



**unicoopfirenze**

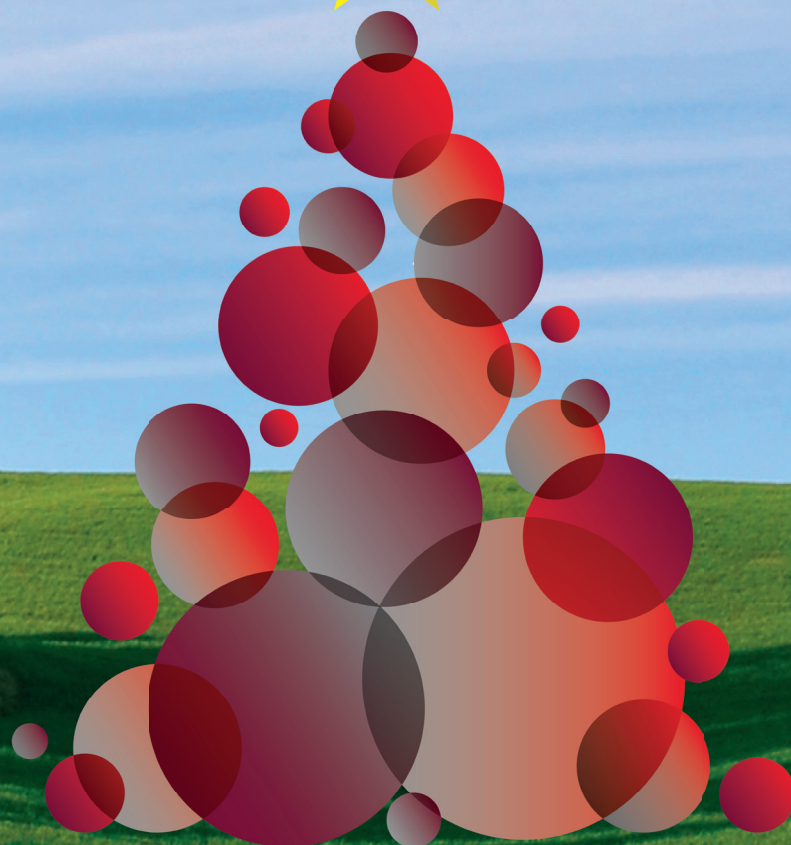
PER NOI CHE CI LAVORIAMO

**N° 44**

Dicembre 2017/  
Gennaio 2018

**FESTIVITÀ 2017/2018**  
*La Cooperativa augura a tutti voi  
e alle vostre famiglie  
buone feste e felice anno nuovo*

 *Auguri*



**unicoopfirenze**

LA SOLIDARIETÀ  
COME DECLINAZIONE  
DELLA NOSTRA MISSIONE

P. 03

SCOPRI LE NOVITÀ  
SUI NOSTRI DÉPLIANT

P. 06

L'IMPEGNO SOLIDALE  
DI COOP E FAIRTRADE

P. 12

SI APRE IL SIPARIO  
SUL NEGOZIO  
DI PONSACCO

P. 20



# INDICE

N° 44 - Dicembre 2017/Gennaio 2018

## IN PRIMO PIANO

---

LA SOLIDARIETÀ IN UNICOOP FIRENZE COME DECLINAZIONE DELLA PROPRIA MISSIONE	03
IMPORTANTI NOVITÀ A PARTIRE DAL 2018	06
A GENNAIO 2018 ENTRA IN VIGORE LA NORMATIVA SULL'IMBALLAGGIO PRIMARIO PER ALIMENTI SFUSI	07

## L'APPROFONDIMENTO

---

RIPERCORRIAMO LE PRINCIPALI INIZIATIVE DEL 2017	08
PREVENZIONE E LOTTA AI FENOMENI DI MOLESTIE SESSUALI: ALL'AUDITORIUM UN INCONTRO A DUE ANNI DALL'ADOZIONE DEL CODICE ANTIMOLESTIE	10
FAIRTRADE: IL MARCHIO DEL COMMERCIO DAVVERO SOLIDALE	12

## SCOPRI L'ORTOFRUTTA

---

PARLIAMO DI... PERA DECANA DEL COMIZIO IL TREND IN CRESCITA: LE ZUPPE PRONTE	16
---	----

## DAI PUNTI VENDITA

---

A MONTEVARCHI SI ATTIVA LA RETE SALVAVITA: LAVORATORI E DEFIBRILLATORE IN AZIONE	18
COMPLEANNO DI SAN MINIATO, DI LASTRA A SIGNA, DI PONTASSIEVE	19
TAGLIO DEL NASTRO PER IL NUOVO PUNTO VENDITA DI PONSACCO	20

## SOLIDARIETÀ

---

I RISULTATI DELLA CAMPAGNA 2017 "PENSATI CON IL CUORE": QUANDO LA SOLIDARIETÀ È IN BUONE MANI	22
---	----



# LA SOLIDARIETÀ IN UNICOOP FIRENZE COME DECLINAZIONE DELLA PROPRIA MISSIONE

Unicoop Firenze è un'impresa complessa, che trae valore dalla sua missione come un albero dalle proprie radici. La chioma dell'albero, composta da molteplici iniziative, nasce proprio sulla base di questi principi.

Nei nostri MYUnicoop, abbiamo pensato di approfondire alcuni dei progetti più significativi promossi da Unicoop Firenze, seguendo un filo rosso che ci porterà man mano ad acquisire sempre più consapevolezza della nostra

distintività e del valore di stare in Cooperativa.

Questo numero di dicembre lo vogliamo dedicare al tema della **Solidarietà** in Unicoop Firenze.

## PARTIAMO DAL CONTESTO:

**1 milione e 619mila**

**le famiglie** in condizione di povertà assoluta, nelle quali vivono **4 milioni e 742mila persone** (2016).

**+ 26,8%**  
(dal 18,3% del 2015)

l'incidenza della povertà assoluta tra le famiglie con tre o più figli minori nel 2016.

**5,9%**  
(dal 4,2% del 2015)

l'incidenza della povertà assoluta nel **Centro Italia** in termini di famiglie.

**7,3%**  
(dal 5,6% del 2015)

l'incidenza della povertà assoluta nel **Centro Italia** in termini di persone.

**14,6%**

l'incidenza di povertà assoluta se la persona di riferimento in famiglia è un under 35 vs. il 7,9% nel caso in cui la persona di riferimento sia un ultra sessantaquattrenne.

Fonte: Report Istat "La povertà in Italia – anno 2016", del 13 luglio 2017.

Questi dati fotografano una situazione poco felice, con la quale Unicoop Firenze sceglie di confrontarsi in modo concreto,

evitando di girare la testa dall'altra parte e portando in campo il proprio impegno su più fronti:

1



Tutti i giorni, mettendo in pratica uno dei maggiori capisaldi della propria missione: **tutelare il potere di acquisto** fornendo prodotti e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili.

Per fare un esempio, i prezzi praticati da Unicoop Firenze sui prodotti confezionati sono più convenienti rispetto alla media degli iper e super nazionali: la "classifica" nazionale della convenienza vede ai primi 8 posti le 7 province toscane dove è presente la nostra Cooperativa. Si conferma quindi il ruolo centrale a difesa del potere di acquisto dei Soci.



**2**

**Sostenendo il lavoro** su più fronti: qualitativamente, al nostro interno, attraverso la garanzia del lavoro a tempo indeterminato per il 90% dei lavoratori di Uniconop Firenze; verso l'esterno, attraverso l'indotto generato sul territorio dalla nostra filiera, che crea in Toscana circa 11.000 posti di lavoro.

Nell'ottobre scorso la nostra Cooperativa ha sancito un accordo con Confindustria Firenze, la cui collaborazione ha permesso l'introduzione di altri 200 piccoli e medi produttori toscani nel novero dei fornitori di Uniconop Firenze.

**3**

**COONDIVIDIAMO**

Promuovendo l'iniziativa "**COONdividiamo**", la **raccolta alimentare** organizzata dalla Fondazione Il Cuore si scioglie e da Uniconop Firenze a favore di Caritas e delle associazioni di volontariato del territorio, che si ripete ormai da diversi anni a primavera e autunno. Nel 2016 sono state raccolte 378 tonnellate di prodotti e 371 tonnellate nel 2017.



**4**

Restituendo alle comunità del territorio, sotto forma di **buoni spesa**, i maggiori guadagni ricavati dalle più alte vendite che si registrano nei giorni della raccolta alimentare. Quest'anno il contributo, in relazione alla raccolta del 2016, è stato pari a 100 mila euro, distribuiti alle diverse associazioni, per un valore commisurato alla raccolta di ciascun territorio.

**5**

**BUON FINE**

Istituendo **Coop - Buon fine**: la tradizionale rete di solidarietà grazie alla quale nel tempo sono state recuperate merci non più commerciabili ma idonee al consumo, consegnate alle mense sociali e alle famiglie in difficoltà.



**6**

Organizzando, grazie alle Sezioni Soci e alle associazioni di volontariato, **raccolte straordinarie** durante l'anno, per dare un aiuto ulteriore alle famiglie con l'acuirsi della crisi economica.

Questa la risposta della nostra Cooperativa a un'emergenza concreta, che purtroppo riguarda da vicino il nostro territorio e quindi tutti noi.

Viene spontaneo perciò pensare a quanto - con il nostro lavoro di tutti i giorni portato

avanti con coscienza e senso di responsabilità, con il nostro essere Soci consapevoli nel fare la propria spesa familiare nei nostri negozi, con l'impegno che ciascuno di noi può dedicare agli altri attraverso le raccolte e le iniziative delle sezioni Soci e della fondazione - **cooperiamo**, ciascuno

con il proprio contributo, a sostenere questo importante impegno verso chi si trova a vivere un momento di difficoltà.

**CORRIERE DELLA SERA** *tt* del 16 gennaio 2017

L'esercito dei nuovi poveri:  
sempre più italiani alle mense della Caritas

**LA NAZIONE**

EMPOLI

del 5 agosto 2017

La Gmg Cucine ha chiuso i battenti:  
l'azienda ha chiesto il fallimento

**toscana24**  
ECONOMIA DI UN TERRITORIO  
24 ORE

del 9 ottobre 2017

In Toscana 12 tavoli di crisi aziendali aperti

**affaritaliani.it** del 1° dicembre 2017  
il primo quotidiano on-line

Censis, povertà in Italia raddoppiata  
rispetto al periodo pre crisi

Il Sole **24 ORE**

del 6 dicembre 2017

Istat, cresce il reddito disponibile  
ma uno su tre è a rischio povertà

**IL TIRRENO** EDIZIONE PONTEDERA

del 13 dicembre 2017

Dramma Tmm, finisce tra le lacrime  
il sogno dei lavoratori

**la Repubblica.it**

del 18 dicembre 2017

Respinto il concordato: fallimento per Borsalino,  
storico marchio di cappelli

**la Repubblica**

del 19 dicembre 2017

Melegatti non fa pace nemmeno a Natale e il salvataggio sfuma

# IMPORTANTI NOVITÀ A PARTIRE DAL 2018

Arrivano i nuovi dépliant per semplificare la spesa di Soci e clienti e valorizzare la convenienza di Uniconop Firenze

Nel novembre 2014 è partita la campagna "Tutela Totale", che ha visto un ribasso di 1.000 prodotti a marchio Coop della dispensa basica, fra i più importanti articoli acquistati da Soci e clienti. A gennaio 2015 è proseguita con il ribasso di ulteriori 1.000 prodotti a marchio Coop e di grandi marche, fra i prodotti di largo consumo. Ottobre 2015 ha visto il ribasso di altri 1.000 prodotti di grandi marche.

In totale quindi **3.000 prodotti di largo e generale consumo** sono stati ribassati, non attraverso una promozione circoscritta nel tempo, ma con l'intento di offrire **prezzi bassi sempre**, confermando un impegno quotidiano che fa capo alla nostra missione: tutelare il potere di acquisto di Soci e consumatori.

Il 2018 vede l'arrivo di importanti novità, che fanno compiere un ulteriore passo in avanti al progetto Tutela Totale. Lo scopo è quello di **acquisire e consolidare la fedeltà di Soci e clienti**, non attraverso meccanismi di promozioni spinte, che rendono il consumatore infedele incentivandolo a rincorrere il miglior offerente del momento, ma grazie al rafforzamento della **convenienza costante** nello scegliere di fare la propria spesa familiare nei nostri supermercati.

Un altro importante beneficio raggiunto da questi cambiamenti è quello di **semplificare la spesa dei nostri Soci e clienti** attraverso la **più facile lettura dei dépliant**, portando tutto a **una sola data** proprio come i nostri Soci chiedevano da tempo.

## VEDIAMO NEL DETTAGLIO QUALI SARANNO LE NOVITÀ:

### Fidelizzazione

1 Il numero dei prodotti in promozione sarà ridotto, ma aumenteranno i prodotti jolly anche su panieri di prodotti a marchio.

2 La raccolta e l'utilizzo dei punti saranno ancora più valorizzati tramite delle apposite meccaniche, a ulteriore vantaggio di tutti i nostri Soci.

### Semplificazione

1 Tutte le promozioni Alimentari riservate ai Soci (che iniziavano il 1° e il 16 di ogni mese) seguiranno la stessa e unica data di tutto il dépliant, e avranno quindi la stessa durata.

Al tempo stesso anche le promozioni Soci Extra Alimentari (che avevano valenza di un mese e richiedevano l'aggiunta di punti) partiranno con la stessa data del dépliant e avranno la stessa durata di questo. (Questi prodotti, occasionalmente, potranno essere oggetto di un doppio periodo di durata, ovvero essere presenti in due dépliant consecutivi).

2 Il dépliant riguardante la parte Alimentare sarà totalmente separato da quello degli Extra Alimentari, che comprenderà anche Più Scelta.

Cambiamenti importanti, che confermano la volontà di offrire prodotti e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili.

Noi lavoratori giochiamo un ruolo chiave nel veicolare con grande senso di responsabilità a Soci e clienti i vantaggi di fare la spesa da noi. In che modo? Sottolineando la convenienza che tocchiamo con mano tutti i giorni, dato che conosciamo meglio di chiunque altro quanto la Cooperativa fa in termini di politiche di prezzo, a vantaggio di Soci e clienti.



IN PRIMO PIANO

# A GENNAIO 2018 ENTRA IN VIGORE LA NORMATIVA SULL'IMBALLAGGIO PRIMARIO PER ALIMENTI SFUSI

*All'interno del D.L. 2017 n. 123, l'articolo (9 bis) attua la direttiva europea, che prevede la riduzione dell'utilizzo di borse di plastica.*



## COSA PREVEDE LA NORMATIVA?

- Dal 1 gennaio 2018 è vietata la commercializzazione di borse ultraleggere che non siano compostabili, biodegradabili e composte con un contenuto minimo di materia prima rinnovabile non inferiore al 40%.
- Le borse **non possono essere distribuite a titolo gratuito** ed è fatto obbligo di evidenziarne il prezzo in fattura o scontrino.



## COSA HA SPECIFICATO IL MINISTERO DELL'AMBIENTE PER LA GDO?

- Rientrano nell'ambito dell'applicabilità della normativa tutti i sacchetti in materiale ultraleggero, utilizzati per il pre-incarto a punto vendita (ortofrutta, macelleria, pescheria, servizio alle casse).
- Non è consentito ai consumatori di sostituire le borse di materiale ultraleggero o gli imballaggi primari per gli alimenti sfusi, con propri imballaggi portati dall'esterno del negozio, per motivi di igiene.
- Si sottolinea il divieto di distribuire le borse ultraleggere a titolo gratuito, pena l'incorrere in sanzioni.



## COSA ACCADRÀ IN PUNTO VENDITA?

- Dal 1 gennaio 2018, in ottemperanza all'obbligo di legge, nei negozi saranno presenti solo ed esclusivamente buste e guanti ortofrutta, sacchetti pescheria, macelleria e shopper spesa realizzati con l'innovativa bioplastica, biodegradabile e compostabile in MATER-BI di ultima generazione, con un contenuto minimo di materia prima rinnovabile non inferiore al 40%. **Unicoop Firenze, anticipando ancora una volta la normativa, ha iniziato a introdurre questi manufatti nella rete di vendita già da giugno 2017.**
- Il prezzo a cui la Cooperativa fornirà questi sacchetti è di **solamente 1 centesimo, accollandosi il resto del costo del prodotto.**
- Il prezzo del sacchetto sarà visibile sullo scontrino.
- Si prevede la possibilità di togliere il costo se il prodotto non è imbustato.

# RIPERCORRIAMO LE PRINCIPALI INIZIATIVE DEL 2017

Tutto il 2017 è stato costellato da numerose iniziative che confermano la missione della Cooperativa

## LE PRINCIPALI INIZIATIVE COMMERCIALI DI FIDELIZZAZIONE

OFFERTA RISERVATA AI SOCI UNICOOP FIRENZE

DAL 16 NOVEMBRE AL 1 DICEMBRE

### SCEGLI TU

fiorfiore  
Il Meglio della Cultura Gastronomica

**SCONTO DEL 25% ALLA CASSA**

I PRIMI 30 PRODOTTI\* CHE PASSERAI ALLA CASSA O CON IL SALVATEMPO VERRANNO AUTOMATICAMENTE SCONTATI.

LO SCONTO SI APPLICA SOLO SUI PRODOTTI CONFEZIONATI.

Vuoi verificare quali prodotti sono stati scontati? È semplice: controlla lo scontrino, sotto ad ogni prodotto scontato troverai scritto "SCONTO SCEGLI TU".

\*Le offerte non si applicano ai prodotti in promozione e non è cumulabile con altre iniziative. Promozione valida nei punti vendita Coop.it

### SCEGLI TU

È proseguita l'iniziativa Scegli TU che ha visto importanti sconti sul prodotto a marchio e su alcune linee di prodotti.

RACCOLTA PUNTI  
dedicata ai Soci Coop Uniconop Firenze

### SOLO PER TE SOCIO COOP

DAL 1 APRILE 2017 AL 31 MARZO 2018

coop.fi  
www.coopfirenze.it

### LA RACCOLTA PUNTI 2017-2018

Tante iniziative per i Soci all'insegna del divertimento e della cultura, ma anche del tempo libero. Il catalogo 2017-2018 contiene al proprio interno tante opportunità per l'utilizzo dei punti accumulati nella propria carta Soci.

DAL 1 GIUGNO AL 16 LUGLIO 2017

ARRIVANO I MAGNETI

### Frighissimi

PIÙ CHE SIMPATICI, SIMPATICISSIMI

TUTTI

COOP TI REGALA I PROGRESSIVI: COLLEZIONE I 24 MAGNETI E PARTECIPA AL CONCORSO

Coop.it è lieto di presentarti il nuovo magnetico che ripropone la Collezione I 24 Magnetini, un'edizione speciale di 24 magneti in ceramica con disegni originali e colori vivaci. Per partecipare al concorso è sufficiente acquistare un prodotto Coop.it con il magnetico Frighissimi. I magneti saranno consegnati automaticamente con il tuo prossimo acquisto Coop.it.

LA COOP SEI TU

NUOVA COLLEZIONE COLTELLI PADERNO

### Il segreto di ogni Chef

Dal 16 novembre raccogli i bollini e scegli uno dei prestigiosi coltelli della linea Paderno.

Da oggi in Coop.it nasce una nuova collezione COOP.it Paderno, la linea Paderno di coltelli per ogni esigenza. In Coop.it Paderno troverai coltelli per ogni esigenza, con la bellezza e la qualità di una linea che ha fatto parte della storia di Coop.it.

dea

### Collezione d'autore

DAL 12 GENNAIO RACCOLGI I BOLLINI E SCEGLI UNA DELLE ESCLUSIVE PROPOSTE DEA PER LA CAMERA DA LETTO.

Da oggi in Coop.it nasce una nuova collezione COOP.it Dea, la linea Dea di articoli per la camera da letto. In Coop.it Dea troverai una collezione di articoli per la camera da letto, con la bellezza e la qualità di una linea che ha fatto parte della storia di Coop.it.

coop.fi

### COLLEZIONAMENTI

L'anno è iniziato con il collezionamento degli articoli DEA, per proseguire con i Frighissimi e infine con i coltelli Paderno.

### IL NOSTRO IMPEGNO PER IL BENESSERE ANIMALE NON È SOLO SULLA CARTA.

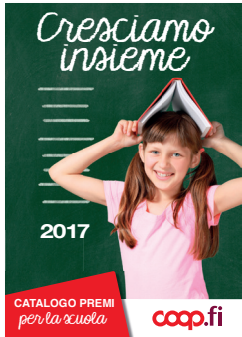
Coop.it impegna a migliorare le condizioni di allevamento degli animali per ottenere e ridurre l'uso degli antibiotici. Anche la nostra salute dipende da questo. Perché il benessere animale è l'efficienza di tutti. Scopri di più su [www.coop.it/italianimalsalute](http://www.coop.it/italianimalsalute)

LA COOP SEI TU

## ALLEVIAMO LA SALUTE

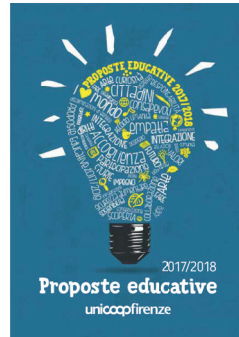
Il 2017 ci ha visti protagonisti della campagna Alleviamo la Salute per ridurre progressivamente l'uso degli antibiotici negli allevamenti, aumentare il benessere animale e combattere così i rischi legati all'antibiotico resistenza nella salute umana e animale.

## SOSTEGNO ALLA SCUOLA



### CRESCIAMO INSIEME

Dopo il grande successo della scorsa edizione, Unicoop Firenze ha rinnovato anche quest'anno il proprio impegno a favore dei più giovani e della comunità scolastica. Cresciamo Insieme continua a sostenere le scuole toscane fornendo loro materiali didattici in forma totalmente gratuita, con l'obiettivo primo di garantire la crescita dei giovani del nostro territorio. Le scuole iscritte sono state più di 2.100.



### PROPOSTE EDUCATIVE

Da più di trent'anni la Cooperativa mette a disposizione delle scuole del territorio dei percorsi educativi, per dare il proprio contributo nell'accrescere l'informazione delle nuove generazioni. Nell'anno scolastico 2016/2017 sono stati coinvolti 70.000 studenti, 3.000 insegnanti e quasi 800 scuole.

## SOSTEGNO AL TERRITORIO



Mettere al centro il territorio è uno dei punti cardine della nostra missione. Questo legame viene espresso, oltre che dal punto di vista della crescita economica e occupazionale del territorio, che quest'anno ha visto l'inserimento di 200 nuovi fornitori toscani, anche dal sostegno in ambito sociale e culturale.

## SOSTEGNO ALL'AMBIENTE

Su questo fronte la Cooperativa è impegnata a 360°. Anticipando la normativa, ha introdotto i sacchetti in Mater-Bi di IV generazione. Da novembre è partita una mostra itinerante in alcuni nostri negozi per far conoscere il Mater-Bi e le politiche della Cooperativa in tema di sostenibilità ambientale.



## NUOVA PROPOSTA SULLE APERTURE DOMENICALI



Soddisfare i bisogni senza forzare i consumi. Unicoop Firenze lancia una nuova proposta sulle aperture domenicali e festive, che prevede la chiusura dei negozi nelle 10 festività "comandate", il 40% dei nostri punti vendita aperti limitatamente alla domenica mattina e il restante 60% chiuso tutta la domenica.

## SOSTEGNO ALLA CULTURA



Unicoop Firenze conferma il suo impegno per la cultura, l'arte e lo spettacolo e lo rilancia attraverso varie iniziative.



## SOLIDARIETÀ

Tante sono le iniziative portate avanti dalla nostra Fondazione durante tutto l'anno: dai progetti inseriti nella campagna "Pensati con il cuore", alle raccolte alimentari a sostegno della Caritas, per non parlare dell'importante introduzione del crowdfunding come modalità di finanziamento on-line a sostegno dei progetti.

# PREVENZIONE E LOTTA AI FENOMENI DI MOLESTIE SESSUALI: ALL'AUDITORIUM UN INCONTRO A DUE ANNI DALL'ADOZIONE DEL CODICE ANTIMOLESTIE

La nostra Cooperativa, in linea con la sua natura giuridica d'impresa, la sua missione e i suoi valori, è da sempre impegnata a sviluppare, incentivare e diffondere la cultura del rispetto della persona, cui riconosce un ruolo essenziale, e nel prevenire qualsiasi comportamento che possa essere lesivo di questo rispetto.

Su queste premesse, lunedì 27 novembre all'auditorium Scuola Coop di Montelupo,

si è svolto l'incontro *"Un approccio culturale per la prevenzione e la lotta ai fenomeni di molestie sessuali sul luogo di lavoro"*, a due anni di distanza dall'adozione, da parte della Cooperativa, del *"Codice di Condotta per la prevenzione e la lotta ai fenomeni di molestie sessuali"* con l'obiettivo di confrontarsi in merito alle prospettive future.

La giornata ha visto la partecipazione dei direttori di punto vendita, del Vice

Presidente di Unicoop Firenze Michele Palatresi, di Francesca Fanni Responsabile Relazioni Risorse Umane, oltre alla componente sindacale della Commissione Pari Opportunità (attiva in Unicoop Firenze dal 2015), e all'avvocata Marina Bianco in qualità di Consigliera di Fiducia della Commissione Interna di Unicoop Firenze, per questa materia.

Alta l'attenzione che si è registrata durante la giornata, dovuta all'importanza e alla delicatezza dei temi trattati. A dimostrazione del coinvolgimento della platea dei direttori, i loro interventi sono stati l'espressione puntuale di una sensibilità diffusa nella nostra Cooperativa su questo problema. Tra questi, in particolare, hanno preso la parola **Lara Volpi**, direttrice di San Miniato, e **Francesca Raspini**, direttrice di Pontassieve, che hanno peraltro partecipato alla stesura del Codice Antimolestie.

## Vademecum per il Benessere e la Qualità delle Relazioni sul Lavoro

Linee guida sulla prevenzione  
e la lotta ai fenomeni di molestie sessuali

uniconfirenze

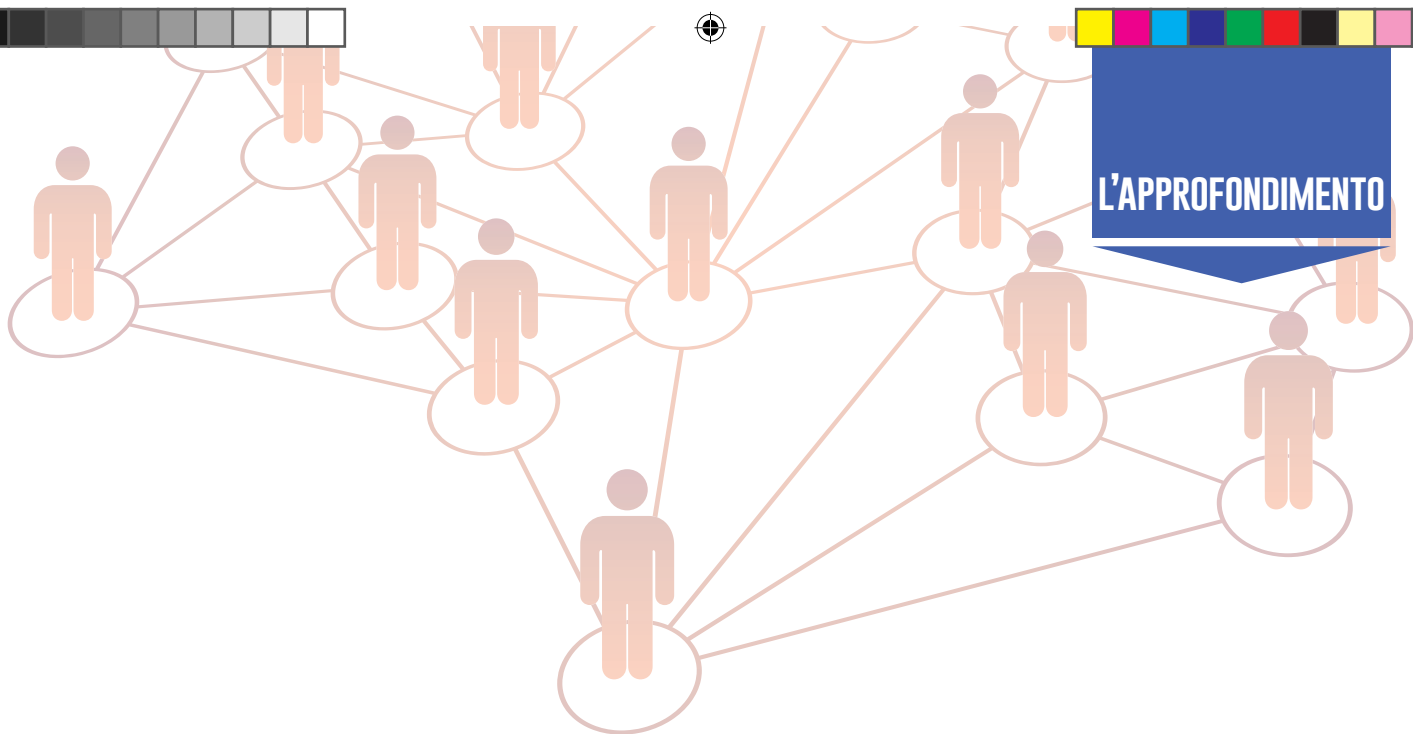
Francesca Raspini



Lara Volpi



Durante l'incontro sono intervenute Francesca Raspini, direttrice del negozio di Pontassieve, e Lara Volpi, direttrice del negozio di San Miniato.



Entrambe hanno tenuto a sottolineare l'elemento di distintività di questo strumento, di cui raramente le aziende si dotano, e l'importanza della figura prevista della Consigliera di Fiducia, come supporto fondamentale nell'affrontare e risolvere queste situazioni.

*"In un'organizzazione complessa e numerosa come la nostra – spiega Lara Volpi – in cui convivono un gran numero di personalità diverse, uno strumento sul corretto comportamento da tenere ha permesso di sensibilizzare tutti sull'importanza della qualità delle relazioni e sul rispetto della dignità di tutti i lavoratori. Infatti spesso – continua Volpi – una battuta o un gesto*

*fuori luogo possono compromettere la fiducia, il morale e la motivazione di chi la subisce, rischiando di danneggiare il clima organizzativo".*

*"Questo lavoro – aggiunge Francesca Raspini – ha reso noi direttori più consapevoli del nostro importante ruolo di "supporter" dei lavoratori ma anche di "controllori" in grado di individuare comportamenti anomali o eccessivi. In questo senso il Codice si pone come un supporto irrinunciabile, che ci aiuta a decodificare comportamenti ambigui e a individuare situazioni di rischio potenziale. Ritengo inoltre fondamentale – sottolinea Raspini – trovare dei momenti per parlare di questi argomenti con i nostri*

*lavoratori di punto vendita."*

Questo incontro è stata una tappa importante del percorso intrapreso nel 2015 con l'adozione del "Vademecum per il benessere e la qualità delle Relazioni sul Lavoro", per raggiungere un clima lavorativo e un contesto organizzativo dove le relazioni interpersonali siano basate sul rispetto reciproco, la collaborazione e la solidarietà tra colleghi. Fondamentale infatti è tutelare il benessere individuale delle persone che compongono la nostra Cooperativa, che si ripercuote anche sul più ampio contesto lavorativo.



# FAIRTRADE: IL MARCHIO DEL COMMERCIO DAVVERO SOLIDALE

Articolo de "Il Salvagente"

del 01 dicembre 2017

## "Qualcosa può sfuggire ma Fairtrade non è marcio"

Bruciano a chi certifica il mercato nel nostro paese i sospetti della trasmissione di Ranucci. Abbiamo chiesto a Paolo Pastore come e se è potuto davvero accadere che aziende impiegassero bambini o abbattessero illegalmente alberi per coltivare

**È** un iter preciso quello che Fairtrade Italia utilizza per accogliere all'interno del suo sistema soggetti o associazioni produttive che ne fanno richiesta: "Gli interessati devono compilare un'applicazione form molto dettagliata sapendo che verranno sottoposti a delle ispezioni - spiega il direttore generale di Fairtrade Italia Paolo Pastore - sanno che possono essere ammessi, ammessi con riserva o respinti".

Cosa significa la riserva? "Spesso - prosegue Pastore - si tratta di rilievi non fondamentali, magari di un deficit documentale. Faccio un esempio: se chiediamo cinque bagni e cinque docce nel sito produttivo e magari ne manca uno, siamo disponibili ad aspettare che i soggetti coinvolti si mettano a posto". Tra l'altro, "sono spesso le ong che operano in loco, che collaborano con noi per accompagnare l'attività di avvicinamento a Fairtrade: nulla avviene per caso".

I numeri di Fairtrade dicono che il 70-75% dei soggetti che fanno richiesta di associarsi arriva a buon fine nell'iter.

La denuncia fatta da Report, però, brucia e brucia parecchio. Durante la puntata del 23 ottobre scorso, intitolata *Cioccolato amaro*, tra le varie denunce che colpivano aziende del cioccolato italiane, si faceva riferimento anche ad alcune violazioni compiute da cooperative del commercio equo legate a Fairtrade. Si arrivava alla conclusione che forse, i soggetti certificatori, non sarebbero così etici come sostengono di essere. Non un'accusa da poco per un marchio che dell'etica fa una bandiera. Le violazioni, in sostanza, per due cooperative, consistevano nell'aver aperto magazzini nella foresta protetta, dove sarebbero stati abbattuti illegalmente degli alberi per coltivare, e dove avrebbero spesso lavorato anche bambini. Non solo. Si sarebbe anche spesso mischiato il cacao certificato con quello non certificato per guadagnare di più.

Ma Pastore ribatte: "Una delle cooperative a cui Report ha fatto riferimento è stata decertificata da noi stessi a gennaio del 2017; il fatto che avessero ancora apposto il nostro logo è solo un caso: noi non possiamo essere 365 giorni all'anno per 24 ore al giorno in tutti i siti produttivi consociati e passare a togliere loghi. La

seconda è stata certificata solo da qualche mese, abbiamo già avviato le procedure di controllo come facciamo ogni volta che riceviamo una segnalazione di irregolarità", spiega Pastore. Che aggiunge: "Non riteniamo di essere perfetti, certamente, ma agiamo in modo trasparente. I controlli servono a verificare che si rispettino gli standard di Fairtrade ma è evidente che qualcosa, in alcuni casi possa andare storto e qualcuno faccia il furbo: questo però non deve far pensare che tutto il mondo del commercio equo sia marcio...". scandisce il direttore generale.

Anche in passato Fairtrade era stata messa sotto accusa da Report, "ma senza rilievi", sottolinea. Questa volta, "pochi giorni prima della trasmissione, siamo stati contattati, io mi trovavo all'estero molto lontano ed è stata intervistata una collega per più di due ore: in onda sono andati 50 secondi", scandisce Pastore. Nelle poche battute andate in onda, Indira Franco di Fairtrade Italia, di fatto non scongiurava del tutto il fatto che talvolta potessero essere stati utilizzati bambini.

Ma Pastore - mentre ribadisce che Fairtrade ha in Costa d'Avorio 32.500 produttori di cioccolata sui 192mila totali - attacca: "Facciamo centinaia di visite ispettive, anche senza avvisare; le normative fanno un preciso distinguo tra lavoro minorile e manodopera: se io sono un contadino e porto con me mio figlio a raccogliere la frutta, di tanto in tanto, non lo sto sfruttando". Questo è ciò che dice la norma: poi è evidente che qualcuno possa anche scavalcarla e approfittarsi della linea di distinzione sottile, "e noi siamo pronti a intervenire". "Ma è importante tenere conto di questo aspetto prima di dichiarare con certezza che in quel luogo lavoravano a tutti gli effetti dei minori". Fairtrade, per questo si dà degli standard e uno di questi - fondamentale - è la "tracciabilità" dei prodotti: "Noi garantiamo un prezzo minimo, cosa che ad esempio Rainforest (altro sistema di certificazione sociale e interessa che sia pagato equamente il contadino)".

Prosegue il direttore generale di Fairtrade Italia: "Noi ci assicuriamo che innanzitutto sia stata pagata in modo equo la materia prima al contadino: il risultato è che un prodotto Fairtrade

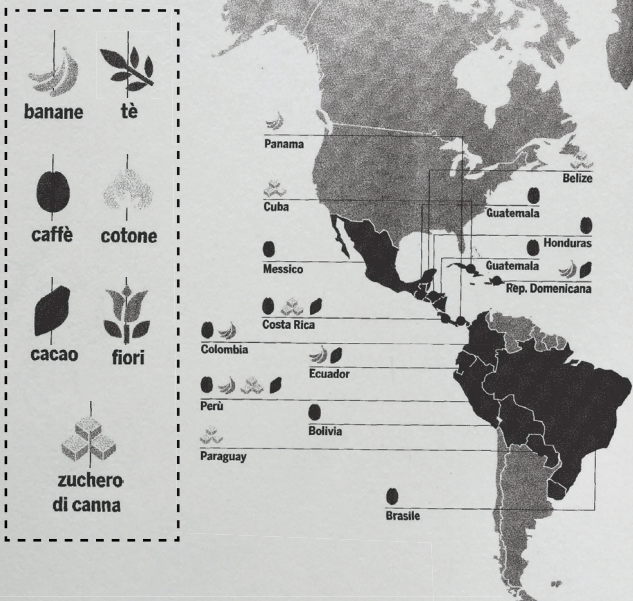
rispetto ad un analogo non Fairtrade viene a costare tra il 10 e il 15% in più”, spiega Pastore. Oltre al prezzo minimo garantito, si aggiunge il Fairtrade premium: quella percentuale in più che viene riconosciuta al produttore e che lo stesso può decidere di investire in ciò che ritiene importante per la sua realtà. “Per noi è motivo di orgoglio che questi contadini o queste cooperative facciano questo tipo di scelte in modo autonomo”.

Pastore si sofferma anche sulla natura giuridica di Fairtrade, per spiegarne strategie e operato: “La nostra è un’associazione di diritto tedesco che, per sua natura, assomiglia molto alla fondazione italiana. Per fare certificazioni Iso a livello mondiale è necessario avere una società di capitali, un’associazione non può farlo. Quindi, Fairtrade si occupa degli standard e Flo-cert è l’Srl, il soggetto che si occupa delle certificazioni e che può fare utili, in quanto società di capitali, che poi, tuttavia, vengono reinvestiti in Fairtrade”.

Nessuno scandalo, insomma, a suo giudizio: “Noi non dipendiamo da grosse corporation, come accade con Rainforest, ma sono i nostri stessi soci che controllano al 50% Fairtrade”, spiega. Diversa la situazione per Fairtrade international: “In quel caso il finanziamento avviene attraverso le licenze del marchio”. Fairtrade e Flo-cert, dunque, restano due soggetti indipendenti. “Ma non dipendono da capitali di altre fondazioni e corporation del settore alimentare, come accade per Rainforest e Utz e dei loro rapporti con Nestlé”.

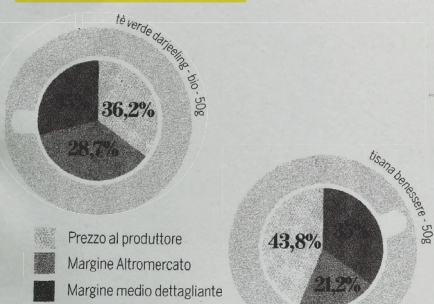
### Le differenze tra il marchio italiano e chi, come il Regno Unito, ha accettato di concederlo a big come Nestlé

#### Cosa c'è dietro ogni acquisto di un prodotto "giusto"



#### Prezzo trasparente

Più di un terzo del prezzo di un tè o una tisana venduti da Altromercato resta nelle mani del produttore. Nel mercato tradizionale il 50% va alle multinazionali che confezionano e miscelano

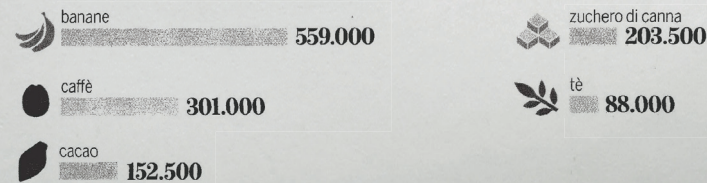


Nel 2015  
**€138 milioni**  
l'importo stimato del premium FAIRTRADE pagato nel mondo

#### Premium generato

per i principali prodotti nel 2016 **1.304.000 €**

Oltre al prezzo minimo garantito da Fairtrade ai produttori c'è un margine aggiuntivo da investire in progetti sociali, sanitari e sviluppo attraverso decisioni prese dalle realtà locali. Solo il mercato italiano, lo scorso anno, ha generato oltre un milione di euro, soprattutto grazie a banane e caffè. Le azioni realizzate con questi soldi vengono rendicontati dai produttori.



## COOP E FAIRTRADE: UN'UNIONE BUONA E SOLIDAL

Per promuovere un modello sostenibile e cooperativo di fare impresa, in cui la crescita economica proceda di pari passo con la tutela sociale e ambientale, Coop ha scelto di collaborare, già dal lontano 1995, con il marchio Fairtrade.

La peculiarità della certificazione Fairtrade è quella di garantire il controllo delle

filieri e dei prodotti provenienti dai Paesi in via di sviluppo, dando supporto ai produttori più svantaggiati di questi Paesi, aiutandoli a entrare nel sistema commerciale assicurando un prezzo minimo garantito e quindi, di fatto, migliorando i loro standard di vita.

La scelta di Coop di collaborare con Fairtrade assume un valore chiave, in quanto non viene fatta per rincorrere un fenomeno del momento del mercato, ma perché si ritiene che questo sia un impegno che una realtà come la nostra debba avere nei confronti della Comunità.



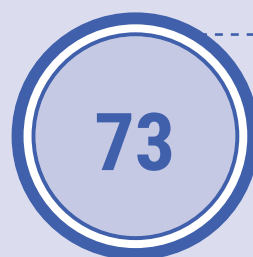
le vendite mondiali di prodotti  
Fairtrade nel 2016



il premio Fairtrade  
ricevuto dai produttori  
(in aggiunta al prezzo fairtrade assicurato)



i piccoli agricoltori beneficiari,  
raggruppati  
in 1.141 organizzazioni



i paesi interessati

## UN VIAGGIO EQUO E SOLIDALE... IN UNA SCATOLA DI LATTA

Questo Natale vede l'arrivo di una bellissima novità, ideale per allietare amici, parenti o noi stessi con un dono dolcissimo: la coloratissima Latta Solidal Coop.

Dolce perché al suo interno contiene alcune delle più gustose prelibatezze del mondo solidal, e perché se il regalo diventa solidale è doppio: per chi lo riceve

e per le persone che stanno dietro alla creazione di questi prodotti.

### NEL DETTAGLIO LA LATTA CONTIENE 8 PRODOTTI SOLIDAL DI CUI DUE ANCHE BIOLOGICI:

- 1 pacchetto di Caffè classico macinato per moka da 250 g
- 1 vasetto di Crema spalmabile con nocciole e cacao magro da 350 g
- 1 sacchetto di Zucchero di canna chiaro biologico da 500 g
- 1 confezione di Tè English Breakfast biologico da 25 filtri
- 1 tavoletta di Cioccolato finissimo al latte da 100 g
- 1 tavoletta di Cioccolato fondente extra cacao 72% minimo da 100 g
- 1 tavoletta di Cioccolato finissimo al latte con nocciole da 100 g
- 1 tavoletta di Cioccolato bianco da 100 g



# Scopri l'Autofrutta



## STAGIONALITÀ

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

### FRUTTA



Pere



Kiwi



Mele



Arance Rosse  
varietà Tarocco  
e Moro



Arance Bionde  
Navel e Washington  
Navel



Mandarini,  
clementine,  
clementine Nova

### VERDURA



Finocchi



Cavoli  
in tutte  
le forme



Radicchi



Carciofi

## PARLIAMO DI...

# Pera Decana del Comizio: un frutto eccellente ma in via d'estinzione

La Decana è una varietà di pera dal sapore dolce e gustoso e dalla qualità eccellente, a rischio scomparsa per la bassa redditività che induce spesso i produttori a sostituirla con altre coltivazioni. Rispetto alle più note pere Williams e Abate, infatti, la sua produzione non è costante ma molto alterna fra un anno e un altro e non garantisce per questo ai produttori degli standard quantitativi su cui fare affidamento. Anche la sua conservazione è un po' più difficoltosa rispetto alle altre tipologie di pere perché si tratta di un frutto più delicato. Il **nostro fornitore Illuminati di Arezzo**, la principale azienda

produttrice della Decana, ha ideato un metodo di confezionamento per il quale la parte superiore del picciolo viene ceralaccata, evitando così che si asciughi sulla punta e allo stesso tempo donandole un aspetto molto gradevole. Occorre ricordare che si tratta di un frutto sensibile alle manipolazioni e alle ammaccature, che quindi richiede di essere lavorato con delicatezza.

Grazie all'apprezzamento che la Pera Decana incontra in Toscana, dovuto all'elevata qualità della polpa bianca, succosa, fine e non granulosa, e al suo gusto molto dolce, zuccherino e profumato, viene

ancora coltivata nelle nostre zone, ed è possibile trovarla nei nostri supermercati. A livello nutritivo contiene zuccheri semplici di buona qualità (fruttosio di rapida assimilazione), sali minerali, oltre che composti fenolici ad azione antiossidante. Di grande digeribilità, la pera svolge un'azione diuretica, rinfrescante e lassativa ed è particolarmente indicata nell'alimentazione di giovani e anziani.

Il periodo di raccolta parte a settembre, per avere questo frutto in commercio dai primi di novembre a fine marzo dell'anno successivo.

## IN CUCINA

### PASTA CON PANCETTA, PECORINO E PERE DECANA

#### Ingredienti per 4 persone:

- Pasta (formato a piacere) 360 g
- Pere Decana 400 g
- Pancetta affumicata 100 g
- Pecorino, media stagionatura 100 g
- Parmigiano Reggiano q.b.
- Olio extravergine d'oliva q.b.
- Pepe a piacere

#### Procedimento:

Tagliare la pancetta a fette, poi a listarelle sottili e farle scottare in una padella antiaderente per circa tre minuti a fuoco vivace (senza aggiunta di altri grassi). Quando sarà diventata croccante, aggiungere il pecorino e farlo sciogliere leggermente.

Sbucciare le pere, tagliarle a cubetti e adagiarle nella padella assieme alla pancetta e al formaggio. Far ammorbidire le pere per 1-2 minuti a fuoco lento, facendole amalgamare con gli altri ingredienti. Aggiungere a questo punto il pepe.



Infine unire la pasta scolata al dente e saltarla per qualche minuto con il condimento. Servire ben calda con l'aggiunta di un giro di olio extravergine d'oliva e una spolverata di parmigiano reggiano.

## IL TREND IN CRESCITA

# Le Zuppe Pronte

Nei nostri banchi frigo dell'ortofrutta si trovano le sempre più richieste **Zuppe fresche pronte della linea "Vivi Verde Coop"**.

Le zuppe e le vellutate Vivi Verde sono fresche e saporite come quelle fatte in casa. Perfette per andare incontro a chi segue uno stile di vita vegetariano e vegano, sono pensate anche per chi è attento al benessere e al gusto, ma non ha il tempo di cucinare e apprezza

la comodità di una rapida preparazione. Sono disponibili in cinque gustose ricette dal sapore rustico e genuino: la minestra contadina con cereali, legumi e cavolo nero, la classica minestra di verdure con ortaggi e legumi, la vellutata di broccoli e ceci, quella di zucca e lenticchie e quella con piselli e ortaggi misti. Sono preparate seguendo un metodo di cottura simile a quello casalingo, con solo olio extravergine di oliva e sono prive di glutammato e conservanti aggiunti.



In collaborazione con il settore ortofrutta.

# A MONTEVARCHI SI ATTIVA LA RETE SALVAVITA: LAVORATORI E DEFIBRILLATORE IN AZIONE

Il 21 novembre scorso, nel Superstore di Montevarchi, i nostri colleghi del punto vendita si sono ritrovati a fronteggiare una situazione difficile, che è stata però gestita prontamente e nel migliore dei modi. Una cliente è stata colpita da un malore improvviso mentre si trovava a fare la spesa, e subito è stato correttamente attivato il protocollo di emergenza. La squadra di primo soccorso si è infatti messa immediatamente in contatto con il 118 ed è corsa a prendere il defibrillatore DAE presente in negozio, che è stato subito applicato alla signora. Le operazioni di soccorso si sono svolte alla presenza di un'infermiera professionale operatrice del Pronto Soccorso che si trovava in negozio, che ha coordinato le manovre di rianimazione. Contemporaneamente vari dipendenti del negozio si sono adoperati per creare un cordone di contenimento per garantire la privacy delle operazioni, mentre la guardia e altri lavoratori hanno bloccato il traffico per agevolare l'arrivo dell'ambulanza.

Insomma, si può ben dire che a Montevarchi si è attivata una vera e propria rete salvavita dove in tanti, ognuno per la propria parte, hanno cooperato per tenere sotto controllo una situazione complicata e rischiosa.

Questo si è reso possibile grazie al progetto di Uniconop Firenze, formalizzato dal protocollo d'intesa firmato lo scorso agosto da **Stefania Saccardi**, assessore regionale al diritto alla salute e **Daniela Mori** presidente del Consiglio di Sorveglianza, che ha visto l'acquisto di **104 defibrillatori semi-automatici esterni (DAE) disposti all'interno di 93 punti vendita**. Ma non solo: una buona parte dei dipendenti sono

stati formati all'uso dell'apparecchio grazie alla collaborazione del 118, per prestare efficacemente soccorso in questi casi di emergenza.

Un servizio vitale in un luogo ad alta frequentazione come un supermercato, fortemente voluto dalla nostra Cooperativa che da sempre ha a cuore il benessere dei propri Soci e clienti e della comunità in cui è presente.



Questo punto vendita è dotato di un defibrillatore

**LA SALUTE  
DELLE  
PERSONE**

**AL CENTRO  
DEL NOSTRO IMPEGNO**



uniconopfirenze

**LA NAZIONE**  
**Arezzo**

**Colpita da infarto  
alla Coop, salvata  
col defibrillatore**



*30 anni!  
Tanti Auguri San Miniato!*

DAI PUNTI VENDITA

# COMPLEANNO DI SAN MINIATO

# COMPLEANNO DI LASTA A SIGNA



*Buon Compleanno a Lastra a Signa  
che compie 20 anni!*



*Tanti Auguri a Pontassieve  
per i suoi 20 anni!*

# COMPLEANNO DI PONTASSIEVE

# TAGLIO DEL NASTRO PER IL NUOVO PUNTO VENDITA DI PONSACCO

Dopo un importante intervento di ristrutturazione, partito a luglio 2017 e concluso a metà novembre, il punto vendita di Ponsacco riapre al pubblico sotto una veste rinnovata. Si tratta di un negozio molto importante, perché oltre a Ponsacco serve tutta la zona circostante: da Lari a Perignano. Con la ristrutturazione è stata **ampliata tutta l'area sia interna che esterna**, a beneficio di tutte le persone che quotidianamente fanno qui la loro spesa. Nell'ottica di una migliore fruibilità del negozio e per permettere una spesa più facile e veloce, i reparti sono stati riposizionati, le corsie sono state allargate e scaffali e banchi frigo sono stati abbassati per essere accessibili a tutti. Punto forte del negozio è l'entrata: una bellissima piazza dei freschi si apre dall'ingresso fino in fondo al punto vendita, con una vista d'insieme su quello che sembra un vero e proprio mercato, in cui l'ortofrutta occupa una posizione centrale con la predominanza di prodotti stagionali e del territorio. Anche nell'assortimento, per adeguarsi alle nuove tendenze di consumo, sono state introdotte importanti novità: **vasta sarà l'offerta di prodotti legati al benessere** quali biologici, vegani e "free from". Ampio lo spazio dedicato **ai prodotti del territorio**: dai formaggi locali e biologici della zona di Volterra, al Pescato dell'Arcipelago Toscano (PAT).

*"Un altro intervento importante dal lato, invece, delle "Persone", che ha riguardato la ristrutturazione di Ponsacco - ci tiene a sottolineare il Direttore di Area, Fabio Pelagotti - è il cospicuo investimento da parte della Cooperativa in termini di formazione del personale che ha coinvolto tutti gli addetti e il gruppo dirigente, con l'intento principale di valorizzare maggiormente il fronte del servizio ai Soci e della fidelizzazione".*



## LA RISTRUTTURAZIONE

Per capire bene quali sono i cambiamenti strutturali più sostanziali e innovativi che sono stati introdotti, abbiamo incontrato **Marco Baglini e Angelo D'Oro, i responsabili di commessa** che hanno seguito la ristrutturazione.

### Che miglioramenti sono stati fatti a Ponsacco, dal punto di vista dell'efficienza energetica e della sostenibilità ambientale?

*"Dal punto di vista della riqualificazione energetica dell'immobile sono state apportate numerose modifiche:*

- Illuminazioni a led di tutto il pdv (area vendita, laboratori, spogliatoi, parcheggi e aree verdi), che ci garantiscono un abbattimento di circa 115 mila kW l'anno.
- Sostituzione delle caldaie classiche con quelle a condensazione, che permette un 10% di risparmio sui consumi di Metano
- L'introduzione di un impianto fotovoltaico da 100 kW di potenza, che produce 122kWh annui di energia elettrica da fonti rinnovabili.
- Il recupero dell'energia dei frigoriferi alimentari per la produzione di acqua calda e sanitaria.
- Impianti di condizionamento dotati di inverter e recuperatori di calore per migliorarne i rendimenti e di conseguenza i consumi.

- Nuovi banchi frigo provvisti di chiusura ermetica.

*Grazie a tutte queste migliorie, per il prossimo anno ci aspettiamo un abbattimento del 16% dei consumi derivanti da energia elettrica. Il risultato più importante consiste nel fatto che, a fronte di un aumento di superficie di 354 mq, andremo a consumare addirittura meno rispetto a quando l'area era inferiore."*

### Quali sono altri elementi che hanno contribuito a rinnovare il punto vendita di Ponsacco?

*"Un cambiamento significativo da valorizzare è sicuramente il miglioramento sismico delle strutture, nella misura del 40%, della resistenza sismica dell'immobile (che è passata dal 20% al 60%). Altro importante aspetto è la riqualificazione architettonica dell'immobile, che trovandosi in prossimità del centro urbano di Ponsacco, ha reso opportuno un riadeguamento anche dal punto di vista estetico delle zone verdi e dei prospetti per rendere l'area complessivamente più gradevole, nell'ottica di una restituzione del patrimonio immobiliare alla cittadinanza."*

### Con la ristrutturazione di Ponsacco, sono state introdotte delle novità dal punto di vista strutturale che non erano mai emerse nelle precedenti ristrutturazioni?

*"Sì, la parete esposta al nord e quindi più soggetta alle temperature rigide, è stata interamente rivestita da un cappotto termico, che permette una maggiore coibentazione del calore."*



Il taglio del nastro da parte della sindaca di Ponsacco Francesca Brogi, del presidente del Consiglio di Gestione Golfredo Biancalani, con la partecipazione del direttore del pdv di Ponsacco, Marco Giannelli.

## L'INAUGURAZIONE

Prima della riapertura al pubblico di sabato 18 novembre, venerdì 17 si è svolta l'inaugurazione che, oltre al consueto e partecipato taglio del nastro da parte delle autorità, ha permesso a Soci e clienti di passeggiare nel nuovo e luminosissimo punto vendita, tra scaffali riforniti al completo e assaggi della nuova schiacciata alla pala. Abbiamo chiesto a **Marco Giannelli, direttore del punto vendita di Ponsacco**, quali sono state le prime impressioni a caldo di Soci e clienti: *"Nelle prime*

*due settimane i ritorni che abbiamo avuto sono molto positivi: abbiamo ricevuto tanti complimenti per il lavoro che è stato fatto. Questo fa molto piacere perché – continua Giannelli – gli oltre quattro mesi di ristrutturazione sono stati molto impegnativi per tutti: convivere per un lungo periodo in un cantiere aperto, chiudendo alla vendita solo gli ultimi cinque giorni, ha creato sicuramente disagi ai nostri Soci che devo dire, nonostante questo, ci sono stati sempre molto fedeli. Le difficoltà però non sono*

*mancate anche per noi e per il nostro lavoro. Vorrei quindi cogliere l'occasione di questa intervista – chiede il direttore – per ringraziare tutto il mio gruppo dirigente, tutti i miei addetti e tutti gli ispettori che ci hanno dato un importante aiuto, così come anche l'organizzazione sindacale. Ringrazio tutti per l'impegno, la disponibilità e la pazienza mostrata anche nei momenti più difficili. Grazie davvero".*



Foto di Massimo D'Amato.

# I RISULTATI DELLA CAMPAGNA 2017 “PENSATI CON IL CUORE”: QUANDO LA SOLIDARIETÀ È IN BUONE MANI

#PensaticonilCuore è l'iniziativa di crowdfunding solidale lanciata dalla **Fondazione Il Cuore** si scioglie nel 2017, che ha visto il sostegno a **21 progetti** scelti fra alcune delle realtà toscane che ogni giorno si impegnano per il bene comune del territorio in cui operano, cercando di dar risposta a questioni sociali importanti. Tutti i progetti selezionati, infatti, ruotavano attorno a temi chiave quali: **povertà, inclusione sociale, disabilità, violenza di genere ed emergenza abitativa.**

Le iniziative sono state inserite su **Eppela**, la piattaforma di crowdfunding per il finanziamento collettivo on-line, dove i progetti vengono presentati attraverso delle vetrine, utili per trovare sostenitori pronti a credere in quell'idea e a dare il proprio contributo economico affinché si realizzino.

Tutte le iniziative sono state realizzate e portate a buon fine, arrivando addirittura a raccogliere, complessivamente, una cifra superiore rispetto a quella fissata, mettendo a disposizione sul territorio oltre 230 mila euro. Questo importante risultato è stato raggiungibile grazie a una speciale **sinergia di forze**: la **piattaforma digitale** messa in campo per

permettere a chiunque di poter diventare un anello di questa catena di solidarietà, la **partecipazione costante delle Sezioni Soci** di Unicoop Firenze, impegnate nel rendere i progetti il più possibile condivisi dalle comunità del proprio territorio e l'**importante contributo donato dalla Fondazione Il Cuore** si scioglie, a completamento del budget richiesto per ciascun progetto.

Il risultato ottenuto da questa campagna di

solidarietà è stato duplice: da un lato la realizzazione di obiettivi concreti a supporto delle comunità locali, per donare un aiuto immediato a chi vive condizioni di difficoltà. Ma soprattutto, dall'altro, è stata l'occasione di sostenere quelle realtà e quelle persone pronte a mettersi in gioco con la loro vita e il loro impegno, per costruire una realtà più partecipata, collaborativa e solidale.

## I NUMERI DI “PENSATI CON IL CUORE” 2017



## ECCO ALCUNI DEI PROGETTI REALIZZATI

### POVERTÀ:



#### 1. VOGLIO FARE IL SARTO!

**TRAINING ON THE JOB** di moda, taglio e cucito per quattro richiedenti asilo in condizioni svantaggiate, che si vogliono riappropriare del mestiere di sarto da loro praticato in passato, per avere una possibilità di riscatto e sostentamento.



#### 2. QU'EST-CE QUE C'EST LA PÉPINIÈRE?

Un vivaio per le coltivazioni di Calafata, cooperativa agricola e sociale che offre l'opportunità di inserimento lavorativo a soggetti svantaggiati o esposti al rischio di impoverimento in seguito alla perdita di lavoro.

## INCLUSIONE SOCIALE:



### 1. MAMMAMÙ LA MUSICA CHE FA CRESCERE

Più aria per i piccoli fiati delle Piagge. La musica come efficace strumento di integrazione culturale e sociale per una comunità numerosa e multiculturale che ha enormemente bisogno di punti di aggregazione e di stimoli culturali.



### 2. MOSAICHIAMOCI - ARTISTI PER SEMPRE

Un progetto di inclusione dell'Associazione Ezechiele rivolto a tutti, che nasce per dare un aiuto concreto attraverso l'arte a persone con disabilità, emarginate socialmente, affette da disturbi psichiatrici, alle famiglie e a gente di ogni razza, età e religione!

## DISABILITÀ:



### 1. NOI CHE... GLI ALPACA!

Un allevamento di alpaca affidato alle cure di ragazzi con disabilità intellettiva e relazionale, per realizzare manufatti al telaio con la lana di questi bellissimi animali e aiutare i ragazzi con la pet-therapy.



### 2. CUOCHI E CAMERIERI ALLA RISCOSSA

Scopriamo la ricetta dell'integrazione con i ragazzi del Sipario. Un progetto per promuovere l'inclusione lavorativa di ragazzi con disabilità mentale e sensoriale nel campo della ristorazione.

## VIolenza di Genere:



### 1. UN FIORE CONTRO LA VIOLENZA

Azioni di prevenzione ed elaborazione della violenza. Il progetto del Centro Antiviolenza Artemisia si propone di offrire alle giovani donne percorsi per interrompere le situazioni di violenza in atto e di elaborare le violenze vissute.



### 2. IL CORAGGIO DELLA FRAGILITÀ

Laboratori creativi per donne che vivono alla Fraternità della Visitazione, per potenziare le loro capacità di costruire da protagoniste alternative di vita possibili, rispetto a un passato di sofferenza ed emarginazione.

## EMERGENZA ABITATIVA:



### 1. LA VITA RIPRENDE CON LA CASA DI ALESSANDRO

Continuiamo da dove Alessandro si è fermato. Un progetto che nasce dalla volontà di una famiglia di trasformare la propria tragedia in qualcosa di buono: la casa di Alessandro è vuota da troppo tempo e il "Progetto La Fonte" l'ha rimessa a nuovo per donarla a chi ha bisogno di un nuovo inizio.



### 2. CASA INSUPERABILI

L'Associazione Orizzonti ha messo in piedi la casa famiglia dedicata a persone con disabilità per le quali non è stato possibile costruire un percorso di vita indipendente e che alla morte dei genitori sarebbero avviate in istituti.



# LA FESTA E LA LOTTERIA DELLA BEFANA PER I BAMBINI E LE BAMBINE DI ALEPPO

*Quest'anno l'intero ricavato della festa e della lotteria interna della befana andrà a sostenere il progetto della Fondazione Il Cuore si Scioglie per dare una speranza ai bambini e alle bambine di Aleppo, vittime di una guerra durata anni, che ha lasciato soltanto macerie e distruzione.*

## SCOPRIAMO IL PROGETTO

In collaborazione con la *Fondazione Giovanni Paolo II* e con *ARCI Toscana*, la *Fondazione Il Cuore si Scioglie* promuove un importante intervento in Siria.

Questo aiuto servirà a garantire ai più piccoli cibo, cure mediche e ogni tipo di

assistenza per aiutarli a superare i gravi traumi subiti a causa del conflitto.

Il sostegno consiste in due progetti, uno portato avanti dai francescani e l'altro dall'associazione «*Mano nella mano*», che

hanno un unico grande obiettivo: restituire una speranza di vita futura a tanti bambini che hanno perso tutto e in molti casi non hanno ancora conosciuto il significato della parola pace.

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".



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)