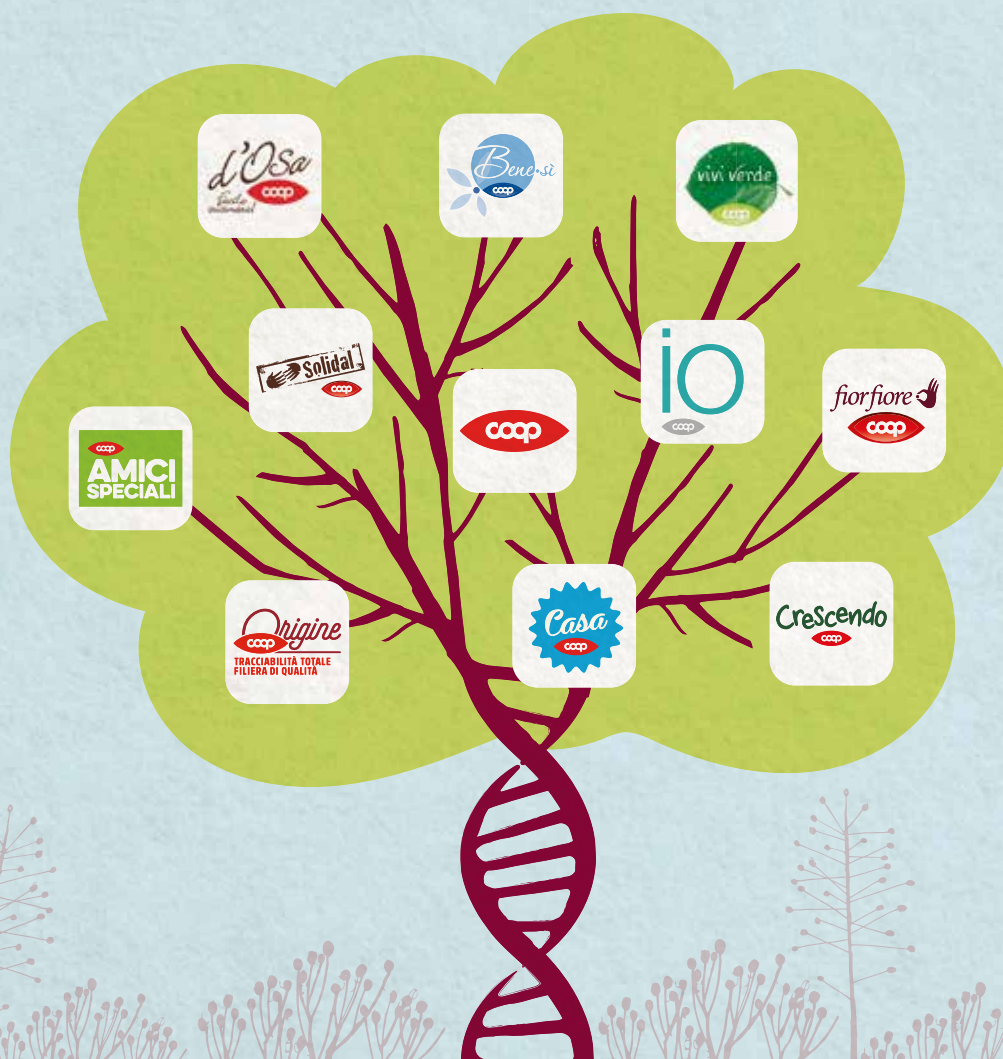




SUL TERRENO DEI VALORI NON TEMIAMO CONFRONTI

*I prodotti a marchio Coop sono espressione del nostro DNA
e superano i prodotti analoghi dei principali competitor
in convenienza, qualità, sicurezza e rispetto dell'ambiente*



**PUBBLICITÀ COMPARATIVA:
UN MODO PER COMUNICARE
LA NOSTRA CONVENIENZA**

P. 03

**L'INAUGURAZIONE
DEL NUOVO PUNTO VENDITA
DI SAN MINIATO**

P. 06

**FORMIAMO LA SQUADRA
CHE PARTECIPERÀ
A "CORRI LA VITA"**

P. 08

**TRE BUONE NOTIZIE
PER L'AMBIENTE
E PER IL SOCIALE**

P. 14

IN PRIMO PIANO

PUBBLICITÀ COMPARATIVA: UN MODO PER COMUNICARE LA NOSTRA CONVENIENZA 03

DAI PUNTI VENDITA

L'INAUGURAZIONE DI SAN MINIATO BASSO 06

BUON COMPLEANNO AL PDV DI CALDINE CHE COMPIE 15 ANNI! 10

L'INIZIATIVA

SOSTENIAMO COME SQUADRA LA LOTTA AL TUMORE AL SENO 08

GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO 11

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI: NOVITÀ COOP IL FRUTTO DI STAGIONE: FRUTTI DI BOSCO: LAMPONI MIRTILLI E MORE 12

L'APPROFONDIMENTO

NOTIZIE IN PILLOLE 14

PUBBLICITÀ COMPARATIVA: UN MODO PER COMUNICARE LA NOSTRA CONVENIENZA

Intervista al Direttore Marketing Franco Cioni



INVIARE EMOZIONI NON È MAI STATO COSÌ FACILE.



piùfiori
piùscelta

Piùfiori è il nuovo servizio creato per te.

Acquista con un click su piuscelta.it fiori o piante per ogni occasione.

La consegna a domicilio è in 48 ore ed è gratuita.

A ottobre dello scorso anno abbiamo ribassato il prezzo di oltre 700 prodotti a marchio Coop, attività comunicata con la campagna "Ancora più convenienti". Un'iniziativa coerente con la nostra missione di tutelare il potere di acquisto di Soci e consumatori, garantendo prodotti di qualità alle migliori condizioni possibili.

Nei primi mesi dell'anno abbiamo rinnovato la comunicazione con la campagna "Qualità e convenienza sempre di casa", evidenziando a scaffale tutti i prodotti Coop con lo slogan "Buono e conveniente": il rapporto prezzo-qualità dei nostri prodotti a marchio non teme confronti.

Il Direttore Marketing, Franco Cioni, fa il punto della situazione e delinea le iniziative future.

L'ANDAMENTO AL QUADRIMESTRE DELLA COOPERATIVA HA EVIDENZIATO LA CRESCITA DEL PRODOTTO A MARCHIO...

I risultati del primo semestre 2019 sono sicuramente incoraggianti.

Il prodotto a marchio è cresciuto in quantità, ma anche in valore, nonostante la forte riduzione dei prezzi iniziata a ottobre.

Complessivamente sono cresciuti i volumi di vendita della Cooperativa e sono aumentati gli scontrini.

La nostra azione ha sortito gli effetti desiderati sul mercato: i primi a subirla sono stati i discount che nel nostro territorio diminuiscono le vendite a rete omogenea, in controtendenza con il dato nazionale che li vede ancora in crescita

COME CI MUOVEREMO NEI PROSSIMI MESI?

Continueremo a evidenziare la nostra convenienza e qualità rispetto alla concorrenza. Lo faremo sia sull'Informatore che sui volantini promozionali, ma anche sui nostri strumenti di comunicazione interna, affinché i lavoratori siano i primi a conoscere e a comunicare coerentemente all'esterno questi valori.

A PROPOSITO DELLA CONCORRENZA, IL CONFRONTO CON I DISCOUNT CI VEDE ANCORA USCIRNE POSITIVAMENTE?

Confrontarsi con i discount sulla convenienza è una sfida ardua dalla quale però noi non sfuggiamo.

La Cooperativa è nata per difendere il potere di acquisto dei consumatori, in primis di quelli economicamente più deboli: non possiamo lasciare questo ruolo ai discount.

I discount partono da una struttura dei costi più bassa di noi: per le scelte ubi- zionali, per la qualità delle strutture, ma soprattutto per il minor livello dei servizi e il costo del lavoro orario più basso.

Nonostante tutto ciò, in particolare dopo le scelte effettuate nell'ultimo anno, siamo noi che sui prodotti confrontabili complessivamente abbiamo i prezzi più bassi!

Lo verificiamo costantemente attraverso minuziose rilevazioni, dalle quali abbiamo estratto quelle comparazioni di prezzi su prodotti con le stesse caratteristiche che abbiamo pubblicato nei mesi scorsi.

E CON I COMPETITOR TRADIZIONALI?

La differenza dei prezzi a nostro vantaggio è ancora più evidente verso i più aggressivi concorrenti tradizionali: Esselunga e Conad.

Con loro il confronto è possibile anche su prodotti di marca uguali (che non è possibile con i discount in quanto non presenti nei loro assortimenti). Su questi prodotti ci lasciano poco spazio: tendono a seguirci ogni volta che facciamo operazioni di ribasso. Insistere su questa strada può portare vantaggi soprattutto ai grandi gruppi industriali a svantaggio degli altri. Ciononostante abbiamo anche su questi prodotti un vantaggio di prezzo superiore al 2%, comprendendo anche l'attività di taglio prezzo promozionale, dove hanno un'intensità superiore alla nostra.

Il differenziale a nostro vantaggio cresce sui prodotti freschi e diventa "enorme" sul prodotto a marchio: supera il 20% verso Conad (compresi i "bassi e fissi" tanto pubblicizzati), siamo intorno al 40% verso Esselunga!

INSOMMA, LA CONVENIENZA DA NOI È DAVVERO DI CASA...

Convenienza che nel nostro caso si collega alla qualità. Quando si parla del marchio Coop non si può non considerare anche la sua qualità, che riguarda il prodotto in sé, le sue caratteristiche intrinseche, la sua bontà e la sua sicurezza, ma non solo: dietro ogni prodotto a marchio ci sono il rispetto dei produttori, la tutela della salute dei consumatori, l'attenzione all'ambiente e al territorio.



**PUOI RACCONTARCI
QUALI SARANNO
LE NOSTRE
PROSSIME AZIONI?**

Il nostro obiettivo principale resta quello di essere i leader assoluti in materia di convenienza e qualità, pertanto le nostre azioni future avranno ancora questi valori al centro. Avendo sempre come vincoli la

sostenibilità economica, la sostenibilità etica, la sicurezza alimentare e il rispetto dell'ambiente. Tema quest'ultimo su cui stiamo incrementando in modo significativo i nostri investimenti.

UNA COMPARAZIONE CON METODO SCIENTIFICO

Per affermare la nostra leadership di prezzo ed essere coerenti con le campagne che lanciamo all'esterno, pensiamo ad esempio al claim "Ogni giorno i migliori prodotti ai prezzi più bassi. Non temiamo confronti", dobbiamo tenere costantemente sotto controllo i prezzi dei nostri concorrenti con metodologie complesse che si diversificano a seconda del concorrente analizzato.



Il confronto prende a riferimento, con le dovute differenze tra insegne:

- Marche industriali (stesso EAN);
- Prodotto a marchio/Primo prezzo (stessa prestazione);
- Freschissimi (stessa prestazione).

CONFRONTO CON I DISCOUNT

La base per il confronto è l'assortimento totale del concorrente a cui viene abbinato la stessa prestazione presente in Coop.fi.

I discount presi in esame sono Lidl ed Eurospin. Il confronto ha come base 1.400/1.500 referenze comuni e ha cadenza mensile. Questi prodotti si stima rappresentino circa i due terzi delle loro vendite.

Vengono generati indici di posizionamento (base 100 i prezzi Coop.fi) con e senza promozioni e ponderati sulla base del venduto per categoria Discount Italia.

CONFRONTO CON GDO

Il confronto con Conad ed Esselunga è su base quindicinale e prende a riferimento 4.500/5.000 referenze.

Vengono generati indici di posizionamento (base 100 i prezzi Coop.fi) con e senza promozioni e ponderati sulla base del venduto Coop.fi per singola referenza.



Indice prezzi (compreso promozioni) - Coop.fi = 100

Rilevazioni giugno 2019	Esselunga Gignoro	Conad Maliseti	Eurospin Firenze	Lidl Prato
TOTALE alimentari	111,8	110,1	102,9	106,0
<i>Prodotti di marca uguali</i>	102,1	102,4	101,8 (*)	110,1 (*)
<i>Prodotto a marchio</i>	135,2 (**)	121,2	101,4	102,2
<i>Primo prezzo</i>	113,8	(***)	115,2	118,4
TOTALE reparti industriali	113,5	108,7	103,5	105,4
TOTALE reparti freschi	110,0	112,1	101,9	107,0

(*) Indice relativo al confronto di 6 referenze con Eurospin e 226 referenze con Lidl.

(**) Indice senza promozioni 140,8.

(***) Primi prezzi non presenti in Conad.

L'INAUGURAZIONE DI SAN MINIATO BASSO

Cos'è cambiato nel nuovo punto vendita di San Miniato Basso



Giovedì 18 luglio è stato inaugurato il nuovo Coop.fi di San Miniato Basso in via Ferrante Aporti 29, che sostituisce quello vecchio. Tante le novità.

Il nuovo punto vendita vuole soddisfare le esigenze del nuovo consumatore, sempre più attento alla qualità e all'origine dei prodotti, alle nuove tendenze alimentari ma, allo stesso tempo, alla ricerca di prezzi convenienti e di comodità nel fare la spesa.

Il formato del negozio ricalca il classico percorso: ad accogliere Soci e clienti c'è un ricco assortimento del reparto ortofrutta, con prodotti di stagione, biologici e dei

fornitori toscani, uno spazio dedicato alla frutta secca e un'area riservata ai frutti esotici. In macelleria la scelta di togliere il banco a taglio ha reso ancora più importante il ruolo degli addetti che dovranno consigliare e assistere i clienti nella scelta di un'ampia disponibilità dei preparati Banco del Gusto e delle migliori carni selezionate e garantite Coop, provenienti da allevamenti che assicurano il benessere animale. Al banco pescheria arriva, fresco di poche ore e da filiera garantita e tracciabile, il pesce dell'Arcipelago Toscano, pescato esclusivamente nei comparti di Viareggio, Livorno e Portoferraio. In forneria è possibile prenotare e acquistare

pizza e stuzzichini dolci e salati, ampia scelta anche di prodotti cotti quotidianamente in punto vendita e di prodotti Banco del Gusto. Nel reparto gastronomia spazio ai salumi di filiera toscana.

Tante anche le soluzioni della rosticceria. Nel nuovo negozio, richiesta a gran coro anche dai dipendenti oltre che dai Soci e clienti, tra le novità principali è stata creata una **zona ristoro interna**, dotata di servizio bancomat e distributore di caffè, dove Soci e clienti potranno consumare i prodotti appena acquistati per un pranzo veloce o una merenda.

A disposizione di Soci e clienti anche una vasta scelta di tutti quei **prodotti che rispondono ai nuovi stili di consumo**: prodotti biologici, free from, vegani e vegetariani e prodotti con una particolare attenzione al territorio, eccellenze della tradizione come DOP, DOC, IGP e IGT.

Fra i diversi servizi del nuovo negozio, infine, troviamo: box informazioni, prestito sociale, attivazione Salvatempo, biglietti e abbonamenti autobus, ricariche telefoniche, ritiro prodotti Piùscelta, ritiro foto e libri.

Un punto vendita ecologico e innovativo anche per quanto riguarda le caratteristiche strutturali: è stato realizzato



rispondendo alle ultime normative anti sismiche, con anche una serie di accelerometri installati all'interno della struttura in grado di monitorare costantemente la risposta dell'edificio agli eventi sismici. In termini di risparmio energetico la Cooperativa, per mantenere la propria etica volta all'utilizzo di energia da fonti rinnovabili, è voluta andare oltre le richieste di legge e ha installato in copertura pannelli fotovoltaici per oltre 270 KW di potenza.

Il nostro immobile non consuma gas ma soltanto energia elettrica, la maggior parte della quale proviene appunto da fonti rinnovabili.

Sempre per evidenziare l'aspetto **green della Cooperativa**, il progetto ha previsto la nuova piantumazione di oltre 50 alberi nell'area parcheggio, composta da oltre 250 posti auto, con 40 posti auto semi coperti, protetti da una pensilina fotovoltaica, e 40 posti auto completamente coperti, oltre a stalli protetti per disabili e per neo mamme. L'attenzione all'ambiente si ritrova anche nell'installazione di ben **4 postazioni di ricarica per auto elettrica sotto il marchio Enel X.**

Sarà possibile scoprire il nuovo punto vendita anche la domenica dalle 8.30 alle 13.30.

Per la prima volta abbiamo sperimentato una nuova modalità di comunicazione: la **diretta streaming durante il taglio del nastro**. Giovedì 18 luglio è stato trasmesso in diretta il taglio del nastro del nuovo punto vendita sia sui nostri strumenti digitali (Intranet, MyUnicoop digitale e MYA) sia sull'Informatore Online. Questo è stato un primo passo per far conoscere e divulgare informazioni in tempo reale.



INFORMAZIONI UTILI

- DIRETTRICE:** Lara Volpi
- INDIRIZZO:** via Ferrante Aporti 29
- CODICE DEL NEGOZIO:** 063
- NUMERO BOX INFORMAZIONI:** 0571 445004

Foto di Gianni Pasquini.



SOSTENIAMO COME SQUADRA LA LOTTA AL TUMORE AL SENO

Anche quest'anno Unicoop Firenze prenderà parte a Corri la vita



La manifestazione "Corri la vita" torna a Firenze. Il 29 settembre le strade si tingono di rosa a sostegno della lotta contro il tumore al seno.

Unicoop Firenze conferma il proprio impegno in ambito sociale a favore della tutela della salute e del territorio sostenendo la fondazione Corri la Vita Onlus promotrice dell'evento.

La manifestazione, che festeggia la sua XVII edizione, ormai è diventata uno degli appuntamenti più attesi e partecipati dove sport, cultura e rispetto dell'ambiente si uniscono al servizio della solidarietà, promuovendo la raccolta di fondi per progetti dedicati alla cura e prevenzione del tumore al seno.

Nelle precedenti 16 edizioni sono stati raccolti oltre 5.700.000 euro, riunendo quasi 335.100 partecipanti e consentendo un'assistenza di qualità a oltre 400.000 donne.

Durante questa XVII edizione della manifestazione i partecipanti potranno scegliere tra due nuovi percorsi diversificati per gradi di difficoltà - uno di circa 11 km e l'altro di 6 km (costellato da una serie di tappe di carattere culturale) - che si snodano tra scenari inediti e scorci mozzafiato studiati ad hoc per godere delle bellezze uniche di Firenze. A questo si aggiunge, come da tradizione, la possibilità di visitare gratuitamente alcune mostre e musei nel pomeriggio semplicemente indossando la

maglia di CORRI LA VITA 2019 o esibendo il certificato di iscrizione.

Dal 2 settembre sarà possibile iscriversi alla manifestazione e assicurarsi una delle magliette firmate da Salvatore Ferragamo. Obiettivo della raccolta fondi 2019 è continuare a finanziare il Progetto EVA, promosso e messo a punto dall'Associazione CORRI LA VITA Onlus in collaborazione con LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, Sezione di Firenze). Oltre a questo, verrà garantito il sostegno ai tre progetti storici: Ce.Ri.On. Centro Riabilitazione Oncologica di Villa delle Rose, FILE Fondazione Italiana di Leniterapia Onlus e SenoNetwork Italia Onlus, portale che riunisce le Breast Unit italiane.

L'iniziativa è interamente *Plastic free*. Verranno usati esclusivamente packaging e bicchieri compostabili perché, come ha detto in conferenza stampa il sindaco Dario Nardella, "l'attenzione all'ambiente è l'altra faccia della medaglia, il mantenimento del nostro ecosistema incide anche sulla nostra salute. Parlare di salute e ambiente vuol dire parlare della stessa cosa".

Anche quest'anno, oltre ai primi tre uomini e alle prime tre donne in ordine di arrivo, saliranno sul podio anche i tre gruppi più

numerosi: aziende, società sportive e palestre, associazioni, universitari, scuole e così via. Insomma, più si è uniti, più possibilità ci sono.

Sarà possibile condividere sui social e seguire l'iniziativa attraverso l'hashtag #corrilavitainitalia.

Per maggiori informazioni sulla manifestazione visita il sito web: www.corrilavita.it

Proviamo anche noi a partecipare formando la squadra Unicoop Firenze. Se riusciremo a raggiungere un numero abbastanza elevato di persone possiamo farcela!

Partecipa anche tu e invita a partecipare i tuoi familiari e amici: un'occasione unica per passare una bella giornata insieme all'insegna della solidarietà, dello sport e della cultura!



PUOI ISCRIVERTI ALLA SQUADRA uniconfirenze DAL 2 SETTEMBRE IN TRE MODALITÀ:

1. Puoi iscrivere te, i tuoi amici e familiari presso uno dei punti di raccolta iscrizioni a Firenze (indicati nel box qui sotto) e mandare una mail a ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it, entro e non oltre martedì 24 settembre 2019, indicando: nome, cognome, numero del pettorale e luogo di iscrizione.
2. Puoi iscrivere te, i tuoi amici e familiari giovedì 5 settembre 2019 dalle ore 12.00 alle ore 14.00 presso la mensa di Santa Reparata.
3. Sempre dal 2 settembre sarà aperta la pre-iscrizione online che avverrà tramite il circuito BoxOffice Toscana. Utilizzando questa modalità bisogna comunicare il numero di transazione che riceverai via mail a ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it, e sarà possibile ritirare il materiale (fino a esaurimento scorte) soltanto sabato 28 settembre in Via Martelli oppure domenica 29 settembre in Piazza Vittorio Veneto.



Tutte le iscrizioni effettuate con queste modalità concorreranno a formare la squadra Unicoop Firenze.



PUNTI DI ISCRIZIONE dal 2 al 26 settembre

LILT Firenze

- Viale D. Giannotti, 23

Firenze Marathon

- Viale Fanti, 2

L'isolotto dello Sport

- Via dell'Argingrosso, 69 A/B

Ottica Fontani

- Viale Filippo Strozzi, 18

FILE

- Via San Niccolò, 1

Game 7 Athletics

- Piazza Duomo, 6/r
- I Gigli Via San Quirico, 165

Universo Sport

- Via Masaccio, 201
- Via Sandro Pertini, 36 / Viale Guidoni

Mercato Centrale

- Piazza del Mercato Centrale

Erboristeria Natura Verde

- Via Gioberti, 52/r

ULTIME ISCRIZIONI NEI GAZEBO ALLESTITI:

- **Via Martelli/Piazza Duomo** venerdì 27 e sabato 28 settembre (ore 10-17)
- **Piazza Vittorio Veneto** domenica 29 settembre (ore 7.30-8.30)



BUON COMPLEANNO AL PDV DI CALDINE CHE COMPIE 15 ANNI!



GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO DEDICATO AI DIPENDENTI

GELATO BISCOTTO AL MALTO D'ORZO E MIELE COOP - x8 - 400 g - al gusto vaniglia

Delicati biscotti al malto d'orzo e miele, farciti con cremoso gelato al gusto di vaniglia, ideali per una merenda sana e nutriente o per una pausa golosa. Senza coloranti e senza olio di palma.



IL TEST

Il prodotto è stato assaggiato da 787 dipendenti:

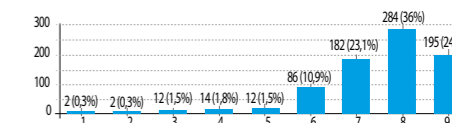
614 femmine e **173** maschi.

- È stato molto gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, raggiungendo il punteggio di **8,5**.
- Il **35,5%** dei dipendenti non conosceva questo prodotto e l'**85%** dichiara di essere disposto a riacquistare il prodotto e suggerirlo ai Soci e clienti, considerandolo migliore di quelli di marca.
- Il **46,5%** ha valutato funzionale la confezione.

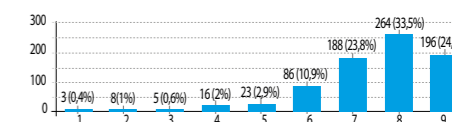
I commenti più ricorrenti

L'osservazione più ricorrente ha riguardato il biscotto, ritenuto troppo morbido, mentre la farcitura ha ricevuto commenti tutti positivi. I più golosi suggeriscono una farcitura con gocce di cioccolato, alla nocciola o al cioccolato.

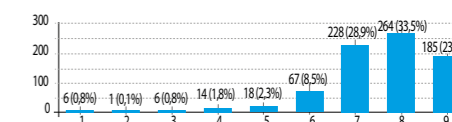
Quanto ti piace il sapore del prodotto?



Quanto ti piace la consistenza del prodotto?



Come valuti complessivamente questo prodotto?



FIOCCHI DI LATTE COOP - 150 g

Tra i formaggi freschi a marchio Coop è ora disponibile anche il Fiocchi di latte, un prodotto ricco di proteine dal gusto fresco e delicato per un'alimentazione sana ed equilibrata.



IL TEST

Il prodotto è stato assaggiato da 711 dipendenti:

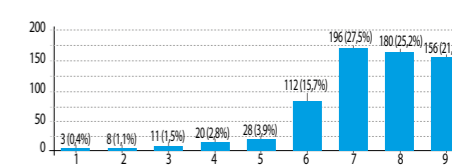
558 femmine e **153** maschi.

- Il prodotto è stato gradito dalla maggior parte degli assaggiatori e ha raggiunto il punteggio di **7,8**.
- Il **43,5%** dei dipendenti non conosceva questo prodotto e il **78,8%** ritiene che le informazioni presenti sul packaging siano esaustive.
- Il **74%** dei dipendenti dichiara di essere disposto a riacquistare il prodotto dopo averlo assaggiato e a suggerirlo ai Soci e clienti.

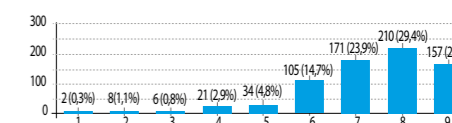
I commenti più ricorrenti

Il commento più ricorrente riguarda la confezione: la maggioranza preferirebbe che fosse richiudibile, altri vorrebbero avere dei suggerimenti sugli accostamenti con altre pietanze. È stata registrata anche la richiesta di cambio colore del packaging, troppo simile ad analoghi prodotti di marca.

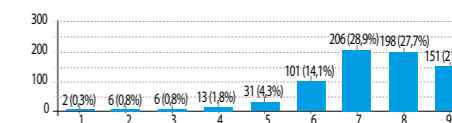
Quanto ti piace il sapore del prodotto?



Quanto ti piace la consistenza del prodotto?



Come valuti complessivamente questo prodotto?



VUOI DIVENTARE UN DIPENDENTE ASSAGGIATORE?
ISCRIVITI INVIANDO UNA MAIL A infoassaggi@uniconfirenze.coop.it
Per qualsiasi informazione rivolgiti all'ufficio comunicazione interna e relazioni RU,
ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it - 055/4780820



Scopri l'Ortofrutta

STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



Pesche



Melone



Cocomero



Frutti di bosco



Pere estive
(Cosce, Carmen)

VERDURA



Cetrioli



Insalate



Zucchine



Legumi freschi
(Cannellini, Borlotti)



Fagiolini Boby



Pomodori

PARLIAMO DI...

Novità Coop

Una novità per la nuova linea di legumi e cereali Vivi Verde: tutti i prodotti sono coltivati, selezionati e lavorati interamente in Italia. La nuova linea di legumi e cereali secchi nasce interamente da agricoltura biologica e garantiamo la tracciabilità totale della filiera su tutte le referenze fino al campo.

La linea si compone di 9 articoli: si spazia dai classici fagioli cannellini e borlotti, passando per le lenticchie, fino ai ceci; non possono mancare farro e orzo nonché 3 referenze di zuppe miste (rustica - fantasia - legumi e cereali). Tutte le referenze sono in pratiche buste da 400 g, con una finestra

sul fronte che rende il prodotto all'interno facilmente visibile. Su ciascun packaging sono riportate dettagliatamente sia le proprietà nutrizionali, sia le indicazioni per la preparazione, nonché quelle per il corretto smaltimento del packaging.

Lenticchie
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 1,98

Fagioli borlotti
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 2,48

Farro perlato
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 1,48

Zuppa legumi e cereali
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 1,98

Zuppa fantasia
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 1,98

Fagioli cannellini
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 2,48

Ceci
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 1,48

Orzo perlato
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 1,48

Zuppa rustica
Bio Vivi Verde Coop
400 g
€ 1,98

FRUTTO DI STAGIONE

Frutti di bosco: lamponi mirtilli e more

I frutti di bosco sono una categoria di frutta le cui piante si sviluppano nel particolare clima umido e nel terreno acido del sottobosco, in condizioni di semi-ombra

e clima freddo. La comunanza del loro habitat li caratterizza come frutti di bosco.



LAMPONI

Piccole drupe di colore rosso chiaro, dalla forma sferica allungata, un aroma e un profumo tipicamente selvatici. Sono i frutti

di lampone, dall'accattivante sapore dolce - acidulo. Buoni in cucina, stuzzicanti per originali maschere di bellezza.

Consigli preziosi:

- Per ottenere una bibita dissetante e diuretica, utile per combattere febbre e influenza, basta preparare uno sciroppo di lamponi e zucchero (1,5 Kg per ogni chilo di lamponi, cotti a fuoco bassissimo).
- Pelle stanca e sensibile? Ecco una sferzata di energia con una maschera di lamponi, dalle proprietà emollienti e rivitalizzanti. Si schiacciano i frutti freschi e si lasciano per qualche ora sul viso, risciacquando poi con acqua tiepida.

MIRTILLI

Con una forma tondeggianta, una buccia di colore blu chiaro uniforme e una polpa croccante e succosa di colore verde chiaro, i mirtilli conquistano tutti, anche per il sapore dolce - acidulo ben bilanciato ed equilibrato. Recenti studi hanno dimostrato

i benefici apportati dal mirtillo alla memoria e alla attività dei neurotrasmettitori grazie al loro contenuto di minerali e fitonutrienti come il potassio, il calcio, la vitamina K, la mirtillina e i polifenoli.



MORE

Sono circa 20 piccole drupe color nero lucente a formare il frutto della mora, aromatico e rinfrescante, di sapore dolce - acidulo. I frutti più dolci e zuccherini sono quelli più maturi. Per sapere quando sono pronti da mangiare, basta osservare le piccole drupe nere: si ingrossano tanto da sembrare pronte a scoppiare.

proprietà antiossidanti e antinfiammatorie, preziose alleate per la salute del nostro organismo. La mora è inoltre una eccellente fonte di vitamine e sali minerali. Questo frutto svolge un'azione depurativa e battericida specialmente se consumato a digiuno, ed è un potente antitossico nei confronti degli inquinanti atmosferici.

Il caratteristico colore nero della mora deriva dagli antociani, molecole con forti

Un ringraziamento al nostro fornitore.



In collaborazione con il settore ortofrutta.

NOTIZIE IN PILLOLE

LA NUOVA BOTTIGLIA D'ACQUA COOP HA DEBUTTATO AL JOVA BEACH PARTY

Il Jova Beach Party 2019 è un progetto ideato e voluto da Jovanotti in 17 tappe, nei mesi di luglio e agosto, di cui Coop è partner. Il primo impegno sottoscritto da Coop è stato la realizzazione per il tour di una special edition della bottiglia d'acqua Coop da 500 ml.

La nuova bottiglia di acqua Coop in plastica riciclabile al 100%, da plastica riciclata al 30%, è parte integrante di un progetto di economia circolare in cui le bottiglie Coop si trasformeranno in filato con cui realizzare magliette da destinare ad associazioni sportive giovanili che operano nei 17 comuni che ospitano il tour o, in alternativa, in coperte di pile per associazioni di volontariato locali.

La nuova bottiglia segna un'ulteriore tappa dell'impegno ambientale di Coop, che dal 2009 ha ridotto la grammatura delle proprie bottiglie fino al 20% con un risparmio di 3.300 tonnellate di CO₂ e ha aumentato le fonti dell'Acqua Coop da 2 a 4, permettendo così di ridurre le distanze di trasporto e di non emettere 388 mila chilogrammi di CO₂.

Ma l'impegno non si esaurisce. Entro gennaio 2023 tutte le bottiglie di acqua Coop saranno realizzate con il 50% di materiale riciclato. Nel complesso le azioni annunciate sui prodotti permetteranno a Coop di raggiungere nel 2025 un risparmio totale di plastica vergine di 6.400 tonnellate annue, corrispondenti al volume di circa 60 Tir (circa una fila di 1 km di Tir in autostrada).



9,7 TONNELLATE DI RIFIUTI IN MENO NELL'AMBIENTE CON LIBERI DAI RIFIUTI

I duemila volontari, che hanno partecipato alle 17 giornate di volontariato ambientale promosse da Uniconop Firenze e Legambiente hanno raccolto quasi dieci tonnellate di rifiuti, in media ogni partecipante ha sottratto all'ambiente circa 5 kg di rifiuti.

Le diciassette azioni di cura del territorio, inizialmente previste per il solo mese di maggio, in seguito in alcuni casi rimandate causa maltempo a giugno, hanno coinvolto singoli e famiglie, lavoratori, Soci e clienti della Cooperativa, soci di Legambiente e tantissimi cittadini, che hanno



deciso di dedicare qualche ora per dare una mano all'ecosistema toscano.

I risultati della raccolta sono variabili, a seconda delle zone. Alcuni luoghi sono risultati più puliti e l'iniziativa è stata l'occasione per sollecitare una **consapevolezza ambientale** nei cittadini, più o meno

giovani. In altre tappe, l'appuntamento per la pulizia ha dato buoni e "ingombranti" frutti. In altri casi ancora i volontari, dopo aver riempito i sacchetti di indifferenziato e plastica, hanno scoperto e segnalato a chi di competenza vere e proprie discariche abusive.

Ricordiamo che gli appuntamenti di "Liberi dai Rifiuti" hanno rappresentato l'ultima fase del progetto Ecooperare. Nato coi primi incontri volti a identificare le buone pratiche e i consigli per aiutare l'ambiente, si è sviluppato con la prima guida partecipata all'ecologia quotidiana d'Italia.

SCONTO DEL 5% A CHI FA LA SPESA NEI NOSTRI NEGOZI CON LA CARD DEL REDDITO DI CITTADINANZA

La promozione solidale non è una novità per il mondo Coop, che utilizza il nuovo strumento del reddito di cittadinanza per individuare e aiutare chi si trova in condizione di disagio economico.

La carta del reddito di cittadinanza si inserisce nel percorso di carte di solidarietà a favore di fasce economicamente deboli inaugurato con la Social Card nel 2008 dall'allora Ministro dell'Economia e delle Finanze Giulio Tremonti e proseguito con il reddito di inclusione varato dal governo Renzi.

Con la campagna attuale Uniconop Firenze riconoscerà uno sconto pari al 5% sulla spesa effettuata a chi si presenta con la card del reddito di cittadinanza e ai detentori della pensione di cittadinanza.

FAI LA SPESA CON LA TUA CARTA REDDITO DI CITTADINANZA. IL 5% TE LO OFFRE COOP.



Vicini a chi ha più bisogno. Da sempre.

LA **coop** SEI TU.

L'OSPEDALE PEDIATRICO MEYER® DIVENTA GRANDE ANCHE GRAZIE A NOI

Soci, clienti e lavoratori in questi mesi hanno partecipato attivamente al progetto per far crescere l'Ospedale pediatrico fiorentino Meyer, donando 100 punti o 1 euro alle casse. Nel 2018 sono stati raccolti più di 60.000 euro e durante questi primi sei mesi del 2019 il totale complessivo raccolto è di oltre 30.000 euro.

L'accordo triennale con il Meyer, partito nel 2018, è prima di tutto un'opportunità, per noi e per il Meyer, di crescere insieme sotto tutti i punti di vista. Questa grande collaborazione ci permette di far crescere, conoscere e divulgare l'operato dell'Ospedale pediatrico Meyer come centro di riferimento nazionale per l'elevata complessità pediatrica. Con il nostro sostegno e supporto le moderne tecnologie si associano all'attività di ricerca e alle nuove terapie per il raggiungimento di alti livelli assistenziali.

Anche per i dipendenti è stato un anno importante, tante sono state le visite guidate al Meyer e tanto è stato il contributo di tutti nel divulgare gli sviluppi della nostra collaborazione ai Soci e clienti, ai familiari e alla cittadinanza. La diffusione attraverso i lavoratori permette di sviluppare anche senso di appartenenza e orgoglio nei confronti della Cooperativa. Sostenere questo progetto è emblematico dei nostri valori e del nostro stretto legame con il territorio.

In questo primo anno e mezzo, la collaborazione con l'Ospedale pediatrico ha infatti permesso di organizzare numerose iniziative volte a divulgare all'esterno e all'interno temi legati alla salute e alla sicurezza dei bambini. Impegno che si rinnova con due nuovi corsi

dedicati esclusivamente ai lavoratori della Cooperativa.

PROSSIMI APPUNTAMENTI



Mercoledì 16 ottobre 2019 verrà organizzato un corso di prevenzione per la sicurezza del bambino da 0 a 6 anni.

I medici del Meyer passeranno in rassegna tutte le principali cause di incidenti che riguardano i bambini e terranno una lezione pratica su come effettuare la manovra di disostruzione pediatrica. L'anno scorso hanno partecipato al corso più di 50 colleghi, un'esperienza coinvolgente che ha permesso ai partecipanti di imparare manovre salvavita e quindi di poter intervenire in caso di emergenza (nella vita privata ma anche, se necessario, sul lavoro).



Venerdì 25 ottobre 2019 si terrà un corso dedicato ai lavoratori neo-genitori sul sostegno allo sviluppo psicomotorio del bambino da 0 a 18 mesi. Il corso, gestito dalle fisioterapiste del Meyer, specialiste in area pediatrica, si rivolge a neo-genitori con l'obiettivo di metterli in grado di conoscere le competenze che il bambino matura nel primo anno di vita, riflettere sulle motivazioni che guidano la scelta delle attività e attrezzature utili o non utili per la promozione di uno sviluppo psicomotorio di qualità e scegliere con cognizione giochi e strumenti per la prima infanzia.



Nel mese di novembre verrà inoltre riproposta una visita guidata per vedere le strutture realizzate finora grazie al nostro sostegno. Un appuntamento da non perdere.

Puoi aderire ai corsi inviando una mail al seguente indirizzo:
ufficio.comunicazione.interna@unicopfirenze.coop.it
SPECIFICA A QUALE CORSO INTENDI PARTECIPARE e attendi la conferma d'iscrizione.



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

Seguici on line
www.myunicop.coopfirenze.it



IDEA
unicopfirenze

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