



“CIASCUNO DI NOI HA IN MANO UN PEZZETTO DEL NOSTRO FUTURO”

*I primi quattro mesi del 2018 per Unicoop Firenze:
risultati, segnali positivi, criticità e prospettive future
nell'analisi del Vice Presidente Michele Palatresi*



**L'ANDAMENTO AL
QUADRIMESTRE DELLA
COOPERATIVA**

P. 04

**IL PROGETTO
ARCIPELAGO PULITO
SBARCA A BRUXELLES**

P. 08

**LA NUOVA NORMATIVA
SULLA PRIVACY**

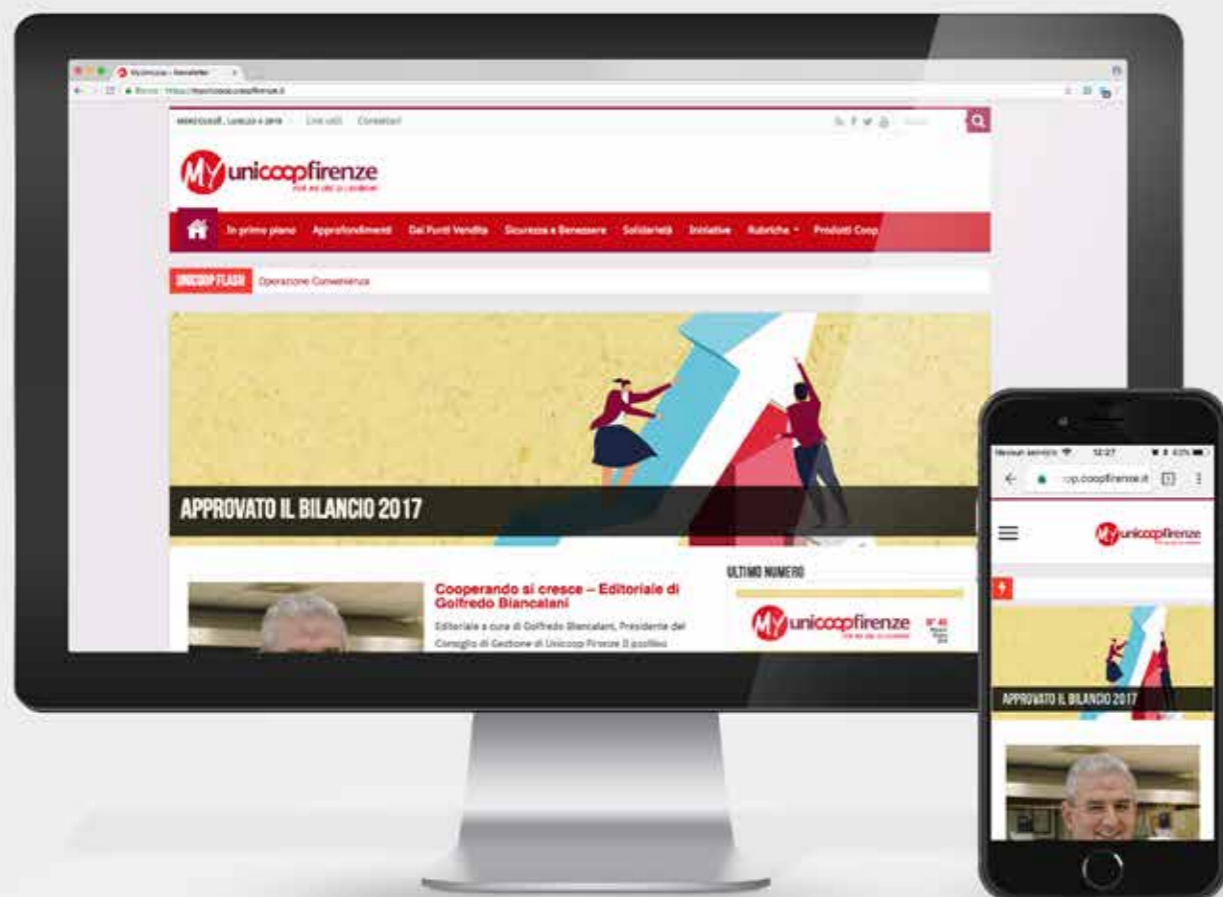
P. 14

**COOP CONTEST
2017-2018**

P. 21

NASCE IL MYUNICOOP DIGITALE

myunicoop.coopfirenze.it



Nasce la nuova versione digitale di MYUNICOOP.

Sarà molto più di un semplice giornale! Ti offrirà l'opportunità di vedere gli articoli della versione cartacea arricchiti di contenuti multimediali tipici del web come ad esempio foto o video.

Il sito sarà sempre in costante aggiornamento, consultabile anche da tablet e smartphone e raggiungibile anche dalla home page della intranet.

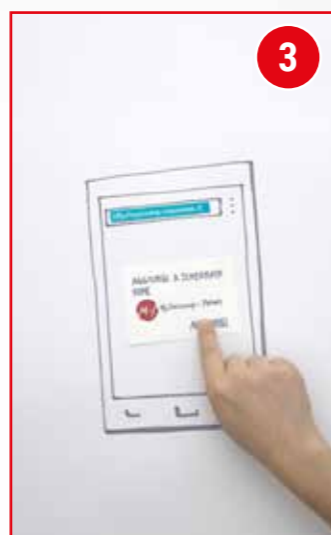
Tienilo sempre a portata di smartphone! Copia il link myunicoop.coopfirenze.it e aggiungi la schermata alla home del tuo mobile, avrai così il tuo MYUNICOOP sempre aggiornato.



1
Scrivi nella barra degli indirizzi myunicoop.coopfirenze.it



2
Clicca sui tre puntini in alto a destra



3
Aggiungi a schermata home



4
Il MYUNICOOP digitale è nella home del tuo cellulare. Avrai così tutte le notizie a portata di mano!



INDICE

N° 50 - Giugno/Luglio/Agosto 2018

IN PRIMO PIANO

L'ANDAMENTO AL QUADRIMESTRE DELLA COOPERATIVA: COME AFFRONTARE IL PROSSIMO FUTURO 04

ROTTURE/AVARIE E AMMANCHI INVENTARIALI: UN FENOMENO DA COMBATTERE PER IL BENE DELLA COOPERATIVA E QUINDI DI TUTTI I LAVORATORI 06

L'APPROFONDIMENTO

IL PROGETTO ARCIPELAGO PULITO SBARCA A BRUXELLES 08

UNICOOP FIRENZE E LA FONDAZIONE IL CUORE SI SCIOLGIE RICEVONO IL FIORINO D'ORO 10

SI CHIUDE IL PRIMO CICLO DI VISITE GUIDATE ALL'OSPEDALE PEDIATRICO MEYER PER I DIPENDENTI. TANTISSIME LE ADESIONI 12

LA NOVITÀ

LA NUOVA NORMATIVA SULLA PRIVACY 14

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI... POMODORO DATTERINO 16

TREND IN CRESCITA: NUOVI FORMATI CONVENIENZA DEI SEMI DA 500 G 17

DAI PUNTI VENDITA

SIENA E PONTE A GREVE: DUE RISTRUTTURAZIONI ALL'INSEGNA DEL MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO AL CLIENTE E DEL BENESSERE LAVORATIVO 18

L'INIZIATIVA

È RIPARTITA A GRANDE RICHIESTA L'INIZIATIVA DEI PIATTI BRANDANI 20

COOP CONTEST 2017-2018 21

L'ANDAMENTO AL QUADRIMESTRE DELLA COOPERATIVA: COME AFFRONTARE IL PROSSIMO FUTURO

A cura del Vice Presidente di Unicon Firenze Michele Palatresi



Analizzare l'andamento al quadrimestre della nostra Cooperativa è importante, non solo per vedere come sono andate le vendite, ma per guardare al futuro

in modo consapevole e soprattutto perché ci permette di esaminare gli effetti di decisioni importanti e strategiche che abbiamo preso e stiamo prendendo sul piano delle politiche commerciali. Lo scenario di riferimento rimane invariato rispetto al 2017:

- **deboli segnali di ripresa economica nel primo quadrimestre.** L'andamento del PIL e dei consumi delle famiglie è in linea con quello dello scorso anno;
- **l'inflazione nazionale** per prodotti alimentari, cura casa e persona è al +0,9%;
- **la Grande Distribuzione Alimentare** cresce nel quadrimestre del +0,7% (fonte Istat, Commercio al Dettaglio), quindi perde volumi;
- **solo il Canale Discount mostra una crescita sostenuta (+4,5%),** in larga misura determinata dallo Sviluppo (IRI rileva nell'ultimo anno 132 Discount in più a livello nazionale);
- **sviluppo significativo degli specialisti Drugstore e Petshop** (la loro quota nelle merceologie trattate supera il 10%);
- **continua la crescita del commercio elettronico.** Nel 2017 il mercato complessivo dell'on line è stato di 35 miliardi di euro con una crescita sull'anno precedente del +11%. L'alimentare rappresenta solo il 2,7% del mercato on line (circa 900 milioni di euro), ma in forte crescita (+24%).

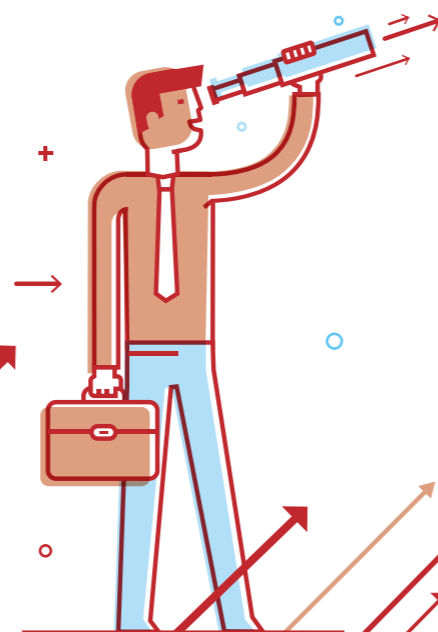
I risultati al quadrimestre evidenziano ancora criticità. Abbiamo perso frequenze, quote di mercato e volumi di vendita senza che questo si sia tradotto in riduzione dei costi. Le problematiche che stiamo vivendo sono legate anche alle nostre recenti scelte strategiche (minori aperture domenicali e riduzione delle promozioni), scelte che però stanno iniziando a dare i loro frutti e a confermarci che siamo sulla giusta strada.

I segnali positivi infatti non mancano:

- le vendite hanno tenuto più del previsto;
- il margine lordo è cresciuto;
- il posizionamento competitivo è sensibilmente migliorato;
- l'inflazione è più contenuta delle previsioni e inferiore al dato Istat;
- il prodotto a marchio è cresciuto in valore e in volumi, sottraendo quote alla marca.

La riduzione della pressione promozionale ha, inoltre, avuto il merito di farci rinunciare a vendite che non producono valore, scoraggiando i cosiddetti accaparratori e spostando il venduto verso i prodotti "del continuo", cosa che a sua volta è stata determinante per la crescita del Prodotto a Marchio Coop (+ 5,9% nel reparto industriale).

Abbiamo rafforzato, con segnali incoraggianti, le promozioni non centrate sul taglio prezzi: quelle «propositive» sul PaM e sui prodotti locali, le vendite "caratterizzate" sui freschissimi.



Sulle referenze a scaffale il nostro posizionamento competitivo si è quindi rafforzato. Verso i discount riusciamo a mantenere un vantaggio complessivo, soprattutto grazie alla maggiore convenienza sui prodotti freschi e sui primi prezzi. Quando ci confrontiamo sul prodotto a marchio, però, abbiamo ancora qualche difficoltà.

Abbiamo fatto e stiamo continuando a fare tante attività informative e formative, iniziative tese a far aumentare il livello di conoscenza del PaM soprattutto tra coloro che operano all'interno dei nostri punti vendita.

Il prodotto Coop, simbolo della nostra politica di convenienza e identità valoriale, deve essere al centro della nostra azione di attacco, nella consapevolezza che il nostro primo compito è e rimarrà sempre difendere il potere di acquisto dei nostri Soci.

Il ruolo del punto vendita è decisivo. La nostra prima forma pubblicitaria deve passare attraverso le persone e quindi attraverso tutti quanti noi: il passaparola e la relazione con i nostri Soci sono le modalità di comunicazione più efficaci. Serve avere un linguaggio semplice, chiaro e coerente per rafforzare in modo uniforme la nostra azione sul territorio. Chi sta in punto vendita deve essere bravo nell'ascoltare il cliente ma deve anche, a sua volta, essere ascoltato.

Per garantire la sostenibilità della Cooperativa bisogna concentrarsi sulla **riduzione dei costi a monte e nei punti vendita**, che nei fatti si traduce nelle seguenti azioni:

- proseguire il contenimento del costo delle iniziative promozionali a taglio prezzo;
- creare maggiore efficienza dei processi, rivedendo innanzitutto quelli più collegati alle nuove politiche promozionali e alla semplificazione assortimentale;
- accentuare la guerra agli sprechi a tutto campo, a partire dalla riduzione degli ammanchi inventariali e avarie/rotture.

Ciascuno di noi ha in mano un pezzetto del futuro della Cooperativa e deve pertanto agire quotidianamente con questa consapevolezza, credere nel valore del proprio lavoro e puntare alla qualità di ciò che fa.

Se è vero che gli esseri umani per natura sono soliti reagire a fronte di stimoli, le politiche strategiche che la Cooperativa sta mettendo in atto vogliono essere un vero e proprio grande stimolo per tutti noi, per superare con coraggio, fiducia e coinvolgimento le sfide che il futuro ci riserva.

ROTTURE/AVARIE E AMMANCHI INVENTARIALI: UN FENOMENO DA COMBATTERE PER IL BENE DELLA COOPERATIVA E QUINDI DI TUTTI I LAVORATORI

Ciascun lavoratore può dare il proprio contributo attivo per ridurre il fenomeno di spreco legato alle rotture/avarie e differenze inventariali. Ne parliamo con il Direttore di Area Fabio Del Bimbo.



Fabio Del Bimbo, Direttore di Area di Unicon Firenze.

Fabio, partiamo dall'analisi dei risultati del bilancio 2017.

Nel 2017 il valore rotture/avarie e differenze inventariali è stato di ben **22.340.000 euro (1,03%)**, oltre la metà del "risultato netto della gestione commerciale" della Cooperativa.

Nelle **ROTTURE/AVARIE** è riportato il valore di tutti quei prodotti che per motivi di varia natura non sono più vendibili e devono essere necessariamente "distrutti". In questa voce rientrano anche i prodotti vicini alla scadenza che riusciamo in parte a recuperare attraverso il "Mangiammi subito"; il valore complessivo delle rotture e avarie nell'anno 2017 è stato di **6.681.000 euro (0,31% delle vendite nette della Cooperativa)**.

Le **DIFFERENZE INVENTARIALI** sono semplicemente definibili come il "valore della merce di cui abbiamo perso le tracce" (merce acquistata ma che non risulta né uscita alle casse e né inventariata) e ammontano a **15.659.000 euro (0,72% delle vendite nette della Cooperativa)***.

Questi numeri incidono con estrema gravità sul bilancio della Cooperativa, tanto che quest'anno hanno comportato la mancata erogazione della voce del premio variabile a essi collegata.

Cerchiamo di conoscere più da vicino questo fenomeno.

ROTTURE/AVARIE

Il fenomeno rotture/avarie è molto legato ai processi di ordine, ai processi produttivi e ai processi di rifornimento/vendita. È possibile analizzarne le cause e capire dove possiamo migliorarci, a livello di gestione, perché abbiamo traccia di tutte le referenze registrate. Infatti è **importante sottolineare che tutti i prodotti oggetto di rottura e distruzione devono essere registrati con apposito movimento contabile.**

I reparti maggiormente coinvolti sono **Ortofrutta, Gastronomia, Latticini/Surgelati e Avicunicolo.**

È importante evidenziare come attraverso un attento e corretto processo di ordine della merce si possa prevenire il generarsi di rotture e avarie. Strettamente collegati a questa attività sono:

1. l'attenzione alla movimentazione, rifornimento merci e rotazione delle scadenze sugli scaffali;
2. un'alta professionalità, nell'ambito dei processi produttivi, nel ridurre scarti e sprechi.

DIFFERENZE INVENTARIALI

Di questo fenomeno dobbiamo approfondire maggiormente alcuni degli aspetti che lo generano, analizzare le aree di rischio e fare ipotesi sulle sue cause, che, comunque sono riconducibili principalmente a **furti e alla gestione della movimentazione contabile delle merci.**

Tutti i reparti sono coinvolti nel fenomeno, ma i valori più alti si registrano nei **Generi Vari e Ortofrutta** (che insieme incidono per il 75% del valore complessivo), nei **Latticini e Surgelati**, e, infine, nel **Non Alimentare.**

Un dato importante da evidenziare è che questi fenomeni non colpiscono in modo uniforme i punti vendita.

Ci sono talvolta delle differenze molto elevate fra negozio e negozio. Ciò significa che **non c'è omogeneità nella gestione dei processi fra i punti vendita.** La Cooperativa, proprio partendo dall'analisi di questi dati, prendendo a riferimento i negozi con i risultati migliori, si sta impegnando a lavorare ancora di più sulla codifica e sulle responsabilità dei ruoli ad essi collegati.

Che cosa possiamo fare per affrontare i prossimi mesi?

Occorre che tutti i lavoratori seguano e rispettino attentamente le procedure previste.

Per prima cosa è necessario che ognuno di noi operi sempre con un forte senso di responsabilità per tutelare il nostro patrimonio. Dobbiamo agire secondo il criterio del "buon padre di famiglia", prestando la massima attenzione alle proprie e altrui attività, ma anche segnalando ai propri diretti responsabili tutte quelle situazioni che potrebbero essere generatrici di rotture e avarie o differenze inventariali (ad esempio eventuali comportamenti anomali da parte di fornitori, operatori di altre aziende, clienti e anche colleghi, spazi e aree che potrebbero essere non presidiate o a rischio furti, prodotti o categorie di prodotti di cui si ravvedono rischi di sottrazione, etc.). Bisogna inoltre essere molto scrupolosi nella gestione e rendicontazione di tutto il flusso della merce, dall'arrivo in punto vendita fino all'uscita dalla barriera casse.



In particolare questi sono gli aspetti a cui prestare la massima attenzione:

Corretta gestione e precisione negli ordini.

Controlli sui flussi interni e sulle consegne che arrivano nei nostri magazzini da fornitori diretti.

Nello scarico merci attenzione verso le persone esterne al pdv con cui si viene in contatto per prevenire eventuali furti di merce o attrezzature.

Posizionamento corretto della merce negli spazi previsti in magazzino.

Corretto rifornimento in area vendita (evitando il più possibile le rotture e rispettando la catena del freddo).

Rotazione dei prodotti (soprattutto nei reparti freschi).

Attenzione nelle attività produttive e nella rifilatura dei prodotti.

Tempestivo riposizionamento dei prodotti lasciati dai clienti alle casse (in particolare i freschi e surgelati).

Tempestiva registrazione come rotture/avarie dei prodotti non più vendibili lasciati dai clienti.

Corretto passaggio dei prodotti in cassa affinché il flusso contabile della merce in uscita sia sempre allineato con quello in entrata (che deve essere correttamente registrato da chi opera in magazzino).

Attento controllo dei carrelli in uscita dalla barriera.

Massima attenzione per chi lavora alle casse fast, che deve controllare in modo discreto la corretta esecuzione di tutte le operazioni di passaggio della spesa fatte dai clienti.

OGNUNO DI NOI PUÒ DARE UN GRANDISSIMO CONTRIBUTO PER RIDURRE L'INCIDENZA DI QUESTO FENOMENO. PERCHÉ MINORI SPRECHI SIGNIFICA UNA MIGLIORE GESTIONE COMMERCIALE, UN UTILE COMMERCIALE MAGGIORE E QUINDI UN RAFFORZAMENTO DEI CONTI DELLA COOPERATIVA.



*Il valore è indicato per difetto. Non sono visibili tutti i reparti trattati a costi e ricavi (i reparti cioè di produzione).

IL PROGETTO ARCIPELAGO PULITO SBARCA A BRUXELLES

Al Parlamento Europeo i protagonisti del progetto che pulisce il mare toscano dai rifiuti sostenuto da Unicoop Firenze



La delegazione a Bruxelles e Daniela Mori insieme a Karmenu Vella.

Lo scorso 26 giugno una delegazione di Unicoop Firenze composta dalla presidente del Consiglio di Sorveglianza Daniela Mori e dai soci consiglieri di sorveglianza è stata al Parlamento europeo a Bruxelles per presentare il progetto Arcipelago Pulito, come esperienza pilota da poter replicare per rendere più puliti tutti i nostri mari. In questa occasione la Presidente Daniela Mori, insieme all'assessore della Regione Toscana Vittorio Bugli e all'eurodeputata Simona Bonafè, ha incontrato il commissario europeo per l'ambiente, gli affari marittimi e la pesca Karmenu Vella, che ha dimostrato interesse per gli obiettivi e i risultati della sperimentazione toscana. Il progetto, come ha spiegato la nostra Presidente, nasce per permettere ai pescatori toscani di riportare in porto e smaltire correttamente i rifiuti recuperati durante la normale attività di pesca:

"Il progetto nasce dal rapporto quotidiano di Unicoop Firenze con i pescatori che forniscono il pescato venduto nei punti vendita della Cooperativa. Quando i pescatori hanno raccontato che, insieme al pesce dell'Arcipelago Toscano, capitava spesso di tirare a bordo rifiuti e soprattutto plastica, Unicoop Firenze ha proposto di trovare una soluzione che impedisse il "ritorno" in mare dei rifiuti e potesse invece garantire il corretto smaltimento e, quando possibile, il riciclo. Al progetto destiniamo parte del

ricavato del centesimo che Soci e clienti, per legge, dall'inizio dell'anno devono pagare per le buste in Mater-BI dell'ortofrutta. Così tutti partecipano e, grazie a iniziative di comunicazione e sensibilizzazione, i cittadini sanno cosa si può fare per l'Arcipelago e per migliorare l'ambiente in cui viviamo".

Si tratta di un risultato importante, motivo di grande orgoglio non solo per Unicoop Firenze, ma per tutta la Regione Toscana. Un primo passo affinché "Arcipelago pulito", esempio positivo di economia collaborativa, faccia da apripista e diventi un vero e proprio modello per altre realtà.

Sono andate proprio in questa direzione le parole dell'eurodeputata Simona Bonafè:

"Aver portato il progetto Arcipelago Pulito, best practice toscana, in Europa è un onore e rappresenta il segno tangibile di come sia fondamentale avere una visione a 360 gradi per affrontare i problemi ambientali. Soggetti diversi fra loro hanno saputo fare squadra con un preciso obiettivo: tutelare la salute del mare. Fondamentale in questo senso il coinvolgimento dei pescatori, al fianco dei quali abbiamo deciso di schierarci ponendo fine a un'assurdità, quella secondo cui i pescatori che raccolgono i rifiuti finiti nelle loro reti ne diventano produttori, assumendosene gli oneri economici e

soprattutto giuridici. L'attuale normativa trasforma un comportamento virtuoso in una penalizzazione e in un costo. Ho presentato a tal proposito un emendamento per far recepire nella nuova direttiva europea sul Port Reception Facility (Proposta di direttiva relativa agli impianti portuali di raccolta per il conferimento dei rifiuti delle navi) l'idea che sta alla base di Arcipelago Pulito, consentendo e incentivando i pescatori a portare a terra i rifiuti plastici che pescano accidentalmente. L'Europa segua l'esempio della Toscana".



MARE PULITO. LA TOSCANA PER UN MARE SENZA RIFIUTI

Dopo il grande risultato di questa iniziativa, la Cooperativa ha deciso di andare oltre e mettere in campo il progetto "Mare pulito. La Toscana per un mare senza rifiuti", volto a promuovere nuove azioni di sostegno e il coinvolgimento diretto del personale di punto vendita per valorizzare il proprio impegno a tutela dell'ambiente. Nel mese di luglio, 19 nostri negozi vedranno la partecipazione diretta di alcuni colleghi in azioni di sensibilizzazione sul problema dell'emergenza plastica nei nostri mari.



I punti vendita coinvolti saranno:

- Empoli Ovest
- Prato Pleiadi
- Firenze Ponte a Greve
- Firenze Gavinana
- Montecatini
- Lastra a Signa
- Arezzo superstore
- Cascina superstore
- Sesto Fiorentino superstore
- Figline Valdarno

- Santa Maria A Monte
- Ponsacco
- Pistoia
- Pisa Porta a Mare
- Lucca San Filippo
- Poggibonsi Salceto
- Pontedera superstore
- Monteverchi superstore
- Agliana

PROGETTO ARCIPELAGO PULITO

CONTESTO

Arcipelago Pulito nasce dalla presa di coscienza del fenomeno del Marine Litter. Ogni anno nel mondo vengono prodotti 280 milioni di tonnellate di plastica, che raddoppieranno da qui al 2050. Una buona parte finisce in mare, generando danni incalcolabili all'intero eco-sistema della flora e della fauna.

Il mar Mediterraneo, in quanto semichiuso, è particolarmente esposto al fenomeno del Marine Litter: si stima che siano almeno 250 miliardi i frammenti di rifiuti sparsi per tutto il Mare Nostrum, di cui oltre il 95% risultano di plastica. Sono invece quasi solo di plastica (99%) i rifiuti che si trovano sulle spiagge, in media quasi 700 oggetti ogni 100 metri.

L'attuale normativa spinge i pescatori a rigettare in mare quello che trovano perché considera quelle plastiche un rifiuto speciale e i pescatori responsabili del loro smaltimento, davanti alla legge ed economicamente.

IL PROGETTO

Il progetto sperimentale prevede la realizzazione di una filiera della Toscana per un mare senza rifiuti, grazie a un protocollo d'intesa siglato tra la Regione Toscana, il Ministero dell'ambiente, Unicoop Firenze, Legambiente, la Guardia Costiera della Toscana, l'Autorità di sistema portuale del Mar Tirreno Settentrionale, la società Labromare concessionaria per la gestione dei rifiuti nel porto di Livorno,

l'azienda di raccolta e riciclo dei rifiuti Revet e la cooperativa di logistica integrata Cft.

MODALITÀ DI AZIONE

Grazie a questo progetto, i pescatori possono attrezzare le proprie barche con appositi sacchi stivati a bordo, con i quali raccogliere i rifiuti plastici issati con le reti durante la quotidiana attività di pesca. Al rientro in porto, tutti i sacchi vengono depositati in un apposito contenitore di raccolta posizionato in banchina da Labromare.

Il contenuto del cassone viene poi trasportato da furgoni dedicati di Cft allo stabilimento di Revet, dove si effettuano le analisi e le classificazioni necessarie a quantificare e caratterizzare il rifiuto per poi destinarlo al riciclaggio o allo smaltimento.

Sul corretto svolgimento delle operazioni in mare vigila la Guardia Costiera della Toscana, mentre Legambiente offre il proprio contributo in termini di esperienza scientifica, monitoraggio, elaborazione dati, formazione e sensibilizzazione.



IL CONTRIBUTO DI UNICOOP FIRENZE

Unicoop Firenze sostiene il progetto devolvendo parte della somma ricavata dal centesimo che Soci e clienti pagano, per legge, per i sacchetti in Mater-BI della pescheria, macelleria e dell'ortofrutta. La Cooperativa inoltre promuove azioni di informazione e sensibilizzazione dei propri Soci e clienti sul tema.

I PRIMI RISULTATI RAGGIUNTI

Arrivano da Revet i dati aggiornati al 20 giugno che, dopo quattro conferimenti, raccontano di **830 kg di rifiuti conferiti**, così suddivisi:

- il 2,7% sono contenitori in plastica per liquidi;
- il 14,7% sono imballaggi vari, principalmente shopper e imballaggi alimentari;
- il 78% è plastica dura;
- il 3,1% è vetro, oltre a percentuali minime di altri materiali. Di questi il 18,7% è plastica recuperabile e nel 22% dei casi sono materiali a cui si può dare una seconda vita.

UNICOOP FIRENZE E LA FONDAZIONE IL CUORE SI SCIOLGIE RICEVONO IL FIORINO D'ORO

Daniela Mori: "Il premio è al milione di Soci e agli 8.000 dipendenti della nostra Cooperativa".

Unicoop Firenze e la Fondazione il Cuore si scioglie hanno ricevuto il **Fiorino d'oro**, la massima onorificenza della città di Firenze.

Queste le motivazioni: *la Cooperativa si fonda sulla solidarietà e mutualità. Il significato del Fiorino è proprio questo: Firenze riconosce chi nel fare impresa lavora per la crescita culturale, sociale e civile di una comunità, chi nel fare impresa si pone come obiettivo non il profitto ma il valore del territorio e delle relazioni umane.*

Con il Fiorino d'oro è stato riconosciuto così l'alto valore di Unicoop Firenze non solo come impresa eccellente in termini di sviluppo economico del proprio territorio, ma anche per i tanti progetti di solidarietà, di cultura e di crescita sociale.

Le celebrazioni si sono svolte lo scorso 23 giugno presso la basilica di San Miniato al Monte a Firenze e sono state presiedute dal sindaco di Firenze Dario Nardella, che ha conferito l'onorificenza a Daniela Mori in qualità di Presidente del Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze e della Fondazione il Cuore si scioglie.

Nel ricevere il Fiorino d'oro Daniela Mori ha voluto prima di tutto ricordare e ringraziare tutti i Soci e i dipendenti della Cooperativa, perché è grazie al loro contributo attivo che è stato possibile perseguire negli anni questi importanti risultati:

"Il premio è al milione di Soci e agli 8.000 dipendenti della nostra Cooperativa. Un riconoscimento importante che rende ragione di una Cooperativa che da 45 anni ha cercato di coniugare lo sviluppo economico e la crescita sociale. Io, come presidente, sono un tramite che ha il compito di interpretare e dare voce alle richieste e

necessità dei nostri Soci: anche a nome loro ringrazio per questo riconoscimento che, per il futuro, ci spinge a lavorare per mantenere e consolidare il ruolo che la nostra Cooperativa ha saputo assumere sul territorio".

La consegna del Fiorino era stata anticipata dallo stesso Nardella lo scorso 9 giugno



La consegna del Fiorino d'oro a Daniela Mori da parte del Sindaco Dario Nardella.

all'Obihall di Firenze, di fronte a una platea di più di mille Soci e gruppi dirigenti della Cooperativa, convocati per la presentazione del bilancio 2017.

Le motivazioni di questa importante onorificenza si potevano già allora leggere, in modo chiaro e sintetico, fra le righe del discorso che la stessa Daniela Mori aveva fatto per descrivere ai Soci gli orientamenti futuri di Unicoop Firenze, un intervento in cui è stato sottolineato il valore delle persone e della partecipazione come elemento fondante e imprescindibile della Cooperativa stessa:

"I temi forti della nostra azione futura rimarranno la convenienza, che rappresenta il nostro obiettivo principale che è offrire a soci e consumatori prodotti e servizi alle migliori condizioni di mercato, insieme all'ambiente, alla qualità e alla sicurezza dei prodotti, all'attenzione ai produttori locali, al benessere e alla salute dei consumatori e alla valorizzazione del territorio da tutti i punti di vista, economico, sociale e culturale. Tutto ciò sviluppato entro il quadro della partecipazione che è un valore fondamentale, è il nostro elemento costitutivo senza il quale non ci sarebbe cooperazione. Avremo uno sguardo molto attento su ciò che cambia: siamo a un punto di svolta e la vera scommessa sarà quella di saper rispondere al cambiamento mantenendo fermi i nostri valori e la nostra identità cooperativa".

Fra le iniziative più recenti che hanno contribuito al conferimento del Fiorino sono da ricordare:

- La campagna **"Abbraccia il Battistero"**, un'operazione di crowdfunding dal basso che ha consentito di raggiungere la cifra necessaria al restauro di questo prezioso monumento.

- Le iniziative legate all'**"Estate fiorentina"**.
- Il progetto **"Tutti all'opera"** che, a un prezzo popolare, ha portato oltre 3.500 Soci Coop agli spettacoli della stagione 2017/2018 del Teatro del Maggio musicale fiorentino.
- La realizzazione degli **orti sociali di Orsù**, il nuovo spazio situato al primo piano del supermercato Coop di via Carlo del Prete, a Firenze, dove si può imparare a coltivare un piccolo orto in

terrazza e dove vengono organizzati corsi, incontri, laboratori e iniziative culturali nell'ambito di un percorso educativo di crescita consapevole, nel pieno rispetto dell'ambiente.

Fra i premiati con il Fiorino d'Oro c'erano anche Dacia Maraini, scrittrice di fama internazionale; Caterina Bellandi del taxi Milano 25, che da anni regala sorrisi ai bambini che accompagna all'ospedale Meyer; la Fondazione ANT e l'Associazione Toscana Tumori, che si occupano di assi-

stenza specialistica domiciliare ai malati di tumore e prevenzione oncologica gratuita; la Compagnia dei Babbi Natale, che promuove azioni di sostegno ai bambini in stato di bisogno; il Festival delle religioni, per la promozione del dialogo interreligioso; l'ex giocatore di pallanuoto Gianni De Magistris; Roberto Casamonti, collezionista di fama internazionale e fondatore della Galleria Tornabuoni di Firenze; la casa di moda Gucci. È stato inoltre conferito il Premio alla memoria al politologo Giovanni Sartori.



Il gruppo dei premiati insieme al sindaco Dario Nardella.

SI CHIUDE IL PRIMO CICLO DI VISITE GUIDATE ALL'OSPEDALE PEDIATRICO MEYER PER I DIPENDENTI. TANTISSIME LE ADESIONI

Gli scorsi 28 maggio e 12 e 20 giugno si sono svolte le prime visite guidate all'Ospedale Pediatrico Meyer dedicate ai dipendenti. **Le adesioni ai 3 incontri sono state davvero tante: si sono presentati all'appuntamento più di 100 colleghi dei punti vendita e della sede provenienti da molte parti della Toscana.**

I partecipanti hanno potuto fare un giro completo delle aree comuni dell'Ospedale accompagnati da due guide della Fondazione Meyer. Durante il percorso hanno potuto capire come sono stati progettati e organizzati gli spazi e vedere come ogni cosa, anche il più piccolo dettaglio, sia a misura di bambino: colori vivaci e materiali naturali, tanti alberi intorno, opere d'arte colorate sparse ovunque, presenza di spazi e servizi fondamentali per garantire ai più piccoli il diritto a una vita quanto più possibile normale nonostante la degenza (come la biblioteca, la ludoteca, la scuola).

Dopo la visita i partecipanti si sono riuniti nell'aula magna dell'Ospedale dove è stato loro illustrato il Progetto Meyerpiù, frutto della preziosa collaborazione con Unicon Firenze.

Il piano di sviluppo, a sostegno del quale la Cooperativa verserà 1,5 milioni di euro in tre anni, riguarderà tre aree distinte ma interdipendenti:

L'Ospedale, che sarà sempre più destinato ai ricoveri e alla cura delle patologie ad alta complessità;

Il Meyer Health Campus, che rappresenterà il cuore della formazione didattica;

Il Parco della Salute, che accoglierà gran parte delle attività ambulatoriali.

Grazie alla possibilità di disporre di due nuove sedi, il Meyer aumenterà in modo considerevole gli spazi a sua disposizione (dagli attuali 30.000 metri quadrati a 40.000) e l'incremento riguarderà anche le aree esterne, con sette ettari in più di verde, tra parchi, olivete e boschi. Si tratta di una crescita indispensabile per il futuro dell'Ospedale, che negli ultimi dieci anni ha visto aumentare in modo consistente la sua attività, diventando sempre più un'eccellenza e un punto di riferimento a livello sia nazionale sia europeo.

Le visite rappresentano una preziosa occasione di incontro e di confronto su questa importante iniziativa che, ancora una volta, vede Unicon Firenze in prima linea per contribuire a migliorare il territorio in cui opera e mettere in primo piano il benessere dei cittadini.

INSIEME PER UNA GRANDE COLLABORAZIONE.



Fondazione Ospedale Pediatrico MEYER

coop.fi
INSIEME, QUI.



Tutti i Soci e clienti hanno la possibilità di partecipare attivamente al progetto donando 100 punti o 1 euro alle casse. Grazie all'impegno dei colleghi di tutti i punti vendita nei mesi di maggio e giugno sono già stati raccolti oltre 30.000 euro.

Le visite riprenderanno dopo l'estate con le seguenti date:

- 13 settembre
- 17 ottobre
- 29 novembre

PER ISCRIVERSI ALLE VISITE

Occorre comunicare la propria volontà di adesione direttamente all'Ufficio Comunicazione Interna (ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it) tramite il proprio Direttore. Quest'anno verranno prese in considerazione le prime 250 richieste di iscrizione pervenute (5 visite da 50 posti). In caso di esito positivo verrà comunicata, tramite e-mail, la conferma della propria iscrizione.



Un momento degli incontri nell'aula magna del Meyer.

LA NUOVA NORMATIVA SULLA PRIVACY

Il 25 maggio 2018 è entrato in vigore il nuovo regolamento europeo sulla privacy che, applicabile in tutto il territorio europeo, integra e sostituisce le precedenti normative dei singoli Stati. Ne parliamo con Angelo Bruno, recentemente nominato Responsabile della Protezione dei Dati Personali per Unicoop Firenze.



Angelo Bruno, Responsabile Protezione Dati Personali.

BUONGIORNO ANGELO, POTRESTI SPIEGARCI COSA PREVEDE LA NUOVA NORMATIVA SULLA PRIVACY E COSA CAMBIA RISPETTO AL PASSATO?

Le istituzioni europee, col nuovo regolamento sulla privacy (c.d. GDPR), si sono poste l'obiettivo di tutelare i cittadini europei proteggendo i loro dati personali in un mondo sempre più pervaso e condizionato dalle tecnologie. La tutela del dato personale, ad esempio del nome o dell'immagine, è una tutela della libertà della persona: libertà di scegliere, di non essere omologati, di esprimere spontaneamente la nostra creatività.

La normativa europea introduce quindi maggiori tutele per i cittadini e maggiori

oneri per le imprese, chiamate a garantire il rispetto della normativa e, in generale, dei principi applicabili al trattamento dei dati personali, dotandosi di un sistema di gestione della privacy. In caso di violazione le sanzioni per le imprese sono molto onerose, arrivando fino a 20 milioni di euro o al 4% del fatturato annuo.

PUOI SPIEGARCI MEGLIO COSA SIGNIFICA?

La nuova normativa impone ai vari soggetti giuridici, e quindi anche a Unicoop Firenze, di fare tutto il possibile affinché i dati che tratta siano messi in sicurezza. Per fare questo, oltre che lecitamente acquisiti, i dati devono essere trattati da persone autorizzate e non devono essere persi, diffusi o, peggio ancora, venduti come purtroppo tanti operatori economici fanno.

È stato quindi necessario rivedere il nostro organigramma privacy riassegnando le responsabilità, dotarsi di procedure gestionali ad hoc, prevedere un piano formativo, integrare i contratti e rivedere le modalità di funzionamento dei nostri software, il tutto cercando di non gravare i punti vendita di altre attività oltre alle tante che già svolgono.



COME SI INSERISCE UNICOOP FIRENZE IN QUESTA NUOVA NORMATIVA?

La tutela della dignità umana e della libertà delle scelte individuali rappresenta uno dei valori fondanti della Cooperativa, valore che in materia di privacy si traduce nel garantire la piena tutela dell'enorme quantità di dati, talvolta anche sensibili, che, grazie alla fiducia dei nostri Soci e consumatori, ci troviamo a gestire. La parola d'ordine anche in questo campo è, dunque, trasparenza.

IN CHE MODO UNICOOP FIRENZE SI È ORGANIZZATA PER ADEMPIERE ALLA NUOVA NORMATIVA E METTERE IN PRATICA IL PRINCIPIO DI TRASPARENZA IN MATERIA DI PRIVACY?

Da circa un anno e mezzo la Cooperativa ha avviato, in collaborazione con Unicoop Tirreno e Coop Centro Italia, un importante progetto di adeguamento alla nuova normativa. Il progetto è stato approvato dal Consiglio di Gestione e la relativa responsabilità è stata assunta direttamente dal nostro presidente, Golfredo Biancalani, a testimonianza della grande importanza di questa materia.

Un esempio di trasparenza nella gestione dei dati personali è stata la decisione di rendere pubbliche le modalità di trattamento dei dati personali pubblicando le nostre informative sulla privacy sul nostro sito internet www.coopfirenze.it, divise per categoria di interessato, in modo che chiunque possa visionarle e scaricarle.



Inoltre è stata predisposta una capillare attività di comunicazione nei punti vendita, sull'Informatore e sui siti internet della Cooperativa.

DI FATTO COSA CAMBIA PER UNICOOP FIRENZE E PER NOI DIPENDENTI?

Cominciamo col dire che il Titolare del Trattamento dei dati personali è Unicoop Firenze come società cooperativa, dunque tutti i dipendenti e, aggiungerei, tutti i Soci dovrebbero dare un contributo per una corretta gestione di questa materia nell'interesse della Cooperativa.

Unicoop Firenze ha poi introdotto il nuovo ruolo che io ricopro, e cioè quello di Responsabile della Protezione dei Dati Personali (c.d. DPO), una figura che, contando su un'adeguata conoscenza della materia, agisce come una sorta di piccolo garante della privacy interno alla Cooperativa.

Per qualsiasi necessità legata al trattamento dei dati personali è possibile contattare il DPO attraverso l'indirizzo mail dpo@uniconfirenze.coop.it. La Cooperativa ha poi individuato un referente privacy per ogni area di interesse con il compito di monitorare le attività svolte dai vari uffici di riferimento, al fine di valutarne l'impatto sul trattamento dei dati personali.

Senza il prezioso aiuto di questi colleghi che, è bene ricordarlo, hanno aggiunto questa attività alle altre che già svolgevano, non sarebbe possibile gestire efficacemente questa materia in una organizzazione ramificata come la nostra.

QUALI SONO LE RESPONSABILITÀ DEL DIPENDENTE?

A parte i responsabili del trattamento che sono i dirigenti apicali della Cooperativa, gli altri dipendenti sono persone autorizzate al trattamento e, nello svolgimento di questa mansione, devono seguire le indicazioni fornite dal Titolare, operando con attenzione e professionalità.

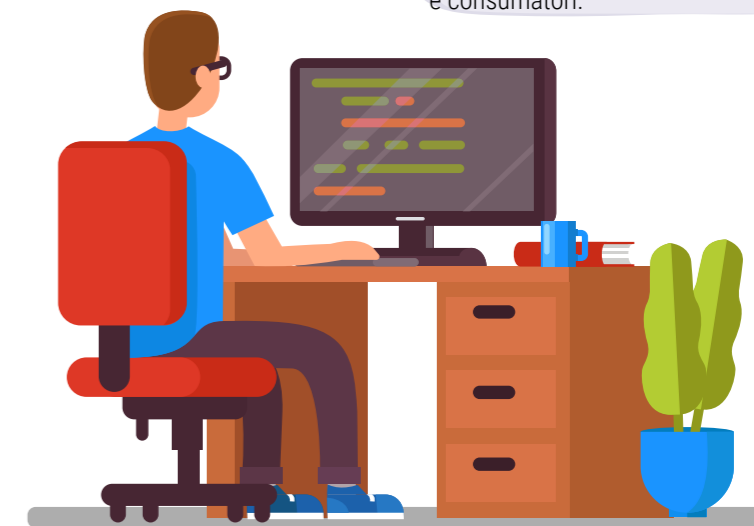
Da questo punto di vista nulla cambia rispetto al passato e i colleghi non possono incorrere in responsabilità personali a meno che, contravvenendo alla normativa e alle procedure interne, non sottraggano o divulgino volontariamente i dati della Cooperativa. In questo caso, come per la sottrazione di merce, il fatto avrebbe rilevanza penale con conseguenze anche sul rapporto di lavoro. Conoscendo la professionalità e la fedeltà alla Cooperativa dei nostri colleghi e considerando le attività di sensibilizzazione e di formazione che stiamo realizzando, escludo che potremmo trovarci di fronte a un fatto del genere.

ATTRAVERSO QUALI MODALITÀ IL DIPENDENTE È AUTORIZZATO A TRATTARE DATI PERSONALI?

Come detto, la Cooperativa autorizza i propri dipendenti, ciascuno per il ruolo che riveste, a trattare i dati con cui entra in contatto attraverso un'autorizzazione al trattamento che è a disposizione di ciascun dipendente nelle bacheche aziendali dei punti vendita, delle sedi e dei magazzini e all'interno della intranet dove è possibile trovare tutta la documentazione necessaria.

Colgo l'occasione per ricordare a tutti i colleghi che è necessario prenderne visione e attenersi alle istruzioni lì contenute, esattamente come avviene in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro o di sicurezza e salubrità degli alimenti.

È anche attraverso la gestione attenta di queste materie che la Cooperativa può ribadire la sua distintività, ricambiando la fiducia che in lei ripongono dipendenti, Soci e consumatori.



Scopri l'Ortofrutta



STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



Pesche in genere



Melone



Cocomero



Frutti di bosco

VERDURA

Cetrioli



Pomodori tutte le tipologie



Insalate



Legumi freschi (cannellini, borlotti)



Fagiolini



PARLIAMO DI...

Il pomodoro datterino coltivato in serre tecnologiche a Gavorrano

Sui nostri banchi sono presenti i pomodori datterini coltivati in serre idroponiche nel cuore della Maremma, a Gavorrano. "Sfera", questo è il nome della serra, è in grado di ricreare le condizioni climatiche ideali per la crescita di pomodoro e lattughe: può sopportare lunghi periodi sotto lo zero termico e ingenti carichi dovuti a nevicata.

Il recupero delle acque meteoriche e il ciclo di coltivazione chiuso permettono a Sfera di accumulare acqua nel periodo invernale per poi impiegarla nei periodi di siccità. A parità di chilogrammi prodotti

la serra a coltivazione idroponica impiega il 90% di acqua in meno rispetto alle coltivazioni su suolo.

Questa serra ha predisposto dei giganti bacini di raccoglimento delle acque piovane rivestiti con teli antialghe che per-

mettono di non utilizzare l'acqua dei pozzi. Non solo, in Sfera ogni goccia d'acqua ha un valore: viene recuperata in un circuito chiuso anche quella di condensa o quella in esubero delle irrigazioni.



IL TREND IN CRESCITA

Nuovi formati convenienza dei semi da 500 g

I semi hanno un ruolo fondamentale all'interno dell'alimentazione quotidiana. Sono dei piccoli scrigni vitali che svolgono la funzione di ottimi integratori naturali di sostanze importantissime per la nostra salute. È un trend sempre più in crescita, in linea con i nuovi stili di vita.

Tutti quanti sono fondamentali nella dieta per il loro apporto di:

- acidi grassi insaturi, in particolare Omega-3 e Omega-6
- proteine
- fitosteroli

- vitamine, in particolare vitamine del gruppo B ed E
- minerali
- fibre

Novità

Sui nostri banchi da oggi possiamo trovare il formato convenienza da 500 g:



Semi di zucca

Raccolti da alcune piante della famiglia delle Cucurbitaceae, sono una fonte naturale di minerali, amminoacidi, proteine, fibre, acidi grassi insaturi e vitamine.



Semi di sesamo

Sono una grande riserva di energia, con un alto tasso di proteine. Sono inoltre un'importante fonte naturale soprattutto di calcio, ma anche di zinco e selenio. I suoi grassi sono prevalentemente insaturi, con buon rapporto Omega 3 e Omega 6.



Semi di girasole

Sono raccolti dal girasole comune. Tra i semi oleosi, sono quelli con il minor apporto calorico, in media composti per circa il 45% da grassi, per il 20-28% da proteine e per il 23% da carboidrati. Sono fonte naturale di molte vitamine e minerali.



Semi di lino

Derivano dalla pianta di lino e sono ricchi di acido alfa linolenico - un acido grasso essenziale della serie Omega 3 con proprietà anti-infiammatorie. Sono un'ottima fonte di fibre, potassio, magnesio e calcio. Per ottenere il meglio da questi semi e facilitare l'assorbimento dei nutrienti si consiglia di macinarli prima di ingerirli. Possono essere aggiunti ai cereali, allo yogurt alle insalate e agli smoothies per una dose extra di vitamine e minerali.

Consigli da dare al cliente sull'utilizzo in cucina

- Come una sana aggiunta nelle insalate, nello yogurt, nelle minestre, nelle macedonie o nel muesli;
- Per preparare pane, grissini e brioches, ma anche per biscotti e dolcetti, sia inseriti all'interno dell'impasto che aggiunti sopra come decorazione;
- Come elemento decorativo per una zuppa di legumi, verdure o cereali, o per altre preparazioni;
- Per impanare filetti di carne o tranci di pesce;
- Come aperitivo o snack, semplicemente sgranocchiandone una manciata, tostati o meno.



In collaborazione con il settore ortofrutta.

SIENA E PONTE A GREVE: DUE RISTRUTTURAZIONI ALL'INSEGNA DEL MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO AL CLIENTE E DEL BENESSERE LAVORATIVO

OBIETTIVI DELLE 2 RISTRUTTURAZIONI:

"Al centro della missione della Cooperativa c'è la salvaguardia del potere d'acquisto dei Soci, la salute e il rispetto dell'ambiente, nonché la tutela della sicurezza sui luoghi di lavoro e il benessere dei propri lavoratori.

È proprio su questi contenuti della nostra missione - ha affermato Marcello Giachi, Consigliere del Consiglio di Gestione e Direttore di Area - che si fondano i progetti di ristrutturazione di Ponte a Greve e Siena, che si chiuderanno nel prossimo autunno e che vedono un investimento complessivo da parte della Cooperativa di quasi 5 milioni di euro.

I nostri negozi devono essere al passo con i tempi e con le nuove abitudini di acquisto dei Soci e clienti per quanto riguarda il lay-out, l'offerta assortimentale e la qualità del servizio. Contemporaneamente devono vedere valorizzati gli spazi di lavoro dei dipendenti, per migliorarne il benessere lavorativo nel rispetto delle norme della sicurezza sul lavoro.

L'INCONTRO DI PRESENTAZIONE DEI PROGETTI

Per entrambe le ristrutturazioni è stato organizzato un incontro per spiegare ai dipendenti le varie fasi dei lavori e l'impegno che li vedrà protagonisti, nonché per dare

loro la possibilità di fare domande dirette e ricevere quindi tutte le informazioni e i chiarimenti necessari.

Gli incontri sono stati presieduti dai rispettivi direttori dei due punti vendita Silvana Volpi e Claudio Terrosi e dal consigliere e direttore di area che, per entrambi, è Marcello Giachi.

Le adesioni dei dipendenti sono state molto alte, a testimonianza di quanto grandi siano l'attenzione, le aspettative e la curiosità di tutti i colleghi coinvolti. I due incontri, preceduti da un piccolo buffet offerto dalla Cooperativa, hanno rappresentato per le persone coinvolte anche un'occasione per passare del tempo insieme fuori dai ritmi frenetici del lavoro.

SIENA

La ristrutturazione di Siena riguarderà la riqualificazione di tutto il punto di vendita (comprese le aree esterne e la galleria) che cambierà completamente aspetto. Il negozio avrà una veste tutta nuova, al passo con i tempi e con le mutate esigenze di spesa, ma anche incentrata sulla creazione di ambienti di lavoro sicuri, pratici e confortevoli.

In occasione della partenza dei lavori è stata fatta una campagna di ascolto di tutti i colleghi del punto vendita, per dare voce a coloro che il punto vendita lo vivono ogni giorno e capire insieme quali sono i punti di forza del negozio e le criticità sulle quali eventualmente intervenire.

Anche su questa attività di ascolto si baserà l'importante investimento che riguarderà la formazione del personale.



PONTE A GREVE

Passione, Cooperativa e Lavoro: queste sono le tre parole chiave che Silvana Volpi ha utilizzato per iniziare il suo discorso di presentazione, sottolineando l'importanza del lavoro fatto con passione e attaccamento alla Cooperativa. Marcello Giachi e la stessa Direttrice hanno poi presentato il progetto di ristrutturazione nei dettagli, sottolineando i principali obiettivi su cui si fonda:

1 Miglioramento delle aree riservate ai dipendenti. Le attività previste interverranno su tutti quegli aspetti strutturali individuati come critici grazie anche e soprattutto alle segnalazioni fatte dai dipendenti stessi.

2 Miglioramento del servizio al cliente. È previsto un ampliamento della gamma dei servizi presenti all'interno del centro commerciale, attraverso l'introduzione di alcuni servizi relativi alla persona (ad esempio studi medici e dentistici). Sono previste inoltre delle migliorie in area vendita. Questo intervento si pone come risposta concreta ad alcune richieste registrate durante le indagini con Soci e clienti. In particolare i lavori prevedono:

- nuovi spazi idonei per le merci e la loro gestione (Magazzino);
- nuovi spazi idonei per la gestione delle pulizie e per il personale addetto;
- nuove pensiline per la gestione delle attività esterne (es. rifiuti);
- nuova disposizione degli impianti per la gestione dei rifiuti, finalizzata alla sicurezza del personale;
- nuovi spazi idonei per la ricarica dei muletti e delle spazzatrici elettriche;
- nuovi spogliatoi e locali a servizio dei reparti forneria e pasticceria;
- ampliamento degli spazi del locale forneria;
- modifica della rampa della pescheria.



È RIPARTITA A GRANDE RICHIESTA L'INIZIATIVA DEI PIATTI BRANDANI®

Dal 25 giugno è ripartita a grande richiesta l'iniziativa dei piatti Brandani che era stata interrotta l'estate scorsa per esaurimento scorte e che si protrarrà fino al 25 luglio.

La meccanica resta la stessa: ogni 20 euro di spesa e multipli i nostri Soci e clienti possono decidere di acquistare un piatto con un contributo di 1,50 euro.

I piatti (piani e fondi) sono in ceramica decorata con colori vivaci spruzzati a mano, lavabili in lavastoviglie e disponibili nei colori giallo, verde, arancio, corallo, turchese e lilla. Sarà possibile acquistarli fino a esaurimento scorte.

Grande novità

I nostri Soci e clienti potranno decidere di completare la collezione con i piatti da frutta. Potranno acquistare una confezione di 6 piatti da frutta in colori assortiti con la meccanica euro+punti a 4,90 euro + 200 punti, oppure a 9,90 euro. Anche in questo caso fino a esaurimento scorte (15.000 confezioni disponibili).



2017-2018:

FRA I VINCITORI DEL CONCORSO TRE DIPENDENTI DI UNICOOP FIRENZE

COSA È IL COOP CONTEST

Il Coop Contest è un concorso di idee innovative organizzato da Scuola Coop e pensato come un vero e proprio percorso formativo in cui contemporaneamente si apprende e si produce: un'idea, un progetto, una visione innovativa che guarda al futuro.

Il Contest è rivolto agli under 40 di tutte le Cooperative presenti sul territorio nazionale: giovani con tante idee ed energia sana da mettere a disposizione, persone laureate o che stanno completando la propria formazione, ma che al tempo stesso conoscono il mondo Coop dall'interno e possono quindi canalizzare le proprie competenze verso una visione nuova della Cooperativa, con il linguaggio e l'approccio relazionale della propria generazione.

A maggio si è conclusa la quarta edizione iniziata nel ottobre scorso.



IL COOP CONTEST IN NUMERI

Il Contest negli anni ha raggiunto grandi risultati, sia a livello qualitativo che quantitativo: **37 progetti sviluppati in totale, di cui 8 quelli di questa edizione; quasi 300 persone coinvolte direttamente, a cui vanno sommati altri 200 colleghi di tutte le Cooperative e organizzazioni impegnati a vario titolo a supporto dei gruppi e nel reperimento di informazioni.** Si tratta di numeri importanti, che hanno contribuito a portare tantissimi spunti di riflessione, spunti che in alcuni casi hanno in parte trovato concretezza in progetti attuati.

L'EDIZIONE 2017-2018

Quest'anno ci sono stati 61 partecipanti in totale. Unicon Firenze ha selezionato 8 colleghi provenienti sia dalla sede che dai punti vendita:

- *Martina Fei*, Direzione Marketing;
- *Giulia Donati*, Direzione Persone;
- *Marianna Cornuti*, reparto Non Alimentari pdv Empoli Ovest;
- *Irene Fedi*, Servizio al Cliente pdv Prato via delle Pleiadi;
- *Viola Ferrarini*, Direzione Marketing, settore Pubblicità;
- *Irene Barlettani*, Servizio al Cliente pdv Montelupo F.no;
- *Klodian Peci*, Direzione Sistemi;
- *Marcella La Rocca*, Direzione Persone.

Per otto mesi i partecipanti, suddivisi in 8 gruppi, hanno lavorato assiduamente per trasformare un'idea in un vero e proprio progetto innovativo, con tanto di analisi del contesto, della fattibilità e dei costi sostenibili. Delle 61 idee raccolte hanno superato la selezione le 4 ritenute più interessanti dalla giuria e le 4 scelte dagli stessi partecipanti.

Ogni gruppo è stato supportato da specialisti esterni, dai colleghi di Scuola Coop e dai referenti del settore formazione di ciascuna Cooperativa, ma il loro vero punto di forza è stata la possibilità di confrontarsi e di portare ciascuno la propria esperienza legata a percorsi formativi e contesti lavorativi diversi.



I PROGETTI

Quattro in particolare sono stati i progetti che hanno visto l'impegno diretto dei nostri colleghi di Unicon Firenze. Ognuno di essi, come vedremo, veicola in modo originale i valori e la mission del mondo Coop facendosene promotore.



BOTTEGHE COOP
(Giulia Donati)

Il progetto, da un'idea di Giulia Donati, nasce dalla volontà di contribuire alla riduzione dell'inquinamento da plastica e dello spreco alimentare, in linea con i valori Coop, da sempre impegnata nella realizzazione di un modello di Grande Distribuzione Organizzata sostenibile e solidale.

Il progetto prevede la creazione di un nuovo format di negozio che contribuisca alla risoluzione di questi problemi e, al tempo stesso, faciliti lo sviluppo del business attraverso la vendita di prodotti sfusi a marchio Coop e di prodotti locali, valorizzando così il territorio.



GRAFTLAB
(Marcella La Rocca, Viola Ferrarini)

Il progetto, da un'idea di Marcella La Rocca, nasce con l'obiettivo di creare un luogo in cui condividere, scambiare idee, conoscenze e capacità e allo stesso tempo puntare sullo sviluppo delle persone come vero asset strategico, volto a trasformare il capitale umano in un forte fattore di successo da presidiare e sviluppare con continuità e metodo.

Il progetto prevede la creazione di una piattaforma fisica e virtuale di condivisione della conoscenza, basata su processi tecnici e tecnologici innovativi che facilitano lo scambio di esperienza, la consapevolezza e l'identità cooperativa.



CONSAPEVOLMENTE
(Irene Barlettani, Marianna Cornuti)

È un progetto di comunicazione integrata volto a trasmettere, in modo preciso, mirato e strutturato, l'impegno vero e costante che Coop promuove in tema di legalità, eticità, diritti dei lavoratori, sostenibilità ambientale, giustizia sociale e finanza etica. La strategia di comunicazione prevista è basata sulla "spinta gentile" che, senza fare leva su costrizioni o sensi di colpa, ma attraverso piccoli suggerimenti e aiuti indiretti, cerca di sensibilizzare il consumatore in merito al consumo critico e consapevole.



PROGETTO VINCITORE DEL COOP CONTEST 2017/2018

SPUNTI DI BENESSERE
(Martina Fei, Irene Fedi, Klodian Peci)

Il progetto, da un'idea di Martina Fei, promuove una nuova cultura alimentare orientata al benessere di Soci e clienti. L'obiettivo principale è la possibilità di cambiare l'attuale prospettiva sull'alimentazione, spostando l'attenzione su quelli che sono i benefici degli alimenti piuttosto che gli aspetti negativi. L'idea alla base è l'educazione al consumo consapevole, fornire cioè a Soci e clienti alcuni strumenti per muoversi meglio all'interno del mondo della nutrizione. L'aspetto interessante è la possibilità di perseguire questo obiettivo attivando un piano di fidelizzazione. I servizi previsti saranno infatti resi accessibili attraverso i punti spesa e questi punti spesa potranno essere recuperati attraverso prodotti acceleratori (prevalentemente prodotti a marchio.)

In questo modo sarà possibile creare un circolo virtuoso tra benessere dei Soci, offerta commerciale e fidelizzazione.

Abbiamo chiesto a Martina quali sono, secondo lei, i punti di forza del suo progetto.

"Prima di tutto il progetto sviluppa e unisce due valori fondamentali della mission della Cooperativa: favorire e tutelare il benessere dei Soci partendo dalla valorizzazione e promozione del prodotto a marchio. L'altro aspetto importante è la forte vocazione alla fidelizzazione dei nostri Soci e clienti e infine la sua architettura modulare che permette a ogni Cooperativa, in base alle proprie esigenze e capacità di spesa, di decidere come e in quali aspetti investire".

LA GIURIA DEL COOP CONTEST

Una giuria di eccellenza quella che ha scelto fra i vari progetti, composta da undici dirigenti delle diverse Cooperative. Unicon Firenze era rappresentata dal nostro Direttore Marketing, Franco Cioni. Questa è la motivazione che ha accompagnato il progetto vincitore:

"Per l'originalità nello sviluppo dell'idea, la coerenza con i valori Coop, la qualità del lavoro, l'efficacia della presentazione, la sostenibilità economica e la possibilità di una realizzazione scalare e trasversale del sistema Coop, ricordando che la mission delle Cooperative si concretizza nel garantire il miglior prezzo e la salute dei propri Soci attraverso i prodotti".

IL PREMIO

I vincitori avranno la possibilità di fare un viaggio premio a Madrid nel prossimo autunno. Il viaggio prevede visite a realtà innovative della Grande Distribuzione Organizzata, nonché incontri con esperti sul tema della buona alimentazione e sulle nuove tendenze del mercato.

Da parte di Unicon Firenze vanno i complimenti a tutti i colleghi che hanno partecipato al Contest, perché ognuno di loro ha saputo con la propria professionalità e tanto entusiasmo dare un contributo importante e significativo, testimoniando come il futuro della Cooperativa sia strettamente legato alle persone, alla loro energia e alla voglia di farsi testimoni diretti dei valori che da sempre contraddistinguono la nostra Organizzazione.



Il gruppo vincitore insieme a Franco Cioni, Direttore Marketing di Unicon Firenze.

OTTIMI RISULTATI PER IL CROWDFUNDING SOLIDALE #PENSATICONILCUORE



FONDAZIONE
IL CUORE SI SCIOLGIE
ONLUS

Si è appena conclusa la terza fase dei progetti #PensaticonilCuore, la campagna di crowdfunding solidale della Fondazione il Cuore si scioglie.

I 5 progetti andati online nel periodo maggio/giugno hanno raggiunto l'obiettivo e saranno portati a compimento. Grazie al contributo di tanti è stato possibile realizzare:

- una casa accoglienza per donne vittime di violenza a Pistoia
- un giardino inclusivo per persone con disabilità a Lucca
- un'orchestra sociale per bambini ad Arezzo
- due laboratori artigianali per ragazzi in difficoltà a Villa Lorenzi a Firenze
- Il Bosco delle emozioni, un percorso sensoriale immerso nella natura per persone con disabilità a Vico D'Elsa

L'iniziativa, che ripartirà a settembre, nei primi sei mesi del 2018 ha consentito di sostenere 15 realtà del territorio con ottimi risultati, ottenuti anche grazie al supporto

delle Sezioni Soci di Unicoop Firenze:

- 15 progetti sostenuti
- 151 mila euro raccolti in crowdfunding
- 107 mila euro il contributo di co-finanziamento della Fondazione il Cuore si scioglie

Complessivamente con questa iniziativa la Fondazione il Cuore si scioglie ha messo a disposizione della solidarietà

toscana ben oltre 250 mila euro, che saranno utilizzati per aiutare chi è in difficoltà sul nostro territorio.



A cura dell'Ufficio Comunicazione Interna e Relazioni Risorse Umane

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



CONSIGLI E SUGGERIMENTI SONO I BENVENUTI. CONTATTACI E FACCI SAPERE LA TUA OPINIONE SUGLI ARGOMENTI TRATTATI.
ufficio.comunicazione.interna@unicopfirenze.coop.it