



METTIAMO IN MOSTRA LE BUONE PRATICHE AMBIENTALI



UNA MOSTRA ITINERANTE
RACCONTA IL NOSTRO
IMPEGNO PER L'AMBIENTE

P. 04

REPARTO PESCHERIA:
IMBALLI RIDOTTI,
L'AMBIENTE RINGRAZIA

P. 06

PRODOTTO A MARCHIO E
SOSTENIBILITÀ: PARLA IL BRAND
MANAGER DI COOP ITALIA
VLADIMIRO ADELMI

P. 08

DAI PUNTI VENDITA:
COOP.FI IMPRUNETA
SI È RIFATTO IL LOOK

P. 21

I NOSTRI SACCHETTI SONO COMPOSTABILI COME LA BUCCIA DI UNA MELA



unicoopfirenze



INDICE

N° 42 - Ottobre 2017

IN PRIMO PIANO

ALLA SCOPERTA DEL MATER-BI 04

L'APPROFONDIMENTO

LA RIDUZIONE DEGLI IMBALLI
NEL REPARTO PESCHERIA 06

LA SOSTENIBILITÀ COME ESPRESSIONE
DEL PRODOTTO A MARCHIO DELLE LINEE
SOLIDAL E VIVI VERDE. 08

LA SOSTENIBILITÀ COME DIFESA DELLA LEGALITÀ 10

UN LEGAME PROFONDO CON LA NOSTRA REGIONE 12

COOP.FI ALLA FIERA DI SCANDICCI 13

"ANTIBIOTICO RESISTENZA", UN INCONTRO
INFORMATIVO ALL'AUDITORIUM SCUOLA COOP 14

L'ARTICOLO IN EVIDENZA

FIRENZE MODELLO SEATTLE
DEFIBRILLATORI NELLE COOP 11

L'INIZIATIVA

AL VIA L'INIZIATIVA ABBRACCIA VOLTERRA 15

GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO COOP
I RISULTATI DI: CRESCENZA DI CAPRA, YOGURT
ALLA FRAGOLA, CARTA IGIENICA SUPER MORBIDA
E GELATO ALLA STRACCIATELLA 16

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI... LIMONE PRIMO FIORE 18
IL TREND IN CRESCITA: LA NOCE DI SORRENTO

LA NOVITÀ

TUTTI ALL'OPERA 20

DAI PUNTI VENDITA

RINNOVATO IL PUNTO VENDITA DI IMPRUNETA 21

SOLIDARIETÀ

DAI LAVORATORI E DALLA SEZIONE SOCI DI SIENA
UN AIUTO CONCRETO ALLE SCUOLE DI NORCIA
E CITTAREALE 22

AL NETO UNA FESTA PER TANTI BAMBINI 23

ALLA SCOPERTA DEL MATER-BI

Una mostra itinerante per trasmettere il nostro impegno per l'ambiente ai Soci e clienti

L'ambiente e il MATER-BI di ultima generazione, la nuova bioplastica innovativa completamente biodegradabile e compostabile, saranno i protagonisti di una serie di iniziative che si svolgeranno, **da novembre 2017 a maggio 2018, in nove gallerie commerciali** scelte su base territoriale per presidiare i nostri capoluoghi di provincia.

In queste occasioni sarà allestita una **mostra interattiva itinerante** che sarà ospitata, di volta in volta, da ciascuno dei nove punti vendita coinvolti. Questa iniziativa si inserisce nell'ambito più ampio delle **Proposte Educative** della Cooperativa, approfondendo un tema per noi fondamentale come quello della tutela ambientale. Sarà un'occasione per conoscere da vicino, divertendosi, il MATER-BI, tramite percorsi di gioco, scoperta e spettacolo. Durante la **mattina** la mostra sarà dedicata **alle scuole del territorio**, che saranno accompagnate in questi percorsi interattivi dagli educatori che animeranno l'iniziativa. Il **pomeriggio** invece la mostra sarà disponibile per tutti i Soci e clienti che si troveranno a passare in galleria e per tutti i **dipendenti** che nel loro tempo libero vorranno visitarla.

Questo progetto, nel suo complesso, avrà un **forte impatto sul nostro lavoro quotidiano**.

Vediamo come:

Tutti i punti vendita della Cooperativa vedranno la **graduale sostituzione delle attuali buste e guanti dell'ortofrutta, sacchetti peschiera, macelleria e shopper spesa con i nuovi prodotti in bioplastica MATER-BI** di ultima generazione

completamente biodegradabili e compostabili, che presentano migliori prestazioni tecniche in termini di tenacità e performance rispetto ai precedenti. Abbiamo iniziato a introdurre questi nuovi sacchetti nel **giugno 2017**, anticipando la normativa nazionale che li rende obbligatori dal 2018.

I lavoratori dei 9 punti vendita interessati dalla mostra saranno resi partecipi in modo attivo dell'iniziativa, attraverso il coinvolgimento del gruppo dirigente da parte degli animatori delle mostre e attraverso un supporto comunicativo per tutti i dipendenti.

I bambini e i ragazzi delle scuole infatti, dopo aver visitato la mostra in galleria, entreranno nei nostri supermercati alla ricerca di tracce concrete del nostro impegno. Potranno riconoscerle sia negli allestimenti sia, soprattutto, **nell'interazione con i lavoratori del negozio, che saranno quindi i principali portatori dei valori di salvaguardia ambientale di cui la Cooperativa si è fatta espressione**. Per questo motivo risulta di grande importanza che l'iniziativa e i suoi obiettivi siano compresi da tutti, in modo da raggiungere consapevolezza sui valori che compongono la nostra distintività e saperli veicolare in modo puntuale a Soci e clienti.

L'obiettivo di questo progetto, infatti, non è solo promuovere le buone pratiche di sostenibilità ambientale ma anche comunicare l'impegno della nostra Cooperativa nei confronti dell'ambiente attraverso l'adozione dei nuovi sacchetti e guanti per il fresco in MATER-BI, prodotti da

un'azienda toscana, la **IPT di Scarperia, e progettati da Novamont**, riconosciuta a livello internazionale nel settore delle bioplastiche. La collaborazione tra Unicon Firenze e queste due importanti realtà è iniziata nel 2009 e prosegue ancora oggi, per affrontare insieme, ognuna col proprio ruolo, le nuove sfide che la sostenibilità ambientale ci impone.

I TEMI DELLA MOSTRA

La produzione dei rifiuti e il **ruolo del MATER-BI nell'economia circolare**: le modifiche degli imballaggi nella grande distribuzione.

I nuovi sacchetti in MATER-BI: da dove vengono, perché sostituire quelli precedenti, chi li ha progettati e chi li produce.

Dal punto di vista del consumatore: un nuovo prodotto in corsia da conoscere e comprendere nella **gestione d'uso e fine vita** (raccolta differenziata dell'organico, processi di biodegradabilità e compostabilità).

Il progetto sarà inaugurato alla manifestazione di **Lucca Comics & Games**, dove saremo presenti insieme a Novamont, con la mostra e con un Temporary Shop. **L'evento conclusivo si terrà** invece alla Fortezza Da Basso a Firenze in occasione della **Fiera Internazionale dell'Artigianato 2018**.

CALENDARIO DELLA MOSTRA ITINERANTE

LUCCA COMICS (Lucca)	da mercoledì 1 novembre a domenica 5 novembre 2017
040 COOP SANT'ANNA (Lucca)	da giovedì 9 novembre a sabato 18 novembre 2017
076 SESTO FIORENTINO (Firenze)	da lunedì 20 novembre a sabato 2 dicembre 2017
074 MONTEVARCHI (Arezzo)	da lunedì 8 gennaio 2018 a sabato 20 gennaio 2018
025 AGLIANA (Pistoia)	da lunedì 22 gennaio a sabato 27 gennaio 2018
010 SIENA GRONDAIE (Siena)	da lunedì 29 gennaio a sabato 10 febbraio 2018
041 PONTE A GREVE (Firenze)	da lunedì 12 febbraio a sabato 24 febbraio 2018
030 LE PLEIADI (Prato)	da lunedì 26 febbraio a sabato 10 marzo 2018
075 CASCINA NAVACCHIO (Pisa)	da lunedì 12 marzo a mercoledì 21 marzo 2018
FLCG (Milano)	da venerdì 23 marzo a domenica 25 marzo 2018
026 EMPOLI OVEST (Firenze)	da lunedì 9 aprile a mercoledì 18 aprile 2018
FORTEZZA (Firenze)	da sabato 21 aprile a martedì 1 maggio 2018



Rendering della mostra.

LA RIDUZIONE DEGLI IMBALLI NEL REPARTO PESCHERIA

Polistirolo? No grazie, nelle nostre pescherie arriva la nuova cassetta che dà una mano all'ambiente.

Innovazione, sostenibilità ambientale e uno sguardo al futuro. Questi tre concetti racchiudono la filosofia che sta alla base della riduzione degli imballi nel reparto pescheria.

Di cosa stiamo parlando? Ci spiegano tutti i tre attori principali del progetto: **Carlo Calusi**, Business Manager Carni e Pescheria, **Nicola Fredducci** del settore Supply Chain e la Dottoressa **Monica Artosi**, Direttrice Generale di CPR System, cooperativa che da vent'anni collabora con Unicoop Firenze nel settore ortofrutta.

L'ORIGINE DELL'INIZIATIVA

"La Cooperativa ogni anno produce circa 7.500 tonnellate di rifiuti indifferenziati, che costituiscono il 22%, in peso, del totale rifiuti prodotti. Gli indifferenziati finiscono a termovalorizzazione o in discarica e costituiscono quindi una possibile fonte di inquinamento per il suolo e l'atmosfera. Di questi, circa il 70% in volume è costituito da imballaggi in polistirolo del reparto pescheria. Si parla di 810.000 cassette totali, ovvero circa 180 tonnellate di polistirolo l'anno" racconta Nicola Fredducci, che si è occupato della gestione ambientale della Cooperativa. "L'imballaggio ittico in polistirolo non viene riciclato per diversi motivi, come ad esempio la contaminazione da residui organici del pesce, oppure quella olfattiva di difficile rimozione, o per una costosa movimentazione per recuperare bassi quantitativi di materiale".

Trovare una soluzione a questo problema comportava una forte riduzione della percentuale di indifferenziato prodotto dalla Cooperativa, non essendoci al momento soluzioni alternative.

La prima strada che abbiamo affrontato è stata quella di coinvolgere la filiera di re-

cupero e le municipalizzate per individuare un'economicità nel recupero del materiale sopracitato, avviando la sperimentazione di raccolta nei pdv di Siena Grondaie, Ponte a Greve e Pisa Porta a Mare.


"I risultati sono stati buoni (18 tonnellate di polistirolo annue divenute poi isolante per materia edilizia) ma poco soddisfacenti sul fronte della commercializzazione del prodotto finito e della sostenibilità economica" prosegue Fredducci. "Eravamo consapevoli che ciò non potesse rappresentare la soluzione definitiva e pertanto in parallelo ne abbiamo studiata un'altra da adottare a ciclo chiuso con imballaggi recuperabili tipo circuito CPR SYSTEM".

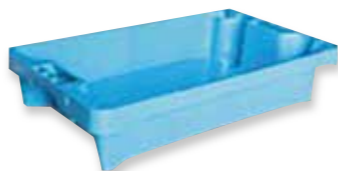



LA SOLUZIONE

Ed ecco l'idea: "Al posto del polistirolo, abbiamo trovato la soluzione in una cassetta in materiale plastico" afferma Carlo Calusi, che sta gestendo il progetto. "Questa cassetta ha caratteristiche di lavabilità, riutilizzabilità, costo e peso contenuto e ottime capacità coibentanti al pari del polistirolo". Il progetto ha riscosso l'entusiasmo dei fornitori toscani, al momento gli unici coinvolti, andando così a sostituire le attuali cassette di polistirolo dei flussi in consegna dagli allevatori toscani alla piattaforma ittica di Unicoop Firenze di Campi Bisenzio (il 30% del totale consegnato).

Ecco le due soluzioni:

 Ai fornitori di **prodotto sfuso con ghiaccio** (la soluzione adottata è la cassetta impilabile svasata dotata di fori di drenaggio per lo scolo del ghiaccio).



 Ai fornitori di prodotti ittici confezionati «**prontocuoci**» (la soluzione adottata è una cassetta di plastica tradizionale CPR senza sponde abbattibili).



L'IMPEGNO DELLA COOPERATIVA E LA COLLABORAZIONE CON CPR SYSTEM

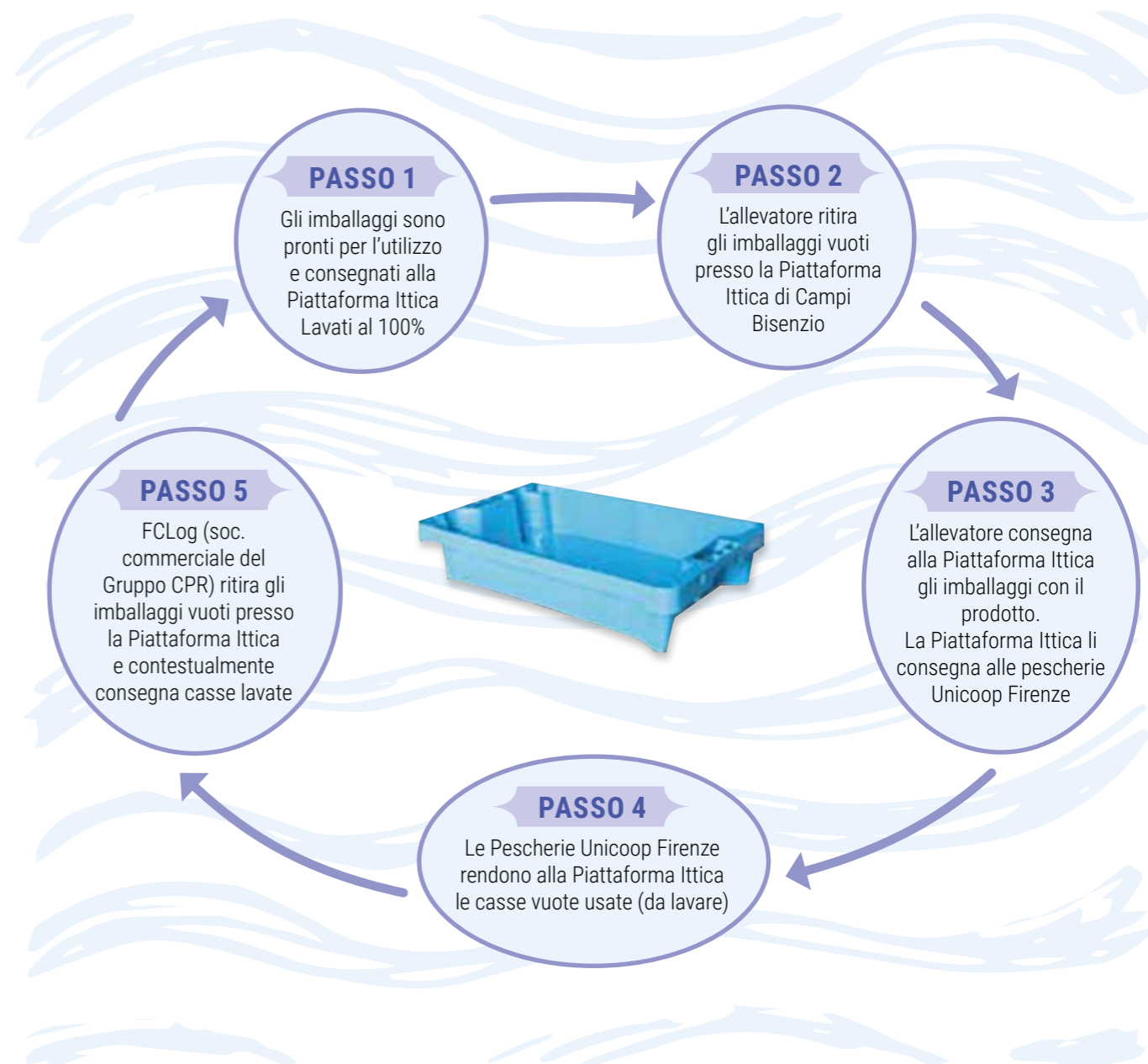
"In termini ambientali la Cooperativa dimostra con i fatti ancora una volta quello che da sempre dichiara. È un progetto in itinere, si parla per adesso di un riadattamento di una cassa, ma è già proiettato nel futuro" sottolinea Calusi. "Da quando è andato a regime nei negozi dall'inizio di maggio non abbiamo rilevato nessun tipo di problema. Si sta parlando comunque di un reparto come la pescheria abbastanza complesso dal punto di vista di odori e gestione del prodotto".

"Il progetto trae la sua grande forza dal semplice meccanismo che c'è alla base" dichiara la Dottoressa Monica Artosi, Direttrice Generale di CPR System, il primo

sistema logistico in Italia di imballaggi riutilizzabili, che ha collaborato con Unicoop Firenze alla ricerca della soluzione più adatta. "È la prima volta in Italia che

operiamo nel settore pescheria, quindi possiamo dire che insieme a voi siamo precursori in questa materia".

COME FUNZIONA IL CIRCUITO CPR SYSTEM



I RISULTATI

"Si evitano 150.000 cassette in polistirolo all'anno (30 tonnellate di polistirolo e circa 450 tonnellate di CO₂ non immessa in atmosfera ogni anno)" conclude Calusi.

"Stiamo lavorando per poter raddoppiare questi numeri nel biennio 2018-2019. L'auspicio è che nell'evoluzione del progetto ci sia il coinvolgimento anche delle altre

cooperative. Da parte nostra riteniamo opportuno andare avanti su questa strada ormai tracciata".

LA SOSTENIBILITÀ COME ESPRESSIONE DEL PRODOTTO A MARCHIO DELLE LINEE SOLIDAL E VIVI VERDE

Un'intervista al brand manager di Coop Italia Vladimiro Adelmi.



Vladimiro Adelmi,
Brand Manager
Prodotto Coop Solidal
e Vivi Verde.

La **Sostenibilità** per Coop è un tema fondamentale. Un valore sulle cui basi poggiano molte delle scelte che ritroviamo nei nostri prodotti a marchio. Massima espressione di questo concetto sono le linee **Vivi Verde** e **Solidal**.

"La sostenibilità è come uno sgabello a tre gambe, tiene insieme l'aspetto ambientale, sociale ed economico" spiega Vladimiro Adelmi, Brand Manager prodotto Coop Solidal e Vivi Verde. Se ne togliamo anche solo una, lo sgabello non regge".

Ma vediamo più nel dettaglio le caratteristiche di queste linee, molto importanti in termini di **posizionamento e distintività del prodotto a marchio**. Abbiamo chiesto allo stesso Adelmi di parlarne.

COSA CONTRADDISTINGUE LA NOSTRA LINEA BIOLOGICA?

"Coop è stata la prima a crederci e a proporre i prodotti biologici nel lontano 1995. Per questo Vivi Verde è nettamente in vantaggio rispetto a quelli che entrano nel mondo del biologico soltanto ora che il Bio è diventato un mercato importante".



MA COSA SI INTENDE ESATTAMENTE QUANDO PARLIAMO DI BIOLOGICO?

"Il **Biologico** è un metodo di agricoltura che evita sostanze chimiche a favore di sistemi di coltivazione e allevamento **completamente naturali**. Non sfrutta l'ambiente e mira a mantenere la frazione organica del terreno attraverso l'unione di pratiche antiche e moderne".



C'È CHI, ANCORA OGGI, SOSTIENE CHE IL BIOLOGICO SIA UN'UTOPIA.

"Al contrario. Il **Biologico** è un sistema normato. Tutti i prodotti venduti come Bio devono sottostare a un regolamento che parte dall'UE e viene applicato dagli Stati. In Italia infatti è il Ministero dell'Agricoltura e delle Foreste ad avere la responsabilità di quello che avviene sul Biologico".

PER I PRODOTTI NON-FOOD, CHE TIPO DI CERTIFICAZIONE ESISTE PER LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE?

"Solo un numero limitato di prodotti non alimentari ecologici sono contraddistinti dalla certificazione **Ecolabel EU**, marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea. Un'etichetta volontaria definita su base scientifica, che contraddistingue prodotti che si caratterizzano per un ridotto impatto ambientale durante tutto il loro ciclo di vita. Coop anche da questo lato si è dimostrata all'avanguardia, avendo inserito il primo prodotto Ecolabel nel 1999".



PARLIAMO DI SOLIDAL. COME SI DECLINA IN AMBITO SOCIALE IL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ?

"L'interesse numero uno è quello di **tutelare i produttori**, che nella maggior parte dei casi sono piccoli e si mettono insieme per costituire delle cooperative. Per questo Coop ha deciso di entrare nel commercio equo tanti anni fa e di favorirne lo sviluppo. Cosa molto importante è il contributo che riconosciamo ai produttori, composto da un prezzo minimo garantito destinato all'impresa per coprire le spese di produzione a cui si aggiunge una remunerazione destinata a promuovere il benessere della Comunità in cui l'impresa risiede. Nel 2016 i produttori hanno ricavato dal loro lavoro con Coop Solidal 11,4 milioni di \$ contro 8,4 milioni di \$ che avrebbero ricevuto dal commercio convenzionale. L'impegno della Cooperativa per la sostenibilità è strategico, non tattico: non si fanno questi prodotti per rincorrere un fenomeno del momento del mercato, ma perché riteniamo che questo sia un impegno che Coop deve avere nei confronti della Comunità".

QUALE CERTIFICAZIONE CONTRADDISTINGUE LA NOSTRA LINEA SOLIDAL?

"Il marchio **Fairtrade**, il cui obiettivo è quello di supportare i produttori svantaggiati dei Paesi in via di sviluppo, rendendoli capaci di entrare nel sistema commerciale in condizioni di trasparenza e correttezza e migliorando così i loro standard di vita".



ENTRIAMO NEL DETTAGLIO DEI PRODOTTI DELLA LINEA SOLIDAL.

"Solidal conta oggi **47 prodotti**. Una linea abbastanza piccola quindi ma molto forte in termini di fiducia delle persone. Il primo prodotto equo e solidale a marchio Coop è del Natale 1995, ed era il caffè per la solidarietà. Anche in questo caso siamo stati i primi in Italia. Fra le referenze più significative abbiamo il **pregiato tè** in-



diano che proviene da piantagioni ad alta quota, le più alte al mondo. L'ananas dal Costa Rica, le banane da Ecuador, Perù, Colombia e Panama. Il caffè, coltivato all'ombra, è migliore rispetto al caffè delle piantagioni. Poi abbiamo le rose coltivate da un'azienda a conduzione femminile del Kenya e importate da una cooperativa di florovivaisti toscani".

QUALI SONO LE NOVITÀ PER QUEST'ANNO?

"Dopo il tè nel 2013, abbiamo convertito le tavolette di cioccolato Coop alla linea Solidal, e siamo la prima insegna italiana ad aver fatto un'azione di questo tipo. Le formulazioni non sono cambiate, ma le materie prime provengono tutte dal circuito fairtrade, apportando un beneficio in termini non solo sociali, ma di qualità del prodotto. La seconda metà di ottobre vede in calendario l'iniziativa **"Valori Solidal"**, per promuovere i prodotti di questa linea e in-

particolare le nuove tavolette di cioccolato. Nei giorni della campagna sono previste alcune attività promozionali con momenti divulgativi e sconti per i Soci. Per la buona riuscita di questo progetto contiamo di trovare come alleati per primi i lavoratori, da sempre i principali portatori della nostra insegna".

CHE RISCONTRO HANNO QUESTE TIPOLOGIE DI PRODOTTI TRA LE PERSONE?

"Le persone più coinvolte da queste tematiche sono i giovani, che in Coop possono trovare le risposte che cercano se facciamo bene i prodotti e se glielo sappiamo raccontare. Il prodotto a marchio è uno degli strumenti più importanti che noi abbiamo a disposizione per far comprendere questi valori e il nostro impegno. Ma dobbiamo essere noi per primi a raccontarlo, a valorizzarlo e a spiegarlo, ognuno con la propria voce. E vi assicuro che raccontando queste cose la reazione da parte di tutti c'è, siano essi Soci, colleghi, amici, consumatori normali... queste sono cose che aprono gli occhi, e sono quelle che ci fanno essere orgogliosi di essere in Coop".

AGRICOLTURA BIOLOGICA

1/6 delle aziende biologiche europee sono in Italia (53.000)

Il 65% degli agricoltori biologici italiani ha meno di 50 anni (1/3 sono donne)

I giovani che lavorano nell'agricoltura convenzionale sono in media il 14%

Il 50% di chi lavora nell'agricoltura biologica ha un diploma superiore e il 17% una laurea

QUANTO GLI ITALIANI SONO COINVOLTI SULLA SOSTENIBILITÀ

29% appassionati (tema sostenibilità prioritario) + 11% rispetto al 2015

33% interessati (tema sostenibilità importante) + 8% rispetto al 2015

Il 62% della popolazione italiana quindi ha grande interesse per il tema. Si tratta soprattutto di donne, con titolo di studio medio-alto, dai 18 ai 34 anni

LA SOSTENIBILITÀ COME DIFESA DELLA LEGALITÀ

Il 12 e 13 settembre si è svolta, all'auditorium della Scuola Coop di Montelupo, una giornata sul prodotto a marchio Coop che ha visto la partecipazione di circa 120 lavoratori.

Durante la giornata è intervenuto Domenico Fazzari, presidente della Cooperativa sociale Valle del Marro - Libera Terra, una realtà che nasce il 13 dicembre 2004 per gestire i terreni confiscati alla 'ndrangheta in Calabria, nella Piana di Gioia Tauro. Attraverso il suo intervento ci ha fatto capire come il tema della sostenibilità possa essere declinato attraverso la difesa della legalità e del territorio.

L'associazione Libera Terra ha l'obiettivo di promuovere la legalità attraverso l'impegno sociale. Unicoop Firenze è stata la prima realtà della grande distribuzione che ha sposato questo progetto: una collaborazione che ha appena compiuto 10 anni.

La Cooperativa sociale Valle del Marro nasce da un gruppo di giovani calabresi che hanno deciso di partire dalla terra e dall'agricoltura biologica per costruire un mondo migliore, producendo oggi diversi prodotti bio come l'olio extravergine di oliva, il peperoncino piccante e gli agrumi (arance e clementine).

"Consumare i prodotti è molto semplice, ma essere consapevoli di quello che si consuma è molto



IL PESTO DI PEPERONCINO DELLA VALLE DEL MARRO SARÀ IL PROTAGONISTA DELLE VENDITE PROPOSITIVE SABATO 28 OTTOBRE

più difficile - sostiene Domenico Fazzari. - È importante conoscere cosa si nasconde dietro a ciascun prodotto di Libera Terra e in particolare dietro alla Cooperativa Valle del Marro: i prodotti riassumono una storia di lotta contro una cultura mafiosa e una battaglia che facciamo attraverso un'economia giusta e sana. Questo ci ha permesso di riscattare la libertà di rimanere nel nostro territorio. Abbiamo a che fare con beni che se per tanti anni hanno rappresentato il potere mafioso, oggi invece sono emblema di un'opportunità di riscatto. Il riutilizzo sociale di questi territori colpisce la mafia: dare lavoro attraverso quei terreni e produrre prodotti biologici di qualità, ci consente di ottenere il consenso delle persone che oggi rappresenta la nostra forza e

che ci dà la possibilità di dire alla nostra gente che non siamo soli".

In questi anni Libera Terra ha messo a punto un disciplinare del suo prodotto a marchio, sottolineando che per ottenere prodotti sani e giusti è fondamentale il rispetto di tutto il processo di produzione, ma anche della dignità dell'uomo e di ciascun lavoratore.



Ogni mese verrà inserito un articolo preso dalla nostra rassegna stampa relativo a varie tematiche di attualità.

Firenze modello Seattle Defibrillatori nelle Coop La città segue l'esempio Usa: «Saremo più protetti»

di ELETTRA GULLE'

DEFIBRILLATORI nei punti vendita Coop. Basti pensare che ogni minuto risparmiato nel soccorso di una persona colpita da arresto cardiaco aumenta del 10 per cento le possibilità di salvarle la vita. Di qui l'importanza di una presenza diffusa dei defibrillatori semi-automatici esterni. In questo senso, l'impegno di Unicoop Firenze, che ha già dotato 93 punti vendita toscani (sui 104 totali) di 104 defibrillatori, va nella direzione di «promuovere il benessere collettivo», oltre che di «diffondere la cultura della prevenzione», come hanno spiegato ieri al Centro Gavinana il sindaco Dario Nardella e la presidente Unicoop Firenze Daniela Mori.

L'INIZIATIVA, partita lo scorso agosto, è alle fasi conclusive, dato che entro la fine dell'anno Unicoop conta di installare i defibrillatori nella totalità dei supermercati.

Una buona parte dei dipendenti sono stati poi formati grazie alla collaborazione del 118. Così, se qualcuno dovesse sentirsi male facendo la spesa, non si perderà neanche un minuto prezioso. 200mila euro l'investimento di Unicoop Firenze per essere, con quest'iniziativa sostenuta anche dalla Regione Toscana, «parte attiva nella diffusione di un senso di comunità solidale». L'obiettivo di Nardella è però ancor più ambizioso: avvicinare Firenze agli standard di Seattle, la città più cardioprotetta del mondo. Questo grazie al sogno diventato realtà del direttore della divisione Cardiologia dell'ospedale di Seattle, Leonad Cobb, che nel 1970 dette il via a Medic 2, progetto di vero e proprio "addestramento" di tutta la cittadinanza alla gestione dell'emergenza cardiaca che, come ha ricordato il nostro sindaco, "rappresenta la prima causa di morte nel nostro Paese".

Ecco perchè Nardella vola alto: «Stiamo studiando la possibilità di mettere un defibrillatore in ogni condominio. Lavorare sulla prevenzione significa fare la metà del lavoro». Proprio il primo cittadino, tempo fa, si trovava al supermercato quando un cliente ebbe un malore dovuto ad arresto cardiaco. «Quella persona fortunatamente si è salvata - ricorda il sindaco, - ma quel giorno capii quanto sia importante dotare di questi strumenti tutti i luoghi più frequentati». Nel 2016, il 118 è intervenuto su 1652 casi di arresto cardiaco. Solo il 20 per cento dei pazienti soccorsi è arrivato vivo in ospedale. E appena il 5 per cento è stato dimesso in buone condizioni neurologiche.

L'INVESTIMENTO
Spesi 200mila euro
In tutta la Toscana
già coperti 93 supermercati

I CORSI
Il personale dei punti vendita è stato formato da esperti del 118



Daniela Mori, presidente di Unicoop Firenze, mostra uno dei nuovi defibrillatori

UN LEGAME PROFONDO CON LA NOSTRA REGIONE

Un convegno e un'iniziativa commerciale per spiegare le ragioni del nostro impegno sul territorio.

"LA TOSCANA E NOI..."

Il convegno del 19 ottobre "La Toscana e noi..." è stato l'occasione per riflettere sui nuovi stili alimentari della popolazione toscana e i nuovi comportamenti di consumo.

L'incontro ha previsto la presentazione dell'indagine elaborata da REF Ricerche per Unicoop Firenze "Nuovi toscani e nuovi stili alimentari". Il convegno ha rappresentato, inoltre, l'occasione per la firma di un **protocollo d'intesa** tra la presidente del Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze, Daniela Mori, e il presidente di Confindustria Firenze Luigi Salvadori. Tale accordo si pone come obiettivo quello di **selezionare insieme le imprese agroalimentari del territorio fiorentino che esprimono eccellenza nell'innovazione e nella capacità di investire e inserirle fra i fornitori**

di Unicoop Firenze. Ad oggi, su un totale di circa 2.200 fornitori, oltre 700 sono toscani e recentemente la Cooperativa ne ha selezionati altri 200 che nei prossimi

mesi arriveranno sui nostri scaffali, con il fine di sostenere lo sviluppo delle piccole realtà del territorio e di garantire risposte di qualità alle richieste dei Soci.



Da sinistra: Claudio Vanni, Responsabile relazioni esterne di Unicoop Firenze, Daniela Mori, Presidente del Consiglio di Sorveglianza della Cooperativa e l'Assessore Regionale Marco Remaschi.

IL NOSTRO SOSTEGNO ALLE IMPRESE DEL TERRITORIO:

In Unicoop Firenze, il peso dei prodotti di provenienza toscana è circa il doppio rispetto alle altre imprese commerciali presenti in toscana.

Il **23%** del totale acquistato **proviene da fornitori toscani** per un valore complessivo di **454 MILIONI DI EURO**.

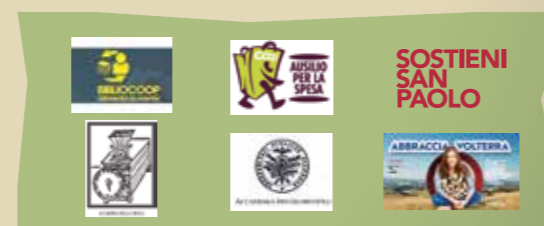
La filiera di **Unicoop Firenze genera in Toscana oltre 11.000 posti di lavoro**. (3.300 dell'indotto produttivo che si aggiungono agli oltre 8mila dipendenti).

(Fonte IRPET). DATI AL 31/12/2016

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.



TOSCANA A TAVOLA TRA TRADIZIONE E SALUTE. Dall'antipasto al dolce, un viaggio nella cultura enogastronomica toscana.

L'INIZIATIVA NEI NOSTRI NEGOZI

Unicoop Firenze da sempre sostiene il territorio. L'iniziativa Toscana ha avuto nel corso degli anni uno sviluppo molto importante. Siamo partiti facendo conoscere e valorizzando i prodotti e i produttori locali, abbiamo continuato coniugando cultura gastronomica, educazione alimentare e salute attraverso la rappresentazione della Piramide Alimentare Toscana. Adesso entriamo nel merito della cucina toscana. Grazie alla collaborazione con Accademia dei Georgofili, ARS e Regione Toscana, scriviamo un nuovo capitolo sull'amore per la nostra regione.

Proporremo una selezione di ricette tipiche con cui riscoprire il gusto della nostra terra.

Ognuna di queste sarà accompagnata da note di salute. Le ricette sono state fornite da ARS. Alcune sono anche all'interno del libro, in vendita a 1 euro.



Dal **1° al 15 novembre**, in tutti i pdv ci saranno alcuni **prodotti toscani in promozione**, mentre in **44 negozi** verranno presentate **delle ricette tipiche e alcune degustazioni** ai Soci e clienti.



COOP.FI ALLA FIERA DI SCANDICCI

Un'anteprima dell'iniziativa Toscana

La fiera di Scandicci con uno stand allestito Coop.fi ha costituito un'anticipazione dell'iniziativa che sarà nei pdv a partire dal 1° novembre. La fiera rappresenta un'importante appuntamento che richiama annualmente numerose persone.

In mostra tanti prodotti toscani, ma non solo, anche approfondimenti sulla campagna "Alleviamo la salute" e sulla tematica relativa alla sostenibilità ambientale.

Ambiente e territorio in fiera, guarda il video di Informacoop.



“ANTIBIOTICO RESISTENZA” UN INCONTRO INFORMATIVO ALL'AUDITORIUM SCUOLA COOP

Martedì 3 ottobre all'auditorium della Scuola Coop si è svolto un incontro sul tema dell'antibiotico resistenza a cui hanno partecipato **oltre 100 persone, due per punto vendita**, provenienti dai **reparti Carni** di quasi tutti i negozi. I lavoratori che hanno partecipato, hanno avuto l'importante compito di trasmettere quanto appreso sia ai Soci

e clienti, durante le vendite propositive nel week end del 14 e 15 ottobre, sia a tutti i colleghi del proprio reparto.

Il tema dell'antibiotico resistenza, nell'ambito della più ampia campagna "Alleviamo la salute", lanciata da Coop, affronta una problematica legata al benessere animale, ma di fonda-

mentale importanza per la **salute pubblica**. L'adesione all'evento è stata vasta, a dimostrazione della **sentita necessità di informare su questi temi**, che sono stati affrontati sotto vari aspetti, grazie all'intervento di numerosi relatori. Tra questi, **Claudio Vanni**, Responsabile Relazioni Esterne, ha sottolineato l'impegno della Cooperativa in tema di tutela della salute e del benessere animale attraverso il coinvolgimento di Soci e clienti. Centrale è stato poi l'intervento di **Carlo D'Ascenzi**, Professore di Scienze Veterinarie dell'Università di Pisa, che ha spiegato il problema dell'antibiotico resistenza da un punto di vista prettamente scientifico facendo un approfondimento sulle conseguenze a cui stiamo andando incontro.

LA PARTECIPAZIONE

In una realtà vasta e articolata come la nostra, risulta sempre più importante che ci sia **un'informazione di tipo diretto** con i lavoratori, in modo da rendere tutti più **consapevoli e coinvolti nelle iniziative strategiche** che la Cooperativa porta avanti e accorciare la distanza spesso sentita tra sedi e punti vendita. In questo modo si intende infatti accrescere il **senso di appartenenza** e la motivazione delle persone, mettendole in grado di compiere al meglio il proprio lavoro quotidiano.

Un ringraziamento in particolare va alle direttrici e ai direttori dei punti vendita che hanno dato la possibilità ai capi reparto e agli addetti del reparto macelleria del proprio negozio, di partecipare alla giornata a loro dedicata.



Le vendite propositive al reparto carni di Ponte a Greve dei prodotti a marchio Coop Origine allevati senza l'uso di antibiotico in occasione della promozione il 14 e 15 ottobre.



AL VIA L'INIZIATIVA ABBRACCIA VOLTERRA

La Cooperativa è da sempre impegnata sul territorio, soprattutto **nell'aiuto ai progetti culturali**.

Ogni anno infatti sostiene, direttamente e attraverso il contributo di Soci e clienti, un progetto di **restauro artistico** nelle province in cui è presente.

Nel **2015** l'iniziativa di mecenatismo popolare "**Abbraccia il Battistero**" ci ha visto tutti coinvolti e ha riscosso un grande successo. L'obiettivo è stato raggiunto: il Battistero di San Giovanni è tornato a splendere in tutta la sua bellezza.

L'anno passato abbiamo sostenuto, con le stesse modalità, il restauro del "**Duomo vecchio di Pisa**", San Paolo a Ripa d'Arno, la chiesa più antica della torre pendente.

Quest'anno è partita l'iniziativa "**Abbraccia Volterra**".

Questa campagna arriva in risposta alla chiamata del **vescovo di Volterra Alberto Silvani**, preoccupato per la sorte dei lavori di restauro del Duomo.

L'intervento, iniziato nel 2016, ha riguardato parte delle superfici di facciata della navata laterale destra, la Cappella dell'Addolorata e quella del Santissimo Nome di Gesù. Finora è stato finanziato con le risorse ricavate dall'otto per mille e da una donazione della Fondazione Cassa di Risparmio di Volterra. I lavori al momento rischiano uno stop in mancanza di ulteriori risorse.

Da qui parte la mobilitazione di **Unicoop Firenze** che, con lo strumento del **crowdfunding** e la **partecipazione della piattaforma Eppela**, ha lanciato la campagna "**Abbraccia Volterra**".

I Soci e clienti che vorranno contribuire potranno farlo con una donazione alle casse, sia in punti che in denaro (i codici a barre per le donazioni saranno inviati dall'Ufficio promo), o attraverso il portale di crowdfunding Eppela, ricevendo riconoscimenti e

ricompense a fronte di ogni donazione. (www.eppela.com/abbracciavolterra).

Alcuni punti vendita della zona limitrofa alla cittadina interessata (Coop.fi Volterra, Pontedera Terracini, Colle Val D'Elsa, Poggibonsi Salceto e Via Trento) saranno direttamente coinvolti tramite campagne di sensibilizzazione.

Vi chiediamo comunque di farvi promotori di questa importante iniziativa che prova, ancora una volta, la grande sensibilità della Cooperativa nel sostenere la **crescita del nostro territorio**.



GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO COOP I RISULTATI DI: CRESCENZA DI CAPRA, YOGURT ALLA FRAGOLA, CARTA IGIENICA SUPER MORBIDA E GELATO ALLA STRACCIATELLA

Nei mesi di agosto e settembre i nostri colleghi hanno assaggiato alcuni prodotti a marchio e successivamente hanno espresso il loro giudizio attraverso un questionario online.

Vediamo insieme i risultati emersi.

CRESCENZA DI CAPRA VIVIVERDE - 100 g

L'assaggio è stato effettuato da 218 colleghi:

- 159 donne (72,9%)
- 59 uomini (27,1%)

Il suggerimento che emerge più frequentemente è relativo alla consistenza: si preferirebbe che il prodotto fosse più cremoso.

Inoltre, si consiglia un miglioramento sull'apertura e chiusura della confezione. Il prodotto ha comunque raggiunto la soglia sufficiente per il superamento del test: su una scala di gradimento da 1 a 9 ha ottenuto un punteggio di 6,5.



YOGURT ALLA FRAGOLA CON FRUTTA IN PEZZI - 2x125 g

Hanno partecipato al test 355 lavoratori:

- 247 donne (69,6%)
- 108 uomini (30,4%)

Lo yogurt risulta prevalentemente gradito sia per il suo aspetto che per il suo sapore. La consistenza e la quantità di frutta presente nel prodotto risultano essere due variabili molto soggettive, emergono infatti molti pareri discordanti a riguardo. La maggior parte dei rispondenti è comunque disposta a consumare nuovamente il prodotto, che ha ottenuto un punteggio di 7,3 su una scala da 1 a 9.



GELATO ALLA STRACCIATELLA - 500 g

Il test è stato svolto da 377 lavoratori:

- 245 donne (66,8%)
- 122 uomini (33,2%)

Il gelato alla stracciatella è risultato gradito alla maggior parte degli assaggiatori sia per l'aspetto che per il sapore. Per quanto riguarda la consistenza alcuni preferirebbero un prodotto più cremoso e con una presenza maggiore di cioccolato.

Il prodotto ha ottenuto comunque un esito positivo, raggiungendo un punteggio di 7 su una scala di gradimento da 1 a 9.



CARTA IGIENICA SUPER MORBIDA - 4 rotoli

Le persone che hanno provato il prodotto e hanno risposto al questionario sono 404:

- 277 donne (68,6%)
- 127 uomini (31,4%)

Questa tipologia di carta igienica è risultata apprezzata dalla maggior parte dei rispondenti.

Alcuni suggerimenti emersi: si preferirebbe un prodotto più resistente, con la presenza di profumazione e con maggior quantità di carta per rotolo.

Il prodotto ha avuto un riscontro positivo, raggiungendo il punteggio di 7,2 su una scala da 1 a 9.











Ringraziamo i nostri colleghi per la partecipazione dimostrata nei confronti di questa iniziativa e ricordiamo che, chi fosse interessato a partecipare ai prossimi assaggi, ha la possibilità di iscriversi inviando un'email a infoassaggi@uniconfirenze.coop.it. Per qualsiasi ulteriore informazione potete rivolgervi all'Ufficio Comunicazione Interna, ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it.

Scopri l'Ortofrutta



STAGIONALITÀ

Ecco cosa puoi consigliare a Soci e clienti in questo periodo:

FRUTTA	VERDURA
 Clementine	 Finocchi
 Limoni	 Cavoli in genere (cavolfiore, broccoli)
 Mele	 Radicchi
 Pere	 Zucca
	 Verdure in foglia in genere (rape, bietole, spinaci, etc.)

PARLIAMO DI...

Limone Primo Fiore



Periodo

Il primo fiore è la varietà di limone che matura nel periodo compreso tra ottobre e marzo. Pieno di succo e con un odore straordinario assume un colore verde intenso nel mese di ottobre fino a raggiungere una tonalità giallo oro ad aprile e una percentuale di succo compresa tra il 29 e 40%.

In alcune zone della Sicilia si effettua una produzione di limone estivo denominato Verdello (colore verde intenso - quantità succo 25-28%) interrompendo l'irrigazione delle coltivazioni dal 13 giugno al 15 luglio.

Aree di produzione

Il primo fiore viene coltivato lungo tutta la costa della Sicilia. La produzione migliore è quella delle province di Siracusa e Ragusa.

Utilizzo

È un ottimo prodotto da consumare fresco, impiegato anche dall'industria alimentare per la realizzazione di succhi. L'essenza di quello prodotto in Sicilia viene utilizzata da famose case profumiere.



IL TREND IN CRESCITA

La Noce di Sorrento

Il noce da frutto (*Juglans regia L.*) rappresenta una delle principali colture da frutta secca nel mondo, collocandosi al terzo posto per produzione dopo l'arachide (*Arachis hypogaea L.*) e l'anacardio (*Anacardium occidentale L.*). Il noce in Italia ha una certa rilevanza nella regione Campania.

La più pregiata e diffusa varietà campana è la Sorrento, originaria della penisola sorrentina, che col tempo ha dato luogo a un'ampia gamma di biotipi, tutti commercialmente noti come Noce di Sorrento.

I due ecotipi più diffusi sono: uno allungato, regolare, leggermente appuntito all'apice e smussato alla base, l'altro rotondeggiante, più piccolo. La raccolta si concentra nei mesi di settembre e ottobre con una resa estremamente variabile, anche in considerazione delle condizioni nelle quali si trova la coltura. Poi le noci vengono fatte essiccare all'aperto in zone ventilate.

Il noce Sorrento si caratterizza per il fatto di avere un ottimo vigore e una produzione doppia (nel senso che si può coltivare sia per

la produzione del legno che dei frutti).

Alla luce di recenti studi è stato dimostrato quanto altamente nobile sia la qualità dei grassi contenuti nelle noci. Protagonisti sono gli acidi grassi polinsaturi Omega-3, che analizzati hanno confermato la loro proprietà di ridurre il livello di colesterolo ematico, oltre a presentare azione protettiva nei confronti delle arterie.

I sali minerali, le vitamine e le sostanze antiossidanti sono ideali per contrastare l'invecchiamento cellulare.

IN CUCINA

Gnocchetti sardi alle noci di Sorrento

Ingredienti (per 4 persone):

- 350 g di pasta tipo gnocchetti sardi
- 80 g di formaggio Parmigiano
- 500 g di noci di Sorrento fresche
- 60 g di olio d'oliva extra-vergine
- 60 g di burro
- 50 g di pinoli
- 1 scalogno
- 1 mazzetto di basilico
- Sale
- Pepe

Procedimento:

Rompere le noci, mantenendo interi una decina di gherigli che serviranno per la decorazione del piatto.

Mettere nel mixer le noci sgusciate, i pinoli, 50 g di Parmigiano, 30 g di olio d'oliva extra-vergine, 30 g di burro e qualche fogliolina di basilico fresco.

Frullare per qualche secondo fino a ottenere una crema omogenea.

Lessare gli gnocchetti sardi al dente e nel frattempo far appassire uno scalogno in 30 g di olio e 30 g di burro.

Aggiungere la crema di noci, la pasta scolata e saltare in padella. Se la pasta risultasse troppo asciutta aggiungere un mestolino dell'acqua di cottura.

Guarnire i piatti con i gherigli di noci interi e spolverare con il Parmigiano rimasto.



TUTTI ALL'OPERA

Posti riservati ai Soci di Unicoop Firenze per sei spettacoli del Maggio Musicale Fiorentino: appuntamento al Teatro dell'Opera di Firenze per un sabato e cinque domeniche pomeriggio.

"Tutti all'Opera" grazie alla nuova iniziativa di Unicoop Firenze e del Maggio Musicale Fiorentino: per sei spettacoli pomeridiani, un sabato e cinque domeniche, i Soci di Unicoop Firenze potranno usufruire di una promozione speciale, con biglietti a 10 euro acquistabili presso il Box Office nei punti vendita della Cooperativa.

Un progetto che rinnova l'impegno con cui da anni Unicoop Firenze sostiene il Maggio Musicale Fiorentino e lo arricchisce di una nuova opportunità culturale rivolta ai Soci della Cooperativa.

La Coop va all'opera, anche l'opera va alla Coop, per presentare in anteprima i concerti e le recite in calendario: gli appuntamenti saranno conversazioni musicali di introduzione alle opere e vedranno protagonisti il sovrintendente della Fondazione del Maggio Musicale Fiorentino Cristiano Chiarot, i maestri Fabio Luisi, prossimo direttore musicale del Maggio che parlerà di La favorite di Donizetti e Federico Maria Sardelli che illustrerà Alceste di Gluck, la musicologa Katuscia Manetta e il maestro Zubin Mehta che presenterà l'opera in scena il 23 giugno Il prigioniero di Dallapiccola.

"Questo progetto dà corpo alla nostra idea di cultura come bene comune alla portata di tutti e come risorsa accessibile con cui nutrire bene la mente" sottolinea Daniela Mori, Presidente del Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze. "L'iniziativa è un ulteriore passo in avanti che facciamo rispetto al tema della promozione della cultura tra i nostri Soci perché, a prezzi popolari, apre le porte di uno degli scrigni più importanti della storia culturale del nostro territorio e del mondo. Alle tante convenzioni attive con

teatri, cinema e luoghi di cultura in Toscana, aggiungiamo questo importante tassello che dà corso all'impegno rinnovato qualche mese fa: vogliamo contribuire a migliorare l'offerta di svago della domenica, per liberarla dal consumo a tutti i costi e renderla nuovamente un tempo di riposo, socialità e crescita culturale".

"La collaborazione di Unicoop al Maggio Musicale Fiorentino è per noi importante" afferma Cristiano Chiarot, **sovrintendente del Maggio**. "Garantirà la possibilità a tanti di venire in teatro grazie alle promozioni particolari e mi auguro che potrà quindi incuriosire anche chi, per i motivi più diversi, al Maggio non è mai venuto. Desideriamo raggiungere" prosegue Chiarot, "sempre più persone alle quali aprire le nostre porte e vogliamo rendere più fruibile il Maggio anche mediante offerte vantaggiose, come questa, per l'acquisto dei biglietti. Grazie a Unicoop questa è un'operazione di un notevole valore sociale che contribuisce alla crescita culturale delle persone".



IL CALENDARIO DEGLI APPUNTAMENTI

Domenica 22 ottobre	ore 15.30	La rondine di Puccini
Domenica 26 novembre	ore 15.30	La sonnambula di Bellini
Domenica 25 febbraio	ore 15.30	La favorite di Donizetti
Domenica 4 marzo	ore 15.30	Requiem di Mozart
Domenica 25 marzo	ore 15.30	Alceste di Gluck
Sabato 23 giugno	ore 15.30	Il Prigioniero di Dallapiccola

Fonte: Ufficio Stampa Unicoop Firenze.

RINNOVATO IL PUNTO VENDITA DI IMPRUNETA



Si alza il sipario nel negozio di Impruneta che ha riaperto alle vendite in una veste tutta rinnovata. Pensato per la spesa quotidiana e per andare incontro alle nuove esigenze dei Soci e clienti, il punto vendita offre subito all'ingresso un'ampia piazza dei freschi.

Al centro troviamo l'**ortofrutta** con prodotti freschi di stagione, biologici e del territorio, riconoscibili dal cartellino "Prodotto in Toscana".

Ci sono poi i reparti **forneria** con un ricco assortimento di pane, pizze e schiacciate, tra cui la deliziosa schiacciata alla

pala, stesa e cotta dalle nostre colleghe, che ha riscosso subito i favori della clientela e la gastronomia con tante prelibatezze. Al reparto carni è possibile vedere l'inconfondibile targa "macelleria Cooperativa", un dettaglio del "vecchio" negozio a cui la clientela è molto affezionata. La novità riguarda il banco dei polli confezionati e la cucina pronta complessa, inoltre la nuova disposizione del reparto facilita molto la relazione con i soci e clienti.

La parte dei prodotti **industriali** è molto ampia e spaziosa, con aree dedicate al benessere, al biologico, all'assortimento vegano e al senza glutine. Per gli amici a quattro zampe da oggi c'è un nuovo angolo più dettagliato con il dispenser di cibo sfuso.

È stata ampliata la **cantina** nella quale troviamo un'ottima selezione di vini tra cui il Bolgheri e il Chianti Classico. L'ampliamento del supermercato ha interessato anche la zona dei salumi e latticini con i nuovi frigoriferi a sportelli chiusi.

Grande attenzione anche all'ambiente e alla riduzione degli sprechi di energia, con l'ottimizzazione degli impianti di illuminazione affidata a sorgenti Led.

"È un punto vendita fruibile e funzionale" dichiara la Direttrice **Genni Pazzaglia**. "Tutto è stato studiato per rendere piacevole l'esperienza di spesa dei nostri soci e clienti".

Importante il ruolo dei lavoratori in questa ristrutturazione. "Siamo stati una vera e propria squadra, tutto ciò ha portato a un bellissimo risultato, visibile agli occhi di coloro che ogni giorno ci scelgono per la propria spesa" sostiene Genni. "Devo ringraziarli per l'impegno che hanno dimostrato, ma la vera sfida inizia adesso".

Anche i soci hanno apprezzato l'intervento. "I primi commenti sono assolutamente positivi" conclude la Direttrice. "C'è un bell'entusiasmo intorno al nostro negozio e tanta soddisfazione".



Foto di Massimo D'Amato.

DAI LAVORATORI E DALLA SEZIONE SOCI DI SIENA UN AIUTO CONCRETO ALLE SCUOLE DI NORCIA E CITTAREALE

Un viaggio toccante, poi il ritorno in punto vendita e una domanda: cosa possiamo fare per loro? Da qui inizia una storia bella ed emozionante.

Tutto è iniziato il 1° marzo 2017, quando la nostra collega **Amelia Pizi, Capo Reparto della Forneria del pdv di Siena Grondaie**, insieme a una delegazione di colleghi, è andata a Norcia per visitare il cantiere della scuola costruita grazie anche al contributo raccolto fra i dipendenti della Cooperativa (il racconto si trova nel numero 36 del MYUnicoop). Di fronte alla devastazione del paesaggio e alle testimonianze degli abitanti, si è accesa in lei una domanda: cosa possiamo fare per loro? Da qui ha preso il via un'idea che ha coinvolto tanti e che mostra cosa significa lavorare e collaborare in Cooperativa.

Il passo successivo è stato quello di incontrare la Dirigente Scolastica, dalla quale si percepì la necessità di dotare la scuola di lavagne elettroniche per la didattica. Grazie anche alla collaborazione con la Fondazione Il Cuore si Scioglie, si è deciso di destinare il ricavato della consueta cena sociale di aprile all'acquisto delle lavagne.

"La cena è riuscita benissimo, abbiamo messo a tavola 300 persone (tra dipendenti di Siena Grondaie, via Cittadini e sezione Soci) e ottenuto 4.800 euro utili per acquistare 3

lavagne LIM" racconta Amelia "ma non ci sembrava abbastanza. Per questo abbiamo fatto un'ulteriore raccolta interna dalla quale abbiamo ottenuto più di 800 euro utili per acquistare materiale didattico che poi abbiamo portato alla scuola di Cittareale. Ci siamo accorti che più ci davamo da fare per questo obiettivo, più ci sentivamo uniti. La solidarietà ha generato aggregazione e scatenato una marea di sentimenti che si sono riversati in maniera positiva su tutto il gruppo di colleghi".

I lavoratori avevano espresso il desiderio di consegnare le lavagne direttamente ai bambini, quasi a simboleggiare la presenza tangibile di Unicoop Firenze.

Il resto è storia recente. Martedì 19 settembre 58 persone (40 dipendenti e 18 della sezione Soci) sono partite in una mattina dal tempo incerto alla volta di Norcia e Cittareale dove, al contrario di ogni previsione, il meteo si è rivelato gradevole, facendo sì che la consegna dei materiali avvenisse sotto un bellissimo sole. Un'iniziativa partita dai lavoratori che ha ottenuto il pieno appoggio della sezione

Soci, come dichiara il **Presidente Giampiero Pacchierotti**. "Il rapporto tra Soci e dipendenti è sempre stato ottimo, ma questo viaggio è stato un ulteriore valore aggiunto. Stare insieme ai lavoratori fa bene al morale, anche perché, oltre a farci sentire più giovani, ha creato una bella complicità che mi auguro continui nel futuro. Inoltre abbiamo conosciuto tante persone fuori dell'ambito lavorativo ed è una cosa che giova a tutti".

Un viaggio organizzato nei minimi dettagli con tappa prima a Norcia, dove sono state consegnate le tre lavagne LIM e nel pomeriggio a Cittareale, dove è stato donato gran parte del materiale didattico. "Vi posso assicurare che togliere 40 persone dall'organizzazione lavorativa non è affatto semplice, ma secondo me ne è valsa la pena" afferma **Claudio Terrosi, Direttore del punto vendita di Siena Grondaie**. "Abbiamo fatto solidarietà nella cena e nella raccolta del materiale didattico. Quel giorno inoltre è stato di ferie per tutti. Da parte mia non ho fatto altro che organizzare le idee che sono venute dai dipendenti e dai Soci e far sì che tutto andasse nel migliore dei modi".



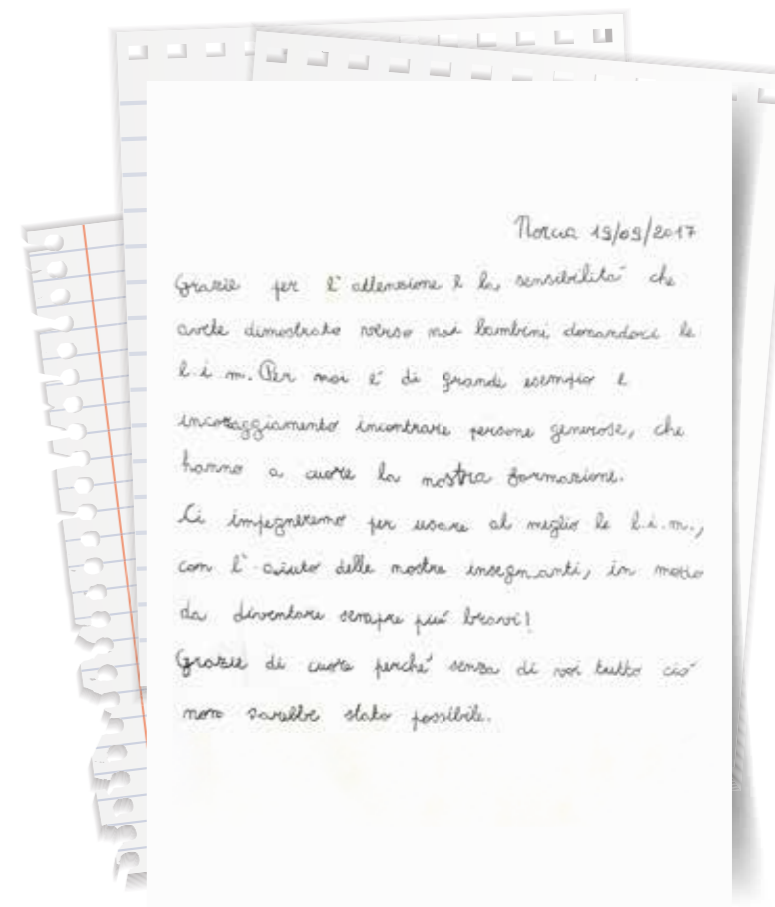
Foto del collega Marco Bartalini.

L'accoglienza è stata a dir poco stupenda. I due paesi sono grati alla nostra Cooperativa, come ci raccontano **Maria Grazia Bigliuzzi**, collega della gastronomia, e **Rosanna Cerbini** delle casse di Siena Grondaie: "Abbiamo potuto vedere e toccare con mano le cose che ha realizzato la nostra Cooperativa in questo territorio così martoriato. Ci siamo sentite veramente orgogliose e appartenenti a un universo di valori che ci distinguono dagli altri".

"È stata un'esperienza meravigliosa ed emozionante: i volti dei bambini, la felicità nei loro occhi" racconta **Katiuscia Sani**, addetta dei generi vari di Siena Grondaie. "La cosa che mi ha colpito di più è il silenzio assordante di quei posti. Finché non lo vedi in prima persona, non ti puoi rendere conto".

Da sottolineare la sinergia positiva tra i due negozi della cittadina del Palio. Anche i colleghi di Siena via Cittadini hanno partecipato numerosi alla cena sociale e con il Direttore **Luca Sbaragli** hanno aderito alla consegna delle lavagne. "La situazione è drammatica, ma le persone si sono rimboccate le maniche. Fa piacere che anche la nostra Cooperativa contribuisca al sostegno di queste popolazioni".

Non è finita qui: nella mente dei lavoratori di Siena sono già in cantiere altre iniziative perché, come dicono da queste parti, "fare solidarietà è anche un modo per stare insieme e non c'è modo migliore per sentirsi uniti".



AL NETO UNA FESTA PER TANTI BAMBINI

Si è svolta alcuni giorni fa una bellissima festa promossa dai lavoratori del negozio di Sesto Il Neto, alla quale hanno partecipato più di 300 bambini della scuola dell'infanzia Balducci di Sesto Fiorentino.

Oltre alla merenda offerta dai nostri colleghi all'uscita del supermercato, è stata l'occasione per sostenere in maniera tangibile questo istituto scolastico.

"Un ringraziamento va al marketing per aver messo a disposizione degli omaggi, tra cui i Frighissimi e le figurine Disney" sottolinea **Marco Pardelli**, Direttore del punto vendita. "Abbiamo distribuito 10 pacchetti per ogni bambino, contenenti

un buono ciascuno. Abbiamo rimesso in circolo 3.600 buoni scuola utili per l'acquisizione di premi dal catalogo di Cresciamo Insieme".

Oltre ai bambini, presenti anche i loro genitori e tutto il consiglio di Istituto, che hanno apprezzato moltissimo l'iniziativa.



Più spazio alla **CULTURA**

Unicoop Firenze sostiene lo sviluppo culturale del nostro territorio con una serie di iniziative. Di seguito le prossime attività molto importanti per noi, per le nostre famiglie e per tutti i nostri Soci



1. FAI LA SPESA E ACCUMULA I PUNTI

Con il servizio Box Office

Puoi fare la spesa e prenotare il teatro.
A partire dal 19 ottobre

**ACCUMULI 1 PUNTO OGNI EURO SPESO
PER L'ACQUISTO DI BIGLIETTI**

per gli spettacoli in vendita sul circuito Box Office nei nostri punti vendita.

Inoltre per i Soci:

NIENTE SPESE DI COMMISSIONE

per l'acquisto di biglietti per gli spettacoli domenicali.



2. SCEGLI COME UTILIZZARE I PUNTI

La Carta Grande Cinema

Con **1000** punti puoi avere la Carta Coop.fi&Cinema che ti offre la possibilità di andare al cinema il giovedì e la domenica a prezzo ridotto, presso tutte le sale del circuito Anec-Agis Toscana aderenti all'iniziativa.

SCEGLI IL TUO CINEMA

CONSULTA L'ELENCO SU:

www.agistoscana.it e www.coopfirenze.it



Spettacoli per tutti

**FONDAZIONE TOSCANA SPETTACOLO ONLUS,
IL CIRCUITO REGIONALE DELLO SPETTACOLO
DAL VIVO.**

Con solo **1000** punti avrai la possibilità di ricevere un biglietto e prenotare la tua poltrona nel tuo teatro preferito.



Tutti a Palazzo Strozzi

TUTTA LA FAMIGLIA A PALAZZO STROZZI

Con solo **1000** punti puoi avere un biglietto che consente l'ingresso alla mostra in corso a Palazzo Strozzi e la partecipazione a laboratori, progetti e attività speciali, come la valigia della famiglia con testi e giochi per tutte le età.

Il biglietto è valido per uno o due adulti e almeno un ragazzo dai 6 ai 18 anni per un massimo di 6 persone.



RISERVATO AI SOCI UNICOOP FIRENZE

SCOPRI TUTTE LE OFFERTE DEDICATE AL MONDO DELLA CULTURA!

Visita il nostro sito www.coopfirenze.it oppure consulta il nostro catalogo fidelizzazione, troverai l'elenco completo delle nostre iniziative!

coop.fi

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
unicopfirenze

**CONSIGLI E SUGGERIMENTI SONO I BENVENUTI. CONTATTACI
E FACCI SAPERE LA TUA OPINIONE SUGLI ARGOMENTI TRATTATI.**

ufficio.comunicazione.interna@unicopfirenze.coop.it