



unicoopfirenze

PER NOI CHE CI LAVORIAMO

N° 58

Aprile/
Maggio
2019

UNA SCELTA DI CAMPO

*Dalla filiera interamente toscana per il pane di produzione interna
all'economia circolare del pane del Mugello.*

Iniziativa dopo iniziativa, stiamo tutelando l'ambiente e il territorio che ci circonda.



**AL VIA IL CONCORSO
AMBIENTE**

P. 03

**DAL CHICCO AL BOCCALE:
UN ESEMPIO DI ECONOMIA
CIRCOLARE**

P. 08

**L'IMPEGNO DELLA
COOPERATIVA NELLA
PRODUZIONE DI
ORTOFRUTTA LOCALE**

P. 17

**ABBI CURA DI TE...
SEI UN'OPERA D'ARTE**

P. 20

IN PRIMO PIANO

AL VIA IL CONCORSO AMBIENTE 03

L'APPROFONDIMENTO

PRODOTTO A MARCHIO COOP, AMBIENTE E VENDITE PROPOSITIVE 05

DAL CHICCO AL BOCCALE: UN ESEMPIO DI ECONOMIA CIRCOLARE 08

IL NOSTRO PANE SALVAGUARDA TRADIZIONI E TERRITORIO 10

IL SUCCESSO DELLE NOSTRE INIZIATIVE 22

L'INIZIATIVA

I NOSTRI ADDETTI INSEGNANTI PER UN GIORNO 12

NOVITÀ NEL CATALOGO DI FIDELIZZAZIONE 2019/2020 14

GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO DA PARTE DEI COLLEGHI 15

ABBI CURA DI TE, SEI UN'OPERA D'ARTE 20

LA NOVITÀ

CEDOLINO ONLINE PER TUTTI I DIPENDENTI 18

NUOVE MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI ASSEGNO PER IL NUCLEO FAMILIARE 19

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

RIBASSATI COOP: INSALATE BIOLOGICHE VIVI VERDE COOP - LIMONE BIOLOGICO VIVI VERDE COOP PARLIAMO DI: EXTRAFRESCO. CONTINUA L'IMPEGNO DELLA COOPERATIVA NELLA PRODUZIONE DI ORTOFRUTTA LOCALE 16

AL VIA IL CONCORSO AMBIENTE

Regole, premi e il nostro impegno ambientale



CONCORSO "LA NATURA TI PREMIA"

Da sabato 4 maggio a mercoledì 5 giugno (Giornata mondiale dell'ambiente), in tutti i nostri punti vendita si terrà un concorso legato all'ambiente che permetterà di vincere oltre 600.000 premi. L'iniziativa, presentata sabato 4 maggio al Centro*Gavinana a Firenze con un flash mob e altre attività sempre legate al tema ambientale, verrà riproposta in altri centri commerciali Coop.fi nel corso del mese.

Gli obiettivi che vuole raggiungere la nostra Cooperativa con questo concorso sono:

- **Trasmettere** un valore imprescindibile di Unicoop Firenze come la tutela dell'ambiente
- **Sensibilizzare** Soci e clienti su temi importanti che riguardano la collettività e sulle azioni che possono modificare in positivo il nostro futuro
- **Fidelizzare** Soci e clienti al marchio Coop
- **Avvicinare** nuovi potenziali consumatori

COME PARTECIPARE AL CONCORSO?

Verrà consegnata in cassa al cliente una cartolina "La natura ti premia", stampata su carta per il 60% riciclata e per il 40% da fonti certificate FSC, così da rispettare l'ambiente. La cartolina permetterà o di vincere un premio immediato o di partecipare a un concorso online riservato ai soli Soci Coop.fi. I protagonisti delle cartoline sono ancora una volta Ugo Il Gufo Druido e Sergio Il Gabbiano Lercio, i personaggi disegnati da Makkox, che già abbiamo avuto modo di conoscere all'interno della Guida all'ecologia quotidiana.

Le cartoline, insieme ai bollini RV Roncato, verranno consegnate:

- ogni 20€ di spesa e multipli per scontrino unico
- ogni 2 prodotti Vivi verde Coop
- con i prodotti Sprint

Anche gli acquisti effettuati su Piùscelta concorrono alla consegna dei bollini e delle cartoline, con queste modalità:

- **Acquisti da BOX:** i bollini RV Roncato e le cartoline verranno consegnati all'emissione dell'ordine degli articoli
- **Acquisti da WEB e da TOTEM:** i bollini RV Roncato e le cartoline verranno consegnati al momento del ritiro della merce.

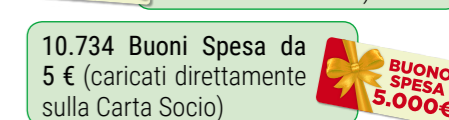
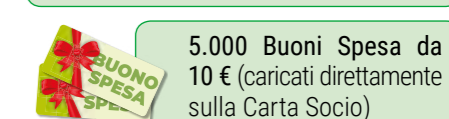
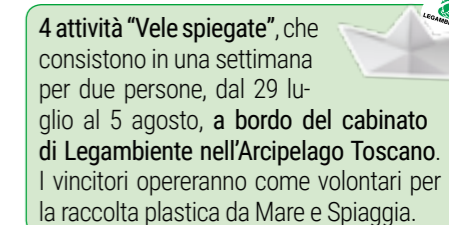
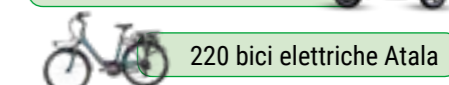
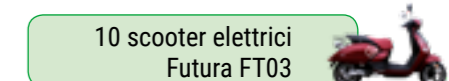
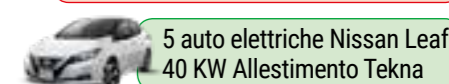
Il concorso è aperto anche ai dipendenti Unicoop Firenze.

COSA SI TROVA SULLA CARTOLINA?

Sulla cartolina sono riportate 8 pillole di buone pratiche ecologiche e una delle seguenti indicazioni:

- o la comunicazione della vincita di uno degli oltre 500.000 prodotti Coop della linea Vivi verde in palio. In questo caso la cartolina conterrà il nome del prodotto Vivi verde vinto e il codice a barre del bonus che, passato in una spesa successiva insieme all'articolo Vivi verde corrispondente, permetterà al cliente di ritirarlo gratuitamente.
- o la comunicazione della vincita di una delle oltre 100.000 Borse Spesa Coop.fi in plastica riciclata. Anche in questo caso il codice a barre stampato sulla cartolina passato insieme all'articolo "Borsa Coop.fi" corrispondente, in un'altra spesa, permetterà al cliente di ritirarla gratuitamente.

- o la scritta "non hai vinto" e l'invito a partecipare al concorso online. La cartolina infatti conterrà un codice da utilizzare per una giocata, collegandosi al sito www.ecologiaquotidiana.it ed entrando nell'apposita sezione "concorso la natura ti premia". Il Socio, inserendo i propri dati anagrafici e il numero della Carta Socio Coop.fi potrà vincere uno dei seguenti premi in palio:



Se il codice non risulterà vincente, sarà possibile ottenere fino a un massimo di altri 8 codici rispondendo alle domande sulle buone pratiche ambientali. Infine chi ha giocato almeno 1 codice online potrà partecipare all'estrazione finale, che si svolgerà entro il 17 giugno 2019, di 1 anno di spesa gratis del valore di 5.000 € composto da 100 buoni da 50€ ciascuno, spendibile fino al 30 giugno 2020 in tutti i punti vendita Coop.fi.

CONTINUIAMO A SODDISFARE I BISOGNI, SENZA FORZARE I CONSUMI

Punti di vendita chiusi per Pasqua, Pasquetta, 25 aprile e 1° maggio

Unicoop Firenze continua a garantire feste in famiglia ai suoi lavoratori, Soci e clienti.

La Cooperativa da giugno 2017, accogliendo anche le sollecitazioni dei lavoratori, ha modificato la politica di aperture festive, nell'ottica di tenere insieme etica ed impresa. La linea della Cooperativa garantisce la chiusura nelle dieci festività "comandate" religiose e civili e, durante l'anno, l'apertura domenicale limitata alla sola mattina in alcuni punti vendita.

Unicoop Firenze punta a mettere al centro elementi valoriali, come quelli legati alla qualità della vita delle persone.



LIBERI DAI RIFIUTI

Questo mese inoltre Unicoop Firenze e Legambiente hanno previsto diciassette appuntamenti per ripulire tutt'insieme i luoghi che ci stanno più a cuore. Saranno

interessate zone urbane, ma anche argini di torrenti, una spiaggia e zone verdi del nostro territorio. A tutte le persone che parteciperanno verrà fornito il kit per la raccolta,

regalata una t-shirt e offerta una piccola merenda, oltre a una cartolina per giocare al concorso.

Ripuliamo insieme il nostro territorio!

 GLI APPUNTAMENTI IN PROGRAMMA:	
3 maggio	Tavarnuzze, fiume Greve
5 maggio	Barberino Mugello, lago Bilancino, loc. Andolaccio
10 maggio	Poggibonsi, torrente Staggia
11 maggio	Bientina, bosco Tanali
11 maggio	Pontassieve / Pelago, fiume Sieve
12 maggio	Sesto Fiorentino, Polo scientifico
17 maggio	Firenze, parco Albereta
18 maggio	Empoli / San Miniato, fiume Elsa
18 maggio	Siena, zona ospedale
18 maggio	San Giovanni Valdarno, Le Balze, sentiero Acqua zolfina
19 maggio	Sansepolcro, torrente Afra
24 maggio	Scandicci, fiume Greve
24 maggio	Pisa, loc. Calambrone, spiaggia e pineta
25 maggio	Arezzo, Parco del Pionta
25 maggio	Cerreto Guidi, Padule di Fucecchio, loc. Poggioni
25 maggio	Pistoia, torrente Vincio
31 maggio	Tavarnelle Val di Pesa, bosco, loc. Chiostrini

COSA ABBIAMO FATTO PER L'AMBIENTE IN QUESTI ULTIMI DIECI ANNI?

COOP.FI E L'AMBIENTE

Ecco cosa abbiamo fatto per prenderci cura dell'ambiente in questi ultimi 10 anni.

OBIETTIVI PER IL FUTURO

2019

Nei supermercati Coop.fi l'80% dei rifiuti viene smaltito con la raccolta differenziata

22 punti di raccolta per oli alimentari esausti che consentono di raccogliere 185 tonnellate l'anno.

2018

Abbiamo avviato il progetto Arcipelago Pulito da cui è nato il disegno di legge "Salva Mare" approvato dal Consiglio dei Ministri lo scorso aprile. Arcipelago Pulito era stata riconosciuta come buona pratica anche nella direttiva europea sul Port Reception Facility (direttiva europea sugli impianti portuali di raccolta per il conferimento dei rifiuti delle navi) in difesa dei pescatori e dell'ambiente del marzo 2019.

Nel reparto pescheria abbiamo sostituito gli imballaggi a perdere con 240.000 cassette riutilizzabili, risparmiando 39 tonnellate di polistirolo.

In ortofrutta, l'80% degli imballi con cui sono confezionati i prodotti Coop è in Rpet

2017

Abbiamo adottato il Mater bi di 4ª generazione

2014/2016

Nel periodo: l'uso di luci led, impianti di climatizzazione ottimizzati e le chiusure dei banchi frigo hanno portato ad un risparmio di energia di 20 milioni di Kwh

2012/2014

Abbiamo introdotto i sacchetti compostabili in Mater bi nel reparto ortofrutta

2009/2019

Grazie all'uso delle borse riutilizzabili abbiamo immesso 4.900 tonnellate in meno di rifiuti e 3.000 tonnellate in meno di anidride carbonica.

2009

Abbiamo introdotto per primi le buste spesa biodegradabili in Mater bi

2007/2017

Nel periodo abbiamo realizzato 40 impianti fotovoltaici per una potenza complessiva di 9.000 MW con cui sono stati prodotti 11 milioni di Kwh da fonti rinnovabili.

PRODOTTO A MARCHIO COOP, AMBIENTE E VENDITE PROPOSITIVE

Trasmettiamo i nostri valori attraverso i nostri prodotti a marchio

Il 28 marzo scorso, presso l'auditorium di Scuola Coop di Montelupo, è stata organizzata una giornata dedicata al prodotto a marchio Coop, all'ambiente e alle vendite propositive. Questa, rispetto allo scorso anno, è stata la volta degli addetti o caporeparto dei supermercati base e dei minimercati, vista l'importanza della vicinanza al cliente e del valore della relazione in questi contesti.

Gli obiettivi e i temi della giornata sono stati:

- La comprensione delle leve su cui sono sviluppate le politiche commerciali di Unicoop Firenze e delle modalità di coinvolgimento di Soci e clienti.
- L'attenzione della Cooperativa sul prodotto a marchio Coop quale espressione dei suoi valori.
- La strategicità di un lavoratore informato e consapevole, in grado di comunicare al consumatore il valore dell'offerta commerciale.

Romeo Cambi, Responsabile Ufficio Formazione e Cambiamento Organizzativo di Unicoop Firenze, ha introdotto gli ospiti e la giornata, sottolineando l'importanza dell'informazione e della formazione continua di tutti i lavoratori della Cooperativa.

A seguire Roberto Nanni, Responsabile Marketing e Strategie Prodotto a Marchio di Coop Italia, ha parlato di come il prodotto a marchio sviluppa e diffonde gli aspetti valoriali della Cooperativa, sottolineando che tutte le nostre linee soddisfano ogni bisogno di consumo e sono sviluppate secondo i massimi livelli di sicurezza ("Avere il controllo della filiera vuol dire intervenire, controllare e distribuire prodotti sani e sicuri"), eticità e attenzione all'ambiente, oltre che bontà e convenienza. Il prodotto a marchio costituisce l'espressione massima della nostra missione cooperativa ed è un punto di riferimento per milioni di Soci e clienti.

L'incontro è proseguito con Vladimiro Adelmi, Product manager delle linee Vivi Verde

e Sodal di Coop Italia, che ha ribadito i valori che guidano lo sviluppo dei prodotti a marchio coop. Il Product Manager ha ripreso l'attivista Greta Thunberg per parlare di sostenibilità etica ed ambientale, evidenziando come questo tema orienti sempre di più i consumatori all'acquisto di prodotti che ne certificano le effettive qualità: "Gli italiani a tavola scelgono sempre più la sostenibilità, l'81% delle famiglie nell'ultimo anno ha acquistato prodotti alimentari BIO in modo consapevole. Quando parliamo di qualità del nostro prodotto a marchio, non ci riferiamo solo a quella organolettica, ma anche al rispetto dell'ambiente e ai requisiti etici dei produttori. Il prodotto a marchio è uno strumento perfetto perché intercetta i bisogni della nostra società che sono gli stessi principi e valori della nostra Cooperativa.

"Il pianeta siamo noi, lui non ha bisogno di noi ma noi di lui. Ogni nostro singolo gesto è rilevante: anche una semplice azione quotidiana come l'acquisto di un prodotto" ha concluso Adelmi.



Dettagli e aggiornamenti su www.informatorecoopfi.it

La giornata è continuata con l'intervento di **Andrea Timpano, Responsabile Marketing Operativo di Unicoop Firenze**, che ha mostrato i risultati positivi ottenuti dal prodotto a marchio, anche grazie a iniziative come le vendite propositive. Tra i vari dati riportati, si è parlato della comparativa effettuata con Conad, che vi avevamo riportato nel MYUnicoop di febbraio. Timpano ha presentato alcune iniziative commerciali che vedono sempre più protagonista il rapporto qualità-prezzo dei nostri prodotti.

Simona Creati, Responsabile Eventi e Comunicazione di Punto vendita di Unicoop Firenze, ha invece spiegato le modalità operative attraverso le quali vengono svolte le vendite propositive. Esse sono uno strumento importante che permette di raccontare in modo autentico i nostri valori, fidelizzare il consumatore e far conoscere il nostro prodotto a marchio, legando la referenza ad una "esperienza".

In relazione al rapporto che si viene a creare tra il dipendente e il Socio/cliente, ha un ruolo altrettanto strategico il **progetto degli assaggi dedicato ai lavoratori**. **Claudia Santi, Ufficio Qualità di Unicoop Firenze**, ha riportato alcuni risultati del progetto e presentato il video (con protagonisti due nostri colleghi di Novoli) che illustra come si diventa dipendente assaggiatore. La comunità degli assaggiatori conta più di **1.500 lavoratori** che assaggiano gratuitamente i prodotti a marchio ed esprimono il proprio giudizio attraverso un questionario online.

La cuoca e scrittrice **Letizia Nucciotti** ha concluso la giornata con dimostrazioni di semplici cooking a freddo per i nostri colleghi, da proporre durante le vendite propositive. Con una formazione veterinaria, è da sempre molto attenta all'uso e all'abuso degli alimenti in tavola. Ha collaborato già altre volte con noi per un'educazione al consumo responsabile e con ANCC per la campagna contro lo spreco, ed è anche una socia attiva della coop amiatina.



Un momento dell'intervento di Vladimiro Adelmi.

L'UFFICIO QUALITÀ RISPONDE

QUAL È LA SITUAZIONE RELATIVA AL GLIFOSATO NELLA FARINA UTILIZZATA PER LA PASTA COOP?

Per Coop la tematica pesticidi, il loro corretto utilizzo in campo agricolo ed i possibili residui negli alimenti sono da sempre un'area di grande impegno. Risale a 25 anni fa la raccolta di un milione di firme, promossa da Coop, per richiedere una normativa che ne regolamentasse, in senso restrittivo, uso e residui; nello stesso periodo nascevano le prime filiere di prodotti a marchio basate su tecniche di produzione integrata e biologica.

I prodotti a marchio Coop, ove applicabile, provengono da coltivazioni che adottano la produzione integrata, pertanto l'eventuale utilizzo di glifosato è limitato; inoltre la politica del NO OGM, adottata da diversi anni sui prodotti a marchio Coop, ha sicuramente influito nel ridurre l'utilizzo in agricoltura di tale principio attivo. Il glifosato è inserito nei piani di controllo dei prodotti a marchio Coop e il valore di tale sostanza sulle materie prime utilizzate nei prodotti deve essere inferiore al 50% rispetto al corrispondente limite di legge presente per il prodotto agricolo di riferimento.



COS'È LA CERTIFICAZIONE NATRUE DEI PRODOTTI COSMETICI VIVI VERDE?

Il marchio NATRUE definisce uno standard elevato per quel che riguarda la naturalezza dei prodotti cosmetici. Aiuta i consumatori a identificare autentici cosmetici naturali e biologici a livello internazionale.

Hai altre domande da fare o curiosità riguardo la nostra Cooperativa?

Scrivi una mail a **ufficio.comunicazione.interna@unicopfirenze.coop.it**



A PROPOSITO DI LINEA VIVI VERDE E PUBBLICITÀ COMPARATIVA

La qualità e la convenienza dei prodotti a marchio Coop trovano continue conferme. Questa volta la Direzione Marketing ha confrontato 22 prodotti biologici,

acquistati il 12 aprile nel Coop.fi di via Carlo Del Prete, nel supermercato Esselunga di Novoli e nel Conad di via Pistoiese. Ne risulta che **comprare biologico nei Coop.fi**

fa risparmiare 8,21 euro (-22%) rispetto a Conad e oltre 10 euro (-30%) rispetto a Esselunga. Insomma continuiamo a non temere confronti!

PRODOTTI	PREZZO COOP.FI	PREZZO CONAD	PREZZO ESSELUNGA
Frollini con farina integrale	€ 1,38 400 g	€ 1,95 330 g	€ 2,39 300 g
Tavoletta cioccolato al latte	€ 1,28 100 g	€ 1,35 100 g	€ 1,49 100 g
Zucchero canna	€ 1,61 500 g	€ 2,49 500 g	€ 1,99 500 g
Cacao amaro	€ 0,79 75 g	€ 1,20 75 g	€ 1,33 75 g
Omogeneizzato di manzo	€ 1,41 160 g	€ 1,85 160 g	€ 1,57 160 g
Crema di semolino	€ 1,36 200 g	€ 1,79 200 g	€ 1,68 200 g
Infuso di finocchio	€ 0,99 40 g	€ 1,69 40 g	€ 2,29 32 g
Pasta di semola spaghetti	€ 0,65 500 g	€ 0,95 500 g	€ 0,88 500 g
Fiocchi di avena	€ 1,49 500 g	€ 1,49 350 g	€ 2,06 375 g
Preparato ai mirtilli	€ 1,67 330 g	€ 2,35 330 g	€ 3,39 340 g
Farina "00"	€ 0,79 1000 g	€ 1,20 1000 g	€ 0,90 1000 g
Olio extra vergine	€ 5,50 75 cl	€ 5,39 75 cl	€ 9,49 75 cl
Passata di pomodoro	€ 0,80 700 g	€ 1,15 700 g	€ 1,15 700 g
Pomodori pelati	€ 0,64 400 g	€ 0,74 400 g	€ 0,69 400 g
Polpa di pomodoro	€ 0,66 400 g	€ 0,85 400 g	€ 0,99 400 g
Ceci	€ 0,80 400 g	€ 1,30 340 g	€ 0,85 400 g
Lenticchie	€ 0,80 400 g	€ 1,30 340 g	€ 0,85 400 g
Succo e polpa di pera	€ 1,09 60 cl	€ 1,68 60 cl	€ 1,30 60 cl
Minestrone	€ 1,35 450 g	€ 1,58 450 g	€ 1,85 450 g
Yogurt intero alla fragola	€ 0,80 250 g	€ 0,89 250 g	€ 0,80 250 g
Latte fresco intero	€ 1,19 100 cl	€ 1,09* 100 cl	€ 1,49 100 cl
Uova	€ 1,52 6 pezzi	€ 2,50 6 pezzi	€ 1,52 6 pezzi
TOTALE	€ 28,57	€ 36,78	€ 40,95

* in promozione, prezzo pieno € 1,57.

Comprare questi prodotti Vivi verde fa risparmiare 8,21 euro rispetto a Conad e oltre 10 euro rispetto a Esselunga.

DAL CHICCO AL BOCCAILE: UN ESEMPIO DI ECONOMIA CIRCOLARE

Il pane del Mugello invenduto verrà interamente trasformato in birra e pangrattato

IL PANE DEL MUGELLO

Il pane del Mugello viene venduto da Unicoop Firenze dal 2005, anno in cui nel Mugello venne costituito un **Consorzio di Tutela e Promozione**. Dai 25 punti vendita iniziali, grazie ad una logistica integrata tra i vari fornitori, la distribuzione è aumentata fino ad arrivare ai 44 odierni. La proficua collaborazione tra la nostra Cooperativa, la Coldiretti Borgo e il Consorzio di Tutela e Promozione ha permesso di aumentare non solo i canali distributivi, ma anche i volumi di vendita. **Oggi Unicoop Firenze è l'unico attore della Grande Distribuzione Organizzata a poter vantare con orgoglio questo pane.**

LE CARATTERISTICHE CHE LO RENDONO UN PANE SPECIALE

Solo il grano coltivato nel Mugello, nel rispetto dell'ambiente e della biodiversità, secondo i principi dell'**agricoltura integrata**, può essere utilizzato per la panificazione. Ciò significa che le varietà di grano da seminare vengono selezionate appositamente per l'ambiente in cui saranno coltivate e che gli stessi interventi successivi sono conformi alla fisiologia delle piante e rispettosi dell'agrosistema.

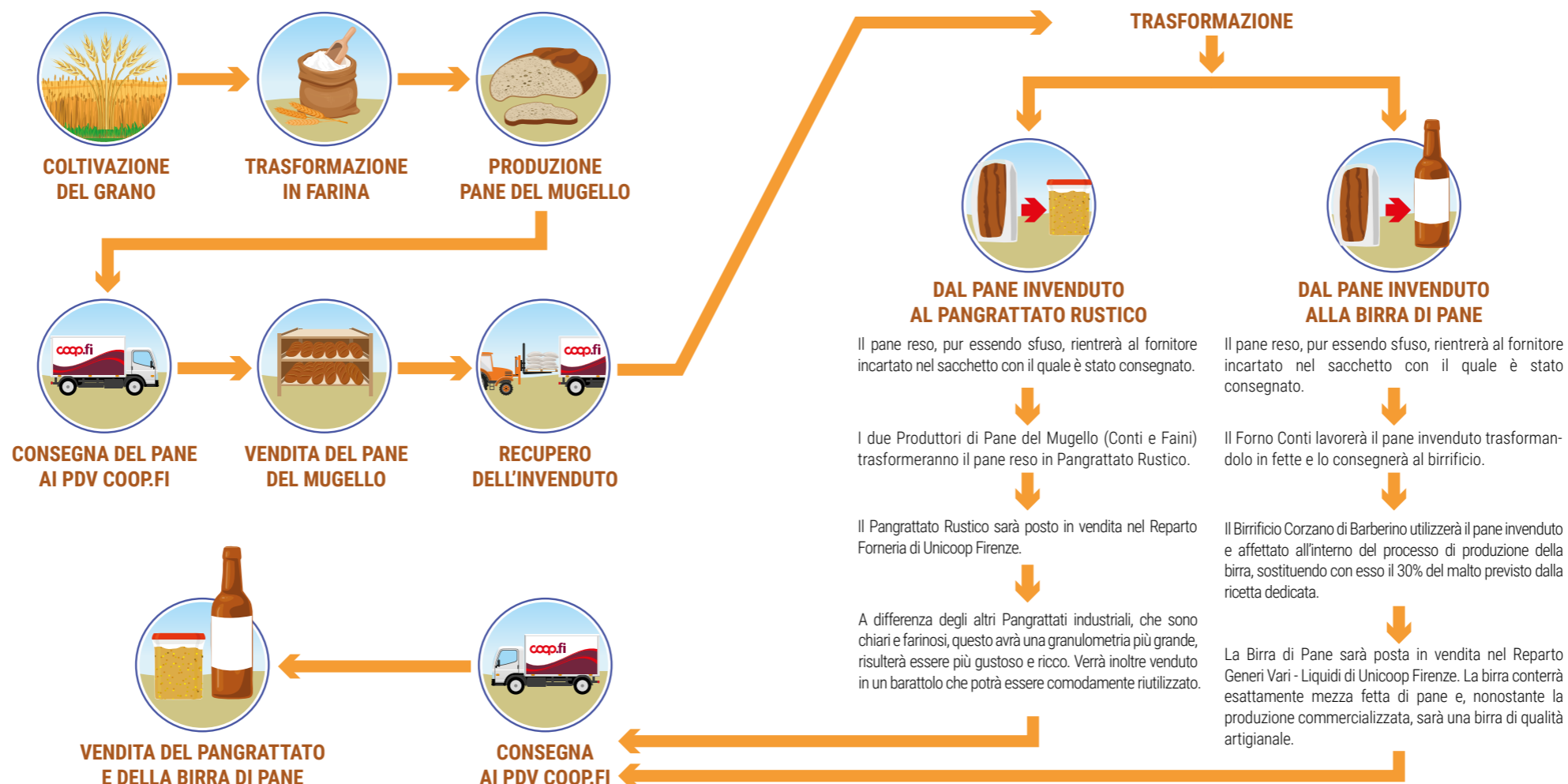
Il **frumento tenero** che se ne ricava viene **macinato in mulini a pietra**. Il risultato è una **farina di tipo "2"**, ricca di germe di grano, fibre, minerali, vitamine e aminoacidi: componenti indispensabili per la nostra salute.

A questa vengono aggiunti solo **lievito madre naturale** e acqua tiepida. L'impasto così ottenuto viene fatto riposare per un'ora, successivamente si procede

alla formatura in pani che dovranno lievitare per altre due ore adagiati e coperti da dei teli e appoggiati su tavole di legno, come da tradizione toscana. Infine si procede alla cottura nel forno a legna. Insomma **un processo naturale** che porta ad un pane di **alta qualità** che fa conoscere i profumi, i sapori e le tradizioni di un **determinato territorio**.

IL PROGETTO

"L'idea iniziale che stavamo studiando insieme all'Ufficio Qualità era quella di recuperare il pane invenduto dalla Cooperativa. Abbiamo deciso di partire dal pane del Mugello, anche se il primo passo da fare è stato innanzitutto agire su una miglior programmazione degli ordini nei punti vendita" afferma **Marco Ponticelli**, business manager Forneria e Pasticceria di Unicoop Firenze.



Il reso di questo prodotto di qualità elevata era una questione da risolvere e quale modo migliore se non quello di riutilizzarlo? Nel farlo si è riusciti a **tenere la filiera interamente nel Mugello**: il chicco nasce lì, la farina viene macinata lì, il pane viene prodotto lì e la stessa birra e pangrattato sono realizzati lì. I prodotti saranno disponibili nei 44 punti vendita dove già è disponibile il pane

del Mugello a partire da sabato 4 maggio. In alcuni di questi sono inoltre previste attività di vendita guidata che abbracceranno tutta la produzione del Mugello: dal tortello al pane, dalla birra al pangrattato.

Un nostro addetto più una persona messa a disposizione dai fornitori faranno assaggiare i prodotti e racconteranno il progetto.

Un ulteriore modo per far conoscere questa nostra importante iniziativa e i prodotti del Mugello a tutti i nostri Soci e clienti.

L'IMPEGNO DELLA COOPERATIVA

Un progetto di questo tipo dà una seconda vita al pane invenduto. In questa bellezza del senza fine risiede la filosofia dell'economia circolare: **tutto, rigenerandosi, può diventare altro.**

La nostra Cooperativa dimostra così, concretamente, cosa voglia dire credere nell'economia circolare e nella salvaguardia del nostro territorio, **portando avanti quei valori che da sempre fanno parte della sua missione** come la lotta agli sprechi e la tutela ambientale.

"Questo progetto è la sintesi di anni di lavoro e di esperienza maturati nel settore alimentare e, in particolare, in quello dell'arte bianca. Anni caratterizzati da tante esperienze diverse e da tante idee nate di volta in volta, archiviate con cura e rispolverate al momento giusto; il tutto messo a disposizione del nostro territorio, dei nostri consumatori e, più in generale, del mondo che ci circonda" ricorda Marco Ponticelli, ringraziando tutti coloro che hanno reso possibile questo progetto, "Mi auguro che sia un esempio replicabile e che sia l'apripista per tanti altri progetti simili, tutti con lo stesso principio: riduciamo gli sprechi e amiamo sempre di più il nostro pianeta, non solo a parole ma con idee concrete, proprio come questa".

IL NOSTRO PANE SALVAGUARDA TRADIZIONI E TERRITORIO

Solo farina di filiera toscana per il pane di produzione interna

Questi primi mesi del 2019 hanno visto un'importante novità: i nostri 27 punti vendita con panificazione interna hanno iniziato ad utilizzare esclusivamente farine provenienti da grano toscano.

Una filiera corta che porterà nelle tavole dei nostri Soci e clienti un pane interamente toscano, dal grano alla farina, fino alla lavorazione. Un progetto importante nato per dare una mano all'economia locale, salvaguardare il nostro territorio e garantire un prodotto di qualità sempre maggiore.

Questa novità, come abbiamo visto, ha interessato per primo il punto vendita di Siena Grondaie ed è stata estesa in questi mesi ai restanti 26 punti vendita dotati di panificazione interna, ma è un percorso che nasce da lontano, precisamente con il primo forno di panificazione interna aperto a Montecatini nel 1988.

Abbiamo intervistato Marco Ponticelli, business manager Forneria e Pasticceria di Unicoop Firenze, per avere qualche dettaglio in più riguardo a questo progetto della nostra Cooperativa.

CONCRETAMENTE COSA SI INTENDE PER "FILIERA CORTA"? PUOI FARCI QUALCHE ESEMPIO?

È necessario innanzitutto fare una premessa: ad oggi il mercato del grano è aggredito da speculazioni finanziarie, che ne fanno scendere il prezzo, gettando nell'incertezza il settore. Il rischio è che gli agricoltori investano sempre meno nelle coltivazioni, facendo meno passaggi con le macchine e utilizzando prodotti di minore

qualità, per paura di non riuscire a coprire le spese effettuate.

Grazie all'introduzione della filiera l'agricoltore non dovrà vivere più l'incertezza di coltivare il grano senza sapere se lo venderà tutto e a che prezzo.

Gli accordi, infatti, vengono stipulati prima della semina e all'agricoltore viene riconosciuto circa il 30% in più del valore rispetto ai prezzi di mercato, slegandolo dalle logiche speculative.

L'agricoltore saprà quindi quanto grano venderà e a quale prezzo.

LO STESSO DISCORSO FATTO PER L'AGRICOLTORE VALE PER IL MUGNAIO?

Esatto. Il mugnaio, senza filiera macina il grano che più gli conviene e lo consegna a seconda delle offerte di mercato.

Nell'opzione con filiera invece il mugnaio sa perfettamente quanto e che tipo di grano macinare e a chi consegnarlo.

È importante sottolineare che questo nostro progetto coinvolge 4 mulini e una quarantina di agricoltori, che coltivano grano tenero e duro su oltre 1500 ettari di terreni tra la Maremma, la Valdelsa e la Piana Pisana.

A NOI IN QUANTO COOPERATIVA COSA CAMBIA?

Unicoop Firenze attraverso la filiera corta garantisce il giusto prezzo del grano, tutelando l'agricoltore. Nel farlo, la Cooperativa consegna ai consumatori un prodotto sano e di qualità, contribuendo alla valorizzazione e alla salvaguardia del territorio.



Se gli agricoltori infatti non trovassero una remunerazione che permetta loro di coprire i costi, quei campi, che caratterizzano i nostri paesaggi toscani, resterebbero abbandonati con ricadute negative dal punto di vista economico, ambientale e turistico.

COME SI È ARRIVATI A QUESTO RISULTATO?

È un risultato che parte da lontano. Nel 2005 abbiamo iniziato a usare farina di filiera toscana per la produzione del pane comune, quello toscano senza sale per intenderci, che si produce con farina di tipo 0.

Per fare altri tipi di pane però, come ad esempio la ciabatta, era necessario estendere la varietà delle farine, che fosse sempre di origine toscana.

Dopo un lungo lavoro di ricerca che ci ha portato a selezionare le migliori varietà di grano e a trovare tutte le farine di cui avevamo bisogno, siamo partiti con una fase di test nel punto vendita di Lastra a Signa e contemporaneamente abbiamo aggiornato le nostre ricette e fatto partire un intenso periodo di formazione dei nostri fornai.

PERCHÉ È COSÌ IMPORTANTE FORMARE I FORNAI?

Il fattore umano è determinante nel processo produttivo del pane. Da maggio a novembre del 2018, il nostro collega David Marranci ha visitato tutti i 27 punti vendita coinvolti con l'intento di formare gli oltre 110 fornai. Siena è stato il primo punto vendita dove a regime abbiamo iniziato la produzione del nostro pane con solo farina di filiera toscana.

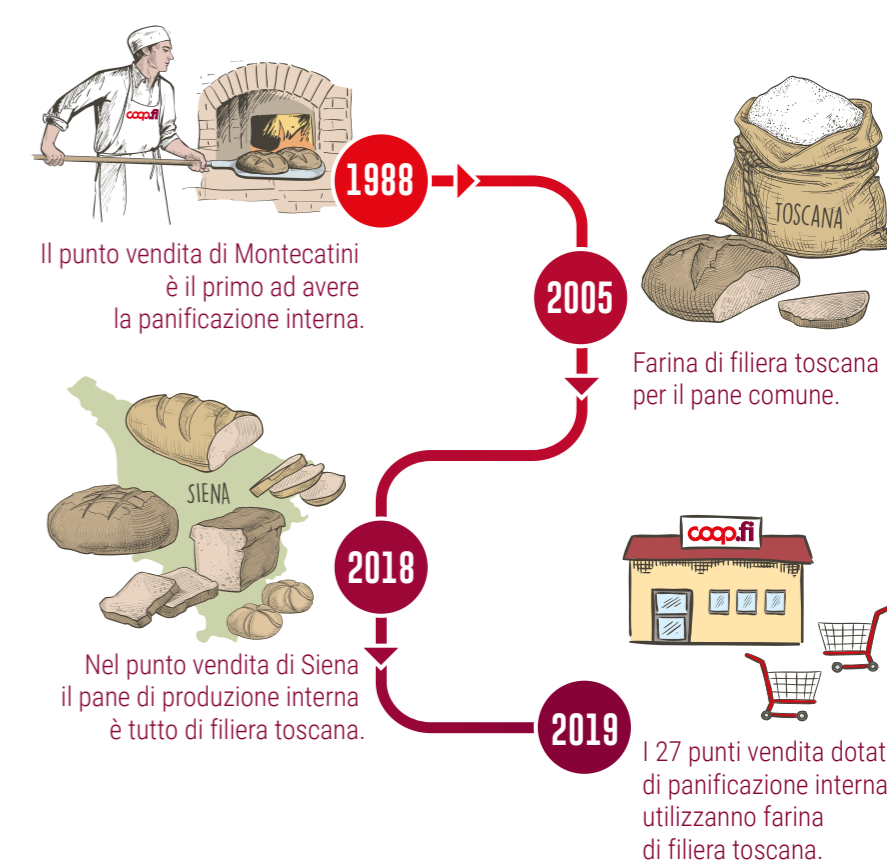
Tutte le ricette hanno infatti un grado di preparazione diverso. In generale, più semplici sono le ricette, più il fattore umano è importante. Il pane sembra una delle cose più facili da fare, ma proprio perché contiene pochi elementi ma vivi, il fattore umano fa la differenza.

Ad esempio il lievito è un elemento che lavora a delle temperature che cambiano di giorno in giorno. Il fornaio deve sapere quando ridurre il tempo di im-

pasto, di lievitazione o la temperatura dell'acqua. Proprio perché il pane è un elemento vivo, la formazione deve essere continua e non si esaurirà mai, perché anche il più piccolo dettaglio può cambiare il risultato.

L'OBIETTIVO DI QUESTO PROGETTO?

L'obiettivo è quello di sfornare ogni anno 5 milioni di kg di pane e schiacciata di filiera Toscana, con la consapevolezza che mentre lo facciamo stiamo anche salvaguardando quel paesaggio che caratterizza la nostra terra.



I NOSTRI ADDETTI INSEGNANTI PER UN GIORNO

Abbiamo seguito il progetto educativo "Dietro le quinte: il cibo racconta", vi raccontiamo che cos'è e com'è andata

"Salvaguardare gli interessi dei consumatori, della loro salute e sicurezza anche accrescendone e migliorandone l'informazione e l'educazione attraverso apposite iniziative": le ragioni del nostro impegno sociale sono scritte nel nostro stesso Statuto. Fin dalla nostra origine, **la crescita economica e quella sociale sono state concepite insieme**, come due elementi imprescindibili che si sostengono a vicenda.

"Dare continuità alle finalità che ci sono state indicate, oggi significa occuparsi anche dei bambini e dei giovani attraverso delle attività che mirano a costruire consapevolezza di sé e capacità di scelta. **Le proposte per la scuola infatti sono un tratto peculiare della nostra natura d'impresa e rappresentano quel legame solidale tra le generazioni che teniamo a conservare**" ricorda Elisabetta Bruni, Responsabile Proposte Educative di Unicon Firenze.

IL PROGETTO "DIETRO LE QUINTE: IL CIBO RACCONTA"

Qualche mese fa abbiamo seguito il progetto "Ecooperare. Alla scoperta dell'ecologia quotidiana", dove i bambini, attraverso esempi di scelte quotidiane e buone pratiche, riflettevano sull'importanza di rispettare e conservare al meglio l'ambiente che ci circonda. Quest'oggi invece vi parliamo del progetto "Dietro le quinte: il cibo racconta" che vede i nostri colleghi diventare insegnanti per un giorno.

Elisabetta Bruni ha così riassunto la proposta educativa: "L'iniziativa fa diventare i punti vendita, per qualche ora, il laboratorio dove ragazzi e ragazze possono scoprire alcune strategie di vendita, confrontarsi con le opinioni dei clienti, verificare le caratteristiche

di qualità e sicurezza di un cibo, ascoltare le storie e gli aneddoti dei nostri colleghi".

Per raccontare da vicino il progetto abbiamo seguito una classe di prima media della scuola Beato Angelico di Firenze all'interno del punto vendita di Ponte a Greve.

Durante la presentazione, per rompere il ghiaccio, si chiede ai ragazzi come si chiamano e qual è il loro cibo preferito; che i tempi siano cambiati lo si capisce quando la prima risposta data è "sushi". Anche se alla fine i nomi che si sentono più spesso sono pizza, tagliatelle al ragù, bistecca alla fiorentina e rosticciana. Insomma il nostro orgoglio patriottico può dormire sonni tranquilli ancora per un po'.



Per maggiori informazioni e per visionare il catalogo on line è possibile consultare il sito www.consumoconsapevole.it

Dopo una difficoltosa divisione in gruppi, che suscita il quasi pianto di due amiche, la classe è pronta a entrare nel punto vendita con una cartellina di domande da fare ai clienti. La maggior parte di loro si ferma volentieri e con dolcezza risponde alle domande dei ragazzi che, nel caso dell'ortofrutta, riguardano stagionalità, metodi di conservazione della frutta e acquisti abituali. Anche tra i ragazzi si possono riscontrare i comportamenti più vari: c'è chi spavaldo prende il foglio e si getta nell'impresa e c'è chi timidamente si guarda intorno, con il foglio in mano, vedendo nella richiesta di intervistare una persona un ostacolo insormontabile. **Ma tranquilli, lo supererà e diventerà un pochino più forte perché i nostri Reparti Ortofrutta servono anche a questo.** Alcune domande rimangono irrisolte e allora chi meglio della Direttrice di punto vendita, **Silvana Volpi**, può risolvere i loro dubbi?

L'intervento della Capo Negozio porta ad analizzare temi come la stagionalità, i vari aspetti dei diversi Reparti e alcune strategie di vendita. I ragazzi invece di essere distratti sono attenti, forse perché vengono fornite delle curiosità che saranno pronti a sfoggiare con orgoglio una volta rientrati a casa.

I TESORI DI SAPERE CUSTODITI DAI NOSTRI COLLEGGI

Oltre alla Direttrice, all'incontro partecipano anche due nostri colleghi di punto vendita, Marco Ciabini e Ildiko Buzasi, rispettivamente del Reparto Forneria e Pescheria. In seguito a un video, che mostra il percorso che fa un chicco di grano dal campo fino a diventare il pane che vendiamo in punto vendita, il nostro collega Marco spiega con passione i vari aspetti del suo lavoro.

I ragazzi rimangono ammaliati dalla tecnica, fatta di movenze semplici ed efficaci, ma che risultano essere tremendamente difficili da imitare. Siamo abituati a dare per scontata una pagnotta di pane perché è un prodotto abituale che vediamo ogni giorno nelle nostre tavole. **Quando però i ragazzi scoprono a che ora bisogna alzarsi per quel prodotto e il lavoro che c'è dietro, questa percezione cambia.** Più che addetti i nostri colleghi sono artigiani e la loro arte è uno dei nostri più grandi tesori.

Tesori di conoscenza che dovremmo custodire con cura.

I ragazzi si cimentano con i preparati per fare panaccio e focaccine. L'intervento di Marco è più volte essenziale affinché i ragazzi si trovino qualcosa per fare merenda più tardi. A seguire Eugenia, una nostra collega dell'Ufficio Qualità, fa un esperimento con il lievito, dimostrando con la pratica quello che i ragazzi avevano studiato solo qualche giorno prima a scuola. Con grande sorpresa si scopre che i ragazzi erano stati attenti sia alla lezione sia al video precedente. Dopo l'esperimento, è il turno della Capo Reparto Ildiko Buzasi che porta diverse tipologie di pesci.

I ragazzi incuriositi da queste creature li osservano sbigottiti. Quando cresci vedendo ogni tipo di fantasia virtuale, può capitare di restare a bocca aperta vedendo da vicino un pesce. Molte volte la semplicità è una delle più grandi meraviglie. Oltre a scoprirne i segreti, li annusano e li toccano. Dopo un iniziale disgusto iniziano a guardarli diversamente. **La nostra collega risponde alle domande e ne mostra anche alcune curiosità.** Alla fine dell'intervento sanno dire se è fresco oppure no, se è pescato oppure no. Attenti colleghi, nuovi giovani consumatori sono pronti a giudicare il nostro Reparto Pescheria.

La giornata si conclude con la spiegazione del perché sia importante lavarsi le mani e la procedura per farlo al meglio. Alla domanda su chi abbia le mani pulite, un ragazzino alza la mano con veemenza. Alla domanda su chi le abbia sporche, lo stesso ragazzino alza ancora la mano. Alla fine viene scelto proprio lui. Dopo qualche minuto di lavaggio attento delle mani, è pronto a mostrare agli altri il suo operato e a spiegarne i vari passaggi. **Le varie modalità sono le stesse che i nostri colleghi di punto vendita attuano quotidianamente, per assicurare quella qualità che ci rappresenta.**

L'unico dubbio che rimane è: ma quindi le mani le aveva sporche o pulite?

RIFLESSIONI FINALI

Prima di andare i ragazzi prendono le focacce che si sono preparati e tutto sommato il risultato non è nemmeno pessimo. Guardando la sala Soci vuota, è tempo di una riflessione finale: per qualche ora **il nostro punto vendita è diventato uno spazio inusuale di scoperta, un luogo di scambio e di interazione tra colleghi, bambini e clienti.**

Il contesto informale di apprendimento ha permesso ai bambini di fare delle riflessioni spontanee sui nostri stili di vita, di acquisto e sul lavoro che c'è dietro la produzione e trasformazione degli alimenti che quotidianamente sono sulle nostre tavole.

Tutto ciò ha dimostrato che i nostri punti vendita sono un qualcosa in più di un posto dove si vendono referenze: sono **un luogo dove materie prime, bisogni e saperi si incontrano. Un posto dov'è possibile vivere delle esperienze di vita prima che di spesa.**

NOVITÀ NEL CATALOGO DI FIDELIZZAZIONE 2019/2020

È in arrivo nei negozi il nuovo Catalogo di Fidelizzazione 2019/2020 che terminerà il 31 marzo 2020. All'interno sono contenute tante opportunità sull'utilizzo dei punti accumulati nella propria carta Socio. "Per fornire a tutti i nostri Soci e clienti un catalogo con un'offerta sempre più ampia e completa abbiamo introdotto alcune novità", afferma **Andrea Curradi dell'ufficio promo e fidelizzazione di Unicoop Firenze.**

Si è ampliata la scelta dei grandi temi sviluppati nel catalogo, quali cultura, sport, viaggi, benessere, ma anche salute e solidarietà. Quest'anno sarà possibile utilizzare i punti per gli ingressi al Museo Stibbert di Firenze e al Muba museo dei bambini di Milano, oltre ai partner che ci accompagnano già da qualche anno, quali Palazzo Strozzi, Fondazione Toscana Spettacoli, Museo delle scienze di Trento e Museo di arte contemporanea sempre in Trentino.

Si riconfermano gli ingressi ai parchi della Val di Cornia, al Parco regionale della Maremma, al giardino sospeso e tanti altri, ma la novità di quest'anno è che si potranno acquistare i biglietti con i punti anche per gli ingressi al Rainbow MagicLand e allo ZooMarine di Roma.

Ci sono inoltre diverse iniziative confermate con partner importanti come ad esempio Acqua Village, Cavallino Matto, Mirabilandia, Explora, Cinecittà World, Cimone, Abetone, Val di Fiemme, Alpe Cimbra/Folgaria, Rio Pusteria i Corsi DeAgostini online, Toscana Turismo, Estra, Linear e Dekra. Ma anche nuovi partner quali: Traghettili-

nes, sito dedicato alla prenotazione online dei traghetti e degli aliscafi per tutte le rotte del Mediterraneo, Bernina Express, per vivere un'esperienza mozzafiato a bordo del treno express che percorre l'omonima tratta da Tirano fino alla celeberrima St. Moritz, oppure degustare un Rock menu in uno dei straordinari ristoranti della catena Hard Rock Cafe a Firenze, Venezia e Roma.

toscane presenti lo scorso anno, oppure, in uno dei centri termali de La Via Delle Terme, a scelta tra: Terme di Saint-Vincent, Terme di Genova, Terme di Champoluc.

Per chi preferisce la montagna e lo sci, oltre alle strutture dell'anno scorso, sarà possibile utilizzare i punti per ritirare ski-pass giornalieri in una delle 41 piste della Riserva Bianca Limone in Piemonte oppure al Pila Snowland in Valle d'Aosta.

Anche per quest'anno sarà possibile andare al cinema a prezzo ridotto presso tutte le sale del circuito Anec-Agis della Toscana aderenti ritirando la Carta Coop.fi & Cinema e presso le sale del circuito Firenze al Cinema aderenti ritirando la card Firenze al Cinema.

Continua l'iniziativa delle ricariche premiate e dell'autoricarica con la spesa Coop Voce e l'ottenimento dei punti Coop presso le stazioni carburanti Tamoil ed Economy aderenti.

Queste stazioni di rifornimento sono in tutte le province in cui è presente la Cooperativa.

Il catalogo è anche un grande veicolo di solidarietà, infatti si riconfermano le donazioni di punti per: l'ospedale pediatrico Meyer, il Dinamo Camp Onlus e l'associazione Italiana Ricerca Alzheimer Onlus (AIRALZH).

Si potranno sempre convertire i punti Coop in CartaFRECCIA Trenitalia o in punti MilleMiglia ALITALIA.

SOLO PER TE
SOCIO COOP
RACCOLTA PUNTI

SCOPRI TUTTI I VANTAGGI DEDICATI AI SOCI
DAL 1° APRILE 2019 AL 31 MARZO 2020

coop.fi
INSIEME, QUI.

Sarà possibile conoscere meglio il territorio e partecipare ai tour enogastronomici presso il Castello Di Verrazzano, il Castello del Trebbio, il Castello Nipozzano, l'Azienda Frescobaldi e le Tenute del Cerro; in alternativa, rilassarsi nelle strutture termali

GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO DA PARTE DEI COLLEGHI

SHAMPOO ADVANCE IO COOP - 250 ml - ricostruisce e protegge i capelli danneggiati

Lo shampoo per capelli danneggiati Advance IO Coop associa gli effetti idratanti e rinforzanti del Pantenolo alle proprietà protettive delle proteine vegetali, donando morbidezza e lucentezza ai capelli. Per un risultato ottimale utilizzare con gli altri prodotti della gamma Ricostruisce e Protegge.



IL TEST

La referenza è stata provata da **546** persone: **437** donne e **109** uomini.

I commenti più ricorrenti

Pareri positivi sulla confezione, considerata funzionale e originale, ma da alcuni valutata un po' piccola.

Sullo shampoo, dopo si richiede di specificare:

- gli ingredienti in italiano e se contiene siliconi e parabeni;
- quanto shampoo utilizzare per lavaggio e con quale frequenza;
- se testato su animali.

Dermatologicamente testato
Pantenolo e Proteine vegetali
Iidratante, rinforzante protettivo

In merito all'ultima indicazione, possiamo comunicare che non c'è stato nessun passo indietro sul versante del cruelty free per quanto riguarda i cosmetici a marchio Coop, non testati su animali addirittura dal 2005. Coop mantiene fermo il proprio originario impegno: di NON testare su animali i prodotti cosmetici Coop - oggi obbligo di legge - ma anche e soprattutto di NON utilizzare alcuna materia prima che derivi da uccisione animale, come previsto dalla standard Lav. Altri commenti sono relativi alla consistenza considerata talvolta troppo densa e sul profumo, ritenuto da alcuni troppo forte.

Il prodotto risulta gradito raggiungendo il punteggio di **7,4**.



PANNA SPRAY COOP - 250 g - 0% di carragenina



IL TEST

La referenza è stata assaggiata da **667** colleghi:

522 donne e **145** uomini.

Il prodotto è stato inserito in test con lo scopo di far conoscere la nuova campagna di Coop relativa all'assenza di carragenina sui propri prodotti a marchio.



Che cos'è la carragenina?

È una gelatina di largo uso alimentare generalmente di origine naturale spesso impiegata come addensante in budini, panna montata o preparati per dolce. Ad oggi l'Autorità Europea per la sicurezza alimentare (EFSA) conferma un limite di assunzione giornaliera consigliata di questa sostanza, in attesa di ulteriori verifiche sulla sua sicurezza alimentare. Per questo Coop, in virtù del principio di precauzione, ha deciso da tempo di non usare questa sostanza nelle ricette dei propri prodotti a marchio.

I commenti più ricorrenti

Riguardano soprattutto la consistenza ritenuta liquida. Si registrano alcune considerazioni sul sapore ritenuto un po' troppo dolce.



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**



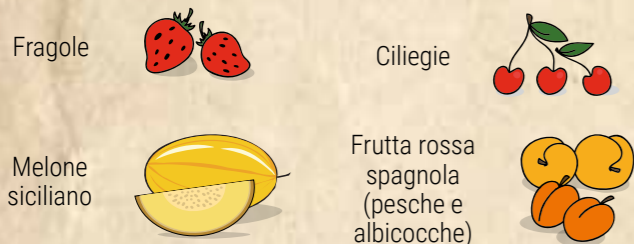
Ricordiamo che tutte le analisi, i commenti e le osservazioni vengono sottoposti all'attenzione del controllo qualità di Unicoop Firenze e Coop Italia per apportare eventuali modifiche e/o miglioramenti.

Scopri l'Ortofrutta

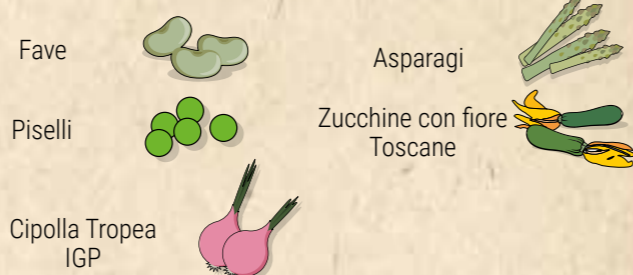
STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



VERDURA



RIBASSATI COOP

Insalate biologiche Vivi verde Coop

Le insalate Vivi verde biologiche sono coltivate in serre altamente tecnologiche e si caratterizzano per una crescita in campo più lenta (ovviamente non si utilizzano prodotti chimici) ed un'ottima "croccantezza". La gamma di insalate si compone di 5 referenze in pratiche vaschette da 100 g: rucola, valeriana, spinacino, mix orientale e insalatina. Tutte le varietà raggiungono la piattaforma distributiva entro 24 ore dal "taglio", garantendo così un prodotto sempre molto fresco.



Limone biologico Vivi verde Coop

Il limone Vivi verde biologico viene coltivato tra la costa e l'entroterra di Siracusa, mai oltre i 210 metri sul livello del mare.

Il terreno ricco di calcare, i fiumi sotterranei e l'aria umida contribuiscono a nutrire i frutti e inumidire gli alberi con gli ingredienti essenziali per un limone d'eccezione pieno di:

- succo: almeno il 34%, perfetto per le spremute;
- gusto: scorza spessa, aromatica, dalla grana fine che fornisce oli essenziali di grandissima qualità;
- sapore: alti livelli di Vitamina C e Acido Citrico.



Per il controllo dei parassiti del limone sono impiegati esclusivamente i prodotti ammessi dal Regolamento CEE 834/07 e si effettuano lanci di insetti ausiliari, ovvero altri insetti che permettono di eliminare l'uso degli insetticidi.

La raccolta non si interrompe mai e dura 12 mesi l'anno, anche se nel periodo estivo si riducono molto le quantità prodotte.

CALENDARIO VARIETALE LIMONE ITALIANO/SICILIANO BIO VIVI VERDE COOP

FINO	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
PRIMO FIORE	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
BIANCHETTO	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
MAIOLINO	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
ZAGARA BIANCA	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
VERNA	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
VERDELLO	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC

PARLIAMO DI...

Extrafresco. Continua l'impegno della Cooperativa nella produzione di ortofrutta locale.

Sostenere lo sviluppo della Toscana significa rispettare la nostra missione e arrivare al Socio consumatore in maniera diretta, sicura e controllata. La Cooperativa ha scelto di mettere al centro la produzione toscana e locale, valorizzando la stagionalità dei prodotti. Ad oggi, grazie al percorso intrapreso qualche anno fa, che ha visto coinvolti Unicoop Firenze e i produttori locali di ortofrutta, si è sviluppato un nuovo modello operativo. Abbiamo fatto il punto della situazione con **Francesco Cappelli**, assistente sviluppo produzioni locali del settore ortofrutta.

FRANCESCO, QUALI SONO GLI SVILUPPI?

Il nuovo modello operativo ha consentito la creazione di otto piattaforme di produzione e lo sviluppo di nuove filiere, raggiungendo così ottimi risultati con un aumento sia di volumi che di fatturato: nel 2018 Unicoop Firenze ha acquistato ortofrutta per 280 milioni di euro di cui 40 milioni sono stati fatturati in acquisto in Toscana, in prodotti locali.

RISPETTO AL PASSATO COS'È CAMBIATO?

In Toscana il meteo rimane una variabile molto importante che influisce sulla stagionalità dei prodotti, ma mentre qualche anno fa la produzione dipendeva interamente dal fattore tempo, oggi attraverso investimenti in serre tecnologiche la nostra filiera di produzione si è allungata e ampliata. "Grazie ad un'attenta pianificazione da parte di Unicoop Firenze e investimenti da parte di cooperative e aziende agricole abbiamo potuto garantire ai nostri Soci e clienti una produzione qualitativamente migliore e sviluppare nuove filiere che ci hanno consentito un maggiore consumo di prodotti locali". Attualmente abbiamo le filiere di patate, fave, asparagi, pomodori e zucchine. Rispetto al passato le piattaforme di produzione sono capaci di convogliare piccoli produttori in un unico luogo e dar loro supporto con una gestione continua da parte nostra.

QUINDI GRAZIE ALLE NUOVE FILIERE DI PRODUZIONE SOSTENIAMO IL TERRITORIO IN MODO CONCRETO

Esatto, grazie alla vicinanza dei produttori al Socio consumatore riusciamo a fornire una qualità assoluta. Queste filiere permettono di fornire prodotti freschi già sul banco in 36/48 ore; capita sempre più spesso che al mattino il Socio aspetti al banco l'arrivo del prodotto locale. Le nostre filiere sono chiuse, controllate e organizzate grazie ad un monitoraggio continuo. Le persone sono fondamentali per raggiungere obiettivi comuni e migliorarsi costantemente.

Nell'intero processo di produzione il lavoro di squadra con i colleghi della Qualità, delle Vendite e del Commerciale è di estrema importanza: senza l'apporto dei colleghi che lavorano con grande professionalità sulla filiera, il risultato non sarebbe così ottimale.

DICCI ANCORA QUALCOSA SULL'IMPORTANZA DEI PRODOTTI LOCALI...

I prodotti locali, raccolti al momento giusto e subito messi in commercio, garantiscono una maggior freschezza e migliori

caratteristiche organolettiche, grazie al breve tempo di trasporto. In questo modo, inoltre, viene valorizzato il consumo dei prodotti stagionali recuperando così il legame con il ciclo della natura e con la produzione agricola. Gli alimenti "a Km zero", offrono maggiori garanzie di freschezza proprio per l'assenza di trasporto e di intermediari.

In questo modo la filiera sempre più corta sostiene i piccoli produttori che riescono a strutturarsi al meglio con un'offerta locale di qualità, e contribuisce alla salvaguardia dell'ambiente con la riduzione dei tempi e degli spazi di percorrenza dei mezzi di distribuzione.

Il tratto distintivo della Cooperativa sta proprio nella vicinanza dei produttori al punto vendita, che riesce a garantire contemporaneamente qualità, freschezza e convenienza.

QUALI SONO FRANCESCO LE SFIDE PER IL PROSSIMO FUTURO?

Il nostro impegno per il futuro sarà inserire nell'assortimento giornaliero, attraverso le nostre filiere, una maggiore quantità di biologico di provenienza toscana. Vogliamo realmente far crescere la regione sia in termini produttivi che di imprenditorialità.



Azienda Agricola Ercolani

CEDOLINO ONLINE PER TUTTI I DIPENDENTI

Nuova tappa nel processo di digitalizzazione

Nell'ambito del **processo di digitalizzazione** che la Cooperativa sta portando avanti da alcuni anni, a breve la busta paga e altri documenti personali saranno disponibili solo online, mediante l'apposito portale web. La Cooperativa con questa scelta vuole, oltre che semplificare ed efficientare i propri processi interni, contribuire alla **tutela dell'ambiente**, un valore basilare della nostra missione.

Invitiamo tutti coloro che ancora non hanno aderito al servizio online a compilare in ogni sua parte il modulo di adesione ricevuto in busta paga e ad inviarlo all'Ufficio paghe. Per accedere al servizio occorre cliccare sulla casella "Area dipendenti" della homepage del sito Unicoop Firenze www.coopfirenze.it

Accedendo all'area dipendenti sarà possibile controllare, scaricare e stampare non solo i cedolini ma anche tutta la modulistica, il CUD e le convenzioni per i dipendenti. Inoltre si potrà consultare lo storico delle buste paghe e relativi documenti da gennaio 2012.

I documenti potranno essere prelevati e stampati da qualsiasi dispositivo: PC, smartphone o tablet.

Arricchimento delle informazioni, maggior garanzia, tutela dei dati personali: questi elementi sono alla base del cambio di modalità.

L'area personale online sarà sempre più aggiornata e i vantaggi legati alla digitalizzazione dei documenti saranno molteplici:

- 1. Reperibilità immediata con risparmio di tempo e di spazio**
I documenti sono disponibili in qualsiasi momento e sono raggiungibili in modo rapido e sicuro.
- 2. Affidabilità e integrità**
La gestione e il controllo degli accessi attraverso sistemi sicuri garantisce l'autenticità e l'integrità del documento originale.
- 3. Tutela dell'ambiente**
Riduzione dell'impatto ambientale grazie al minore uso di carta e toner.



NUOVE MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI ASSEGNO PER IL NUCLEO FAMILIARE



Con l'obiettivo di assicurare una maggiore aderenza alla normativa vigente in materia di protezione dei dati personali, l'INPS ha introdotto nuove modalità di presentazione della domanda di assegno per il nucleo familiare (A. N. F.).

A decorrere dal 1° aprile 2019 le domande, finora presentate dal lavoratore interessato al datore di lavoro utilizzando il modello "ANF/DIP" (SR16), dovranno essere inoltrate esclusivamente all'INPS in via telematica.

Una volta presentata la domanda, sarà l'INPS ad autorizzare il datore di lavoro a erogare in busta paga gli importi per la prestazione familiare, con le consuete modalità previste dalla normativa.

COME PRESENTARE LA DOMANDA?



Tramite il servizio on-line dedicato, accessibile dal sito www.inps.it, se in possesso di PIN dispositivo, di una identità SPID (Sistema Pubblico di Identità Digitale) almeno di livello 2 o CNS (Carta Nazionale dei Servizi).



Tramite patronati e intermediari dell'Istituto: attraverso i servizi telematici offerti dagli stessi, anche se non in possesso di PIN.



Le domande già presentate prima del 1° aprile rimangono ovviamente valide fino alla scadenza del periodo previsto (30 giugno 2019).



ABBI CURA DI TE... SEI UN'OPERA D'ARTE®

DPI e famose opere d'arte insieme per aumentare la cultura della sicurezza

In occasione della giornata mondiale per la sicurezza e la salute sul lavoro, Unicon Firenza ha promosso un'importante campagna a favore di un'attività lavorativa sicura, sana e dignitosa.

PERCHÉ LA VENERE DEL BOTTICELLI INDOSSA UN DPI?

Il dipinto è uno dei tre capolavori riprodotti dalla campagna "Abbi cura di Te... Sei un'opera d'Arte®", ideata da Unigum S.p.a. e sostenuta da ANCC, che la nostra Cooperativa divulga con lo scopo di far riflettere su quanto sia importante la sicurezza all'interno della nostra attività lavorativa.

L'idea è quella di promuovere l'uso dei Dispositivi di Protezione Individuale attraverso immagini non convenzionali che facciano leva sulla bellezza e sulla voglia di volersi bene. Grandi capolavori presenti nell'immaginario di tutti noi, i cui soggetti indossano diversi tipi di DPI per cambiarne la percezione: non uno strumento scomodo e fastidioso, ma un amico che ti aiuta a vivere meglio.

Insieme alle locandine e ai segnalibri della campagna "Abbi cura di Te... Sei un'opera d'Arte®", Unicon Firenza ha promosso l'utilizzo di una spilla realizzata da ANCC, per rafforzare ancora di più il messaggio di questa importante iniziativa.

ABBI CURA DI TE

L'aver cura di sé, indossando i DPI, deve diventare un'azione quotidiana e prioritaria. Capi e Responsabili sono i primi a dover avere cura dei propri collaboratori, valorizzandoli e tutelando anche attraverso l'esempio. Ma ognuno di noi può farsi

promotore di questo messaggio, coinvolgendo tutti i colleghi nel corretto utilizzo dei DPI e collaborando alla creazione di un benessere lavorativo anche dal punto di vista della sicurezza. Ancora troppi casi di infortuni sono dovuti alla negligenza nell'utilizzo di tali dispositivi.

Questa campagna è il primo atto di un piano che proseguirà con altre importanti iniziative durante l'anno.

Indossare correttamente un DPI è prima di tutto un dovere personale, una semplice attività quotidiana che è un modo di prendersi cura di sé e del proprio benessere.



ABBI CURA DI TE... SEI UN'OPERA D'ARTE®

Quando l'Arte diventa educazione alla Sicurezza

L'idea è quella di promuovere l'uso dei Dispositivi di Protezione Individuale attraverso immagini non convenzionali che facciano leva sulla bellezza e sulla voglia di volersi bene. Grandi capolavori presenti nell'immaginario di Tutti Noi, riprodotti e contaminati da Artisti straordinari con DPI di qualità per cambiarne la percezione: **"NON UNO STRUMENTO SCOMODO E FASTIDIOSO MA UN AMICO CHE TI AIUTA A VIVERE MEGLIO..."**

è un progetto **unigum** S.p.A.
www.unigum.it



IL SUCCESSO DELLE NOSTRE INIZIATIVE

MISSIONE COMPIUTA: IL GOVERNO APPROVA IL SALVA MARE

Dopo che l'Europa nelle settimane scorse ha fatto propria l'idea toscana, anche il Governo italiano l'ha seguita. Il Consiglio dei ministri ha infatti da poco approvato un disegno di legge, il Salva Mare, che recepisce e si ispira al nostro progetto Arcipelago Pulito.

Il disegno di legge fa proprie le soluzioni che la Regione Toscana aveva già individuato con il proprio progetto sperimentale: dalla previsione di un deposito temporaneo di raccolta dei rifiuti presso il porto alla previsione di "premi" per i pescatori virtuosi.

Ma la Toscana non si ferma ed è già pronta non solo a prorogare ma anche ad ampliare la sperimentazione.

Arcipelago Pulito proseguirà infatti a Livorno e si allargherà da subito a Castiglione della Pescaia e a tutti gli altri comuni della costa che vorranno aderire, a cominciare dai porti più importanti in termini di attività ittica.

La Regione aveva tenuto a battesimo il progetto un anno fa nello spicchio di Tirreno davanti a Livorno con il coinvolgimento di una locale cooperativa di pescatori, ma anche di Legambiente, la Guardia Costiera, l'Autorità

di sistema portuale del Mar Tirreno Setentrionale, Unicoop Firenze, la società Labromare che gestisce la raccolta dei rifiuti nel porto e Revet che li ricicla.

Il valore aggiunto, rispetto ad esperienze simili portate avanti in altri mari e in altre parti del mondo, stava proprio nell'aver saputo creare una filiera completa, dalla raccolta del rifiuto alla sua analisi e trattamento e, quando possibile, recupero in un impianto idoneo. Da questo punto di vista è stato il primo progetto in Italia e in Europa.



Il valore di queste iniziative aumenta quando le persone ci credono e se ne fanno portavoce.

Un sentito ringraziamento a tutti coloro che hanno contribuito a diffondere le iniziative in punto vendita e hanno partecipato attivamente all'organizzazione di eventi a sostegno.



GLI OCCHI DEL BOSCO SARANNO ATTIVI ENTRO LA FINE GIUGNO

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. L'obiettivo di 30.000 euro è stato raggiunto grazie alle donazioni alle casse

e alle tante iniziative organizzate nel territorio. Le prime tre telecamere interconnesse tra loro e con la sala operativa della Protezione Civile saranno attive entro la fine di giugno.



I NUMERI DI ABBRACCIA EMPOLI

Questi numeri raccontano Abbraccia Empoli, la campagna di raccolta popolare promossa da Unicoop Firenze per sostenere il restauro della Fontana dei Leoni, che occupa la parte centrale di piazza Farinata degli Uberti a Empoli. La Fontana dei Leoni è il simbolo della città, il monumento cittadino per eccellenza ed è stato significativo vedere il coinvolgimento di tutta la popolazione e dei più giovani, perché un bene comune di un importante luogo pubblico tornasse al centro dell'azione collettiva. Alla sollecitazione di Unicoop Firenze infatti hanno risposto migliaia di empolesi, che hanno partecipato alle diverse iniziative, dalle passeggiate alle visite guidate, dalla rassegna teatrale alle cene in galleria.

34.670,76 €
RACCOLTI, CHE SONO STATI
RADDOPPIATI DALLA COOPERATIVA

OLTRE 500 LIBRI
SULLA STORIA DELLA FONTANA
DEI LEONI DIFFUSI

25
AMBASCIATORI
DELLA FONTANA

7000
PERSONE COINVOLTE
NELLE INIZIATIVE

OLTRE 150
FRA ASSOCIAZIONI, ENTI COINVOLTI
ED ESERCIZI COMMERCIALI ADERENTI

80
INIZIATIVE ORGANIZZATE



CONSERVA LA MEMORIA: OBIETTIVO RAGGIUNTO!

Lo scorso mese si è conclusa la campagna di crowdfunding per il completamento del restauro del Memoriale di Auschwitz. La scelta della Cooperativa è stata quella di raccogliere i fondi attraverso iniziative e donazioni alle casse in modo da riportare al centro dell'attenzione il tema della Memoria.

Questa modalità partecipativa ha coinvolto oltre 15mila toscani. Al raggiungimento dell'obiettivo hanno contribuito tanti eventi organizzati sul territorio come le attività delle sezioni Soci (incontri, testimonianze, presidi nei punti vendita, cene e pranzi solidali), le visite guidate alla Sinagoga di Firenze e l'evento Musica e Parole, dove

mille persone da tutta la Toscana si sono incontrate per una serata dedicata al Tuscan Hall di Firenze.

Tutte queste iniziative, insieme alle donazioni alle casse (oltre 11mila euro raccolti e raddoppiati dalla Cooperativa), hanno contribuito al successo della campagna di Unicoop Firenze.

Nonostante il traguardo raggiunto, l'impegno della Cooperativa non si ferma: dopo aver coinvolto moltissime persone su questo tema, la volontà è quella di trovare nuove modalità per collaborare con ANED alle attività che verranno portate avanti da maggio, momento dell'inaugurazione, nello spazio EX3 dedicato alla Memoria.





PER I DIPENDENTI

Da una recente inchiesta di Altroconsumo è emerso che CoopVoce è l'operatore più trasparente del mercato. L'indagine ha messo sotto la lente d'ingrandimento undici operatori telefonici, visitando 160 punti vendita e attivando 55 schede Sim.

CoopVoce è il nostro operatore di telefonia mobile, nato nel 2007 e divenuto nel tempo sempre più competitivo, grazie a tariffe molto convenienti senza costi nascosti.

Ricordiamo i principali vantaggi dell'operatore:

- ha una copertura del 99,8% nel territorio nazionale e offerte disponibili in 4G.
- ha un'assistenza italiana gratuita, disponibile 24 ore su 24, sette giorni su sette
- è attivabile in oltre 800 punti vendita sparsi nel territorio italiano e, in particolare, in 29 punti vendita di Unicoop Firenze
- si può ricaricare ovunque
- non applica costi aggiuntivi all'offerta desiderata e non ha costi nascosti
- offre numerose tariffe e offerte, che vanno a coprire le principali esigenze degli utenti della telefonia mobile

HAI GIÀ ATTIVATO "DIPENDENTI RICARICA 50%"?

Unicoop Firenze e CoopVoce riservano a tutti i dipendenti Unicoop Firenze una promozione speciale, valida per sempre e compatibile con eventuali altre promozioni in vigore eventualmente già attivate.

L'OFFERTA

Ad ogni ricarica viene immediatamente accreditato sul numero dell'utente un bonus pari al 50% in più dell'importo ricaricato. Per esempio, ricaricando 20€, si ricevono 20€ di traffico e 10€ di bonus per un totale di 30€.

TERMINI E CONDIZIONI

L'offerta è valida per una sola linea, esclusivamente intestata al dipendente. L'attivazione è gratuita e può essere effettuata da tutti i dipendenti che:

- hanno già un numero CoopVoce attivo;
- portano il loro numero in CoopVoce da altro operatore;
- attivano un nuovo numero CoopVoce.

L'offerta è valida per sempre ed è compatibile con tutte le iniziative promozionali CoopVoce che permettono di telefonare, inviare messaggi e navigare. Il bonus 50% è valido per tutti i tagli e tipologie di ricarica. Le ricariche premiate (cioè quelle ottenute con i punti della spesa Coop) non danno diritto all'attribuzione del bonus. Il servizio di "Autoricarica con la spesa" è compatibile con quest'offerta ma non dà origine al bonus legato alla ricarica.

MODALITÀ DI ATTIVAZIONE

Per attivare l'offerta è necessario comunicare all'indirizzo

helpdesknofood@unicopfirenze.coop.it

i seguenti dati: nome e cognome, data di nascita, numero di badge, numero di telefono CoopVoce su cui deve essere attivata l'offerta. Ad avvenuta attivazione e a ogni ricarica, si riceverà una conferma tramite SMS.



I RISULTATI DELL'INDAGINE DI ALTROCONSUMO				
OPERATORE TELEFONICO	INFORMATIVA PRECONTRATTUALE	PROCESSO DI ATTIVAZIONE	SERVIZI AGGIUNTIVI	VALUTAZIONE GLOBALE
COOP VOCE	2,5	3,9	5	★★★★★
FASTWEB	1,8	3,8	5	★★★★★
HO.MOBILE	2	3,8	4,5	★★★★
ILIAD	1,9	3	5	★★★★
KENA	1	3	4,5	★★★★
TISCALI	2,2	3,9	4,2	★★★★
WIND	1,9	3,1	2,8	★★★★
POSTEMOBILE	1,1	2,4	2,2	★★★
TIM	1	2,9	1,3	★★★
TRE	1,4	3,7	2,1	★★★
VODAFONE	1	3,2	2	★★★

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

Seguici on line
www.myunicop.coopfirenze.it



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