" racconta **Alberto Giusti, Organizzatore del temporary**. "È stato anche possibile fare acquisti dei prodotti Fior Fiore Coop che si trovavano in esposizione. L'incasso è stato interamente devoluto alla Campagna "Sostieni San Paolo".



Per **Alessio Damiani, Direttore del temporary**, questo spazio è stato un successo. "È andata molto bene, è stato un buon modo per **far conoscere i nostri prodotti anche nel centro della città**. È un'iniziativa che funziona e riesce a motivare i nostri colleghi che sono rimasti tutti entusiasti. La risposta è stata importante, sono passate di qui tantissime persone che hanno apprezzato il nostro temporary. **L'allestimento a pancali era molto bello e impattante**".

## SCANDICCI

Eravamo presenti anche alla Fiera di Scandicci con uno stand sul tema della legalità con la campagna **"Buoni e giusti"**, che vede in prima linea Coop sul presidio delle filiere dichiarate più a rischio.

Durante la Fiera di Scandicci è stato inoltre organizzato uno **show cooking**, con la collaborazione di un cuoco specializzato, proposto alle persone in visita alla fiera e volto alla promozione dei valori del prodotto a marchio.



*Lo show cooking nel nostro stand alla Fiera di Scandicci.*

È stata offerta alle persone un piatto di pasta al pomodoro, preparato con prodotti a marchio Coop in esposizione nel nostro stand. Abbiamo chiesto ai partecipanti di **assaggiare il prodotto** e di dare un giudizio tecnico sull'assaggio, con la compilazione di un questionario con domande dedicate per la valutazione organolettica del prodotto.

"Si è dimostrata un'attività piacevole e divertente, ma anche un momento importante di confronto con le persone, che ci



ha permesso di trasmettere quelli che sono i valori dei nostri prodotti e il lavoro che viene dedicato al monitoraggio della gradevolezza degli stessi" ci spiegano **Martina Fei e Claudia Santi**, rispettivamente del marketing strategico e dell'ufficio qualità.



## SAN MINIATO

Dal 12 novembre per tre fine settimana saremo presenti anche alla **Mostra nazionale del Tartufo Bianco di San Miniato**. Il tema sarà il nuovo prodotto a marchio, con approfondimenti sulla linea Fior Fiore e la presentazione della nuova linea Origine.

Ci sarà vendita e somministrazione di prodotti e un focus sull'olio nuovo.

# Inaugurato il punto vendita di via del Madonnone

Ha aperto alle vendite il nuovo negozio di via del Madonnone, situato nell'edificio che per anni ha ospitato lo storico cinema Variety.



Pensato per la **spesa quotidiana**, e per venire incontro alle nuove esigenze di spesa di Soci e clienti, sostituisce il vecchio negozio di Varlungo, chiuso mercoledì 12 ottobre.

Su una superficie di circa 500 metri quadrati, **il nuovo punto vendita offre subito all'ingresso un'ampia piazza dei freschi.**

Appena entrati troviamo l'ortofrutta, per proseguire poi con la forneria caratterizzata da un ricco **assortimento di pane, pizze e schiacciate, tra cui la deliziosa schiacciata alla pala**, e lo scaffale self del pane, dove chi vuole, servendosi da solo, può prendere ciò che preferisce. Ci sono poi la gastronomia e la macelleria, fino ad arrivare all'area riservata alla dispensa, ai prodotti industriali confezionati, con una zona dedicata alle offerte e alla cantina dei vini, che presenta un assortimento

di prodotti locali e dell'eccellenza enologica italiana. Per chi ha poco tempo per cucinare o per la pausa pranzo lavorativa è disponibile anche una scelta di piatti pronti.



Un focus speciale è stato dedicato ai prodotti freschi di stagione e del territorio, riconoscibili dal cartellino **"Prodotti in Toscana"**, e ai prodotti da agricoltura biologica. Segnaliamo inoltre l'area dedicata al benessere, ai prodotti senza glutine, agli integratori e ai parafarmaci.





Grande attenzione anche all'**ambiente** e alla **riduzione degli sprechi di energia** con l'ottimizzazione degli impianti di illuminazione, riscaldamento e condizionamento.

L'impianto frigo alimentare del negozio è in linea con gli standard della Cooperativa, con un risparmio energetico di oltre il 10%, mentre l'illuminazione all'interno e all'esterno è affidata a sorgenti Led. Tra le altre iniziative, ricordiamo poi l'utilizzo delle borse in Mater-Bi per la spesa e per l'ortofrutta e le borse spesa riutilizzabili.

Tra i nuovi servizi il **Salvapp**, che consente di utilizzare il Salvatempo direttamente dal proprio smartphone. È un'applicazione semplice e veloce, con tante utili funzioni come la possibilità di creare una propria



lista della spesa, consultare le offerte del punto vendita, visualizzare il saldo punti e le informazioni della propria Carta Socio.

A facilitare la spesa dei Soci e clienti anche un parcheggio esterno di circa 40 posti e un piccolo posteggio sotterraneo di una decina di posti.

"È un punto vendita di vicinato con spazi ampi, fruibili e con un buon parcheggio" **afferma Alessandra Peluso, Direttrice del negozio.** "I lavoratori sono felici e motivati, l'impegno è a mille. Ci aspettiamo tanta affluenza, noi siamo pronti, ce la metteremo tutta anche se non sarà facile. È una bella sfida da affrontare tutti insieme".



La Presidente del Consiglio di Sorveglianza Daniela Mori, il Presidente del Consiglio di Gestione Golfredo Biancalani, insieme al Gruppo Dirigente di Via del Madonnaone: da sinistra Vanessa Caselli, Sara El Ansari, Antonio Cocco e Alessandra Peluso (Direttrice).

## Subito una scuola

40 mila donazioni in 15 giorni per un totale di 150 mila euro raccolti. **Il cuore generoso dei nostri Soci e clienti non si è fatto attendere** e ha risposto in maniera totale alla nostra campagna "Alla cassa dici Aiuto!".

I soldi ricevuti serviranno a costruire una scuola nel comune di **Cittareale**, a pochi passi da

Amatrice, il paese divenuto tragicamente il simbolo della devastazione.

A poco più di due mesi dal terribile sisma, i bimbi di questo centro avranno così una scuola, grazie anche al sostegno della Fondazione Cassa di Risparmio di Firenze.



### L'edificio

La scuola ha un **costo complessivo di 264.000 euro**, interamente coperti dal partner del progetto. Si estende su una superficie di 260 metri quadrati ed è collocata accanto al centro operativo avanzato dei Vigili del fuoco, in una posizione centrale rispetto al territorio comunale. Può ospitare l'**attività didattica di 40 bambini**, sia di Cittareale sia delle aree limitrofe, che frequentano la scuola dell'infanzia e primaria. È divisa in due aule, una mensa-refettorio, una segreteria, una sala riunioni, servizi igienici ed è costruita con lastre di ossido di magnesio e polistirene espanso, mentre il tetto è dello stesso materiale con isolanti in poliuretano. L'edificio sarà dotato dei necessari servizi e rispetterà i **requisiti di sicurezza** disposti dalle norme vigenti per gli esercizi scolastici: in particolare, la resistenza al rischio sismico.

### A PROPOSITO DI SCUOLA...

Fino al 2 novembre continua la campagna **Cresciamo Insieme**:

**1.826**  
scuole iscritte

**1.139.603**  
buoni caricati\*

\*dati al 14 ottobre

**Cresciamo insieme** ai **VITA MINI**

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!



## UN NUOVO PANIFICIO A KOUPELA

Dopo mesi di lavoro e di formazione dei panettieri, **martedì 25 ottobre** verrà inaugurato il terzo panificio - pizzeria realizzato da **Movimento Shalom, Unicoop Firenze e Fondazione Il Cuore si scioglie in Burkina Faso**.

Il panificio sorge a **Koupela**, a circa 140 km dalla capitale Ouagadougou, e vede anche la collaborazione della **Comunità San Patrignano**. Qui, dove è presente un laboratorio per la produzione di pane e pasticceria, gestito dai ragazzi coinvolti nel percorso di recupero e reinserimento, sono stati ospitati dai primi di maggio alla metà di giugno Hasmado e Ferdinand, due giovani futuri panettieri burkinabé, per apprendere le principali tecniche di panificazione. E per imparare, appunto, la ricetta del Pane Shalom. Per l'avviamento del forno un contributo fondamentale **verrà anche dal gruppo di colleghi e colleghe che si trovano in Burkina per partecipare in prima persona ai lavori**.



## IL PRIMO VIAGGIO IN BURKINA DELLA NOSTRA COLLEGA SARA

Abbiamo incontrato **Sara Carboneschi**, collega del negozio di Ponte a Greve, in procinto di partire per il suo primo viaggio in Burkina Faso.

### *Cosa hai pensato quando ti è stata proposta questa esperienza?*

Ho pensato subito che fosse un'occasione da prendere al volo, che mi servirà sia per la mia vita che per conoscere la parte solidale della nostra Cooperativa.

### *Cosa significa per te questo viaggio?*

Vuol dire mettermi in gioco, andrò in una realtà che conosco pochissimo. Qualche anno fa dedicavo tante ore al volontariato, adesso è come se fosse tornata fuori una parte di me. Significa inoltre uscire da questi ritmi "occidentali" e pensare a degli stili di vita diversi.

### *Cosa ti aspetti da questo viaggio?*

Mi aspetto di conoscere un nuovo paese, nuovi modi di vivere, mi aspetto di comprendere a fondo l'impegno della Fondazione Il Cuore si Scioglie e del Movimento Shalom.

Andrò a svolgere un'attività che di solito non faccio nel quotidiano, quindi imparerò molte cose.

### *Quale tipo di aiuto darai per l'apertura del panificio insieme agli altri colleghi?*

Allestiremo il forno, tutto l'arredamento, dovremo trovare le materie prime, ci inventeremo anche delle ricette, faremo volantinaggio, proveremo a vendere il pane, andando anche per strada.

In poche parole faremo un'esperienza unica.

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".