



unicoopfirenze

PER NOI CHE CI LAVORIAMO

N° 56

Febbraio/
Marzo
2019

QUALITÀ E CONVENIENZA SEMPRE DI CASA.



Ogni giorno i migliori prodotti ai prezzi più bassi.
Non temiamo confronti.

coop.fi

fiDARSI CONVIENE.

BUDGET 2019 E CAMPAGNA
SUI PRODOTTI A MARCHIO:
IL FUTURO È ORA

P. 03

UNA CONVENIENZA
CHE NON TEME
CONFRONTI

P. 07

“NEANCHE
UN IMBALLAGGIO
IN DISCARICA”

P. 10

PRODOTTO COOP:
LO ASSAGGIO
E LO RACCONTO

P. 15

IN PRIMO PIANO

DALLA PRESENTAZIONE DEL BUDGET 2019 AL CONSOLIDAMENTO DELLA CAMPAGNA SUI NOSTRI PRODOTTI A MARCHIO: IL FUTURO È ORA 03

I RISULTATI DELLA CAMPAGNA CONVENIENZA 2018 04

CAMPAGNA CONVENIENZA 2019: QUALITÀ E CONVENIENZA SEMPRE DI CASA 05

UNA CONVENIENZA CHE NON TEME CONFRONTI 07

L'INIZIATIVA

M'ILLUMINO DI MENO TORNA IL 1° MARZO 2019. 09

UNICOOP FIRENZE DONA OLTRE 2 MILIONI IN GENERI ALIMENTARI 12

RACCOLTA ALIMENTARE 13

L'IMPEGNO DELLE LAVORATRICI DI CASCINA PER I MONTI PISANI 14

LO ASSAGGIO E LO RACCONTO 15

I RISULTATI DEGLI ULTIMI ASSAGGI SUI PRODOTTI A MARCHIO 17

L'APPROFONDIMENTO

"NEANCHE UN IMBALLAGGIO IN DISCARICA" 10

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

RIBASSATI COOP: LEGUMI BIO VIVI VERDE COOP 18
IL FRUTTO DI STAGIONE: IL MANDARINO TARDIVO DI CIACULLI

DALLA PRESENTAZIONE DEL BUDGET 2019 AL CONSOLIDAMENTO DELLA CAMPAGNA SUI NOSTRI PRODOTTI A MARCHIO: IL FUTURO È ORA

Ne parliamo con il Vicepresidente del Consiglio di Gestione e Direttore Merci, Giovanni De Nitto.

Nello scorso numero del Myunicoop cartaceo abbiamo analizzato il contesto economico-sociale che dovremo affrontare quest'anno e i valori da mettere in campo per vincere anche questa nuova e stimolante sfida.

Le stesse tematiche sono state trattate dal 5 al 7 febbraio durante gli incontri tenuti per la presentazione del budget 2019 da parte del Consiglio di Gestione al gruppo dirigente della Cooperativa.

ci spinge a proseguire con fiducia il cammino intrapreso.

LE LINEE GENERALI PER IL FUTURO

Le nostre linee generali dovranno sempre mettere al primo posto la soddisfazione del Socio e del cliente. Nel farlo alcuni aspetti sono essenziali:

- Conoscere sempre meglio i nostri Soci, i loro comportamenti d'acquisto e bisogni
- Agire in coerenza con i nostri valori: qualità, sicurezza/salute, ambiente e territorio
- Accrescere ancora di più il nostro ruolo identitario di tutela del potere d'acquisto
- Premiare il Socio fedele

L'ESSENZA DEL BUDGET 2019

I temi portanti nel 2019 saranno gli stessi che la Cooperativa ha seguito per attuare il profondo cambiamento dello scorso anno:

- Rafforzamento nella nostra leadership nei prezzi
- Razionalizzazione dell'attività promozionale
- Maggiore evidenza dei valori contenuti nella nostra missione
- Maggiore protagonismo dei lavoratori della Cooperativa

Lo stravolgimento del mercato che stiamo vivendo, frutto di un più generale mutamento della società, ha cambiato comportamenti d'acquisto, quantità e qualità dei consumi. La volontà di Unicoop Firenze è quella di essere protagonista di questo cambiamento, adeguando formati, politiche e diventando sempre più efficiente in questo nuovo contesto. La valutazione complessiva dei risultati ottenuti nel 2018 dalla Cooperativa

QUALITÀ E CONVENIENZA SEMPRE DI CASA

La dimostrazione tangibile di quello che siamo e vogliamo essere è il nostro prodotto a marchio, che dal 4 ottobre scorso è protagonista dell'iniziativa "Ancora più convenienti". Gli oltre 700 prodotti ribassati confermano il nostro importante ruolo sociale, che, come sappiamo, non è seguire il profitto, ma difendere gli interessi dei più deboli.

In questi mesi dovremo continuare a evidenziare il ribasso dei prodotti e al tempo stesso la loro qualità: sia la convenienza che il rapporto prezzo-qualità dei nostri

prodotti a marchio non temono confronti. La Cooperativa aumenterà i controlli sul prodotto a marchio proprio per assicurare che questo connubio non manchi mai. Qualità da intendere quindi come bontà, ma anche sicurezza, senza dimenticare quello che il nostro prodotto a marchio garantisce, come il rispetto dei produttori, la tutela della salute dei consumatori e l'attenzione verso l'ambiente e il territorio.



Il consolidamento di questa campagna sulla convenienza ha preso il via il 21 febbraio e il nuovo messaggio principale è: "QUALITÀ E CONVENIENZA SEMPRE DI CASA". Come nella prima fase, saranno coinvolti tutti i media: dai quotidiani alle affissioni esterne, dalla tv alla radio. Anche se come ricordato al lancio di questa nuova politica dal Presidente del Consiglio di Gestione, Michele Palatresi, la modalità di comunicazione più efficace rimane il passaparola e la relazione con i nostri Soci. Per questo il ruolo del punto vendita è decisivo: la nostra prima forma pubblicitaria deve passare attraverso le persone e quindi tutti noi lavoratori.

Con questa campagna infatti affrontiamo tutti insieme il futuro, consapevoli dell'importanza del ruolo che ognuno di noi ricopre, avendo piena fiducia in quello in cui abbiamo sempre creduto, che è anche ciò che da sempre ci contraddistingue.

Fino al 6 marzo 2019

Fior Fiore Coop, l'eccellenza al giusto prezzo.

€ **4,70** **+200 punti**

invece di € 8,70

**OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA
FIOR FIORE COOP**
1 litro - non filtrato - 100% italiano



I RISULTATI DELLA CAMPAGNA CONVENIENZA 2018



Fin dall'inizio della campagna, il 4 ottobre 2018, il prodotto Coop ha avuto un andamento molto positivo.

Gli oltre 700 prodotti ribassati sono cresciuti infatti del 23,5% a valore e del 56% a volume: ciò ha comportato un **risparmio stimato** per i nostri Soci e clienti, e quindi anche per tutti noi lavoratori che facciamo la spesa nei nostri punti vendita, di **oltre 3 milioni di euro**.

Alcune nostre linee come Bene.sì e Vivi Verde hanno registrato una forte crescita a volume d'acquisto; la nostra politica ha quindi consentito una maggiore accessibilità di questi prodotti a tutti.

Tra i prodotti più venduti troviamo generi di consumo quotidiano, segno che il nostro operato ha un impatto notevole su tutte quelle persone che fanno la spesa da noi.

I NOSTRI 10 PRODOTTI A MARCHIO PIÙ VENDUTI:



4° Uova

5° Candeggina

6° Tovaglioli

7° Sale

8° Sacchetti immondizia

9° Asciugatutto

10° Petto di pollo

I PRIMI 10 PRODOTTI CHE HANNO TOTALIZZATO OLTRE 1 MILIONE DI EURO DI RISPARMIO IN QUESTI PRIMI TRE MESI SONO:



4° Bresaola della Valtellina IGP

5° Sovracosce di pollo

6° Speck affettato

7° Carta igienica

8° Asciugatutto

9° Edamer affettato

10° Olio extra vergine biologico

CAMPAGNA CONVENIENZA 2019: QUALITÀ E CONVENIENZA SEMPRE DI CASA

"Qualità e convenienza sempre di casa" è il messaggio che contraddistingue la nuova campagna di comunicazione. Il suo obiettivo principale è quello di rimarcare il nostro primato di convenienza e allo stesso tempo l'ottimo rapporto qualità-prezzo del prodotto a marchio Coop.

LA COMUNICAZIONE IN NEGOZIO SI RINNOVA

Oltre al nostro fondamentale contributo come ambasciatori d'insegna, ecco alcuni cambiamenti pratici che la Direzione Marketing ha messo in atto per veicolare questo messaggio in negozio:



Il nuovo nano stopper verrà inserito su tutti i prodotti confezionati alimentari (compreso chimica, frutta secca, 4^a gamma e carni bianche) e recita "Buono e Conveniente". Sparisce ovunque nei nostri punti vendita lo stopper "Costo meno".



La comunicazione sul prodotto dovrà esprimere al meglio il concetto di qualità al miglior prezzo. Anche le testate verranno personalizzate con dei crowner specifici.



IL DÉPLIANT SI RINNOVA

Le attività promozionali punteranno molto sui prodotti a marchio e verrà valorizzata la fedeltà del Socio, con l'introduzione di meccaniche promozionali volte a premiarlo.

Nei nuovi dépliant troveremo:

- Un prodotto Coop in copertina, con una meccanica Spendì Punti riservata ai Soci.
- La presenza di circa 9-10 prodotti Coop raccolti in una pagina che esprime tutta la nostra convenienza.
- Ulteriori 20 prodotti Coop del dépliant saranno prodotti RaccogliPunti. Tra questi, 2 prodotti saranno i protagonisti delle ricette per le degustazioni delle vendite propositive.
- Per ogni collezionamento saranno dedicati circa 10 prodotti Coop che erogano Bollini Sprint.
- Scegli Tu sulle linee PAM industriali.



UNA CONVENIENZA CHE NON TEME CONFRONTI

A cura del Direttore Marketing Franco Cioni.

Tutti parlano di convenienza, di prezzi bassi, noi li pratichiamo tutti i giorni.

Come recita il nostro slogan:
OGNI GIORNO LA MIGLIORE QUALITÀ AI PREZZI PIÙ BASSI. NON TEMIAMO CONFRONTI.

Ma, appunto, non basta enunciarlo: la nostra identità di Cooperativa di consumatori ci impone **coerenza** e **trasparenza**.

Abbiamo così deciso di confrontare i prezzi dei nostri prodotti Coop con quelli di uno degli attuali concorrenti più importanti: **Conad**.

Ci siamo confrontati con quelli da loro più pubblicizzati per la difesa del potere d'acquisto delle famiglie: i famigerati "Bassi e Fissi" continuamente pubblicizzati su tutti i media con lo straordinario impegno di tenerli fermi fino alla fine di aprile!

Abbiamo selezionato i **prodotti con le stesse prestazioni e di pari formato** (quantità contenute nella confezione), prendendo le informazioni per il confronto sul sito ufficiale di Conad: www.conad.it (data di consultazione 15 febbraio 2019).

Abbiamo trovato 96 prodotti confrontabili. Per l'acquisto di una confezione di ciascun prodotto, il consumatore presso un punto vendita Conad (stando ai prezzi pubblicati) spende **126,40 euro**. La stessa spesa nei negozi Uniconop Firenze (dai minimercati ai grandi supermercati il prezzo è uguale) costa **109,54 euro**, con un **risparmio di 16,89 euro pari al 13,3%**. Di questi 96, abbiamo scelto e confrontato 34 prodotti significativi di una spesa quotidiana. Consulta la tabella nella pagina seguente per scoprire il risultato!

Aggiungiamo due considerazioni:

1. I nostri prezzi "vengono da lontano". Nessuno è stato cambiato dalla fine dello scorso anno, gran parte di questi sono in vigore dal 4 ottobre 2018 ("Ancora più convenienti"), alcuni particolarmente importanti come la pasta e la farina risalgono al 2017.
2. Non ci siamo posti limiti di durata: se non ci saranno sconvolgimenti sui mercati delle materie prime, questi prezzi saranno sicuramente mantenuti e, se ce la facciamo, ulteriormente ribassati.

Le qualità salutistiche e nutrizionali degli ingredienti, il controllo di filiera e del percorso etico dei prodotti Coop non sempre sono presenti, o almeno dichiarati, nei prodotti del concorrente che abbiamo confrontato.

Ricordiamo, tra l'altro, l'assenza di olio di palma, il "senza uso di antibiotici", la certificazione etica SA8000.



Nella tabella riportiamo il confronto puntuale con 34 prodotti di diverse merceologie che sono tra i più ricorrenti nella spesa dei consumatori. Il risultato del confronto è analogo: il risparmio acquistandoli da noi è del 14,90%.

I nostri prezzi sono più bassi per 33 dei 34 prodotti confrontati. L'unico prezzo uguale è quello dell'acqua minerale... se usi l'acqua del rubinetto risparmi tu e l'ambiente.

Ora sta a tutti noi lavoratori prendere visione con orgoglio di questi dati e diffonderli ai nostri Soci e clienti proprio perché "non temiamo confronti".

PRODOTTI COOP.FI	PREZZO COOP.FI	PREZZO CONAD	PRODOTTI CONAD
Caffè COOP Bar espresso macinato - 2x250 g	3,10 €	4,75 €	Caffè Qualità Bar CONAD - conf. 2x250 g
Farina 00 COOP 100% italiana - 1 kg	0,34 €	0,49 €	Farina CONAD tipo "00" - 1 kg
Fette biscottate integrali COOP - 645 g	1,24 €	1,68 €	Fette biscottate CONAD integrali - 645 g
Biscotti frollini panna COOP - 800 g	1,40 €	1,80 €	Frollini CONAD con panna - 800 g
Croissant zuccherati COOP Senza olio di palma - 240 g	0,90 €	1,15 €	Cornetti di pasta sfoglia CONAD - conf. da 6 pezzi - 240 g
Pane 8 cereali COOP - 400 g	0,59 €	0,75 €	Pane 8 Cereali Conad - 400 g
Riso Ribe parboiled COOP - 1 kg	1,25 €	1,39 €	Riso Parboiled Conad - 1 kg
Spaghetti n. 5 COOP - 500 g	0,38 €	0,39 €	Spaghetti Conad n. 5 - 500 g
Passata COOP brick - 500 g	0,42 €	0,49 €	Passata di pomodoro CONAD classica brick - 500 g
Tonno naturale COOP - 3x80 g	1,89 €	2,09 €	Tonno CONAD al naturale - conf. 3x80 g
Bevanda alla frutta ACE COOP - 1 litro	0,80 €	1,00 €	Bevanda CONAD Ace - 1 litro
Acqua naturale COOP - 1,5 litri	0,23 €	0,23 €	Acqua CONAD minerale naturale - 1,5 litri
Crocantini per gatti COOP ma/feg/ver. - 400 g	0,75 €	0,79 €	Crocantini per gatti Fufi CONAD manzo fegato e verdure - 400 g
Candeggina COOP - 2,5 litri	0,70 €	0,99 €	Candeggina CONAD classica - 2,5 litri
Ricarica sgrassatore Marsiglia COOP - 750 ml	0,89 €	0,99 €	Ricarica sgrassatore Marsiglia CONAD - 750 ml
Asciugatutto maxiroli COOP - 2 pezzi	1,25 €	1,50 €	Asciugatutto CONAD - 2 pezzi
Tovaglioli COOP monovelo - 160 pz	0,95 €	1,10 €	Tovaglioli monovelo CONAD - 160 pezzi
Carta igienica maxiroli COOP 500 - 4 pezzi	1,79 €	1,98 €	Carta igienica CONAD - 2 veli - 4 pezzi
Assorbenti COOP ultra extralungo con ali - 10 pezzi	1,09 €	1,20 €	Assorbenti Ultra notte con ali CONAD ripiegati - 10 pezzi
Fazzoletti carta tascabili COOP - 4 veli 9x30 pezzi	1,90 €	1,99 €	Fazzoletti conad 4 veli 9x30 pezzi
Salviettine detergenti per bambino COOP - 72 pezzi	1,47 €	1,50 €	Salviettine detergenti Baby CONAD delicate - 72 pezzi
Spinaci foglia cubetti COOP - 1 kg	1,62 €	1,89 €	Spinaci in foglia CONAD in cubetti - 1 kg
Bastoncini merluzzo 18 pezzi COOP - 450 g	2,39 €	2,69 €	Bastoncini di merluzzo CONAD impanati - 18 pezzi - 450 g
Gelati cono alla panna COOP 6 pezzi - 450 g	2,20 €	2,25 €	Coni gelato CONAD panna - 6 pezzi - 450 g
Tortelloni ricotta e spinaci COOP - 250 g	0,99 €	1,49 €	Tortelloni CONAD ricotta e spinaci 250 g
Fettine COOP - 400 g	1,47 €	1,99 €	Finette CONAD 16 fette - 400 g
Yogurt intero bianco COOP - 2x125 g	0,52 €	0,64 €	Yogurt intero i Cremosi CONAD bianco naturale - 2x125 g
Crescenza COOP vaschetta - 100 g	0,60 €	0,72 €	Crescenza CONAD - 100 g
Latte parzialmente scremato microfiltrato COOP - 1 litro	0,88 €	0,99 €	Latte Più Tempo CONAD microfiltrato pastorizzato parzialmente scremato - 1 litro
Uova fresche da galline allevate a terra COOP - 10 pezzi	1,79 €	1,89 €	Uova fresche CONAD Percorso Qualità - 10 pezzi
Pancetta affumicata a cubetti COOP - 200 g	1,89 €	1,99 €	Pancetta a cubetti CONAD affumicata - 200 g conf. da 2 pezzi
Mozzarella COOP - 3x125 g	1,89 €	1,99 €	Mozzarella CONAD - 3x125 g
Grana Padano grattugiato COOP - 100 g	1,15 €	1,19 €	Grana Padano DOP CONAD grattugiato - 100 g
Rucola COOP - 125 g	1,20 €	1,29 €	Rucola CONAD Percorso Qualità - 125 g
TOTALE	41,92 €	49,26 €	TOTALE

-7,34 euro per Unicoop Firenze, ovvero un risparmio del 14,90% a nostro favore

M'ILLUMINO DI MENO TORNA IL 1° MARZO 2019.



La scorsa edizione, la riduzione dell'illuminazione nei nostri punti vendita ha comportato un risparmio complessivo di 1.100 kWh, equivalente al 60 % del consumo annuo di una famiglia.



Come ogni anno, Unicoop Firenze parteciperà all'iniziativa "M'illumino di meno" riducendo l'illuminazione nei propri punti vendita dalle 18 alle 20 di venerdì 1° marzo. La Cooperativa continua inoltre a promuovere l'utilizzo di luci a led con il conseguente abbandono dei sistemi di illuminazione tradizionale.

Quest'anno, oltre che al risparmio energetico, la giornata è dedicata all'economia circolare. L'imperativo è riutilizzare i materiali, ridurre gli sprechi, allontanare "il fine vita" delle cose. Perché le risorse finiscono, ma tutto si rigenera: bottiglie dell'acqua minerale che diventano maglioni, carta dei giornali che ritorna carta dei giornali, una vaschetta di polistirolo che si trasforma in una cornetta del telefono. L'economia circolare è una buona, anzi ottima, pratica sostenibile: dà alle cose una seconda opportunità, poi una terza e altre ancora. La bellezza del senza fine: tutto, rigenerandosi, può diventare altro.

Ogni giorno tutti noi lavoratori dobbiamo impegnarci nella diffusione e nell'implementazione di buone pratiche ambientali per essere parte attiva di questo cambiamento.

“NEANCHE UN IMBALLAGGIO IN DISCARICA”

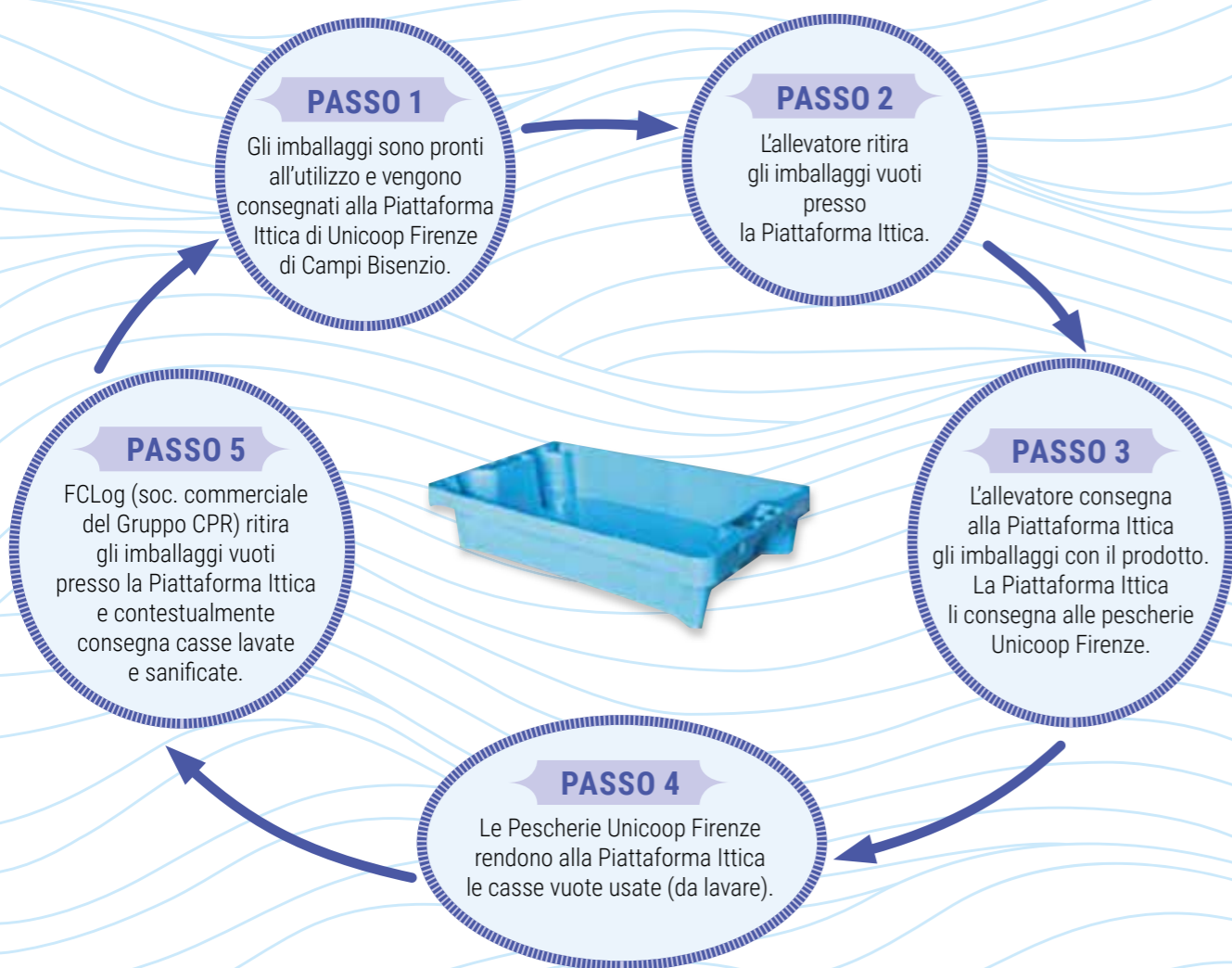
Il Reparto Pescheria continua il progetto per ridurre al minimo il suo impatto ambientale.

In un precedente numero del Myunicop cartaceo vi avevamo parlato dell'importante progetto, iniziato a maggio del 2017, che affrontava il problema delle cassette in polistirolo del Reparto Pescheria. Il 60% dei rifiuti indifferenziati di Unicoop Firenze era rappresen-

tato dagli 810.000 imballaggi in polistirolo di tale Reparto. L'imballaggio ittico non veniva riciclato per diversi motivi, come ad esempio la contaminazione da residui organici del pesce, una percezione olfattiva di difficile rimozione e una costosa movimentazione per

recuperare bassi quantitativi di materiale. La soluzione trovata, insieme alla Cooperativa CPR System, furono delle cassette di materiale plastico riutilizzabili a circuito chiuso. Il grafico qui sotto ci mostra nello specifico come funziona ancora oggi tale progetto.

COME FUNZIONA IL CIRCUITO CPR SYSTEM



I fornitori toscani furono i primi coinvolti nell'iniziativa, mentre per quanto riguardava i fornitori esteri restava il problema del riciclo del polistirolo. Il pesce infatti ha un alto valore unitario, ma i volumi non sono come quelli dell'ortofrutta. Per questo motivo c'è meno interesse a risolvere questo problema da parte dei fornitori europei.

Questo processo iniziato qualche anno fa potrebbe avere risvolti ancora più positivi grazie a un nuovo progetto attualmente in fase di test nei punti vendita dell'area pisana. Abbiamo incontrato nuovamente Carlo Calusi, Business Manager Carni e Pescheria e Nicola Fredducci, Assistente Energia e Risorse Ambientali, per farci raccontare la situazione attuale della lotta al polistirolo del Reparto Pescheria.

GLI IMBALLAGGI IN PLASTICA E LA COLLABORAZIONE CON CPR SYSTEM



“Il progetto con CPR System sta andando avanti con successo, lo scorso anno siamo arrivati a utilizzare oltre 240.000 cassette in plastica, che rappresentano circa il 30% del totale. L'obiettivo è quello di arrivare a 300.000 cassette nel 2019, che rappresenterebbero circa il 40% delle cassette utilizzate dal Reparto Pescheria” afferma Carlo Calusi. “Fin da subito ho avuto l'impressione che questo progetto si potesse diffondere velocemente anche a livello nazionale, visto l'incredibile impatto positivo che questa iniziativa può avere a livello ambientale”.

Per farci raccontare lo stato dell'operazione a livello nazionale, abbiamo raggiunto telefonicamente Lorenzo Soriani di CPR System. “Stiamo effettuando dei test per quanto riguarda la salvaguardia del prodotto anche tra fornitori e punti vendita lontani tra loro a livello nazionale” ci ha detto. “L'idea di Coop Italia sarebbe quella di estendere il progetto anche alle altre Cooperative. Il problema principale sono le diversità tra una Cooperativa e l'altra, ad esempio le stesse cassette non hanno sempre le stesse misure”.

Per quanto riguarda la qualità Calusi sottolinea: “Non è stata ricevuta nessuna lamentela su questa tematica, anzi abbiamo trasformato quella che poteva essere una criticità di tenuta in un miglioramento. Adesso il pesce sta a contatto ancora di più con il ghiaccio. Possiamo dire che questo progetto ci ha costretti a lavorare meglio. Basti pensare che siamo partiti in una delle estati più calde e non sono stati riscontrati problemi”.



LE RESTANTI CASSETTE IN POLISTIROLO

“Con gli imballaggi in plastica eravamo coscienti che avremmo risolto fin da subito una parte del problema nella maniera più brillante, in fondo il miglior modo per non inquinare è non fare rifiuti” osserva Nicola Fredducci. “Allo stesso tempo però abbiamo continuato a lavorare sottotraccia per risolvere anche il problema delle restanti cassette; così abbiamo trovato una società danese, che nonostante i grossi costi che comporta il dover riciclare il polistirolo, è interessata all'acquisto di questo materiale per farlo diventare plastica vergine. Il nostro polistirolo potrà così essere riutilizzato per la realizzazione di molti degli strumenti della vita quotidiana che ci circondano”.

“A Bruxelles ho visto questa società danese che presentava un macchinario in grado di togliere l'aria dal polistirolo espanso e trasformarlo in plastica vergine. Ho subito pensato potesse fare al caso nostro e infatti si sono immediatamente dimostrati interessati al nostro progetto” ricorda Calusi.

“Attualmente il progetto è in fase di test nell'area pisana: i punti vendita coinvolti non

stanno conferendo neanche una cassa in discarica. Abbiamo addirittura dimezzato l'impatto generale in discarica o in termovalorizzatore di un nostro superstore” afferma Fredducci.



IL TRASPORTO DEL POLISTIROLO IN DANIMARCA

“A oggi, la soluzione che abbiamo ritenuto più idonea è raccogliere gli imballaggi e conferirli in un unico punto di raccolta, ovvero un impianto esterno di trattamento rifiuti, in grado di compattare le cassette per diminuirne il volume e facilitarne così le spedizioni transfrontaliere, rendendo sostenibile il trasporto in Danimarca”.

“È chiaro, non c'è niente di più facile di usare delle cassette in polistirolo e poi buttarle senza porsi il problema. Ma andrebbe contro tutto ciò in cui crediamo” conclude Calusi. “Considerate le 810.000 cassette che annualmente si utilizzano nel Reparto Pescheria, stiamo parlando potenzialmente di 240 tonnellate di polistirolo che non diventerebbero rifiuto grazie a questi progetti. Se non è una dimostrazione concreta questa...”.

UNICOOP FIRENZE DONA OLTRE 2 MILIONI IN GENERI ALIMENTARI

Come riportato da un articolo su "La Repubblica Firenze", nello scorso anno Unicoop Firenze ha donato oltre 2 milioni di euro in generi alimentari a più di 100 associazioni sul territorio. Questi dati sono il risultato del progetto nazionale "Buon Fine", a cui la nostra Cooperativa aderisce da ormai 15 anni.

La tipologia dei generi alimentari raccolti spazia dagli alimentari duri, come scatole, bibite e salse, ai freschi e freschissimi, come carni, ortofrutta, salumi e latticini a libero servizio, fino a quelli della forneria, della gastronomia e della rosticceria.

La fase di raccolta e conservazione deve seguire precise linee guida; in quest'ottica l'impegno di chi lavora in punto vendita è fondamentale e questi risultati lo dimostrano.



NEI SUPERMERCATI DI UNICOOP FIRENZE

FONDAZIONE IL CUORE SI SCIoglie ONLUS

in collaborazione con **uniconfirenze**

del 06 Febbraio 2019

coop ASSOCIAZIONE NAZIONALE COOPERATIVE DI CONSUMATORI (ANCC-COOP)

la Repubblica Firenze

estratto da pag. 4

CIBO SPRECATO LA BATTAGLIA DI UNICOOP

Andrea Bulleri
Maria Cristina Carrati
Nel 2018 Unicoop Firenze ha donato oltre 2 milioni di euro di generi alimentari a più di 100 associazioni sul territorio. Il dato è stato diffuso in occasione della Giornata nazionale contro lo spreco alimentare, tema su cui la **coop** è impegnata da anni.

pagina IV

La solidarietà

Giornata contro lo spreco di cibo Unicoop dona 2 milioni in alimenti

Il bilancio di un anno: cento associazioni di volontari ritirano le derrate nei 73 punti vendita per distribuirle ai bisogni della Toscana



Cibo gettato nell'immondizia: molto può essere recuperato

Sono tanti i prodotti che per qualche ragione devono essere tolti dagli scaffali di un supermercato. Alimenti ancora perfettamente commestibili, che però rischiano di finire nella pattumiera perché non più "attraenti" per chi fa la spesa. E sono proprio generi alimentari come questi, sia freschi che confezionati, che Unicoop Firenze ha scelto di donare alle associazioni di volontariato del territorio: merce per un valore pari a più di 2 milioni e 245 mila euro, nel solo 2018. Gli ultimi risultati del progetto "Buon Fine", al quale la cooperativa di supermercati aderisce da 15 anni, sono

stati illustrati ieri, in occasione della giornata nazionale contro lo spreco alimentare. Negli ultimi dodici mesi, da 73 punti vendita **Coop** della Toscana sono partiti alimenti destinati a più di cento associazioni di volontariato, come Caritas, Misericordie, pubbliche assistenze e parrocchie. Non solo pasta, pane e scatolette, ma anche i prodotti già pronti di gastronomia e rosticceria, o almeno quelli più a facilmente rigenerabili: lasagne, cannelloni, polli e verdure cotte. Alimenti che a sera vengono riposti negli abbattitori dal personale del supermercato, per poi essere consegnati la matti-

na ai volontari delle mense per gli indigenti. «Un lavoro che non sarebbe possibile senza una rete di volontariato presente e attiva come quella toscana», spiega Claudio Vanni, di Unicoop Firenze. Un progetto, quello delle donazioni delle eccedenze alimentari, che per la cooperativa non è senza costi: «Servono tempo ed energie, anche solo per compilare le bolle d'accompagnamento - chiarisce Vanni - ma crediamo che i nostri dipendenti si sentano gratificati a lavorare in un'azienda che investe su certi valori. E poi in questo modo teniamo sotto controllo gli sprechi, cercando di ridurli».

La raccolta alimentare è aperta a ogni associazione, a patto che si impegni a rispettare i criteri in fatto di igiene e sicurezza alimentare stabiliti nel protocollo con le Asl territoriali. Un impegno che si accompagna alle due raccolte annuali di Banco alimentare organizzate nei punti vendita. E che riguarda anche chi fa la spesa: per aiutare i clienti a non sprecare, ieri sul sito Unicoop è stato caricato un video con i consigli di riuso firmati dallo chef Fabio Picchi.

Alimenta la solidarietà RACCOLTA ALIMENTARE

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



Aiuta anche tu chi ha più bisogno!

Ecco l'elenco dei prodotti che potrai donare a Caritas e alle Associazioni del territorio

- OLIO DI OLIVA
- OLIO DI SEMI
- LATTE A LUNGA CONSERVAZIONE
- OMOGENEIZZATI
- PANNOLINI
- FARINA
- RISO
- PASTA
- BISCOTTI
- FETTE BISCOTTATE
- CAFFÈ
- MARMELLATE
- POMODORI PELATI
- ZUCCHERO
- CARNE IN SCATOLA
- TONNO IN SCATOLA
- LEGUMI IN SCATOLA
- PRODOTTI IGIENE PERSONALE

CONDIVIDIAMO
Alimenta la solidarietà

L'IMPEGNO DELLE LAVORATRICI DI CASCINA PER I MONTI PISANI

Qualche mese fa è stata promossa la raccolta fondi "Gli Occhi del Bosco" per finanziare il progetto di videosorveglianza nei luoghi del Monte Pisano pesantemente colpiti dagli incendi dello scorso anno. Come abbiamo visto, l'obiettivo è quello di realizzare un impianto di videosorveglianza mediante l'installazione di otto videocamere ad alta risoluzione interconnesse tra loro e con la sala operativa della Protezione Civile.

Le lavoratrici di Cascina hanno voluto essere parte attiva di questo progetto e si sono impegnate nella realizzazione di un calendario benefico per sostenere questa raccolta fondi. L'idea è venuta a una collega addetta alle casse ed è stata subito accolta positivamente dalle altre lavoratrici del reparto. La Direttrice di Cascina, **Stefania Coppola**, ha coinvolto la sezione Soci e il Coordinatore d'Area Soci, **Daniele Lanini**, che si sono impegnati affinché questo progetto si concretizzasse.

Così una sera, a negozio chiuso e fuori dall'orario di lavoro, le nostre colleghe si sono fermate in punto vendita per fare qualche scatto e successivamente scegliere quello più idoneo da destinare al calendario. Ma il loro impegno non si è fermato qui, infatti **sempre fuori dall'orario di lavoro si sono adoperate nella vendita del calendario stesso.**

Il risultato ottenuto è stato molto positivo. Nel giro di poco tempo i 100 calendari stampati sono stati venduti al costo di cinque euro l'uno. Cascina ha potuto destinare così tale somma alla rinascita dei Monti Pisani. Visto il successo ottenuto, il calendario è stato ristampato in modo da destinare ancora altri ricavi al progetto.



La somma raccolta dalle lavoratrici di Cascina va ad aggiungersi agli oltre 18.000 euro raccolti in questi mesi.

LO ASSAGGIO E LO RACCONTO

Il progetto relativo all'assaggio del prodotto a marchio da parte dei lavoratori è strategico per la Cooperativa. Scopriamo com'è andata l'iniziativa nel 2018 e quali novità riserva per il futuro.

Com'è stato evidenziato nella relazione di budget 2019, il prodotto a marchio Coop ha un ruolo centrale nella strategia della Cooperativa: deve essere in grado di esprimere i valori di qualità, sicurezza, ecosostenibilità e miglior rapporto qualità/prezzo presente sul mercato.

L'Ufficio Qualità e l'Ufficio Comunicazione Interna della Cooperativa, su input della Direzione Marketing, hanno sviluppato una serie di iniziative nei confronti dei lavoratori, finalizzate a coinvolgere, ingaggiare e aumentare il loro livello di conoscenza sul prodotto a marchio e sulle iniziative strategiche della Cooperativa.

Un lavoratore informato è un lavoratore consapevole, in grado di raccontare al consumatore il valore della nostra offerta commerciale.

L'assaggio del prodotto a marchio è molto importante perché è un vero e proprio strumento di valorizzazione dei lavoratori: hanno la possibilità di conoscere il prodotto, le sue caratteristiche e far da passaparola nei confronti degli altri colleghi, dei clienti e, nella vita privata, degli amici e familiari.

Rosella Rocchi, Responsabile Qualità di Unicon Firenze, evidenzia l'importanza di questo progetto e degli obiettivi legati al prodotto Coop: "I test svolti hanno un duplice ruolo: quello di **monitoraggio**, perché i prodotti testati sono referenze già in vendita e devono essere controllati per garantire standard organolettici sempre alti, e quello **conoscitivo**, per permettere a chi partecipa ai test di conoscere prodotti nuovi, oppure far conoscere



prodotti legati a progetti specifici portati avanti dalla Cooperativa, per esempio come nel caso di *Alleviamo la salute*".



La comunità degli assaggiatori conta più di 1.200 lavoratori, di cui l'85% proviene dai punti vendita, il restante dalle sedi e dai magazzini. È intenzione della Direzione Persone e Direzione Merci aumentarne il numero, data la valenza strategica del ruolo dei lavoratori.



La comunità degli assaggiatori è molto attiva. Per ogni prodotto sottoposto a test rispondono ai questionari di gradimento on line più di 500 dipendenti.

Nel 2018 sono stati valutati 15 prodotti Coop. Tutte le analisi, i commenti e le osservazioni inserite nel questionario dagli "assaggiatori" sono sottoposte all'attenzione del controllo qualità di Unicon Firenze e di Coop Italia per apportare eventuali modifiche e/o miglioramenti.

I PRODOTTI CHE HANNO OTTENUTO IL PUNTEGGIO PIÙ ALTO DI GRADIMENTO

1° posto  **6 UOVA GRANDI EXTRA FRESCHE ITALIANE ORIGINE COOP - da galline allevate a terra senza uso di antibiotici** 
soglia raggiunta di 7,7 su 9 punti totali e 487 risposte.

2° posto  **VELLUTATA CON ZUCCA COOP surgelata** 
soglia raggiunta pari a 7,4 su 9 punti e 292 risposte.

3° posto  **PIZZA CON MOZZARELLA DI BUFALA CAMPANA FIOR FIORE COOP - surgelata** 
soglia raggiunta pari a 7,3 su 9 punti e 587 test completati.

I TEST BLIND

Nel 2018 è stato sperimentato il "blind" (confronto fra due o più prodotti al buio), un test di gradimento eseguito per alcuni prodotti, coinvolgendo direttamente i dipendenti sia della sede sia dei punti vendita.



LE VENDITE PROPOSITIVE E L'INGAGGIO DEI LAVORATORI

In continuità con il 2018 verranno organizzati due eventi all'Auditorium di Scuola Coop, con lo scopo di informare circa 600 addetti di punto vendita sulle modalità di svolgimento delle vendite propositive.

Durante questi incontri verrà fatta informazione sul prodotto a marchio, sottolineandone la natura strategica per la nostra impresa.

Alcuni colleghi "assaggiatori" partecipano ai blind test organizzati in alcune sezioni Soci.



NOVITÀ DEL 2019

TEST DI ASSAGGIO SUI PRODOTTI LOCALI

Continua inoltre la campagna di ingaggio dei colleghi assaggiatori con alcune novità.

Con lo scopo di far conoscere la nostra missione di sostegno al territorio in cui

la Cooperativa è presente, nel 2019, oltre ai test sul prodotto a marchio Coop, verranno selezionati un elenco di prodotti locali, gestiti direttamente dalla Cooperativa, da inserire negli assaggi, con valutazione da parte del dipendente

tramite compilazione del questionario di gradimento. Anche in questo caso i prodotti possono essere nuovi o in vendita da tempo.

VUOI DIVENTARE UN DIPENDENTE ASSAGGIATORE?
ISCRIVITI INVIANDO UNA MAIL A infoassaggi@unicoopfirenze.coop.it

Per qualsiasi informazione rivolgiti all'ufficio comunicazione interna e relazioni RU, ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it - 055/4780820

Prestando il consenso entrerà a far parte della mailing list assaggiatori e riceverai nella tua posta elettronica privata le informazioni più importanti della Cooperativa direttamente dall'Ufficio Comunicazione Interna.

I RISULTATI DEGLI ULTIMI ASSAGGI SUI PRODOTTI A MARCHIO

GEL LAVASTOVIGLIE TUTTO IN 1 VIVI VERDE COOP - 40 lavaggi

Rimuove a fondo le incrostazioni più difficili anche senza prelavaggio. Tutto il ciclo produttivo viene eseguito nel rispetto dell'ambiente adottando le più rigide limitazioni nell'utilizzo di sostanze inquinanti e impiegando tensioattivi selezionati a elevato grado di biodegradabilità in diverse condizioni ambientali.



IL TEST

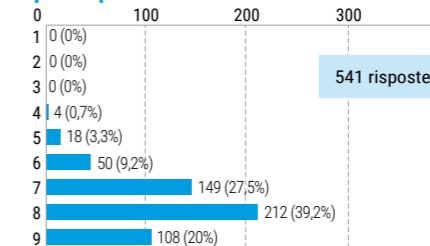
La referenza è stata provata da **541** persone:

422 donne e **119** uomini.

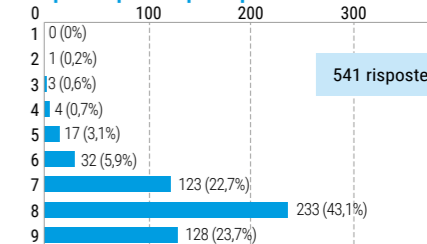
Il 76% dei rispondenti non conosceva il prodotto. Quasi il 60% non aveva mai provato il prodotto.

Come possiamo vedere dal grafico sottostante, il prodotto risulta complessivamente gradito. La scala va da 1 (estremamente sgradito) a 9 (estremamente gradito).

Come valuti complessivamente questo prodotto?



Quanto ti è piaciuto il lavaggio delle stoviglie dopo aver provato questo prodotto?



I commenti più ricorrenti

I commenti sono perlopiù molto positivi, ma si registrano alcune osservazioni relative alla profumazione, in complesso da rafforzare, e sul flacone ritenuto troppo "ingombrante".

Alcune considerazioni riguardano il packaging, non ben riconoscibile a scaffale.

TRAMEZZINO AL PROSCIUTTO COOP 140 g



IL TEST

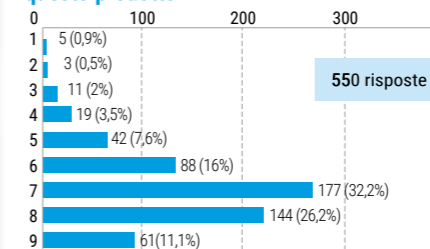
La referenza è stata assaggiata da **550** colleghi:

411 donne e **139** uomini.

Il 70% dei rispondenti conosceva questo prodotto. Il prodotto è complessivamente gradito.



Come valuti complessivamente questo prodotto?



I commenti più ricorrenti

In prevalenza i commenti sono relativi alla farcitura, ritenuta non adeguata, soprattutto ai bordi del prodotto.

Ricordiamo che tutte le analisi, i commenti e le osservazioni vengono sottoposti all'attenzione del controllo qualità di Unicoop Firenze e Coop Italia per apportare eventuali modifiche e/o miglioramenti.

Scopri l'Ortofrutta



STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



Agrumi in generale. Nello specifico arance rosse varietà Tarocco, Moro e Sanguinello, arance bionde Washington Navel, mandarini.



Kiwi



Pere

VERDURA

Cavoli in generale



Radicchi



Bietola



Spinaci



Carciofi



RIBASSATI COOP

Legumi bio Vivi verde Coop

I legumi biologici della linea Vivi verde Coop sono prodotti genuini che contengono un alto contenuto di proteine e fibre alimentari.

Ecco i ceci, le lenticchie e le diverse varietà di fagioli della linea:



€ 1,78
BUONO E CONVENIENTE
~~€ 1,95~~

LENTICCHIE MIGNON BIOLOGICHE VIVI VERDE COOP
500 g



€ 1,78
BUONO E CONVENIENTE
~~€ 1,98~~

FAGIOLI CANNELLINI BIOLOGICI VIVI VERDE COOP
500 g



€ 1,75
BUONO E CONVENIENTE
~~€ 1,80~~

CECI BIOLOGICI VIVI VERDE COOP
500 g



€ 2,28
BUONO E CONVENIENTE
~~€ 2,40~~

FAGIOLI BORLOTTI BIOLOGICI VIVI VERDE COOP
500 g



€ 1,78
BUONO E CONVENIENTE
~~€ 1,90~~

FAGIOLATA BIOLOGICA VIVI VERDE COOP
500 g



FRUTTO DI STAGIONE

Il mandarino tardivo di Ciaculli

"Gli alberi di mandarino tardivo di Ciaculli che attorniano la mia casa hanno accompagnato tutta la mia vita e hanno scandito le stagioni della mia infanzia con i loro profumi: dal profumo di zagara della fioritura, all'odore intenso e persistente dei frutti durante la raccolta, all'aroma della legna bruciata dopo la potatura".

Il mandarino tardivo di Ciaculli nasce in quella che una volta era chiamata la Conca d'Oro di Palermo per effetto di una mutazione spontanea del mandarino Avana, rilevata negli anni '40. Il termine "tardivo" deriva dal fatto che la maturazione di questo mandarino avviene solitamente tra febbraio e aprile, un po' in ritardo rispetto agli altri mandarini.

Il frutto è caratterizzato da un sapore intenso e dolce, per effetto di un elevato contenuto di saccarosio.

Questi mandarini sono di dimensioni medio-piccole, più turgidi, hanno un esocarpo più sottile e presentano pochi semi. L'apporto nutrizionale è caratterizzato da

un buon contenuto di vitamina C, carotenoidi, sali minerali.

Progressivamente, la coltura del Mandarino tardivo di Ciaculli si è estesa anche alla Piana di Catania.

IN CUCINA

Gelo di mandarino

Ingredienti per 6 porzioni:

- 1 kg di mandarini
- 1 limone
- 1 bicchiere d'acqua
- 50 g di zucchero
- 45 g di amido di mais



Preparazione

Tagliate i mandarini a metà, spremeteli nello spremi-agrumi e filtrate il succo ottenuto. Spremete anche il limone e aggiungete il succo a quello di mandarini. Esso conferisce al gelo di mandarini una nota di acidità che, se non vi piace, potete omettere. Versate il composto in un pentolino messo sul fuoco a fiamma bassa e aggiungete un bicchiere d'acqua e lo zucchero. Quando lo zucchero si sarà sciolto completamente, aggiungete l'amido di mais setacciato e mescolate per non farlo aggrumare. Mescolate il gelo di mandarino fino a quando non diventerà denso (un paio di minuti). Versate il gelo di mandarino nelle ciotole, lasciatelo raffreddare e conservatelo in frigo fino al momento di servirlo.



8
margò
Auguri
a tutte le donne
Festeggiamo oggi.
Ci impegniamo ogni giorno.

A cura dell'Ufficio Comunicazione Interna
e Relazioni Risorse Umane.

Seguici on line
www.myunicoop.coopfirenze.it



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