



CONFRONTO VINCENTE

Siamo i più convenienti, tuteliamo la salute dei consumatori, crediamo in un modello di sviluppo che rispetta l'ambiente: nessuna spesa è sostenibile come la nostra. Di questo primato, e di tutti i nostri valori, dobbiamo essere orgogliosi.



UNA CONVENIENZA
CHE NON TEME CONFRONTI

P. 03

FINE SETTEMBRE
ALL'INSEGNA
DELL'AMBIENTE

P. 06

ASSAGGIO, CONOSCO,
RACCONTO: LA PRIMA
CENA CONVIVIALE

P. 14

UN NUOVO PANIFICIO
IN AFRICA

P. 18

IN PRIMO PIANO

UNA CONVENIENZA CHE NON TEME CONFRONTI 03

UNA BUONA SPESA PUÒ CAMBIARE IL MONDO 05

L'APPROFONDIMENTO

FINE SETTEMBRE ALL'INSEGNA DELL'AMBIENTE 06

L'ANTEPRIMA DEL RAPPORTO COOP 2019 CONSUMI E STILI DI VITA DEGLI ITALIANI 08

L'INIZIATIVA

NUOVO CATALOGO FIDELIZZAZIONE PER I SOCI UNICOOP FIRENZE 10

ASSAGGIO, CONOSCO, RACCONTO: LA PRIMA CENA CONVIVIALE 14

UN MEYER SEMPRE PIÙ GRANDE 16

RACCOLTA ALIMENTARE 17

SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO

INSIEME PER LA COSTRUZIONE DI UNA SICURA ECCELLENZA 11

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI: LINEA ZUPPE VIVI VERDE IL FRUTTO DI STAGIONE: LA MELAGRANA 12

SOLIDARIETÀ

UN NUOVO PANIFICIO IN AFRICA 18

UNA CONVENIENZA CHE NON TEME CONFRONTI

Le pubblicità comparative con i nostri concorrenti continuano a evidenziare la nostra convenienza



Come ci aveva anticipato il **Direttore Marketing, Franco Cioni**, nell'articolo in primo piano del MyUnicoop di agosto, una delle mosse strategiche dei prossimi mesi sarà quella di comunicare la nostra convenienza quotidiana tramite pubblicità comparative all'interno di volantini promozionali e dell'Informatore.

EsercitiAMO un continuo monitoraggio dei nostri prezzi e di quelli dei concorrenti che ci permette di affermare, senza margine di errore, che abbiamo i prezzi più bassi sui prodotti confrontabili. **Ma questo aspetto non basta, se poi non riusciamo a far percepire la nostra convenienza a tutti i Soci e clienti.**

Per questo tutti noi lavoratori dobbiamo essere i primi a conoscere e a comunicare coerentemente il nostro primato in convenienza. Convenienza che riassume in sé tutti i valori della nostra missione: qualità, eticità, sicurezza alimentare e ambiente.

L'INDAGINE COMPARATIVA

Abbiamo confrontato i prezzi dei prodotti a marchio delle 4 insegne maggiori che agiscono sul nostro territorio.

I requisiti, per costruire il paniere di 20 prodotti che abbiamo selezionato, sono stati:

1. La confrontabilità della prestazione
2. La confrontabilità di formato (in grammi o litri)
3. La presenza in tutte le insegne esaminate

L'acquisto dei prodotti è stato fatto in data 6 settembre 2019 nei punti vendita Esselunga via di Novoli, Conad via Pistoiese, Eurospin via Pistoiese, Lidl via Benedetto Dei e nel negozio Unicoop Firenze di Poggibonsi via Salceto. Ricordiamo che il prodotto Coop ha la stessa linea prezzi in tutti i nostri supermercati e minimercati.

Prodotti	Formato	Prezzo Coop.fi	Prezzo Esselunga	Prezzo Conad	Prezzo LIDL	Prezzo Eurospin
Tavoletta di cioccolato al latte	100 g	0,70	0,99	1,00	0,79	0,79
Pasta di semola spaghetti	500 g	0,38	0,38	0,39	0,39	0,35*
18 cialde di caffè	126 g	2,60	2,90	2,70	2,79	2,39
Farina 00 biologica	1 kg	0,79	0,90	1,20	0,99	0,99
Riso Arborio	1 kg	1,29	2,29	1,69	1,49	1,49
Risotto ai funghi porcini	175 g	0,79	1,19	1,15	0,79	0,79
Pane bianco	400 g	0,62	0,89	0,65	0,69	0,69
Maionese	150 ml	0,50	0,61	0,55	0,55	0,55
Sale iodato fine	1 kg	0,36	0,40	0,39	0,39	0,39
Aranciata dolce	1,5 l	0,59	0,64	0,65	0,59	0,59
Nettare di pera	1 l	0,79	0,84	0,99	0,89	0,89
Basilico surgelato	50 g	0,65	0,98	1,13	0,69	0,69
Punte di asparagi surgelate	300 g	2,49	3,19	3,15	2,69	2,99
Patate al rosmarino	450 g	1,35	2,09	2,10	1,39	1,49
Yogurt magro gusti assortiti	1 kg	1,89	2,09	2,50	1,89	1,89
Ricottine	200 g	0,73	0,73	0,77	0,79	0,79
Gnocchetti di patate	500 g	0,75	1,29	0,99	0,79	0,79
Pasta fresca orecchiette	500 g	0,85	1,65	0,87*	0,89	0,89
Patè per cani pollo/tacchino	300 g	0,65	0,99	0,84	0,69	0,69
Detersivo liquido per capi scuri/neri	1,5 l	1,65	1,98	2,69	2,89	1,89
Totale		€ 20,42	27,02 €	26,40 €	23,06 €	22,02 €
			- 6,60 €	- 5,98 €	- 2,64 €	- 1,60 €
			- 24%	- 23%	- 11%	- 7%

*Prodotto in promozione

Comprare questi prodotti da noi (per un valore di 20,42€) fa risparmiare ben 6,60€ rispetto a Esselunga, pari al 24% e 5,98€ rispetto a Conad, pari al 23%.

Ma nel confronto risultiamo vincenti anche rispetto ai discount: 1,60€ rispetto a Eurospin (pari al 7%) e 2,64€ rispetto a LIDL (pari all'11%).

“MONTEVARCHINO” HA COMPIUTO 50 ANNI!





Lo spot è visibile
sul MYunicop
digitale e su MYA



GUARDALO SUBITO!

UNA BUONA SPESA PUÒ CAMBIARE IL MONDO

Il nuovo emozionante spot Coop racconta chi siamo

UNA CONVENIENZA A DIFESA DELLE FAMIGLIE IN DIFFICOLTÀ

Ricordiamo che anche nel mese di ottobre ci sarà l'iniziativa commerciale **EXTRAPREMIO**: dal 1° al 15 ottobre il Socio che farà 4 spese (in giorni diversi) o spenderà 150€ otterrà un buono sconto del 10% da usare su una spesa a sua scelta nel periodo dal 16 al 31 ottobre (non valido per gli acquisti su Piùscelta).

Un'iniziativa che vuole venire incontro alle difficoltà delle famiglie nella seconda metà del mese. Come riportato dall'anteprima dell'ultimo Rapporto Coop, che analizziamo nelle pagine successive, anche nel nostro Paese le disparità economiche sono aumentate e i consumi diminuiti.

Sempre per dare un contributo concreto alle persone in difficoltà economica, Unicoop Firenze riconoscerà uno sconto del 5% sulla spesa effettuata a chi si presenta con la card del reddito di cittadinanza e ai detentori della pensione di cittadinanza.

In linea con i nostri valori, possiamo ribadire con orgoglio che nessuna spesa è conveniente e sostenibile come la nostra.

A tal proposito vi presentiamo il nuovo spot Coop che si domanda: Può una buona spesa cambiare il mondo?



Il 29 settembre la nuova campagna Coop ha esordito sugli schermi dei nostri televisori, pc e smartphone.

Protagonista dello spot è il carrello Coop che spezza le catene che lo tengono fermo e inanimato, iniziando un viaggio nel mondo che lo porta a compiere atti virtuosi, di responsabilità sociale e ambientale. Come già anticipato da Maura Latini, Amministratore Delegato Coop Italia, il filmato è "una favola moderna su quello che si può fare con una spesa consapevole".

Il nuovo racconto sceglie di cambiare linguaggio e modalità d'interazione con i consumatori, mettendo da parte prezzo e promozioni e facendosi portavoce in prima persona del cambiamento, responsabilizzando al contempo il cliente. Il tutto cercando di unire, grazie alla narrativa, emozione e senso di responsabilità.

La campagna è stata ideata dall'agenzia pubblicitaria Havas Italia, il cui presidente,

Dario Mezzano l'ha così raccontata: "La nuova campagna spiega e coinvolge, perché si consuma con testa e cuore, prima ancora che con la pancia e il portafoglio. L'icona, l'idea forte, è il carrello Coop che si muove nel mondo e fa cose buone da mangiare e buone per l'uomo, l'ambiente, il pianeta. La costruzione è quella di un film, le immagini possono sembrare fantastiche, ma la storia è tutta vera ed è quella di Coop, del suo essere impresa che sceglie di fare le cose in un certo modo: chi sceglie quel carrello accetta la sfida di una spesa e un futuro migliore."

Insieme al carrello i protagonisti delle scene sono i nostri valori:

"Con questo film, ma anche con altri messaggi successivi, non raccontiamo prezzi o promozioni, teniamo alto l'impegno di un gruppo come il nostro che lavora da sempre e in anticipo sulla qualità dei prodotti, la loro trasparenza ed eticità, le azioni sostenibili. Non tutti i nostri competitor

possono essere credibili su messaggi così forti" ha sottolineato l'AD di Coop Italia.

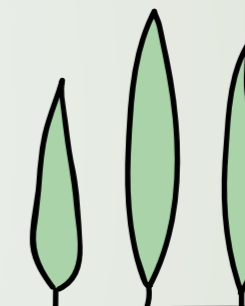
Vediamo il carrello che compie una serie di azioni come raccogliere dei rifiuti in mare o bloccare l'uso dei pesticidi nei campi per finire in mano a una cliente per una spesa responsabile. Si guarda, insomma, con maggiore decisione al futuro su tutti i fronti, nonché alla possibilità di farsi attori del cambiamento e di favorire il cambiamento stesso a partire dalle piccole cose.

"Gli spot si chiudono con un messaggio di speranza e di responsabilità: scegliendo bene, tutti noi possiamo fare la differenza e, con una spesa più attenta e responsabile, cambiare il mondo" ha concluso Maura Latini.

Un nuovo spot che ci fa sentire orgogliosi di far parte di una realtà che ancora una volta ha scelto di credere e diffondere determinati valori.



FINE SETTEMBRE ALL'INSEGNA DELL'AMBIENTE



ABBIAMO ILLUMINATO PALAZZO VECCHIO PER IL FRIDAY FOR FUTURE

Venerdì 27 settembre sono tornati in piazza studenti, famiglie e cittadini per scioperare contro il riscaldamento globale. Si è trattato della terza giornata mondiale di sciopero per il clima organizzata dai ragazzi dei Fridays for Future.

Unicoop Firenze ha organizzato dalle 19.00, in piazza della Signoria, una "pedalata" per illuminare Palazzo Vecchio. Per l'occasione sono state installate un centinaio di biciclette che sono servite a produrre energia elettrica.

Con l'energia verde prodotta da centinaia di "pedalatori" è stato possibile proiettare



le immagini delle nostre campagne "L'Ambiente non è usa e getta" e "Arcipelago Pulito" sulla facciata del Palazzo Comunale.

Molti turisti e cittadini di passaggio si sono fermati ad ammirare lo spettacolo di onde e delfini proiettati in Piazza della Signoria.

Complessivamente oltre mille persone hanno partecipato all'iniziativa, tra cui molti colleghi, con i posti disponibili per la registrazione già esauriti nella mattinata dell'evento. Un successo di pubblico che si deve anche a tutti i nostri lavoratori che nelle giornate precedenti si sono impegnati a comunicare l'evento a Soci e clienti.



UN IMPEGNO PER IL POLMONE VERDE DEL MONDO

Davanti al tragico scenario dell'Amazzonia in fiamme, Coop ha deciso di impegnarsi portando avanti un'azione concreta per contribuire a preservarne l'integrità.

Per aiutare a contrastare la deforestazione e gli incendi, Coop e i fornitori partner del

la linea vivi verde hanno deciso di sostenere le comunità che abitano e lavorano nella foresta vergine.

Coop raddoppierà il contributo raccolto dai fornitori della linea e finanzia alcuni progetti specifici in Amazzonia sostenendo

due associazioni indigene: Air Muije e Sefenbo. Infatti, le attività dei lavoratori autoctoni che sfruttano in maniera sostenibile le risorse naturali della foresta aiutano a salvaguardare efficacemente queste aree.

È importante sottolineare come Coop ormai già da molti anni sostiene la vendita di frutta secca che nasce spontaneamente proprio in Amazzonia. Le associazioni sostenute da questa iniziativa infatti sono impegnate nella raccolta della noce dell'Amazzonia che raggiunge il mercato italiano e internazionale grazie alla cooperativa Coop Chico Mendes-Modena.



UNA BUONA SPESA PUÒ CAMBIARE IL MONDO

Sabato 28 settembre Coop ha sostenuto la proposta di Enrico Giovannini, portavoce di ASviS, l'Alleanza per lo Sviluppo Sostenibile e dell'economista Leonardo Becchetti, co-fondatore di NeXt - Nuova Economia per Tutti, per una giornata di "voto con il portafoglio", perché attraverso quello che metto nel carrello, scelgo in che direzione voglio che vadano le istituzioni e le imprese.

Lo stesso Leonardo Becchetti e Daniela Mori, Presidente Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze, hanno presentato l'iniziativa a Firenze, in piazza Bartali, davanti al Centro*Gavinana.

Oltre che con scelte di consumo responsabili, le persone hanno aderito all'iniziativa informandosi sulle buone pratiche di consumo presso il gazebo allestito in prossimità del Coop.fi, scoprendo così quanto il loro personale stile di vita fosse etico e sostenibile.



Ricordiamo inoltre che per tale giornata i prodotti della linea vivi verde Coop sono stati scontati del 30% in tutti i nostri negozi.



UN'ALLEANZA PER IL FUTURO

Il 20 settembre Coop è stata tra le prime 107 imprese e associazioni a livello europeo che hanno aderito ufficialmente a Bruxelles alla "Circular Plastic Alliance" voluta dalla Commissione Europea per promuovere la riduzione delle materie plastiche, aumentare la diffusione delle materie plastiche riciclate e stimolare l'innovazione del mercato.



Nello specifico gli impegni contenuti nella Dichiarazione della "Circular Plastic Alliance" siglata a Bruxelles includono l'approvazione dell'obiettivo che entro il 2025 vengano reintrodotti sul mercato almeno 10 milioni di tonnellate di materie plastiche riciclate, elaborando piani di lavoro specifici con programmi di ricerca e sistemi di monitoraggio.

A giugno 2018, Coop è stata l'unica catena della GDO italiana ad aderire alla campagna di impegni "Pledging Campaign", lanciata dalla Commissione Europea per l'implementazione del mercato della plastica riciclata.

Coop ha articolato un piano di azioni su categorie definite di prodotti, che in proiezione permetteranno di raggiungere nel 2025 attraverso l'uso di plastica riciclata un risparmio totale di plastica vergine stimato di 6.400 tonnellate annue, corrispondenti al volume di circa 60 Tir.

Ma Coop è andata oltre l'adesione alla campagna europea e prevede di raggiungere entro il 2022 gli obiettivi che l'Unione Europea ha posto come obbligatori entro il 2030: nell'arco di un quadriennio tutti i prodotti a marchio Coop saranno realizzati con materiali di imballaggio riciclabili o compostabili o riutilizzabili, mentre quelli della linea vivi verde, maggiormente dedicata alla tutela dell'ambiente, taglieranno il traguardo già alla fine di quest'anno.

L'ANTEPRIMA DEL RAPPORTO COOP 2019 CONSUMI E STILI DI VITA DEGLI ITALIANI

Abbiamo fatto per voi una sintesi per conoscere meglio il consumatore e il contesto intorno a noi

Come si evolvono i gusti degli italiani e come sono le famiglie del Paese? Com'è la nostra spesa e cosa mettiamo in tavola? È appena stata presentata l'anteprima del nuovo Rapporto Coop sull'economia, sui consumi e sugli stili di vita degli italiani di oggi. Scopriamo cos'è cambiato rispetto lo scorso anno.

La prima metà del 2019 mostra ancora chiari i segni della stagnazione economica e, anche se la recentissima nascita di un nuovo governo cambia repentinamente lo scenario, la variazione attesa del PIL a fine anno si attesta appena sopra lo 0 (+0,1%).

A questa situazione generale si aggiunge il fatto che rimaniamo il popolo più pessimista d'Europa. Le famiglie italiane continuano ad aumentare il tasso di risparmio, indirizzando le loro principali voci di spesa a beni di prima necessità e servizi (il 64% dichiara di "spendere solo per il necessario").

IL LATO GREEN DEGLI ITALIANI

Tutte le voci di spesa associate alla sostenibilità crescono, infatti tutti i prodotti che hanno una certificazione associata a

tema registrano nei primi sei mesi dell'anno una variazione positiva, tra cui il biologico che continua la sua inarrestabile e conclamata ascesa (+4,6%).

La sostenibilità è una componente fondamentale e un valore aggiunto della reputazione d'impresa, in un contesto dove manca la fedeltà e la voglia di cambiamento regna sovrana, infatti 9 italiani su 10 ammettono di tradire nel carrello della spesa.

E ANCHE QUANDO MANGIANO A CASA GLI ITALIANI PREFERISCONO NON CUCINARE

DIMINUISCE IL TEMPO PASSATO DAVANTI AI FORNELLI
(Tempo medio speso a cucinare ogni giorno)

1h 1998 → 37 min 2018

Fonte: Fiipe, 2018

È FORTE IL RICORSO AL FOOD DELIVERY

26%
GLI ITALIANI CHE SI FANNO CONSEGNARE CIBO A DOMICILIO

7% ordina cibo da siti e app
19% ordina cibo telefonicamente

IMPORTANTE ANCHE IL RUOLO DEL TAKE-AWAY

39.522 < +5.686
PIZZERIE AL TAGLIO E TAKE-AWAY negli ultimi 5 anni

Fonte: Unioncamere, 2018

SOPRATTUTTO NELLE GRANDI CITTÀ...
(Var. % 2013-2018)

ROMA +634%
MILANO +516%
NAPOLI +433%

I NUOVI TREND DEL CIBO: VELOCE, PROTEICO, SOSTENIBILE

Gli italiani sono ecologisti convinti anche nel cibo: il 68% è favorevole a far pagare un supplemento per i prodotti in plastica monouso, così da disincentivarne l'acquisto. Un atteggiamento che ci fa onore, se si pensa che ogni settimana ingeriamo involontariamente con gli alimenti 5 grammi di microplastiche.

Impegnati a rincorrere il lavoro e a gestire la vita personale, gli italiani abbandonano i fornelli di casa a dispetto della passione per la cucina (in 20 anni abbiamo dimezzato il tempo passato a cucinare). Questo ci porta a far crescere la spesa per la ristorazione extradomestica e anche quando mangiamo in casa preferiamo cibi pronti o rapidi da preparare.

È boom per il food delivery che è utilizzato ormai dal 26% degli italiani. Anche negli acquisti al supermercato vince l'istant food (+9,3% in un anno) e tra le nuove tendenze approdate giocoforza anche nella Grande Distribuzione si ritaglia uno spazio preponderante l'offerta di sushi, di cui il 42% degli italiani è un assiduo acquirente.

In questa rivoluzione gastronomica perdiamo di vista anche il concetto di "portata": al primo e secondo piatto della tradizione privilegiamo gli snack, la frutta, la verdura, le barrette sostitutive dei pasti e tutto ciò che può rappresentare un piatto pronto. Mentre nel bicchiere vincono le tradizionali bollicine (prosecco e spumanti continuano la loro crescita) a fianco del boom della birra spunta la nuova moda delle acque aromatizzate che dominano a fronte di un calo delle bibite gassate.

Un altro segno inequivocabile dell'ampia tendenza salutista tuttora in corso.

Non è un caso se il carrello degli italiani si riempie di fibre e proteine a scapito di grassi e carboidrati. Il 2019 segna dunque, dopo anni di riduzione dei consumi, il grande ritorno della carne (+3,5% le vendite nel 2019), soprattutto italiana.

L'italianità è infatti l'altro tema chiave, se si fotografano le ultime tendenze in fatto di cibo e arriva a contare di più persino rispetto al sapore e al prezzo. Il 78% dei consumatori è rassicurato dall'origine 100% italiana e questi prodotti crescono del +4,8% in un anno.

CRESCONO I CONSUMI ALIMENTARI FUORI CASA



2/3 DELLE VOLTE È PER COLAZIONE O BREVI SPUNTINI



SONO SOPRATTUTTO I GIOVANI E I RESIDENTI NEL CENTRO CITTÀ AD ANDARE AL RISTORANTE...

SPESA MEDIA MENSILE (€) DELLE FAMIGLIE IN SERVIZI DI RISTORAZIONE PER LUOGO DI RESIDENZA

Luogo di residenza	Spesa media mensile (€)
CENTRO CITTÀ	162€
PERIFERIA	136€
COMUNI <50.000 AB.	118€

% DI SPESA PER LA RISTORAZIONE SUL TOTALE DELLA SPESA MEDIA MENSILE DI OGNI TIPOLOGIA FAMILIARE

Tipo di famiglia	% di spesa
Coppia con 3 o più figli	5,0%
Coppia con 2 figli	5,9%
Coppia con 1 figlio	5,7%
Coppia senza figli con pr. 65 anni e più	2,9%
Coppia senza figli con pr. 35-64 anni	6,1%
Coppia senza figli con pr. 18-34 anni	8,3%
Persona sola 65 anni e più	2,5%
Persona sola 35-64 anni	6,5%
Persona sola 18-34 anni	8,9%

Fonte: Istat, 2018

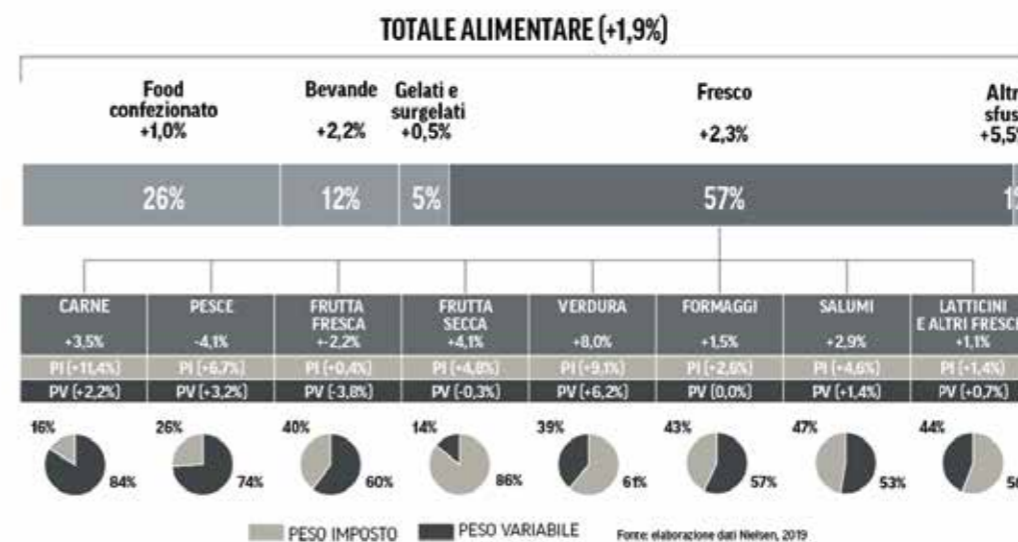
...E LO FANNO PER SOCIALIZZARE



FUGA DAI FORNELLI

ANCHE NEL 2019 È SEMPRE PIÙ "FRESCO"

SI CONFERMA LA RIPRESA DI CARNE E SALUMI, LA CRESCITA MIGLIORE LA REGISTRA LA VERDURA (Vendite a valore - var. % anno su anno e incidenza % peso imposto e peso variabile, I sem 2019)



NUOVO CATALOGO FIDELIZZAZIONE PER I SOCI UNICOOP FIRENZE

È in arrivo il nuovo catalogo per premiare i Soci - oltre 60 i premi fra cui scegliere - dal 24 ottobre 2019 fino al 31 marzo 2020.



Tante le aziende locali e i partner che producono con cura e passione articoli di qualità nel rispetto dell'ambiente e del territorio, garantendo sicurezza e affidabilità, valori in linea con la missione della Cooperativa.

I premi fisici sono ordinabili esclusivamente su piuscelta.it, mentre i servizi e le esperienze, come la carta cinema o le degustazioni alla Tenuta del Cerro, sono acquistabili al Box informazioni di tutti i punti vendita.

La Cooperativa intende valorizzare il territorio toscano portando a scoprirne anche angoli nascosti, attraverso percorsi enogastronomici presso il Castello di Verrazzano, il Castello del Trebbio, il Castello Nipozzano, l'Azienda Frescobaldi e le Tenute del Cerro; in alternativa, ci si può rilassare

nelle strutture termali toscane presenti già 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.

La gamma di premi fisici varia da articoli di pregio che non vengono venduti nei nostri negozi, come ad esempio i coltelli della coltelleria Berti e le spugne Cotton Joy (marchio dell'azienda Dea), fino a pezzi dal design unico, come la lampada senza filo "Soirée" di Guzzini, ricaricabile e comoda da portarsi dietro e appendere ovunque.



Per chi ama le esperienze non mancano gli ingressi ai parchi divertimento e alle degustazioni, come anche la Carta Coop. fi&Cinema, che offre la possibilità di entrare tutti i giorni della settimana a prezzo ridotto nelle sale del circuito Anec - Agis della Toscana aderenti all'iniziativa.

Per accelerare la raccolta punti, fino al 6 novembre 2019, oltre ai prodotti in volantino, ci sono quelli su piuscelta.it. Con una spesa pari o maggiore di 70 euro si ottengono 500 punti in più.

Coerentemente con il nostro sistema di valori sarà possibile sostenere in maniera attiva l'Ospedale Pediatrico Meyer acquistando la rivista e i giochi da tavola della Pimpa; oppure, donando 100 punti della Carta Socio, sarà possibile contribuire alla ricerca per la cura dell'Alzheimer,

sostenendo l'Airalzh, Associazione Italiana Ricerca Alzheimer Onlus.



Si riconfermano i punti erogati facendo il pieno nei distributori Tamoil ed ENI aderenti all'iniziativa, assicurando il proprio veicolo con Linear, sottoscrivendo un contratto con Extra Energia, viaggiando con Toscana Turismo o effettuando una revisione auto in un centro Dekra.

CIRCOLARITÀ DEI PUNTI DA UNA COOP ALL'ALTRA

Fino al 31 marzo 2020, con la Carta Socio Coop puoi raccogliere punti in tutti i supermercati e ipermercati di altre Cooperative che aderiscono all'iniziativa.

Di seguito l'elenco:
Nova Coop; Coop Lombardia; Coop Vicinato Lombardia; Coop Liguria; Alleanza 3.0; Unicoop Tirreno; Coop Amiatina; Coop Centro Italia; M.M.C. Mini Market Coop; Distribuzione Roma; Distribuzione Lazio - Umbria; Distribuzione Centro - Sud.

INSIEME PER LA COSTRUZIONE DI UNA SICURA ECCELLENZA

Continuano i momenti di condivisione e partecipazione legati all'ora sicurezza

Come tutti sappiamo, quest'anno la cupola del Brunelleschi è protagonista della nostra ora della sicurezza nel video intitolato "La costruzione di una sicura eccellenza".



Momento di discussione durante l'ora della sicurezza a Scuola Coop.

Tanti sono i colleghi entusiasti del video. Molti punti vendita infatti hanno già effettuato le riunioni per riflettere sul senso e l'ampiezza dei messaggi riguardanti la salvaguardia della salute umana.

Contemporaneamente, Andrea Frediani, Direttore Logistica, ha riunito i capisquadra e capireparto del magazzino presso Scuola Coop. Il contesto diverso ha permesso lo svilupparsi di un momento significativo di partecipazione e condivisione dedicato alla sicurezza e propedeutico allo svolgimento dell'ora della sicurezza in magazzino.

Durante le due mezze giornate rivolte ai responsabili della logistica è stato proiettato il video e sono stati affrontati argomenti come l'andamento degli infortuni in logistica e il ruolo fondamentale delle figure prevenzionistiche, suscitando un ampio e costruttivo dibattito.

"L'obiettivo di queste giornate è costruire le basi per un ulteriore salto di qualità. Trasmettere questi temi in maniera strutturata e partecipata, nel rispetto dei ruoli e dell'organizzazione della sicurezza, affinché si sviluppi un atteggiamento di attenzione quotidiano" afferma Ivan Castrovillari, Responsabile Servizio Protezione e Prevenzione.

È importante utilizzare la segnalazione come strumento di crescita, senza aver paura delle conseguenze. È uno strumento che tutti abbiamo a disposizione ed è fondamentale capirne l'importanza anche

attraverso un confronto costruttivo che ci spinge al miglioramento continuo.

L'abitudine - o meglio, gli errori commessi per abitudine nel fare le cose - ci espone a maggiori rischi. "Compiere operazioni senza considerare tutte le regole e le corrette procedure comporta un rischio sia per chi le svolge che per gli altri" afferma Andrea Frediani, Direttore Logistica.

Infine, riflettendo sulle regole date dal Brunelleschi durante la costruzione della cupola, a distanza di secoli, scopriamo che la finalità è sempre la stessa, la protezione di un unico vero valore: la preziosità della vita umana.

Ci piacerebbe che la cupola non fosse ricordata solo per la sua bellezza, ma come un'opera d'arte costruita da uomini che hanno avuto come primo obiettivo la sicurezza sul luogo del lavoro.



Momento di discussione durante l'ora della sicurezza nel punto vendita di Sansepolcro.

Scopri l'Ortofrutta

STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



VERDURA



PARLIAMO DI...

Linea zuppe Vivi Verde

"Le prime zuppe vivi verde sono state lanciate sul mercato a ottobre 2016 e in questi anni la linea è stata ampliata, per soddisfare meglio le esigenze dei consumatori con nuove proposte che si addicono sia a un consumo estivo che invernale" afferma Sandro Massei, Responsabile acquisti settore Ortofrutta.

Infatti, le zuppe vivi verde Coop sono in linea con i nuovi stili di vita: create con ortaggi, legumi e cereali rigorosamente biologici, con l'aggiunta di olio extravergine di oliva biologico, senza conservanti né glutammato per una zuppa "fresca" da conservare esclusivamente in frigorifero. Con un packaging pratico e funzionale, come la ciotola "easy open" da 620 grammi (2 porzioni), la zuppa vivi verde può essere messa direttamente nel microonde (ovviamente togliendo la pellicola) e in 5 minuti è pronta; l'alternativa è scaldarla in pentola.

La linea di zuppe invernali vivi verde si compone di zuppe con pezzi di verdure ma anche di passati e vellutate, per soddisfare

i gusti più diversi. Si parte da due classici, ovvero **la minestra** e **la vellutata** di verdure, per passare ad abbinamenti decisamente più particolari, come **la vellutata di zucca e lenticchie** e **la vellutata di broccoli e ceci**, per esaltare e riscoprire anche nelle zuppe pronte le tipiche verdure invernali.

C'è anche una **minestra contadina nella cui ricetta, oltre a legumi e cereali, si trova il cavolo nero**. L'ultima nata è **la vellutata di cavolfiore**, arricchita dalla curcuma per creare un mix insolito dal gusto veramente unico.



€ 2,88
COSTO MENO
€ 3,28

LINEA ZUPPE
BIOLOGICHE
VIVI VERDE COOP
620 g - vari tipi



FRUTTO DI STAGIONE

La Melagrana

La melagrana è una bacca rinfrescante e aromatica, rinomata per essere un potente antiossidante, originaria dell'Asia Occidentale e ormai presente in tutto il Mediterraneo. A oggi sono 50 gli ettari coltivati dal nostro fornitore Oranfrizer nella Piana di Catania, alle pendici del vulcano Etna. I frutti raccolti vengono distribuiti da settembre a gennaio.



Simbolo di abbondanza e di longevità, la melagrana si distingue per il suo prezioso valore nutrizionale. È ricca di succosi e dolci arilli che custodiscono un elevato contenuto di polifenoli, antocianine e flavonoidi. Non presenta un elevato potere calorico (circa 55 Kcal/100 g) e non eccede in grassi. Inoltre è ricca di potassio, che aiuta a svolgere correttamente le funzioni cellulari, e di altri minerali, tra cui ferro, calcio, magnesio, fosforo e, in misura minore, manganese e zinco. Tante anche le vitamine: A, B, C, E e K.



CURIOSITÀ

Come si taglia la melagrana?



1
Posizionare la melagrana in orizzontale su un tagliere



2
Tagliare le due estremità del frutto



3
Appoggiarla su un lato tagliato



4
Sezionarla a spicchi



5
Dividere gli spicchi e sgranare gli arilli

IN CUCINA

Risotto carnaroli alla melagrana mantecata con robiola e maggiorana

Ingredienti per 6 persone:

- 400 g di riso carnaroli
- 2 carote
- 1 gambo di sedano
- 1 cipolla
- 1 zuccina
- 1 kg di melagrane
- 250 g di robiola
- Maggiorana
- Olio
- Sale



Procedimento:

Preparare un brodo vegetale facendo bollire per circa 30 minuti in 2 litri di acqua le carote, il sedano, la cipolla e la zuccina. Separatamente, in una casseruola, preparare un soffritto con olio extra vergine di oliva e cipolla; aggiungere e tostare il riso. Mescolare sommando il brodo a piccole dosi. Dopo 15 minuti di cottura aggiungere il sale e 100 ml di succo di melagrana. Una volta cotto, il riso va mantecato con la robiola e l'olio extra vergine di oliva. Infine comporre il piatto con il riso, la maggiorana e gli arilli di melagrana.

Un ringraziamento al nostro fornitore:



ASSAGGIO, CONOSCO, RACCONTO: LA PRIMA CENA CONVIVIALE

Grande successo per la prima cena conviviale a Migliarino Pisano

Non perderti
nel prossimo numero
i risultati
dei questionari
di gradimento!

Giovedì 12 settembre si è svolta la prima cena conviviale organizzata dall'Ufficio Comunicazione Interna, dall'Ufficio Qualità e dalla Direzione Marketing. L'iniziativa rientra nell'ambito del progetto "Assaggi del prodotto a marchio da parte dei dipendenti" e ha riunito più di 160 lavoratori dei punti vendita di Arena Metato, Lucca viale Puccini, Lucca San Filippo, Torre del Lago e Vecchiano.

Come recita lo slogan della campagna "Assaggio, Conosco, Racconto", durante la serata i colleghi hanno avuto l'opportunità di assaggiare prodotti a marchio sotto forma di varie ricette. Hanno potuto esprimere la loro

opinione sui prodotti a marchio assaggiati compilando un questionario. Per alcuni è stata l'occasione di conoscere nuovi prodotti a marchio mai provati, per altri la possibilità di sperimentare nuovi abbinamenti.

Le portate sono state servite nei piatti biodegradabili e biocompostabili a marchio vivi verde, un modo per far conoscere ai colleghi anche la nuova linea compostabile e ricordare il nostro impegno nella campagna contro la plastica usa e getta.

Dopo l'augurio di una buona cena da parte del sindaco di Vecchiano, sono intervenuti

durante la serata **Rosella Rocchi, Responsabile Ufficio Qualità**, che ha ricordato il lavoro dietro alla qualità del prodotto a marchio, **Andrea Timpano, Responsabile Marketing Operativo**, che ha mostrato una comparativa tra i prodotti assaggiati durante la serata e quelli delle altre insegne e **Fabio Poli, Responsabile Area Territoriale**, che ha parlato dell'importanza delle persone e dell'orgoglio di far parte della nostra Cooperativa e di intervenire a serate come queste.

TRE SONO GLI OBIETTIVI SPECIFICI DEL PROGETTO "CENE CONVIVIALI":

- Assaggio il prodotto a marchio e valuto il gradimento organolettico;
- Conosco le caratteristiche del prodotto, le linee e i valori che lo rappresentano;
- Racconto ai clienti, familiari e amici ciò che ho appreso attraverso tali eventi.

La cena ha riunito gran parte della nostra regione. Infatti, oltre ai partecipanti provenienti dalla Val di Serchio e dalla Lucchesia, a preparare le pietanze c'era la cuoca e scrittrice della sezione Soci Coop Amiata Letizia Nucciotti, che ha collaborato già altre volte con noi per un'educazione al consumo responsabile e con ANCC per la campagna contro lo spreco.



**VOUOI DIVENTARE UN DIPENDENTE ASSAGGIATORE?
ISCRIVITI INVIANDO UNA MAIL A infoassaggi@uniconfirenze.coop.it**
Per informazioni rivolgiti all'ufficio comunicazione interna e relazioni RU:
ufficio.comunicazione.interna@uniconfirenze.coop.it - 055/4780820



“
Ciò che non si possiede
né si conosce,
non si può dare
né insegnare ad altri
(Platone, Simposio)
”



Inoltre in sala, ad allestire e servire le pietanze, nove colleghi dei punti vendita di Gavinana, Siena ed Empoli.

Molti i commenti positivi dei partecipanti che hanno apprezzato particolarmente l'opportunità di mettere insieme una serata conviviale tra colleghi con la conoscenza dei prodotti a marchio e dei temi legati alla missione della Cooperativa come convenienza e ambiente.

“Sono convinto che questi eventi di socializzazione, creati fuori dal contesto lavorativo, ci aiutino a conoscerci meglio, ad arricchire il nostro bagaglio di conoscenze e a vedere la nostra impresa da un altro punto di vista” ha affermato il **Direttore Persone Fabrizio Guerrini** nel biglietto di ringraziamento per tutti i partecipanti.



I colleghi che hanno allestito e servito le pietanze: Alessandro Arrigucci, Sabrina Fanfani, Giulia Bianchini, Marco Ruggiero, Ricardo Humberto Barreto, Amelia Pizi, Roberta Signorini, Genta Bitri e Yuri Addelio.

UN MEYER SEMPRE PIÙ GRANDE



Continuano i lavori all'ospedale pediatrico fiorentino grazie anche al nostro sostegno

Nello scorso mese di settembre sono iniziati i lavori per il **Family Center Anna Meyer**, uno spazio dedicato all'accoglienza di oltre 30.000 persone l'anno.

Il Family Center verrà dedicato ad Anna Meyer, la donna che si impegnò per realizzare a Firenze un ospedale pediatrico come quello che aveva visitato a San Pietroburgo, affinché i bambini non venissero più curati negli ospedali dei grandi.

L'ospedale venne fondato dal commendatore e marchese russo Giovanni Meyer nel 1884 con il nome "Ospedale Pediatrico Anna Meyer" proprio in memoria della moglie Anna, deceduta in giovane età e che aveva espresso nelle sue ultime volontà la creazione di una struttura per bambini poveri convalescenti.

Il Family Center sarà collegato all'ospedale, ma allo stesso tempo indipendente e immerso nel verde per donare ai piccoli ospiti un ambiente caldo che li faccia sentire a casa. Questo spazio sarà infatti il primo posto dove le famiglie verranno accolte e riceveranno tutte le indicazioni dopo le dimissioni dal ricovero.

Ricordiamo che in questi tre anni la Cooperativa devolverà alla Fondazione Meyer complessivamente 1,5 milioni di euro per MeyerPiù, il progetto di ampliamento dell'ospedale. Le aree interessate sono: il Campus da 4.000 metri quadri, che ospita le attività di formazione e gli scambi internazionali, il Family Center e il Parco della Salute con 5.000 nuovi metri quadri di ambulatori.

Per il 2020 l'impegno di Unicon Firenze è dedicato alla struttura di Neuropsichiatria infantile, che troverà posto nel Parco della Salute.

Oltre alle donazioni in cassa, anche i premi legati alla Pimpa nel nuovo catalogo fidelizzazione, che vi abbiamo presentato nelle pagine precedenti, contribuiranno a far crescere l'ospedale pediatrico fiorentino.



€ 6,90
TAZZA PIMPA
Solo nei Superstore

Grazie al tuo acquisto il Meyer riceve 2 euro

Disponibilità limitata



€ 3,90
LIBRO PIMPA

Grazie al tuo acquisto il Meyer riceve 1 euro

Tanti laboratori per bambini in compagnia della Pimpa!

LUOGO	DATE	
CENTRO*Empoli coop.fi	venerdì 4 ottobre 16:00/19:00	sabato 5 ottobre 10:00/12:00 16:00/19:00
CENTRO*BORGHI coop.fi	venerdì 11 ottobre 16:00/19:00	sabato 12 ottobre 10:00/12:00 16:00/19:00
CENTRO*Montevarchi coop.fi	venerdì 11 ottobre 16:00/19:00	sabato 12 ottobre 10:00/12:00 16:00/19:00
CENTRO*Arezzo coop.fi	venerdì 25 ottobre 16:00/19:00	sabato 26 ottobre 10:00/12:00 16:00/19:00
CENTRO*PonteseGreve coop.fi	venerdì 25 ottobre 16:00/19:00	sabato 26 ottobre 10:00/12:00 16:00/19:00
CENTRO*Sesto coop.fi	venerdì 8 novembre 16:00/19:00	sabato 9 novembre 10:00/12:00 16:00/19:00

In occasione dell'iniziativa **Nati per leggere** promossa dalla provincia di Lucca

LUCCA - Palazzo Ducale cortile Carrara, 1	domenica 6 ottobre 16:00/19:00
---	--

ANCORA POCHI POSTI

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.

**NEI SUPERMERCATI
DI UNICOOP FIRENZE**

**SABATO
19 OTTOBRE
RITORNA LA RACCOLTA
ALIMENTARE**



**FONDAZIONE
IL CUORE SI SCIoglie
ONLUS**

in collaborazione con **uniconfirenze**

Alimenta la solidarietà RACCOLTA ALIMENTARE

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



*Aiuta
anche tu
chi ha
più bisogno!*

4.000 volontari

216 tonnellate
di prodotti raccolti
lo scorso marzo

150 associazioni
del territorio

CONDIVIDIAMO
Alimenta la solidarietà

UN NUOVO PANIFICIO IN AFRICA

La popolazione di Lokossa, nel Benin, avrà presto un panificio-pizzeria

Dopo il successo dei tre panifici realizzati in Burkina Faso negli scorsi anni, è stata completata la realizzazione del nuovo panificio a Lokossa, in Benin, città che versa in situazioni di estrema povertà.

Grazie alla forte sinergia tra Unicoop Firenze, la Fondazione Il Cuore si scioglie e il Movimento Shalom, questo modello di autosostentamento funziona. Ne parliamo con **Irene Mangani, Vicepresidente della Fondazione Il Cuore si scioglie.**

L'obiettivo è favorire lo sviluppo della comunità locale attraverso il lavoro e l'autonomia della popolazione. "Si tratta di un'attività economica che va a sostenere un'attività sociale" spiega Irene Mangani. Nel caso specifico il ricavato delle vendite del panificio garantirà anche l'autosufficienza di un orfanotrofo che accoglie 40 bambini.

I lavori del panificio-pizzeria, iniziati nel 2018, sono stati ultimati e presto partiranno anche i colleghi di vari punti vendita per la formazione del personale locale. Saranno proprio loro a insegnare ai giovani del luogo a produrre e vendere il pane e a gestire i forni, diventando così al tempo stesso fornai e imprenditori.

Francesco Guasti, Consigliere della Fondazione Il Cuore si scioglie, ci spiega l'operatività dei colleghi che partiranno: "Una prima delegazione di dipendenti della forneria di Unicoop Firenze partirà il 1° ottobre e sarà impegnata nel recupero delle materie prime nei vari mercati; altri ne arriveranno, sempre a scaglioni di due, per seguire la parte operativa, e poi lo scaglione che seguirà l'inaugurazione, prevista per il 25 ottobre, la pubblicità e la presentazione del panificio agli enti locali. L'ultimo scaglione invece sarà quello

che seguirà l'avvio della forneria, la parte logistica e gli ordini e suggerirà la produzione". I colleghi resteranno fino al 5 novembre in modo da assicurarsi che sia tutto a posto.

Per farci raccontare cosa si prova a poche settimane dalla partenza abbiamo incontrato Grazia Vanneschi, Marco Ciabini e Viola Focardi, rispettivamente allieva caporeparto gastronomia a Novoli, fornaio a Ponte a Greve e caporeparto forneria a Novoli.

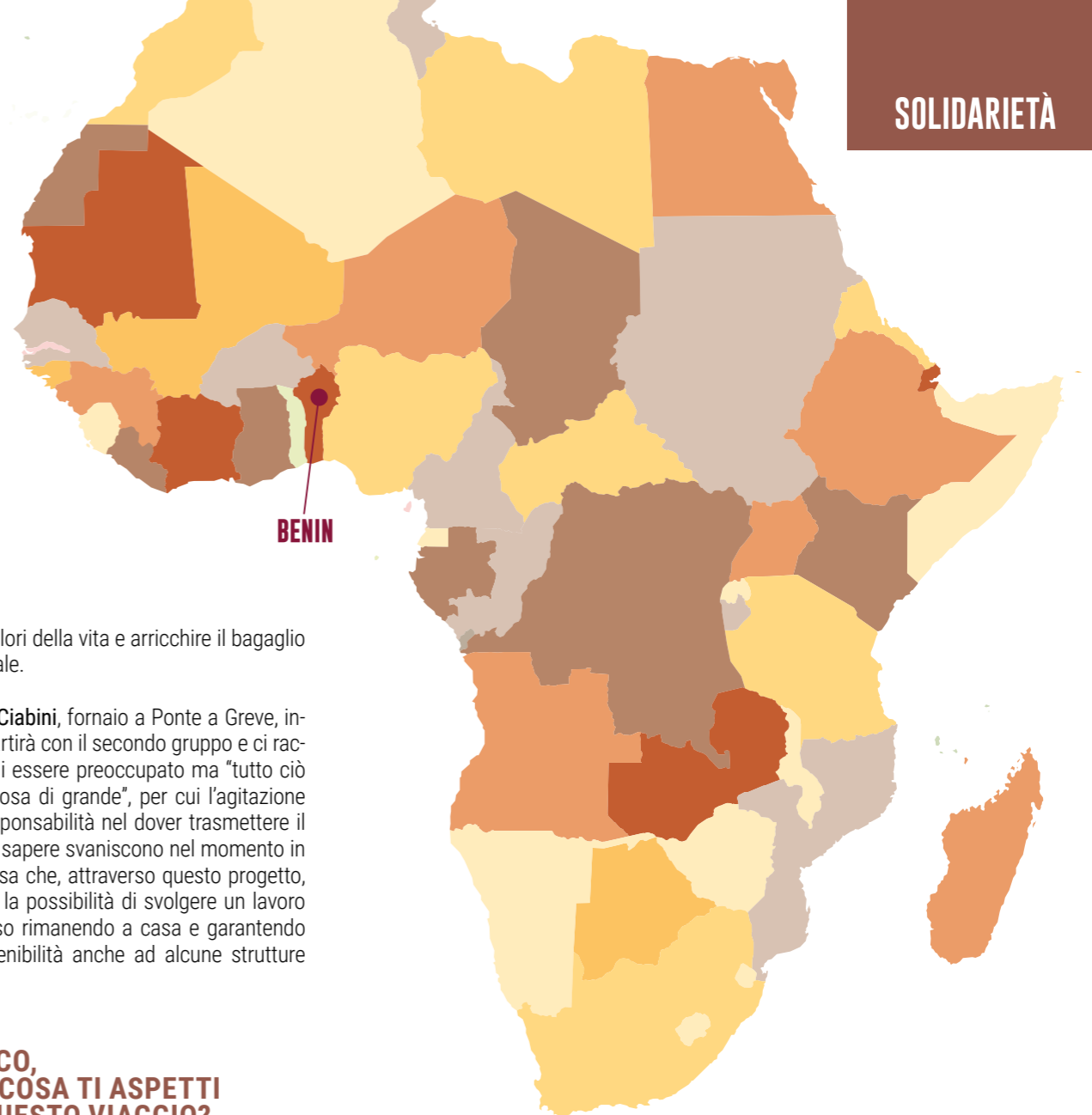
Martedì 1° ottobre inizia il viaggio di Grazia, allieva caporeparto gastronomia a Novoli, che insieme al collega Valentino Sabatino, fornaio a Montemurlo, andrà a recuperare le materie prime nei mercati; insieme inizieranno a trasmettere un nuovo mestiere ai futuri fornai.

GRAZIA, QUALI SONO LE TUE SENSAZIONI A UNA SETTIMANA DALLA PARTENZA?

Tanta emozione, tanti pensieri. Penso che saranno tredici giorni intensi e pieni di energia. Ci spinge tanta motivazione nell'affrontare questa esperienza unica sia per noi che per loro. Farò un diario di bordo per tenervi aggiornati e per ricordarmi, una volta rientrata, della tranquillità che mi avrà regalato quel posto.

COSA TI ASPETTI DA QUEST'ESPERIENZA?

Il rientro è previsto il 14 ottobre e già penso a quanto sarà difficile ritornare alla realtà occidentale. Sarà tutto così strano. Loro non hanno nulla ma so che ci regaleranno tanto. Vorrò condividere anche sul lavoro una realtà che ci è sconosciuta, trasmettere



i veri valori della vita e arricchire il bagaglio personale.

Marco Ciabini, fornaio a Ponte a Greve, invece partirà con il secondo gruppo e ci racconta di essere preoccupato ma "tutto ciò è qualcosa di grande", per cui l'agitazione e la responsabilità nel dover trasmettere il proprio sapere svaniscono nel momento in cui pensa che, attraverso questo progetto, si offre la possibilità di svolgere un lavoro dignitoso rimanendo a casa e garantendo la sostenibilità anche ad alcune strutture sociali.

MARCO, E TU COSA TI ASPETTI DA QUESTO VIAGGIO?

Mi aspetto di faticare tanto, ma sarò senz'altro ricompensato dalla soddisfazione, sperando che dopo riesca ad andare tutto bene. Mi dispiacerebbe venir via e non riuscire a fare quello per cui son partito.

L'Africa è sempre misteriosa e sicuramente torneremo arricchiti dopo un'esperienza del genere rispetto a quello che riusciremo a dare. Al rientro avremo una valigia molto più piena, piena di emozioni che rimarranno per tutta la vita.

VIOLA, COSA SIGNIFICA INVECE PER TE QUESTO VIAGGIO?

Rappresenta un'occasione unica che ho voluto cogliere al volo, è un'esperienza importante. Riuscire a coinvolgere la popolazione locale e trasmettere loro un mestiere sarà senz'altro difficile ma sono sicura che sarà gratificante per tutti noi.

COME STAI VIVENDO QUESTI GIORNI?

In questi giorni, penso un po' come in tutti i colleghi coinvolti in questo progetto, si alternano emozioni contrastanti: agitazione, paura, ma soprattutto tanto entusiasmo e voglia di partire per aiutare gli altri. Nel nostro punto vendita abbiamo organizzato tra colleghi anche una raccolta di materiale scolastico da portare con noi e distribuire ai bambini dell'orfanotrofo.

Un piccolo gesto per noi che significherà tanto per loro.

COSA TI ASPETTI DA QUESTO VIAGGIO?

Mi aspetto di conoscere una quotidianità, una cultura, completamente diverse dalla nostra, ma principalmente di aiutare davvero, in prima persona, una popolazione svantaggiata e aumentare il mio bagaglio di esperienze.



I NUOVI PROGETTI DELLA CAMPAGNA "PENSATI CON IL CUORE" SCOPRILI SU EPELA



Fino al 2 novembre sarà possibile contribuire ai 5 nuovi progetti della campagna "Pensati con il cuore", che ha l'obiettivo di sostenere le numerose realtà che in Toscana ogni giorno si impegnano per il bene comune affrontando problematiche quali povertà, inclusione sociale, disabilità e violenza di genere.



Pensati con il cuore

56
progetti sostenuti

oltre **840.000 €**
messi a disposizione della solidarietà in Toscana

20.000
le persone che hanno partecipato sul territorio

34 su 38
sezioni Soci coinvolte

INSEGNAMI A PARLARE

A San Miniato, l'Associazione Amici di Elia Onlus vuole realizzare un Laboratorio di comunicazione Aumentativa e Alternativa per bambini che non possono "PARLARE", perché affetti da patologie neurologiche.



COMICOMÈ

Nella Valdinievole, il progetto della Fondazione Mai Soli Onlus prevede l'acquisto di un trailer per lo street food, offrendo così opportunità occupazionali a giovani disabili appassionati di ristorazione.



PROGETTO OPPORTUNITÀ. L'ORTO DEI BAMBINI

A Firenze, un orto per i piccoli ospiti della comunità Casa Bambini dell'Istituto degli Innocenti servirà a favorire lo sviluppo armonioso della personalità e dell'autonomia di bambini provenienti da situazioni di forte disagio psico-sociale.



UNA CAMERETTA PER I NOSTRI SOGNI

A Lastra a Signa, l'Associazione "Amici di casa Don Lelio" ha bisogno di un aiuto per rinnovare le camerette della Casa Don Lelio, struttura della rete di accoglienza famiglie dell'Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze.



WEEKEND DI SOLIDARIETÀ, INSIEME È PIÙ BELLO

A Ponte a Ema, l'Associazione Pubblica Assistenza Croce d'Oro vorrebbe aggiungere all'impegno che già svolge per il trasporto di ragazzi disabili la capacità di allargare questo servizio con attività culturali, turistiche e sociali.



Per sostenere i progetti è possibile:

Fare una donazione sulla piattaforma Epepla.

Partecipare alle iniziative organizzate sul territorio dalle sezioni Soci.

Se verrà raggiunto almeno il 50% dell'obiettivo previsto dal progetto, la Fondazione Il Cuore si Scioglie raddoppierà la cifra raccolta (fino a un massimo di 7.500 euro).



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

Seguici on line
www.myunicoop.coopfirenze.it



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