



# unicoopfirenze

PER NOI CHE CI LAVORIAMO

**N° 36**

Marzo  
2017

## IL NOSTRO VIAGGIO A NORCIA E CITTAREALE



ASSAGGIO DEL PRODOTTO  
A MARCHIO: I RISULTATI  
DELLE MOZZARELLE

P. 07

IL MOBILITY  
IN COOPERATIVA

P. 08

MANGIAR SANO  
FIN DA PICCOLI, LA LINEA  
CRESCENDO E L'IMPEGNO  
DI UNICOOP FIRENZE P. 10

GRANDE FESTA  
PER IL PRIMO COMPLEANNO  
DEI NEGOZI DI LUCCA SAN  
FILIPPO E VINGONE P. 17



# Auguri di buona Pasqua

a tutte le lavoratrici e i lavoratori  
della Cooperativa.



## INDICE

N°36 - Marzo 2017

### IN PRIMO PIANO

---

IL NOSTRO VIAGGIO A NORCIA E CITTAREALE 04

### L'INIZIATIVA

---

ASSAGGIO DEL PRODOTTO A MARCHIO:  
I RISULTATI DELLE MOZZARELLE 07

### L'APPROFONDIMENTO

---

IL MOBILITY IN COOPERATIVA 08

MANGIAR SANO FIN DA PICCOLI, LA LINEA  
CRESCENDO E L'IMPEGNO DI UNICOOP FIRENZE 10

### RUBRICA

---

SCOPRI L'ORTOFRUTTA 12

### LA NOVITÀ

---

LE NOSTRE PROPOSTE DI PASQUA 14

### DAI PUNTI VENDITA

---

IL NOSTRO CONTRIBUTO ALLA CELEBRAZIONE  
DELLA GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA 15

LUCCA SAN FILIPPO COMPIE UN ANNO! 16

GRANDE FESTA PER IL PRIMO COMPLEANNO  
DEL NEGOZIO DI VINGONE 17

### GLI ARTICOLI IN EVIDENZA

---

CONSUMATORI, SONO 5 GLI IDENTIKIT 18

LA SOLIDARIETÀ PORTA IN DONO UN AMBULATORIO 19

# IL NOSTRO VIAGGIO A NORCIA E CITTAREALE

Il racconto di Marco Pardelli Direttore del pdv Sesto Il Neto.

Mercoledì 1° marzo, ho partecipato insieme ad altri colleghi al viaggio a Norcia per vedere lo stato di avanzamento dei lavori della scuola che andremo a realizzare. Nel pomeriggio abbiamo fatto tappa a Cittareale dove è stata inaugurata la scuola nel novembre scorso. Devo dire che l'esperienza è stata molto emozionante e toccante.

Il paesaggio è surreale, anche se mi aspettavo più devastazione: a parte i vecchi edifici del centro storico, in alcuni casi rasi al suolo, intorno al paese si notano strutture apparentemente moderne, perfettamente integre, ma poi se le guardi con occhio chirurgico, noti qualcosa che non va e le crepe che dividono trasversalmente le pareti dicono tutto.

Simona, la collega direttrice della Coop di Norcia, ci ha riferito che il 90% degli edifici che esteriormente sembrano non aver subito danni sono inagibili e da abbattere, compreso il vecchio supermercato di oltre 1000 metri quadrati. Nonostante il dramma, la gente non si è arresa, nei loro occhi si legge la rabbia e la tristezza di aver perso tutto, anche persone care, ma allo stesso tempo c'è una gran voglia di rialzarsi.



Lo scarico merci lesionato della Coop di Norcia ormai non più agibile.

Lo dimostra anche l'apertura, dopo poche settimane dal terremoto, di un nuovo spazio Coop, molto più piccolo, ma che rappresenta una vera e propria rinascita e un punto di ritrovo dell'intera comunità.

Simona ci ha fatto venire il "nodo alla gola" raccontandoci quei minuti interminabili della mattina del 30 ottobre 2016, quando l'istinto materno l'ha portata a buttarsi a protezione sopra il corpo del figlio piccolo, che era ancora a letto, fortunatamente poi senza gravi conseguenze. In tarda mattinata siamo andati a visitare il cantiere dove verrà inaugurata la scuola realizzata grazie al contributo dei Soci e colleghi di Unicon Firenze.

Anche lì abbiamo visto gli operai lavorare con un piglio e una motivazione diversa, proprio perché direttamente coinvolti per la realizzazione della scuola.

Nel pomeriggio ci siamo trasferiti a Cittareale, dove abbiamo visitato la scuola, inaugurata sempre con il nostro contributo. Abbiamo conosciuto una persona veramente speciale: il sindaco Francesco Nelli, un ragazzo (vista la giovane età) dalle risorse interminabili che ha fatto di tutto per gestire l'emergenza post terremoto.



Una delegazione di lavoratori di Unicon Firenze in visita al cantiere.

La sua casa e il palazzo comunale sono rimasti completamente distrutti, ma lui non si è perso d'animo: si è trasferito nella casa di Roma e tutti i giorni fa spola tra la cittadina che amministra e la Capitale, un viaggio di circa 4 ore in tutto.

Accanto alla scuola, in un appezzamento di terreno circondato da splendide montagne innevate, c'è il cuore pulsante di Cittareale: il campo base dei vigili del fuoco, della protezione civile, in un container la farmacia, in quello accanto l'ufficio del sindaco, che tre volte la settimana lo divide con il medico del paese che vi fa ambulatorio.

Claudio Vanni ci raccontava che quando ha incontrato il sindaco per la prima volta, per fargli la proposta della scuola, lui non ha perso tempo: ha convocato in diretta il proprietario del terreno e ha fatto l'esproprio. Il proprietario a sua volta, entusiasta del progetto, non solo non si è lamentato, ma è andato nel bosco a tagliare sei picchetti di legno per perimetrare subito l'area della futura scuola, che nel giro di qualche settimana ha preso corpo.



## RINGRAZIAMO I LAVORATORI DELLA COOPERATIVA CHE HANNO DONATO 70.000,00 € DI ORE DELLA PROPRIA RETRIBUZIONE

Lo sguardo delle persone parla più di tantissime parole.

"Sicuramente non siamo tornati "segnati" come i colleghi che sono andati in Burki-

na, ma anche questa volta la Cooperativa e tutte le persone che ne fanno parte, per un "dramma" tutto diverso, è riuscita nuovamente a sorprenderci, riuscendo a

penetrare nelle nostre coscienze e dimostrando che ancora una volta in caso di bisogno c'è e ci sarà."



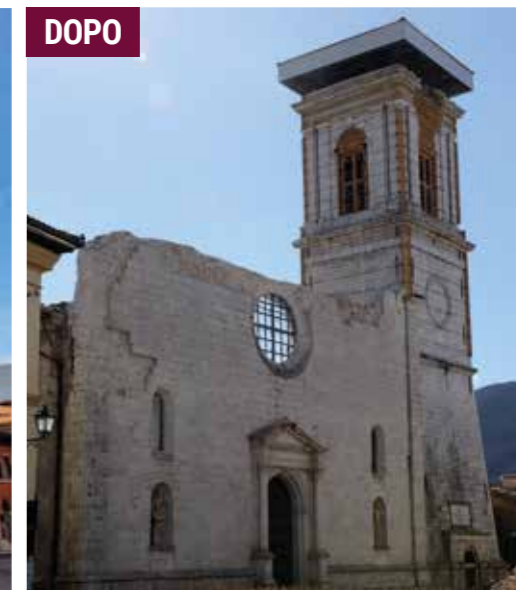
Il cantiere dove sorge la scuola di Norcia.



La scuola di Cittareale realizzata a novembre.



Cattedrale di Santa Maria Argentea prima del sisma.



Cattedrale di Santa Maria Argentea distrutta dal sisma. Le foto sono realizzate da A. Fantauzzo.

# TACCUINO DI VIAGGIO

LE IMPRESSIONI E LE PAROLE DEI COLLEGI IN VISITA ALLE CITTÀ TERREMOTATE



*In questa barca che è la vita  
siamo uguali viaggiatori,  
sulle onde di destini  
qualche volta traditori,  
e chi è stato fortunato  
che ha la barca ancora intera  
non si macchi di avarizia  
la sua anima sincera!  
Non rimanga spettatore  
solo perché ha un destino migliore,  
tenda lunga la sua mano  
verso un fratello poco lontano,  
ciò che rende più orgoglioso  
è aiutare un bisognoso  
e far proprio l'altrui dolore,  
così che a lui risulti minore.*

*Portiamo avanti il nostro impegno  
si ricomincia proprio da loro:  
da una scuola tutta di legno  
sono i ragazzi il nostro futuro!  
Una scuola più sicura  
per studiare senza paura,  
perché ogni bimbo sia sereno  
anche se trema il terreno!*

*È così che Unicon Firenze  
non si ferma alle apparenze:  
CHI DAVVERO AIUTARE VUOLE  
ABBIA PIÙ FATTI CHE PAROLE!*

*Elisa Anichini  
Addetta di Siena Grondaia*

*...mi sono commossa a sentir parlare  
le persone che abbiamo incontrato,  
perché mi hanno trasmesso  
la disperazione del momento, ma  
anche una forza enorme per andare  
avanti e ricostruire ciò che  
il terremoto ha portato via loro.  
Veramente una bella esperienza.*

*Roberta Slanzi  
Addetta di Prato Pleiadi*

*A Norcia la realtà è molto difficile,  
ma Unicon Firenze c'è! Che le nostre  
donazioni siano il germoglio per la  
ricostruzione*

*Francesca Scali  
Addetta di Prato Pleiadi*

*Un Cuore a metà... proprio come  
il NOSTRO, che si scioglie!  
Una giornata di racconti, entusiasmo  
misto a commozione, di chi è rimasto e  
ha visto e voluto proseguire la propria  
vita, nonostante tutto, come i nostri  
colleghi di Coop Centro Italia.*

*Il racconto euforico di veder rinascere  
un nuovo negozio in pochissime settimane,  
diventando, per soci e clienti, un  
Eden, un'oasi, dove poter attingere nuova  
linfa dimenticando anche solo per un  
attimo un ricordo insistente.*

*Già, racconti euforici, che iniziano sempre  
dalla ricostruzione e continuano in  
senso contrario, arrivando fino a quel  
giorno, a quei momenti, con gli occhi  
lucidi e ipnotizzati, come a rivivere perfettamente.*

*Un cuore a metà, che si scioglie, quello  
dei dirigenti scolastici che tra poco  
condurranno piccoli e grandi alunni nella  
nuova scuola di Norcia.*

*Un contributo importante, quello della  
nostra Cooperativa, che vale come proseguo  
della quotidianità e come ritorno ai ritmi  
vitali dei bambini, delle loro famiglie e  
della comunità intera.*

*È il rumore delle ruspe, delle voci degli  
operatori del cantiere, che anima questo  
angolo appena fuori le mura, sbriciolate  
sulla strada della città... invece silente!  
Il vento appanna con la polvere le vie  
del centro, curatissimo, ponteggi ordinati  
sorreggono storia, bellezza e dignità,  
e fuori dalle poche botteghe attive, la  
musica accompagna norcini venditori "di  
strada", a dar vita, a darsi forza... a  
darci forza, -"la tigna è tigna, mi dicono,  
ce la faremo", quale miglior saluto  
poteva riempirmi il Cuore!*

*Alessandro Arrigucci  
Capo Reparto Gastronomia pdv  
Firenze Gavinana*

# ASSAGGI PRODOTTI A MARCHIO COOP: I RISULTATI SULLA MOZZARELLA E LE PROSSIME PROPOSTE

A febbraio 2017 è stato fatto l'assaggio da parte di alcuni lavoratori e soci della mozzarella a marchio Coop

La mozzarella a marchio Coop viene prodotta dal fornitore Caseificio Pugliese F.lli Radicci S.p.A., con sede a Lauriano, in provincia di Torino, con latte vaccino pastorizzato esclusivamente di origine italiana.

Per la produzione viene utilizzato caglio di origine microbica (da funghi o lieviti) e acido citrico come correttore di acidità.

Una mozzarella (125 g) contiene 289 kcal e deve essere conservata a temperature controllate (0° C - 4° C); per un consumo ottimale si consiglia di toglierla dal frigo almeno mezz'ora prima.

## RISULTATI DELL'ASSAGGIO:

Il campione di coloro che a febbraio hanno fatto l'assaggio della mozzarella e hanno risposto al questionario, era costituito da 265 dipendenti-soci e 8 soci, di cui:

- Il 7,5% tra 18-30 anni
- Il 28,3% tra 31-40 anni
- Il 38% tra 41-50 anni
- Il 26% tra 51-65 anni

Chi ha partecipato all'assaggio è un consumatore abituale del prodotto:

- Il 50% del campione lo consuma almeno una volta a settimana
- L'altro 50% almeno una volta al mese

Per quanto riguarda la confezione, la maggior parte ha espresso parere positivo, sia riguardo alla facilità di apertura sia in termini di tutela e rispetto dell'ambiente.

Le informazioni contenute sulle etichette sono state considerate sufficienti: si registrano solo alcuni commenti che richiamano a una maggior attenzione su informazioni più dettagliate come la provenienza/tracciabilità della materia prima o la modalità di produzione.

Per il 70% del campione complessivamente il prodotto è gradito, sia per quanto riguarda l'aspetto che il sapore. Il 49% ritiene gradevole la consistenza del prodotto. Il prezzo medio che il campione sarebbe disposto a pagare per il pacco con tre con-

fezioni è di 1,82 €, rispetto al costo d'acquisto attuale 1,89 €; il 57% del campione dichiara il rapporto qualità/prezzo più che buono.

Nel mese di marzo è stato fatto l'assaggio delle Gallette di Mais Viviverde ed è in corso quello della pasta Farfalle Coop.

I prodotti che vengono proposti per gli assaggi vengono scelti sulla base di criticità sensoriali ricevute dall'ufficio qualità, criticità relative alle vendite, segnalazioni da parte di riviste specializzate (es. Altroconsumo), lancio sul mercato di nuovi prodotti.

Se il prodotto non supera il test di assaggio entra in un percorso di riformulazione e rivalutazione.

## Ecco perché il contributo dei lavoratori è molto importante!

Coloro che non si sono ancora iscritti e desiderano partecipare, possono scrivere a:

[infoassaggi@uniconfirenze.coop.it](mailto:infoassaggi@uniconfirenze.coop.it)  
Ricordiamo che ai fini della partecipazione sarà necessario acconsentire a entrambi i punti sull'informativa della privacy.

Per qualsiasi informazione rivolgersi all'Ufficio Comunicazione Interna, scrivendo all'indirizzo di posta elettronica [ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it](mailto:ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it)



# IL MOBILITY IN COOPERATIVA

**I SERVIZI CHE OFFRIAMO AI NOSTRI LAVORATORI CONIUGANO LE ESIGENZE DI MOBILITÀ E IL RISPETTO DELL'AMBIENTE**



JOJOB ~ CARPOOLING AZIENDALE



Tra i servizi che la Cooperativa offre ai propri lavoratori ci sono quelli che fanno parte del **Mobility**, una politica sulla mobilità aziendale che mette in armonia le esigenze dei lavoratori con la tutela e il rispetto dell'ambiente.

All'interno di questo progetto ci sono una serie di convenzioni che la Cooperativa ha stipulato e che vogliamo riassumere con il fine di metterne a conoscenza tutti i lavoratori.

Nel 2015 abbiamo introdotto un servizio di Carpooling aziendale: **JOJOB**.

Il Carpooling è una modalità di trasporto che consiste nella condivisione di automobili tra un gruppo di persone.

JoJob prevede, attraverso un'applicazione scaricabile sul proprio smartphone, la condivisione dell'auto per viaggiare con colleghi che percorrono lo stesso tragitto. Attraverso l'app è possibile misurare la reale CO<sub>2</sub> risparmiata da ogni singolo equipaggio.

Grazie a JoJob i lavoratori possono risparmiare negli spostamenti casa-lavoro contribuendo alla riduzione delle emissioni inquinanti in un'ottica di responsabilità sociale dei lavoratori.

Questi i dati aggiornati a settembre 2016

**110.108 km**  
percorsi in modalità condivisa

**12.180 Kg**  
di CO<sub>2</sub> risparmiata

**1.930**  
viaggi effettuati

**3 persone**  
l'equipaggio medio per viaggio

## COME FUNZIONA?

Una volta scaricata l'app, JoJob ti seleziona le persone con cui viaggiare (tra gli iscritti), decidi tu quando e con chi, trovando i nominativi nella rubrica.

Per ricevere ulteriori informazioni potete visitare il sito <https://www.jojob.it/> oppure contattare l'Ufficio Comunicazione Interna.



Dal 2013 la Cooperativa ha fatto un accordo con **ATAF** per uno sconto del 5% sugli abbonamenti ataf/tramvia.

**CAR 2GO**



Nel 2016 è stato introdotto un servizio di Carsharing a flusso libero: **Car2Go**.

Il Carsharing è un servizio di noleggio auto che permette di utilizzare un'automobile su prenotazione.

Grazie a questo accordo l'iscrizione al servizio è gratuita. Il servizio darà la possibilità di noleggiare un'auto e terminare il noleggio in qualsiasi punto delle aree operative riportate sul sito.

A settembre 2016 abbiamo attivato questo servizio in via sperimentale per i lavoratori delle sedi di Scandicci e Santa Reparata. Adesso è stato ampliato anche a tutti i lavoratori dei punti vendita, che potranno utilizzarlo sia per andare a lavoro che nel proprio tempo libero.

## COME FUNZIONA IL SERVIZIO?

**1)** Si accede al sito tramite questo **QR code** [https://corporate.car2go.com/IT/Unicoop\\_Firenze](https://corporate.car2go.com/IT/Unicoop_Firenze) all'interno del quale sarà già inserito automaticamente il codice promozionale Unicoop Firenze.

**2)** Una volta effettuata la registrazione, è necessario scaricare l'app sul proprio smartphone (sarà la chiave per noleggiare e aprire l'auto car2go) e convalidare la patente in una delle sedi di convalida car2go. A questo punto sarete pronti per partire!



Molte sono le aree operative all'interno dei Comuni di Firenze, Sesto Fiorentino, Prato, Scandicci e Campi Bisenzio.

Al di fuori di queste aree si potrà utilizzare il servizio ma con diverse modalità e tariffe. Nel costo di utilizzo sono compresi carburante, assicurazione e parcheggio su strisce bianche.

Per i comuni di Firenze e Prato sono inclusi anche l'accesso alle ZTL e il parcheggio su strisce blu.

I vantaggi per i lavoratori della nostra Cooperativa sono i seguenti:

**iscrizione gratuita**  
anziché 9 €

**10 € di credito omaggio**  
da utilizzare entro un mese

**area dedicata car2go**  
nel parcheggio davanti alla nostra sede di Scandicci, facilmente collegabile con il capolinea della tramvia (Villa Costanza).

## AREA OPERATIVA FIRENZE



## AREA OPERATIVA PRATO



**CAR 2GO**

# MANGIAR SANO FIN DA PICCOLI

La linea Crescendo e l'impegno di Unicoop Firenze nell'educazione al consumo

Per la generazione odierna e per l'opinione pubblica il tema del benessere è diventato molto importante.

La ricerca sempre più rilevante di un'alimentazione sana attraverso prodotti biologici e a km zero, l'aumento di persone vegetariane o vegane, sono tutti fattori che dimostrano l'attenzione che i consumatori hanno nei confronti della propria salute.

Per apprendere le buone abitudini alimentari è necessario seguire un'alimentazione corretta già dalla prima infanzia, poiché i comportamenti che i bambini acquisiscono durante i primi anni di vita influenzano la loro salute anche negli anni futuri.

## L'alimentazione durante il primo anno di vita

Il bambino, una volta venuto alla luce, si alimenta fino al primo anno di vita con il latte materno. Successivamente necessita di alimenti che gli assicurino il giusto apporto di ferro, calcio e zinco; quindi, durante questa fase è molto importante non utilizzare sale, zucchero e latte vaccino.

## L'alimentazione per i bambini da 1 a 3 anni

Il bambino cresce molto nel primo anno di vita, ma questo ritmo rallenterà gradualmente dal secondo anno in poi. Infatti, a causa di questo rallentamento, il fabbisogno energetico del bambino passa da 100 Kca/Kg/die del primo anno a 90-85 Kca/Kg/die dai due ai sei anni. È molto importante che il genitore comprenda che questo cambiamento fisiologico del bambino è necessario e naturale e che quindi non sia portato ad abbondare con la somministrazione di cibo solamente perché vede il figlio più magro, rischiando di farlo diventare un bambino obeso negli anni successivi. A partire dai due anni si consigliano 5 pasti al giorno: colazione, spuntino, pranzo, merenda e cena.

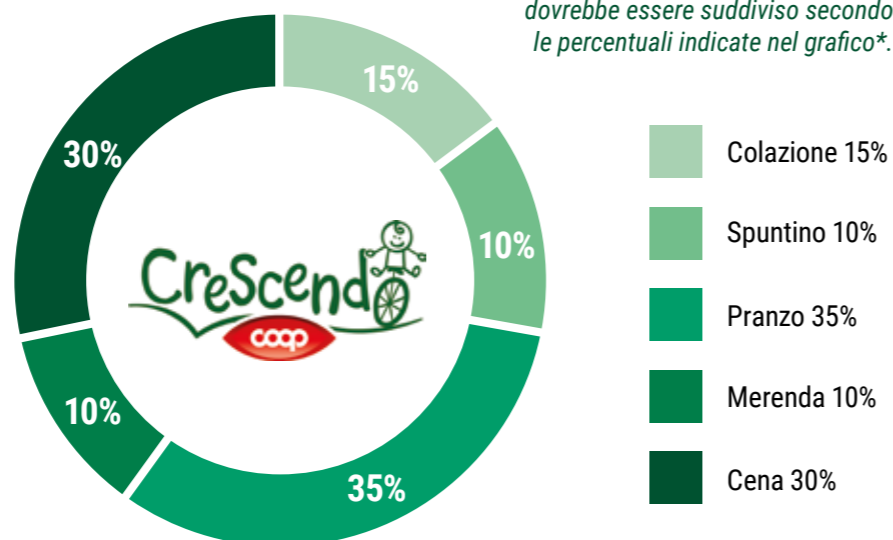
## Suddivisione del fabbisogno calorico in percentuale

È molto importante che il bambino segua una dieta varia alternando i seguenti alimenti: latte e latticini, carne, pesce, uova, oli vegetali, cereali e derivati, legumi, frutta e verdura. Sarà necessario non utilizzare troppo sale ed evitare bibite gassate o succhi di frutta. È inoltre molto importante introdurre i nuovi alimenti gradualmente in modo che il bambino abbia la possibilità di abituarsi a una nuova alimentazione. Può capitare spesso che il bambino tra 1 e 3 anni si rifiuti di mangiare alcuni alimenti, sarà quindi necessario ripresentare più volte l'alimento rifiutato. Il bambino, inoltre, difficilmente accetta di mangiare prodotti che la famiglia non mangia ed è per questo che anche gli altri componenti della famiglia dovrebbero seguire un'alimentazione corretta.

## COOP A DIFESA DEI PIÙ PICCOLI

Coop, attraverso le sue linee di prodotti, presta molta attenzione anche all'alimentazione dei più piccoli: la linea **Crescendo baby** (per bambini da 0 a 3 anni), per esempio, è caratterizzata da alimenti che provengono tutti da agricoltura e allevamenti biologici, non contengono grassi idrogenati, OGM, coloranti, ingredienti derivanti da nanotecnologie, aromi artificiali, grassi tropicali. È in questo modo che Coop cerca di sostenere le famiglie con bambini piccoli, offrendo prodotti che possano contribuire a una giusta e sana alimentazione. Gli alimenti per l'infanzia della linea Crescendo Baby vengono sviluppati in collaborazione con pediatri e nutrizionisti attivi a livello nazionale e internazionale nella promozione della corretta alimentazione nell'infanzia.

Il fabbisogno calorico totale dovrebbe essere suddiviso secondo le percentuali indicate nel grafico\*.



\*Fonte: Coop Italia.



## UNICOOP FIRENZE DONA IL KIT CRESCENDO AI PROPRI LAVORATORI NEO-GENITORI

La nostra Cooperativa da diversi anni ha scelto di dare il benvenuto ai nuovi arrivati, lasciando un piccolo pensiero ai propri dipendenti che diventano genitori. Infatti, Unicoop Firenze regala a ogni neomamma/babbo un kit della linea "Crescendo" contenente i seguenti prodotti:

- Salviettine Detergenti
- Accappatoio
- Gommotto caucciù
- Cucchiaino in silicone
- Olio Idratante "senza"
- Bagnetto Delicato
- Shampoo No Lacrime
- Crema Protettiva
- Pannolini

Il kit Crescendo è accompagnato da una lettera che la Cooperativa invia al dipendente esprimendo le proprie congratulazioni e condividendo il benvenuto del piccolo appena arrivato.

Tutti i prodotti della confezione sono realizzati con materiali naturali e con sostanze **anallergiche** che rispettano la naturale delicatezza dei bambini. Inoltre i prodotti per l'igiene del bambino non sono testati sugli animali.

Con semplici e importanti gesti, Unicoop Firenze pensa al futuro dei bambini fin dalla nascita. A partire dal 2011 a oggi sono stati consegnati oltre 700 kit.












# Scopri l'Ortofrutta



## STAGIONALITÀ

Ecco cosa puoi consigliare a soci e clienti in questo momento:

FRUTTA	VERDURA
 <p>Pere: pere Cosce, pere William's</p>	 <p>Carciofi</p>
 <p>Kiwi</p>	 <p>Asparagi</p>
 <p>Mele</p>	 <p>Piselli</p>
 <p>Agrumi</p>	 <p>Fave</p>
	 <p>Patate novelle Sicilia</p>

## PARLIAMO DI...

# Carciofo Terom



In questo mese sui nostri banchi dedicati ai fornitori locali è possibile trovare il carciofo Terom che è il frutto di una selezione di progenie provenienti da semi raccolti dal Violetto di Toscana. La sua raccolta è particolarmente tardiva, iniziando nel mese di febbraio e terminando alla fine di maggio. La produzione in Toscana è più elevata: ogni pianta raggiunge 8-10 capolini più 2-3 carciofi da destinare alla trasformazione sottolio. La zona dove si concentra la maggior produzione è la Val di Cornia, in special modo Venturina.

Il carciofo è un alimento sano, nutriente e di facile digestione. Possiede qualità astringenti, diuretiche, toniche, inoltre la presenza di un principio attivo, la cinarina, lo rende particolarmente efficace nelle terapie delle lesioni epatiche e renali, infatti essa aumenta la secrezione biliare e facilita l'eliminazione del colesterolo.



## IL TREND IN CRESCITA

# Frutta esotica

Il mercato dell'esotico, via aerea e non, è stato influenzato positivamente da diversi fattori che hanno portato in alcuni casi a un aumento considerevole dei volumi:

- Incremento di etnie con abitudini e conoscenze alimentari diverse dalle nostre, che sono diventate, potenzialmente, clienti alla ricerca di prodotti per noi esotici ma per loro normalissimi.
- Divulgazione, soprattutto tramite programmi televisivi di cucina, di informazioni su prodotti esotici e sul loro utilizzo ed eventuali pregi e caratteristiche (l'esplosione delle vendite del ginger sono un esempio lampante).

- La scelta di ampliare la gamma dei prodotti e in alcuni casi di commercializzare solo le varietà con caratteristiche organolettiche molto simili alla merce consumata nei luoghi di produzione. La merce così detta via aerea, ha dato la possibilità di reperire un prodotto pronto da mangiare (la logistica via aerea dà la possibilità di recapitare i vari prodotti in molti casi entro le 24 ore dalla partenza).

È un mercato che, potenzialmente, può essere ancora incrementato, perché un'alta percentuale di consumatori non conosce bene le caratteristiche e l'utilizzo di alcune referenze come ad esempio l'avocado, di cui abbiamo già scritto, che si avvicina molto a un ortaggio e va utilizzato per farne salse e non mangiato come una semplice frutta.

## IN CUCINA

### Caprese di avocado e papaya

con sale nero, basilico e pepe appena macinato su erbe di stagione



### Procedimento:

Tagliare a fette spesse l'avocado e la papaya, inserire una foglia di lattuga come base e adagiarvi sopra le fettine di avocado e papaya a cerchio. Spruzzare di limone, condire con un filo d'olio extra vergine di oliva, sale nero al carbone, pepe, foglie di basilico e una spolverata di erbe di stagione.

**MANGO:** offre un'ottima dose di vitamine e sali minerali ed è ricco di acqua e fibre. È inoltre ricco di antiossidanti. Aiuta anche a combattere il grasso in eccesso e l'obesità.

Come si mangia il mango?  
Occorre sbucciarlo, spaccarlo in due togliendo il nocciolo (che potete conservare per piantarlo) e tagliarlo a cubetti o fettine da consumare così o da utilizzare per preparare una macedonia o un frullato.



**PAPAYA:** è conosciuta anche come frutto della vitalità grazie alla sua azione tonica, energetica e rivitalizzante. Ricca di antiossidanti, come carotenoidi, contiene anche elevate quantità di vitamina A e vitamina C. Particolarmente adatta per chi ha problemi digestivi grazie alla papaina, un enzima che facilita la digestione di proteine ingerite.

Le nostre proposte di Pasqua

# UOVA DI CIOCCOLATO SOLIDAL

Anche per la Pasqua 2017, Coop propone le Uova di cioccolato Solidal, buone ed etiche, nelle due versioni **Fondente Extra 60%** e **Finissimo al Latte** da 220 g.

Il cacao e lo zucchero di canna Fairtrade provengono da: Ghana, Costa d'Avorio, Repubblica Dominicana, Paraguay e Costa Rica.

Le sorprese, prodotte in Italia, sono divertenti giochi da tavola da fare insieme agli amici, che prendono spunto dalla filiera del cioccolato e del commercio equo, seguendo il percorso delle materie prime dai produttori dei Paesi in via di sviluppo fino a noi.



Le nostre proposte di Pasqua

# COLOMBA FIOR FIORE

**NUOVO  
PRODOTTO**

Tipico dolce della tradizione pasquale, la colomba Fior fiore è realizzata secondo la ricetta classica attraverso un lento processo che richiede più di 50 ore di lavorazione, l'utilizzo di lievito madre e un raffreddamento naturale.

Il risultato è un dolce ricco e gustoso, dalla pasta morbida e soffice grazie all'accurata selezione degli ingredienti 100% italiani come burro, latte, uova fresche, scorze di arancia candita, nocciole e mandorle.



# IL NOSTRO CONTRIBUTO ALLA CELEBRAZIONE DELLA GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA

Durante la Giornata Internazionale della Donna, è stato letto un comunicato in tutti i nostri punti vendita dove si sono ricordate le conquiste sociali, politiche ed economiche delle donne, nonché le discriminazioni e violenze di cui le donne sono state, e ancora sono vittime, purtroppo, in tutte le parti del mondo.

Una battaglia da combattere ogni giorno, in ogni luogo e in ogni circostanza.

Unicoop Firenze, le Organizzazioni Sindacali Regionali FILCAMS, FISASCAT e UILTUCS unitamente alle RSU, hanno condiviso e adottato un Codice Antimolestie, applicato dal 2016.

Un primo passo fondamentale per sensibilizzare i propri lavoratori e le proprie lavoratrici alla prevenzione di tutte le forme di violenza verso i più deboli, che non necessariamente sono donne.




## AUGURI A TUTTE LE NOSTRE LAVORATRICI

8 marzo: Giornata Internazionale della Donna

La donna è una figura fondamentale della realtà organizzativa di Unicoop Firenze.

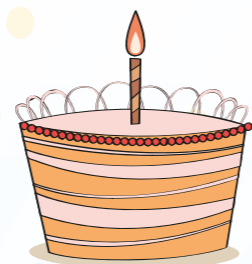
La nostra Cooperativa è stata tra le prime realtà lavorative in Italia a realizzare, ormai da più di un anno, il Vademecum per il Benessere e la Qualità delle Relazioni sul lavoro, un Codice di condotta anti-molestie che contiene le linee guida sulla prevenzione e la lotta ai fenomeni di molestie sessuali.



ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it

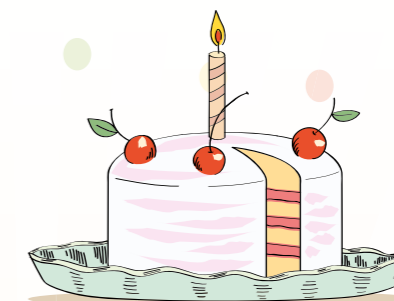


È stata festa anche nei negozi. A Caldine, i dipendenti maschi hanno regalato una torta mimosa alle colleghe. Insieme al pensiero della Cooperativa (una bellissima orchidea) è stato allestito un banchetto a tema. Le lavoratrici del punto vendita hanno molto gradito.



# LUCCA SAN FILIPPO COMPIE UN ANNO!

Grande festa nel negozio di Lucca San Filippo per il primo compleanno. Al taglio della torta hanno preso parte, oltre ai membri della Sezione Soci e i nostri colleghi, alcune giocatrici della squadra cittadina di Basket "Le Mura" che milita in serie A1.



# GRANDE FESTA PER IL PRIMO COMPLEANNO DEL NEGOZIO DI VINGONE

Un bellissimo pomeriggio di sole ha fatto da cornice alla festa di compleanno del punto vendita di Vingone. La prima candolina è stata spenta davanti al Sindaco di Scandicci, Sandro Fallani, il Direttore Walter Ceccherini, tutto il gruppo di colleghi e tantissime persone, a dimostrazione del forte attaccamento verso la Cooperativa.

È un punto vendita speciale e soprattutto centrale non soltanto per la felice posizione in cui è ubicato, accanto alla scuola e a due passi dalla chiesa, ma per il ruolo che sta svolgendo all'interno del quartiere: un riferimento sociale e vitale che ha riqualificato tutta l'area. "È un negozio giovanissimo, ma ha già portato risultati positivi" dichiara Ceccherini.

"Il merito è di tutto il gruppo, che si è dimostrato fin da subito professionale, preparato e molto disponibile". Non resta che continuare su questo terreno che è stato seminato bene con l'obiettivo di rendere il nostro negozio sempre più attrattivo e parte integrante dalla comunità di riferimento. **AUGURI VINGONE!**



Una ricerca di Gfk mostra la differenza nei comportamenti d'acquisto al supermercato

DI MARCO LIVI

**C**i sono i cacciatori di sconti, quelli che al supermercato fanno una comparazione dei prodotti e delle caratteristiche, quelli più legati alla tradizione oppure alle marche. Una ricerca di Gfk realizzata per Adm (Associazione della distribuzione moderna) ha svelato l'identikit dei nuovi consumatori. Non tutti, infatti, vivono il momento dell'acquisto allo stesso modo e sono cinque secondo Gfk le figure emergenti: i *cacciatori* pari al 15% delle famiglie; i *prudenti* pari al 23%; i *pragmatici* pari al 21%; i *brand fan* pari al 23% e gli *esperti* pari al 18% delle famiglie.

**I cacciatori sono fortemente orientati** quasi esclusivamente al prezzo, scelgono il canale discount e quando frequentano gli altri punti vendita acquistano prevalentemente prodotti in promozione e i primi prezzi. Raggruppano tendenzialmente famiglie preoccupate per il futuro e difficilmente raggiungibili con messaggi diversi rispetto a quelli relativi alla convenienza.

mente raggiungibili con messaggi diversi rispetto a quelli relativi alla convenienza.

**Un nucleo consistente di famiglie** (il 44% del totale), costituite da *pragmatici* e *prudenti* hanno, invece, un approccio alla spesa razionale e oculato. Queste categorie dimostrano un limitato coinvolgimento nell'acquisto, che avviene con alta frequenza e per un importo limitato. Sono rappresentate perlopiù da persone adulte e pensionate, con limitate risorse culturali e livelli di reddito medio o basso.

I *pragmatici* sono orientati al discount, ai piccoli supermercati ma anche ai negozi tradizionali, facendo della prossimità il loro fattore di scelta. Sono poco attratti dai brand, disinteressati alle novità e agli aspetti emozionali di prodotti e punti vendita; mostrano attenzione al prezzo e alle promozioni. I *prudenti* sono sempre in cerca di rassicurazioni e si affidano a fonti reputate competenti: gli amici, i negozianti, la pubblicità per le marche. Sempre propensi alla ricerca del miglior rapporto qualità/prezzo, definiscono un paniere di fiducia di riferimento stabile e reiterato nel quale sono presenti marche e follower, tra cui scegliere sulla base dell'offerta del momento.

**Vi è infine un 40% di famiglie**, i cosiddetti consumatori *esperti* e *brand fan*, localizzate principalmente al Nord (e in parte al Centro), con elevate disponibilità culturali ed economiche che dimostrano un forte coinvolgimento nella spesa.

I due gruppi non hanno un atteggiamento univoco nei confronti dei prodotti: i *brand fan* cercano il meglio, sempre, indipendentemente dal prezzo. Scelgono la grande marca (prodotti leader e premium), garanzia di qualità, fiducia e servizio; sono attratti da elementi sovrastrutturali ed emozionali, come il packaging, la pubblicità, il servizio. Gli *esperti*, invece, forti della propria competenza, scelgono con ocularità, alla ricerca del reale valore dell'offerta, senza farsi attrarre dalla notorietà della marca, dalla comunicazione o dalla bella confezione. Frequentatori di ipermercati e supermercati, non hanno preclusioni verso i prodotti premium o la grande marca, che acquistano però solo se «ne vale la pena».

**La marca del distributore, secondo la ricerca**, si dimostra una scelta prioritaria tra gli *esperti* ed è ben presente negli acquisti di *brand fan* e *prudenti*.

GfK traccia anche un quadro per individuare gli aspetti che guideranno la spesa in futuro: per la maggioranza delle persone (54%) prevarrà ancora la ricerca del risparmio economico, seguito dalla certezza di avere acquistato prodotti validi (42%). A seguire l'assortimento e la libertà di scelta (35%), la fiducia nel punto vendita (32%), il risparmio di tempo e la personalizzazione (entrambi 25%), cioè la possibilità di avere un'offerta tagliata sulle proprie esigenze.

© Riproduzione riservata

## La solidarietà porta in dono un ambulatorio

Il progetto per Cittareale danneggiata dal terremoto di volontariato e Unicoop Firenze

**AVRANNO** un nuovo poliambulatorio gli abitanti di Cittareale, dopo che il vecchio è stato reso inagibile dal terremoto del 30 ottobre. Si tratta di un fabbricato a un piano di circa 70 metri quadri, con un ambulatorio per il medico di base, una sala d'attesa e un monolocale ad uso abitativo. «Serve un clima mite per realizzare le fondazioni in cemento - spiegano gli organizzatori -. Ma compatibilmente con le condizioni meteo prevediamo di inaugurarlo, con una grande festa, nel mese di giugno».

Un obiettivo raggiungibilissimo, dal momento che, escluse le opere di fondazione, il progetto di struttura curato dalla ditta Pan Urania di Poggibonsi è completamente a secco, ovvero realizzabile in poche settimane. Parte dunque dalla Toscana un nuovo progetto solidale per contribuire alla ricostruzione del comune reatino di Cittareale, che si trova a circa 20 chilometri da Amatrice, gravemente danneggiato dai terremoti che hanno scosso il centro Italia. Il progetto, alla presenza del sindaco di Cittareale

Francesco Nelli, è stato presentato da Alessandro Iasiello, presidente della Croce Viola di Sesto Fiorentino, Claudio Vanni di Unicoop, dal presidente di Pan Urania, Renzo Targi e da Luca Ciarleglio, presidente associazione Vigili del Fuoco volontari di Calenzano.

Nato da un'idea della Croce Viola di Sesto e dell'associazione Vigili del Fuoco volontari di Calenzano, al progetto ha subito aderito Unicoop Firenze, che rilancia così il suo supporto alle zone terremotate dopo l'impegno sostenuto per la scuola di Cittareale inaugurata lo scorso 9 novembre. Il costo totale è di 93mila euro, di cui 78mila sono già stati resi disponibili dai partner del progetto, che si sono impegnati di raccogliere i restanti 15mila nell'arco delle prossime settimane.

**LE ATTIVITÀ** di raccolta fondi iniziano già oggi alle 18,15 al Pala-Carrara di Pistoia in occasione della partita di basket serie A Pistoia contro Venezia. Ci saranno poi anche due amatriciane solidali orza-

nizzate dalla Croce Viola di Sesto e curate da Paolo Gori, chef della storica trattoria fiorentina Da Burde. Unicoop Firenze contribuisce con 28mila euro, donati da soci e clienti durante la raccolta fondi aperta alle casse da ottobre a dicembre, in cui si sono superati i 300mila euro, utilizzati per 115mila euro per la scuola di Cittareale, e 160mila per quella di Norcia, che sarà inaugurata a fine marzo.

L'iniziativa ha trovato anche il sostegno dei comuni di Sesto, Campi Bisenzio e Calenzano, e di altre realtà del territorio toscano come il Coordinamento provinciale Pubbliche Assistenze area pistoiese-Valdinievole, Pistoia Basket, Cna Pistoia, Aci Pistoia e Banca di Credito Cooperativo Vignole e Montagna Pistoiese. Una sinergia di forze che restituirà alla comunità di Cittareale uno spazio di riferimento per i servizi per la salute.

Informazioni su come sostenere il progetto su [www.croceviola.com](http://www.croceviola.com).

**Maurizio Costanzo**

### SINERGIE POSITIVE

L'IDEA NATA DALLA CROCE VIOLA DI SESTO E DALL'ASSOCIAZIONE VIGILI DEL FUOCO VOLONTARI DI CALENZANO È STATA 'ADOTTATA' DA UNICOOP

### EDIFICIO FUNZIONALE

IL NUOVO POLIAMBULATORIO DELLA CITTADINA REATINA CONSISTE IN UN FABBRICATO A UN PIANO DI 70 METRI QUADRI CON UNA SALA D'ATTESA E UN MONOCALE AD USO ABITATIVO



SABATO  
8 APRILE

# ALIMENTA LA SOLIDARIETÀ

NEI SUPERMERCATI  
DI UNICOOP FIRENZE



in collaborazione con

FONDAZIONE  
IL CUORE SI SCIOGLE  
ONLUS

unicoopfirenze

## ALIMENTA LA SOLIDARIETÀ' RACCOLTA ALIMENTARE

a favore di  Caritas della TOSCANA e delle Associazioni di Volontariato del territorio



AIUTA  
ANCHE TU  
(CHI HA  
PIU' BISOGNO!



CONDIVIDIAMO  
Alimenta la solidarietà



FONDAZIONE  
IL CUORE SI SCIOGLE  
ONLUS

Sabato 8 aprile torna l'appuntamento con la raccolta alimentare a favore di Caritas e delle associazioni di volontariato del territorio.

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".

**IDEA**  
unicoopfirenze

CONSIGLI E SUGGERIMENTI SONO I BENVENUTI. CONTATTACI  
E FACCI SAPERE LA TUA OPINIONE SUGLI ARGOMENTI TRATTATI.  
[ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it](mailto:ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it)