



unicoopfirenze

PER NOI CHE CI LAVORIAMO

N° 64

Ottobre/
Novembre
2019

UNA BUONA SPESA PUÒ CAMBIARE IL MONDO.



IN PRIMO PIANO:
LA TOSCANA E NOI

P. 04

PREMIATI PER LE
CASSETTE PESCHERIA

P. 09

APPROVATO
DAI SOCI 2019

P. 14

IL NOSTRO
CAREERCOOP.FI

P. 20

INDICE

N° 64 - Ottobre/Novembre 2019

IN PRIMO PIANO

LA TOSCANA E NOI	04
CONFRONTO VINCENTE	06

L'APPROFONDIMENTO

LO SVILUPPO ETICO E SOSTENIBILE DELLA NOSTRA IMPRESA	07
UNICOOP FIRENZE PREMIATA PER LE CASSETTE RIUTILIZZABILI DELLA PESCHERIA	09

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI: NOCE DI SORRENTO FIOR FIORE IL FRUTTO DI STAGIONE: IL LIMONE	10
GLI AGRUMI DELLA VALLE DEL MARRO	12

L'INIZIATIVA

COME SONO ANDATI GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO?	13
APPROVATO DAI SOCI 2019	14
LEGGI I RISULTATI DEI NOSTRI TEST	15
AMBIENTE PROTAGONISTA ALLA FIERA DI SCANDICCI E A LUCCA COMICS	16
LUCCA COMICS	17
UNICOOP FIRENZE CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE	18
IL NOSTRO CAREERCOOP.FI	20
I CORSI AL MEYER RACCONTATI DAI NOSTRI COLLEGHI	22

SOLIDARIETÀ

PRANZI E CENE DI SOLIDARIETÀ	23
------------------------------	----

LA NOSTRA CAMPAGNA OLIO

dal 27 novembre al 24 dicembre

Anche quest'anno Unicoop Firenze assicurerà olio di qualità alle migliori condizioni a tutti i Soci.

La novità è che nei prossimi giorni i Soci potranno acquistare l'olio Fior Fiore Coop del nuovo raccolto 2019 anche nel formato latta da 5 litri.

NUOVO RACCOLTO **100% ITALIANO**

OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA FIOR FIORE COOP dama o latta da 5 litri **MAX 2 PEZZI A SCELTA PER CARTA SOCIO**

€ **20,90**
oppure
€ **18,90 e 100 punti**
prezzo per i non soci € 29,90



fiorfiore
coop
Il Meglio della Cultura Gastronomica

Formato diverso, stessa qualità!

NATALE INSIEME

Aiutiamo chi ha più bisogno

La lotta alla povertà e il supporto alle persone che si trovano in difficoltà economica sono da sempre elementi che contraddistinguono la nostra impresa cooperativa. Dal punto di vista delle azioni commerciali, Unicoop Firenze mette in campo tutta una serie di iniziative volte a tutelare il potere di acquisto delle famiglie.

Queste attività si ispirano alla nostra missione: essere convenienti tutti i giorni e fornire ai consumatori beni e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili.

Nell'ambito sociale la Fondazione Il Cuore si scioglie sostiene da anni numerose iniziative di solidarietà e raccolta fondi



DONA ALLE CASSE ALMENO 1 EURO O 100 PUNTI DELLA CARTA SOCIO PER OFFRIRE UN PASTO ALLE PERSONE CHE IN TOSCANA VIVONO IN CONDIZIONI DI POVERTÀ

La Fondazione Il Cuore si scioglie raddoppierà tutto ciò che sarà raccolto



ed è da sempre a fianco di chi è in difficoltà, per cercare di dare un'opportunità a chi non l'ha mai avuta.

Con l'arrivo del Natale verrà promossa un'importante campagna per la lotta alla povertà sul nostro territorio. Tale iniziativa sarà portata avanti dalla nostra Fondazione Il Cuore si scioglie in collaborazione con Caritas e le associazioni locali, con l'obiettivo di aiutare le persone più bisognose in un momento particolare come quello natalizio.

Sarà una campagna molto impattante che coinvolgerà sia i Soci che tutti i lavoratori attraverso la promozione di una donazione alle casse di almeno 1€ o 100 punti, dal 1° al 24 dicembre 2019, e attraverso i consueti banchini organizzati dalle Sezioni Soci, dal 9 al 14 dicembre.

Ogni contributo raccolto verrà raddoppiato dalla Fondazione Il Cuore si scioglie.



Nei prossimi giorni la barriera casse dei nostri punti vendita verrà decorata con i temi della campagna, inoltre verrà distribuita una spilla che i lavoratori indosseranno in punto vendita per dare maggior forza al messaggio dell'iniziativa e promuovere la raccolta.

Tutti noi lavoratori di Unicoop Firenze saremo parte attiva e promotori di questa campagna, contribuendo in maniera determinante alla sua riuscita.

LA TOSCANA E NOI

Venerdì 8 novembre, al Teatro della Pergola a Firenze, si è svolta la quarta edizione del convegno "La Toscana e Noi".

L'incontro, organizzato dalla nostra Cooperativa, è stato l'occasione per presentare i risultati di due ricerche a cura di Uniconop Firenze e Ref Ricerche per capire da vicino gli stili di vita e di consumo dei toscani, la loro sensibilità verso la sostenibilità ambientale e per riflettere sul nostro ruolo all'interno dell'economia locale.

Dopo la visione del nuovo spot Coop "Una buona spesa può cambiare il mondo", la Presidente del Consiglio di Sorveglianza Daniela Mori ha aperto la giornata, anticipando alcuni elementi chiave delle ricerche e sottolineando come per cambiare il mondo ci sia bisogno del contributo di tutti:

"La sfida sulla sostenibilità sta nelle scelte che ognuno di noi sta facendo anche nella propria vita. Se una buona spesa può cambiare il mondo dobbiamo farlo tutti insieme, spingendo il carrello in un'unica direzione. Bisogna sostenere questo processo in un'idea di rete che collabora, dai produttori a chi gestisce il ciclo dei rifiuti".



Vi proponiamo una sintesi delle ricerche presentate.

L'ECONOMIA ITALIANA, LA TOSCANA, IL CONTRIBUTO DI UNICOOP FIRENZE

Come ribadito anche nell'anteprima dell'ultimo Rapporto Coop, si sta assistendo a una frenata dell'economia mondiale. Nello specifico, la decelerazione europea

porta il nostro Paese ai margini di una nuova recessione. In questo contesto, gli italiani limitano i consumi, che infatti crescono solo nei servizi.

Venendo alla Toscana, l'industria della nostra regione è meno esposta alla frenata internazionale rispetto alle regioni settentrionali, l'occupazione decresce quantitativamente ma **resta qualitativamente migliore**, mentre l'invecchiamento sposta la domanda verso i servizi.

PRODOTTI DI LARGO CONSUMO: ALLA TOSCANA IL PRIMATO DELLA CONVENIENZA

Indice di convenienza provinciale totale
Indice Italia=100



Bottom 10		
1	VERONA	95,6
2	PISTOIA	95,8
3	PRATO	96,3
4	FIRENZE	96,3
5	AREZZO	96,4
6	PISA	96,6
7	TREVISO	97,5
8	FORLÌ-CESENA	97,6
9	PESARO-URBINO	97,7
10	ASTI	97,8

I prezzi nei supermercati e ipermercati della Toscana



I prezzi nei supermercati e ipermercati delle province servite da Uniconop Firenze



L'indice 2019 è una media ponderata degli indici di convenienza dei prodotti di marca e dei prodotti MDD
Elaborazioni REF Ricerche su dati Nielsen, IT I+S

Per i prodotti di largo consumo, la Toscana conferma il primato della convenienza, con prezzi più bassi del 2,8% rispetto alla media italiana. Ancora più vantaggioso il rapporto con gli altri territori se si prendono in esame solo le province dove opera la nostra Cooperativa, che possono godere di **prezzi del 3,2% più bassi della media**. Cresce la convenienza scegliendo i prodotti a marchio dei distributori, che nei supermercati e ipermercati della Toscana costano il 5,4% in meno rispetto alla media dei prodotti a marchio in Italia, che diventa il 6,3% in meno se si considerano solo le province dove opera Uniconop Firenze.

Questi dati attestano che le nostre politiche commerciali hanno contribuito negli anni a calmierare i prezzi a beneficio di tutti i consumatori; inoltre confermano il valore del nostro operato e i benefici della nostra presenza sul territorio.

Infine la Cooperativa, con i suoi circa 8mila dipendenti (l'89% a tempo indeterminato), dà un forte sostegno all'economia toscana e nazionale a livello di unità di lavoro (diretto e come indotto), contribuendo per circa 1 miliardo al PIL della nostra regione.

UNICOOP FIRENZE. L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE E I VALORI IDENTITARI

I toscani intervistati da Ref Ricerche per conto di Uniconop Firenze sentono l'urgenza di prendere posizione sull'emergenza dei cambiamenti climatici.

La sensibilità su questi temi incontra quella della nostra Cooperativa. Dai risultati ottenuti, abbiamo la percezione che l'attenzione dei consumatori sia alta. In particolare, i nuovi incarti ecologici per la gastronomia e la forneria, l'eliminazione dalla vendita delle cassette di polistirolo dalle pescherie e lo stop alla vendita dei prodotti di plastica usa e getta sono le decisioni più apprezzate.

Infatti oltre sette toscani su dieci, mentre a livello nazionale sono poco più di uno su due, non esitano a definirsi molto preoccupati dall'inquinamento da plastica e microplastica. In particolare, sono più favorevoli della media degli italiani a tutte le soluzioni per ridurre le confezioni in plastica, dalla loro sostituzione con confezioni riutilizzabili e/o compostabili alla riduzione dei materiali d'imballaggio.

Per i toscani è fondamentale trovare indicazioni chiare e semplici in etichetta, dalla data di scadenza alle proprietà nutrizionali fino al luogo di produzione.

Crescono rispetto all'anno passato i cittadini convinti dell'importanza dell'impatto ambientale sulla propria qualità della vita e salute, e **aumenta anche la disponibilità ad adottare comportamenti più virtuosi**. Raccolta differenziata, diminuzione dello spreco di cibo e di acqua sono le buone pratiche più comuni acquisite dagli intervistati negli scorsi dodici mesi, ma tre toscani su quattro sono intervenuti anche sulla riduzione dell'acquisto di prodotti in plastica.

A tavola si prediligono sempre di più i prodotti stagionali e locali, crescono gli acquisti di frutta e verdura di stagione e dei prodotti a km zero. Rispetto alla media nazionale, si registra una maggiore attenzione al tema dello spreco: si consumano prima i prodotti più vicini alla scadenza e si riutilizzano gli avanzi invece di buttarli.

STILI EMERGENTI: MENO RIFIUTI, MENO SPRECO DI CIBO, ACQUA E ENERGIA

L'attenzione allo spreco di acqua si impone all'attenzione del consumatore

97%

Nell'ultimo anno ho fatto più attenzione a...
(% "sì" su totale campione soci Uniconop Firenze)

differenziare i rifiuti

92%

non sprecare il cibo

91%

non sprecare l'acqua

89%

non sprecare energia

75%

limitare l'acquisto di prodotti in plastica

62%

riparare elettrodomestici e vestiti piuttosto che comprarli nuovi

era il 59% nel 2018

è il 70% tra gli italiani

Fonte: Indagine «Ambiente: responsabilità, abitudini e packaging», Uniconop Firenze 2019

CONFRONTO VINCENTE

Il confronto tra i prezzi di 25 prodotti a marchio, con caratteristiche comparabili, acquistati il 2 ottobre 2019, conferma che siamo i più convenienti.

È importante continuare a tenere alta l'attenzione sul fatto che il rapporto

qualità prezzo dei nostri prodotti non teme confronti.

I risultati delle comparative di questi mesi vanno ad aggiungersi ai dati presentati in precedenza nell'articolo del convegno "La Toscana e Noi" dove si è visto quanto sia

importante l'incidenza delle nostre politiche sulla convenienza sul territorio toscano.

A questo primato di convenienza abbiniamo i valori della qualità, della sicurezza e della ecosostenibilità.

Per maggiori dettagli

www.coopfirenze.it

Spesa effettuata in data

02/10/2019 nei punti vendita:

Esselunga via di Novoli 61 Firenze,

Conad via Pistoiese

(ang. via del Pesciolino) Firenze,

Lidl via Benedetto Dei Firenze,

Eurospin via Pisana 541

Scandicci (FI).

Descrizione prodotto	Formato	prezzo Coop.fi	prezzo Esselunga	prezzo Conad	prezzo Eurospin	prezzo Lidl
Gelato spagnola	500 g	1,98	2,25	3,49	2,29	1,99
Crema dessert al cioccolato	4x125 g	0,89	1,59	1,49	0,99	0,89
Latte fresco parzialmente scremato Origine	1 litro	0,88	1,04	0,99	0,89	0,89
Latte UHT senza lattosio Bene.sì	1 litro	0,99	1,12	1,04	0,99	0,99
Panna fresca	250 ml	1,12	1,29	1,47	1,15	1,15
Mozzarella senza lattosio Bene.sì	125 g	0,75	1,05	1,10	0,85	0,85
Pasta di semola fresca, Trofie	500 g	0,85	1,65	1,39	0,89	0,89
Pasta di semola di grano duro, Farfalle	500 g	0,38	0,38	0,39	0,39	0,39
Pasta di semola, spaghetti biologici Vivi verde	500 g	0,65	0,88	0,66*	0,59*	0,75
Pasta all'uovo, Filini 122	250 g	0,45	0,55	0,49	0,45	0,45
Farina di grano tenero "00"	1 kg	0,34	0,37	0,49	0,39	0,39
Riso carnaroli	1 kg	1,39	2,30	1,79	1,89	1,89
Risotto alla milanese	175 g	0,79	0,79	1,15	0,79	0,79
Olio di semi di arachide	1 litro	2,10	2,30	2,10	2,39	2,39
Pane 8 cereali	400 g	0,59	1,19	0,75	0,75	0,75
Crostini - con farina integrale	280 g	0,79	1,19	0,89	0,79	0,79
Crackers con riso soffiato	300 g	1,15	1,29	1,25	1,29	1,09
Tavoletta di cioccolato fondente extra Solidal	100 g	0,77	0,99	1,00	0,79	0,89
Tavoletta di cioccolato al latte con nocciole Solidal	100 g	0,79	0,99	1,00	0,89	0,89
Caffè grandaroma - macinato per moka	250 g	1,49	2,59	1,49	1,69	1,69
Caffè solubile decaffeinato	100 g	2,65	3,89	3,49	2,95	2,79
Succo e polpa di pesca	1 litro	0,79	0,84	0,99	0,89	0,89
Ammorbidente concentrato Casa	750 ml	0,90	1,48	1,25	0,99	0,99
Cotone idrofilo per uso medicale	100 g	0,69	1,25	1,63	0,69	0,69
Salviettine detergenti baby Crescendo - delicate	x20	0,64	1,09	0,75	0,85	0,89
Totale €		€ 24,81	€ 34,35	€ 32,53	€ 27,51	€ 27,05

* Prodotto in promozione



L'APPROFONDIMENTO

LO SVILUPPO ETICO E SOSTENIBILE DELLA NOSTRA IMPRESA

"La Cooperativa nasce con una visione della società, non nasce per fare impresa. Prima nascono i Soci, le persone, poi si mettono insieme perché hanno un'idea di cambiamento, un'idea della società e intorno a questa costruiscono un'impresa" aveva ribadito la Presidente del Consiglio di Sorveglianza, Daniela Mori, durante la presentazione del Piano Sociale dello scorso anno.

LE ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI

Come emerge da sempre più ricerche del settore, dopo la crescita esponenziale della consapevolezza ambientale degli ultimi anni, i consumatori vogliono acquistare da aziende che hanno uno scopo e che propongono prodotti sostenibili.

Molte imprese stanno iniziando oggi a fare i conti con valori non negoziabili per i consumatori, che rappresentano una nuova consapevolezza d'acquisto e che condizionano soprattutto le nuove generazioni, come quella dei millennial.

Grazie a questi cambiamenti dei consumatori, la ragion d'essere - o anche scopo di un'impresa - sta diventando quella di mettere al centro la società, raccontando al meglio e in modo autentico ciò che si fa.

Una priorità certificata anche da un recente studio promosso da Ipsos, società di consulenza e di ricerca di mercato globale. Dalle interviste effettuate a 20mila consumatori in 28 Paesi emerge come il 62% oggi pretenda che le marche diano un contributo fattivo alla comunità.



Tra le priorità emerse sveltano la riduzione di emissioni e il minor impatto ambientale (77%). A seguire il miglioramento delle condizioni dei lavoratori (50%), la qualità dei prodotti e servizi (37%), l'inserimento nel tessuto sociale con iniziative rivolte al territorio (24%).

L'aspettativa dei consumatori è che siano proprio le aziende, sostenute da comportamenti virtuosi di amministrazioni e consumatori, a farsi carico di trovare una soluzione per ridurre la quantità di materiale utilizzato nelle confezioni dei prodotti venduti.

IL NOSTRO IMPEGNO ETICO E SOSTENIBILE

Unicoop Firenze ha messo questi valori al centro della propria natura d'impresa

fin dall'inizio. Lo ha fatto definendo la propria missione, che è quella di fornire a Soci e clienti prodotti e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili, tutelando al contempo la salute, la sicurezza, rispettando l'ambiente e contribuendo alla crescita economica, culturale e sociale della nostra comunità di riferimento.

Quando parliamo di gestione etica delle relazioni con i fornitori ricordiamo che nel luglio del 1998 abbiamo ottenuto la certificazione SA 8000, prima insegna in Italia e in Europa e ottava nel mondo. Coop presidia con questo standard etico tutti i fornitori di Prodotti a marchio, alcune migliaia di subfornitori e negli ultimi anni ha esteso la sua attività anche verso alcune filiere di prodotto non a marchio Coop.

Da oltre 15 anni Coop lavora a queste filiere, controllando ogni singolo passaggio

e garantendo così una vera e propria tracciabilità totale. Con la linea Coop Origine garantiamo una gamma qualificata di prodotti che sono caratterizzati da un rigoroso controllo di filiera e da scelte distintive in grado di assicurare una sicurezza superiore e una qualità coerente. La selezione accurata dei fornitori, gli impegni contrattuali specifici, i capitoli rigorosi e i controlli, intesi come verifiche ma anche analisi, effettuati lungo tutta la filiera, offrono le maggiori garanzie possibili in termini di sicurezza, qualità ed eticità.

Come emerso nelle ricerche presentate durante il convegno "La Toscana e Noi", le nostre decisioni ambientali più recenti sono state molto apprezzate dai toscani.

COOP DICE NO AL CAPORALATO, AL LAVORO NERO, ALLO SFRUTTAMENTO

Ogni giorno Coop si impegna a garantire la legalità del lavoro.

Dal 1998 monitoriamo i fornitori di prodotti a marchio Coop nel rispetto dello standard SA8000, chiedendo la sottoscrizione di un codice etico e svolgendo controlli, con auditor qualificati e indipendenti. Lo facciamo perché la qualità dei prodotti è anche il rispetto dei diritti dei lavoratori. In questo impegno sono coinvolti tutti gli 800 fornitori di prodotti agricoli e oltre 70.000 aziende agricole. Ma la battaglia non si vince solo con i controlli. È necessario evitare che "la moneta cattiva" faccia la buona e che la ricerca del prezzo più basso possibile faccia a pugni con i diritti delle persone. Per questo motivo non facciamo le aste al ribasso e abbiamo relazioni stabili e di lungo periodo con i nostri fornitori. Il prezzo per il pomodoro da trasformazione che assicuriamo ai produttori del Sud è superiore di oltre il 10% rispetto a quello dell'accordo interprofessionale dell'area.

Per questo, con Coop sei in buone mani.



Scegli di più su www.coop.it/buonigiusticoop

coop.fi

Campagna del 2016 per promuovere l'eticità nelle filiere ortofrutticole a rischio.

**L'AMBIENTE
NON È
USA E GETTA.**

**DAL 1° GIUGNO
non vendiamo più i prodotti in plastica
usa e getta come piatti, bicchieri e posate.
Una buona notizia per l'ambiente.**

coop.fi
INSIEME, QUI.

Campagna del 2019 per annunciare che i negozi Coop.fi non vendono più i prodotti in plastica usa e getta.

LE TRE INIZIATIVE PIÙ VOTATE IN NUMERI ALL'ANNO:

Nuovi incarti ecologici
per la Gastronomia e la Forneria

-65 tonnellate di plastica
-194 tonnellate di indifferenziato

Progetti di riuso e riciclo
delle cassette del Reparto Pescheria

-180 tonnellate di indifferenziato

Stop alla vendita dei prodotti
di plastica usa e getta

-1.500 tonnellate di plastica

Qualche settimana fa è stato inoltre firmato il nuovo protocollo d'intesa per "Arcipelago Pulito", il nostro progetto sperimentale preso a modello dall'Unione europea e dal Governo e Parlamento italiano per contribuire a ripulire dalle plastiche il mare facendo squadra con i pescatori. La novità è che a Livorno si aggiungono Viareggio, Porto Santo Stefano e Porto Ercole sull'Argentario, Castiglione della Pescaia e Piombino.

CONCLUSIONE

Le ricerche del settore ci dimostrano che le realtà che riusciranno ad avere successo in questo nuovo mondo saranno quelle che integreranno il proprio impegno ambientale, sociale ed etico con il proprio modello di business.

Insomma, quello che noi con orgoglio possiamo affermare di fare da sempre.

UNICOOP FIRENZE PREMIATA PER LE CASSETTE RIUTILIZZABILI DELLA PESCHERIA



Coop ha ottenuto due Super Premi e 18 menzioni al "Bando per la Prevenzione 2019" promosso da Conai (Consorzio Nazionale Imballaggi) e patrocinato dal Ministero dell'Ambiente.

I due premi speciali sono stati assegnati rispettivamente a Coop Italia per la riduzione del packaging dei bocconcini di mozzarella di bufala campana Dop "Fior Fiore", progetto vincitore nella filiera plastica, e a Unicon Firenze per l'uso di cassette riutilizzabili al posto delle cassette di polistirolo usa e getta negli imballaggi dei reparti pescheria, uno dei tre progetti vincitori della categoria "economia circolare".

A ritirare il premio, per Unicon Firenze, sono intervenuti Giovanni Maria Petrelli, Responsabile Ambiente ed Energia di Unicon Firenze e Carlo Calusi, Business Manager Carni e Pesce, che hanno dichiarato: "Questi sono premi che per il loro valore e per la quantità dimostrano l'impegno dell'insegna sul versante dell'ecocompatibilità dei nostri prodotti".

Un ringraziamento particolare a tutti i colleghi del Reparto Pescheria che con il loro lavoro e impegno quotidiano rendono possibile l'implementazione delle cassette blu riutilizzabili e il processo di riciclo delle restanti cassette in polistirolo.

IL PROGETTO

La "lotta all'indifferenziato" in pescheria inizia a maggio 2017 quando la Cooperativa avvia una prima sperimentazione per sostituire il polistirolo usato da fornitori nazionali con cassette azzurre lavabili e riutilizzabili in un circuito chiuso.

In numeri, ogni anno vengono eliminate circa 300mila cassette di polistirolo - nel 2019

saranno 309mila - pari a circa 64 tonnellate in meno all'anno di rifiuti immessi nell'ambiente. Il tutto con la garanzia che le cassette azzurre assicurano una perfetta copertura di ghiaccio sul prodotto per conservare meglio l'ambiente e, insieme, la qualità e la sicurezza del prodotto. Viene eliminato attraverso questo processo circa il 40% delle cassette in polistirolo.

Anche per i fornitori per i quali non è possibile utilizzare le cassette blu, il polistirolo non viene comunque gettato, ma recuperato, riciclato e avviato a seconda vita, grazie a un circuito di economia sostenibile. In questi casi, dopo l'utilizzo in reparto le cassette vengono pulite e inviate a un impianto esterno, un punto di raccolta unico che compatta il polistirolo in arrivo dai punti vendita, per ridurre il volume e i relativi costi di spedizione.

I "lingotti" di polistirolo vengono poi ritirati da aziende che, dopo averli trasformati in perline di plastica, li usano per realizzare nuovi oggetti, fra i quali cestini spesa simili a quelli del supermercato.



Oltre a questi, altri 18 riconoscimenti per Coop Italia in varie categorie, riferiti ad altrettanti prodotti a marchio sui quali si è intervenuti in ottica di economia circolare, riciclo, ecodesign e riduzione di materiali.



Scopri l'Autofrutta

STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



Pere



Clementine



Limone



Mele

VERDURA



Cavolfiore



Finocchi



Broccoli



Verdure in foglia:
rape, bietole e spinaci



Radicchi



Zucca



PARLIAMO DI...

Noce di Sorrento Fior Fiore

Il noce in Italia ha una certa rilevanza nella regione Campania. La più pregiata e diffusa varietà campana è la Sorrento, originaria della penisola sorrentina, che col tempo ha dato luogo a un'ampia gamma di biotipi, tutti commercialmente noti come Noce di Sorrento.

La raccolta si concentra nei mesi di settembre e ottobre con una resa estremamente variabile, anche in considerazione delle condizioni nelle quali si trova la coltura. Poi le noci vengono fatte essiccare all'aperto in zone ventilate.

Il noce Sorrento si caratterizza per il fatto di avere un ottimo vigore e una produzione doppia (nel senso che si può coltivare sia per la produzione del legno che dei frutti).

La noce di Sorrento ha delle peculiarità che la contraddistinguono dalle altre noci: viene infatti raccolta quando il mallo è

ancora attaccato al guscio e solo successivamente viene rimosso, per cui presenta un guscio chiaro, sottile e poco rugoso. Il guscio sottile favorisce l'estrazione della noce intera, particolare molto apprezzato da cuochi e pasticciari.

Alla luce di recenti studi è stato dimostrato quanto altamente nobile sia la qualità dei grassi contenuti nelle noci. Protagonisti sono gli acidi grassi polinsaturi Omega-3, che analizzati hanno confermato la loro proprietà di ridurre il livello di colesterolo ematico, oltre a presentare azione protettiva nei confronti delle arterie.

I sali minerali, le vitamine e le sostanze antiossidanti sono ideali per contrastare l'invecchiamento cellulare.



Un ringraziamento al nostro fornitore:



La natura pratica del gusto

FRUTTO DI STAGIONE

Il Limone

Il limone, *Citrus limon*, appartiene alla famiglia delle *Rutaceae*: ha foglie di forma ellittica, di colore rossastro nella prima fase vegetativa, per poi diventare verde scuro; i rami sono spinosi e il legno molto duro.

Il Primofiore è la varietà di limone che matura nel periodo compreso tra ottobre e marzo. Pieno di succo e con un odore straordinario assume un colore verde intenso nel mese di ottobre fino a raggiungere una tonalità giallo oro ad aprile e una percentuale di succo compresa tra il 29 e il 40%.

Il Primofiore viene coltivato lungo tutta la costa della Sicilia. La migliore produzione è quella delle province di Siracusa e Ragusa.

Il Primofiore è un ottimo prodotto da consumare fresco, impiegato anche dall'industria alimentare per la realizzazione di succhi. L'essenza di quello prodotto in Sicilia viene utilizzato da famose case profumiere.



Un ringraziamento al nostro fornitore:



IN CUCINA

Tisana al limone Primofiore, zenzero e miele

Lo zenzero insieme al limone può essere paragonato a un antibiotico naturale, utile in caso di dolore e infiammazione alla gola.

In questo caso si fa bollire in mezzo litro di acqua un pezzo di radice di zenzero di 4 centimetri per 10 minuti, poi si lascia intiepidire e si aggiunge il succo di mezzo limone. Se ne beve una tazza alla mattina e una alla sera con l'aggiunta di un cucchiaino raso di miele.



In collaborazione con il settore ortofrutta.

GLI AGRUMI DELLA VALLE DEL MARRO



Dal 2007 Unicoop Firenze sostiene e valorizza il lavoro della Cooperativa Valle del Marro - Libera Terra, condividendo motivazioni e impegno della cooperativa calabrese e rendendo il consumo critico e responsabile protagonista del cambiamento in atto nella Piana di Gioia Tauro sui terreni confiscati alla 'ndrangheta.

L'impegno della nostra Cooperativa e della Fondazione Il Cuore si scioglie si rinnova anche per quest'anno, attraverso il finanziamento delle borse di lavoro dei migranti della Piana di Gioia Tauro e la commercializzazione dei prodotti etici della Valle del Marro sui nostri scaffali, con l'obiettivo di

sostenere una comunità che lotta per la legalità e l'inclusione.

L'esperienza dei migranti nella cooperativa calabrese, oltre a sottrarli a forme di sfruttamento purtroppo ancora comuni nella zona e in ambito agricolo, vuole infatti dare ai giovani un'opportunità concreta di lavoro presente e futura. Ai giovani migranti la Valle del Marro - Libera Terra trasmette formazione generale e specifica riguardante la raccolta degli agrumi, la potatura degli aranceti, la ripulitura delle piante, l'utilizzo di attrezzature e così via; tiene anche dei corsi di italiano, per favorire l'integrazione.

In questo modo, oltre a farsi promotrice di una filiera etica, Unicoop Firenze garantisce l'origine degli agrumi che commercializza, permettendo allo stesso tempo alla Valle del Marro di arrivare sui banchi della grande distribuzione e farsi conoscere al consumatore finale.

Attraverso i progetti di formazione e solidarietà e la commercializzazione dei prodotti, Unicoop Firenze, insieme alla Fondazione Il Cuore si scioglie onlus, ha favorito in questi anni la crescita della cooperativa calabrese perché una buona spesa può cambiare il mondo.



€ **1,39** a conf.
CLEMENTINE BIO
conf. da 1 kg



€ **2,78** a conf.
€ 1,39 al kg
ARANCE NAVEL BIO
conf. da 2 kg



VALLE DEL MARRO

La cooperativa sociale di lavoro e produzione "Valle del Marro-Libera Terra" nasce nel 2004 da un progetto di Libera, con l'obiettivo di combattere la mentalità mafiosa coltivando nella Piana di Gioia Tauro 120 ettari confiscati alla 'ndrangheta. Nel 2007 inizia la collaborazione con Unicoop Firenze, che si consolida attraverso il sostegno a un modello di agricoltura sociale che genera lavoro etico e indotto positivo, proponendo un sistema economico virtuoso basato sulla legalità. Il lavoro della cooperativa è fonte di prodotti biologici ed è stimolo per una crescita sana del territorio, che coinvolge i cittadini anche tramite scelte di consumo responsabile.

L'INIZIATIVA



VUOI 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

COME SONO ANDATI GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO?

La piadina e i pennarelli Vivi Verde al centro dell'assaggio numero 25

PIADINA ROMAGNOLA IGP ALLA RIMINESE COOP - x5 - 600 g

La piadina Romagnola IGP alla Riminese Coop è preparata utilizzando ingredienti semplici. L'accurata cottura consente di mantenere inalterata tutta la sua morbidezza.



IL TEST

Il prodotto è stato assaggiato da **669** dipendenti, di cui **513** femmine e **156** maschi.

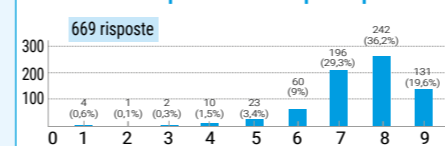
È stato molto gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, raggiungendo il punteggio di 7,5.

Il 30,6% dei dipendenti non conosceva questo prodotto e l'84,6% dichiara di essere disposto a riacquistare il prodotto e suggerirlo ai Soci e clienti, considerandolo migliore di quelli di marca.

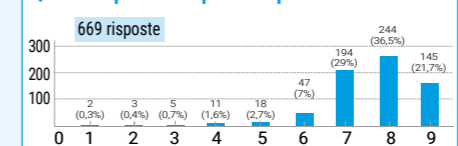
Il 46,5% ha valutato la confezione migliorabile, infatti il commento più ricorrente è stato proprio sul packaging. Consigliamo una confezione "apri e chiudi" per poterla conservare meglio in frigo fino a totale consumo. Un'altra osservazione riguarda il numero dei pezzi in confezione, da ridurre da 5 a 3.



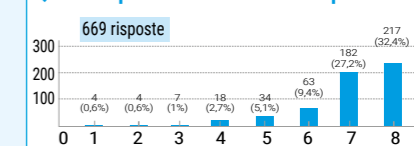
Come valuti complessivamente questo prodotto?



Quanto ti piace il sapore del prodotto?



Quanto ti piace la consistenza del prodotto?



12 PENNARELLI PUNTA FINE VIVI VERDE COOP - lavabili - colori assortiti

Una nuova linea di prodotti per colorare. Fusti, cappucci e tappi dei pennarelli sono realizzati in materiale plastico (PP) proveniente completamente dal recupero di materiale post consumo (70%) e di scarti industriali (30%): evitiamo l'uso di plastica vergine!

I commenti più ricorrenti

Molti commenti hanno riguardato le caratteristiche dei pennarelli: "mentre si colora sarebbe utile poter inserire il tappo sul fondo del pennarello, anche per non ritrovarsi poi tutti sparsi sul tavolo da disegno", "alcuni colori sono un po' tenui, opachi, e nella carta più fine il prodotto passa dall'altra parte", "l'estetica è molto gradevole mentre l'impugnatura è leggermente scivolosa", "la punta dovrebbe essere più fine e il colore più acceso", "la scritta lavabile dovrebbe essere più grande".



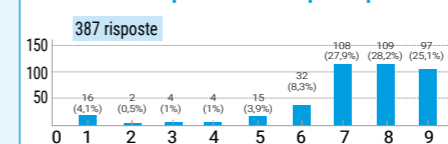
IL TEST

Il prodotto è stato testato da **387** dipendenti, di cui **302** femmine e **85** maschi.

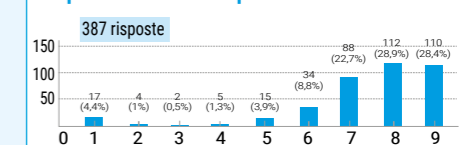
È stato gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, raggiungendo il punteggio di 7,8.

Il 93,8% ritiene che il prezzo sia consona in base alla filiera produttiva (tutta in Italia) e ai criteri ambientali del prodotto, infatti il 72,6% sarebbe disposto a riacquistare il prodotto.

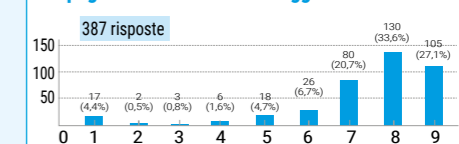
Come valuti complessivamente questo prodotto?



Hai provato a utilizzare i pennarelli? Colorano bene?



L'impugnatura del fusto è maneggevole?



APPROVATO DAI SOCI 2019

Il resoconto dell'evento unico nazionale dell'8 e 9 novembre



Guarda il video!

LEGGI I RISULTATI DEI NOSTRI TEST

Oltre 6.100
il numero totale
dei test svolti

Il Prodotto a Marchio Coop, espressione della nostra identità e dei nostri valori, è al centro di tante iniziative. Attraverso l'Approvato dai Soci veicoliamo il messaggio che il parere dei Soci è di fondamentale importanza per la crescita del prodotto a marchio che rimane protagonista di tutte le nostre politiche commerciali, di vendita e di fidelizzazione.

Molti Soci si sono fermati entusiasti all'interno dello stand allestito per testare i prodotti e lasciare la loro opinione attraverso un questionario sul tablet. Per il test sono stati messi a disposizione in ogni punto vendita due prodotti. Per la validità del test era necessario compilare almeno 100 questionari, e già a metà mattinata ne erano stati compilati molti di più.



I livelli di gradimento conseguiti nei nostri negozi saranno uniti a quelli delle altre Cooperative e i risultati ottenuti permetteranno ai prodotti di ottenere il marchio "Approvato dai Soci". In caso di giudizi non sufficienti le referenze non approvate saranno sottoposte da Coop Italia a ulteriori verifiche: un'attenzione importante e unica, che testimonia l'impegno e la scelta di responsabilità che Coop attua sulla qualità dei propri prodotti.



Anche quest'anno l'Approvato dai Soci ha visto il coinvolgimento di 140 colleghi che in 36 punti vendita si sono fatti promotori di questa attività. "Parlare con i Soci, spiegare loro le caratteristiche dei nostri prodotti, anche valoriali, ci permette di trasmettere ciò che ci contraddistingue dagli altri e la conoscenza della nostra natura d'impresa". Queste le considerazioni di Cristina Casimirri, nostra collega di Figline Valdarno, che ha presenziato, insieme ad altre colleghe, anche alla manifestazione Autumnia: "Nonostante il tempo avverso abbiamo avuto molta affluenza e molti sono stati i visitatori che hanno chiesto di diventare Soci Coop", un bel messaggio per la Cooperativa.



Alcuni momenti dell'iniziativa "Approvato dai Soci". Nel tondo a sinistra: il punto vendita di Lastra a Signa. In alto: Arena Metato. Qui sopra: Poggibonsi.

I punti vendita coinvolti nell'iniziativa sono stati 36:

Agliana, Montecatini, Pistoia, Ponte a Greve, Novoli, Gavinana, Coverciano, Sesto Fiorentino store, Empoli Centro,

Montelupo, Impruneta, Tavarnelle, San Casciano, Figline Valdarno, Fucecchio, Lastra a Signa, Scandicci via Aleardi, Castelfiorentino, Pontassieve, Certaldo, Pontedera store, San Miniato, S. Maria a Monte, Pisa Cisanello, Cascina store,

Volterra, Arena Metato, Sansepolcro, Montevarchi store, Arezzo store, San Giovanni, Lucca San Filippo, Poggibonsi store, Colle val d'Elsa, Siena Grondaie, Prato Pleiadi.



SONO SALITI SUL PODIO:

 Primo posto con 8,3 punti, a pari merito: <ul style="list-style-type: none"> • Crema spalmabile nuova ricetta Solidal Coop - 350 g • Cioccolato cremino nocchie e mandorle Fior Fiore Coop 162 g 	 Secondo posto con 8,2 punti, a pari merito: <ul style="list-style-type: none"> • Spremuta 100% agrumi italiani Fior Fiore Coop - 750 ml • Frolle ripiene con crema cacao Coop - 200 g 	 Terzo posto con 8,1 punti, a pari merito: <ul style="list-style-type: none"> • Olive taggiasca in salamoia Fior Fiore Coop - 180 g sgocciolato • Strolghino da suini allevati senza antibiotici Fior Fiore Coop - 90 g
---	--	---

E POI ANCORA:

- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Confetture extra di ciliegie Coop - 370 g: 8 punti. | <ul style="list-style-type: none"> • Bevanda alla frutta con ananas, arancia e mango Bene.si Coop - 750 ml: 7,8 punti. | <ul style="list-style-type: none"> • Grissini senza sale aggiunto Bene.si Coop - 150 g: 7,6 punti. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Biscotti novellini al latte e miele bio Vivi Verde Coop - 330 g: 8 punti. | <ul style="list-style-type: none"> • Aperitivo analcolico rosso senza coloranti Coop - 6x100 ml: 7,8 punti. | <ul style="list-style-type: none"> • Birra italiana analcolica Coop 3x33 cl: 7,1 punti. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bastoncini ricoperti di cioccolato al latte Coop - 125 g: 8 punti. | <ul style="list-style-type: none"> • The deteinato alla pesca Coop 250 ml: 7,8 punti. | |

AMBIENTE PROTAGONISTA ALLA FIERA DI SCANDICCI E A LUCCA COMICS

Dai nostri stand al picnic con le scuole, dalle attività interattive sul tema delle bioplastiche alla linea Vivi Verde

Da sabato 5 a domenica 13 ottobre si è svolta la tradizionale Fiera di Scandicci, che anche quest'anno ha visto la partecipazione di **oltre 450 mila visitatori**.



La manifestazione, giunta alla sua 153ª edizione, è una delle più grandi fiere della Toscana. Quest'anno si è presentata con una grossa novità: per la prima volta tutti gli stand gastronomici hanno fornito ai clienti bicchieri, piatti e posate compostabili.

Anche la nostra Cooperativa ha preso parte all'appuntamento con uno stand dedicato alla linea Vivi Verde e all'ambiente.

Ne abbiamo parlato con **Alessandro Nannelli, allievo Direttore a San Casciano**, che ha diretto i lavori al temporary store:

"Ci sono stati grande sorpresa e apprezzamento per i prodotti della linea Vivi Verde che abbiamo fatto assaggiare ai visitatori della Fiera. Sono rimasto molto contento della grande motivazione da parte dei colleghi, che ha contribuito a rafforzare il rapporto con i Soci e clienti dei punti vendita vicini."

In collaborazione con Novamont si sono svolti attività interattive e laboratori per adulti e bambini sul tema delle bioplastiche e dell'ambiente. L'obiettivo è stato quello di diffondere, presso il grande pubblico, la conoscenza dei benefici per l'ambiente dell'utilizzo delle bioplastiche biodegradabili e compostabili.



All'interno del nostro stand erano presenti anche uno spazio per lo show cooking a base di prodotti della linea Vivi Verde e un'area per la mostra fotografica della Sezione Soci. Inoltre abbiamo preparato ricette veloci molto apprezzate dai visitatori."

IL PICNIC PLASTIC FREE CON I BAMBINI DELLE SCUOLE

Il **10 ottobre** si è tenuta, alla Fiera, una giornata di approfondimento sull'ambiente.

La mattina i protagonisti sono stati oltre 400 bambini delle scuole di Scandicci, che hanno partecipato alle Eco-Olimpiadi, giochi che hanno consentito loro di diventare "Piccoli Ambasciatori del Green". I bambini hanno poi continuato la mattinata con un picnic "plastic free" al Parco del Vingone e ricevuto un kit "usa e riusa", personalizzato con la nostra campagna "L'ambiente non è usa e getta".

Ricordiamo che dal primo giugno scorso, anticipando le indicazioni europee, sono stati tolti dai nostri scaffali i prodotti di plastica usa e getta. Dopo quattro mesi è stato raggiunto l'obiettivo principale, cioè spingere Soci e clienti verso nuove buone pratiche: **la vendita dell'usa e getta è infatti calata del 40%**.

Nel pomeriggio si è tenuto un convegno sul tema della sostenibilità, dal titolo "L'ambiente fra pubblico e privato", con innumerevoli interventi tra cui quelli di Enrico Rossi, presidente della Regione Toscana, Dario Nardella, sindaco di Firenze, e Daniela Mori, Presidente del Consiglio di Sorveglianza di Unicon Firenze.



LUCCA COMICS

Anche quest'anno Unicon Firenze ha preso parte al "Lucca Comics and Games", festival internazionale che porta a Lucca appassionati di fumetti, giochi da tavolo, videogiochi, narrativa e arte fantasy, animazione, cinema e serie tv.

La manifestazione, che si è svolta nel centro storico di Lucca dal **30 ottobre al 3 novembre**, ancora una volta è stata un successo di pubblico con oltre **270.000 biglietti venduti**.

La Cooperativa ha partecipato con uno spazio ristoro all'interno del Real Collegio con particolare **attenzione al tema dell'ambiente** e un allestimento che ha valorizzato la linea Vivi Verde e le ultime nostre campagne.



Abbiamo chiesto a **Stefano Gelli, Allievo Direttore a Campi Bisenzio**, che ha coordinato le attività del temporary, di raccontarci com'è andata.

CI PARLI DI QUESTA ESPERIENZA?

È stata positiva, grazie alla collaborazione e cooperazione del gruppo di colleghi che hanno lavorato al nostro temporary store. Ci tengo a sottolinearlo perché alla fine eravamo un gruppo di



trenta persone che non aveva mai lavorato insieme e che veniva anche da posti lontani da Lucca. Grazie alla disponibilità, all'affiatamento e allo spirito di sacrificio che ognuno di noi ha messo in campo è stato possibile portare a casa un bel risultato con un incremento di fatturato rispetto allo scorso anno.

INSOMMA MOLTA GENTE CI HA SCELTO PER FARE RISTORO...

Mi sono divertito a coinvolgere e attrarre i clienti in prima persona, ormai avevo una serie di frasi per farli avvicinare al nostro temporary come quando sottolineavo il fatto che da noi non piovesse visto che eravamo al coperto e che al contrario il tempo non sempre è stato favorevole quest'anno. Molte persone hanno affollato lo stand per fare merenda con i nostri prodotti e con le preparazioni del nostro banco fresco di forneria. Inoltre avevamo anche un corner per la degustazione gratuita del caffè Fior Fiore, per valorizzare le capsule biodegradabili. Per molti frequentatori è stata l'occasione per conoscerci, assaggiando, per la prima volta, i nostri prodotti a marchio e di produzione interna.

Ormai eravamo diventati il punto di riferimento per il ristoro anche per gli addetti degli stand vicini.

QUALI ALTRI SPAZI DEL TEMPORARY STORE HANNO FUNZIONATO?

Anche lo spazio dedicato ai bambini è sempre stato molto partecipato, i cinque incontri giornalieri sulle tematiche legate all'ambiente hanno funzionato bene. Lo spazio comprendeva contenuti multimediali e laboratori didattici che hanno fornito informazioni sulle regole per una corretta raccolta differenziata, sul tempo di smaltimento dei rifiuti presenti nell'ambiente e sui simboli di riciclabilità presenti sulle etichette dei prodotti.

COSA VI PORTATE A CASA DOPO QUESTA ESPERIENZA?

Abbiamo ricevuto molti apprezzamenti per quanto riguarda il livello di servizio e gentilezza, perché abbiamo dato il meglio in questi giorni. Ho chiesto a tutti i colleghi di portare questo clima positivo anche nei loro punti vendita perché può essere "contagioso".

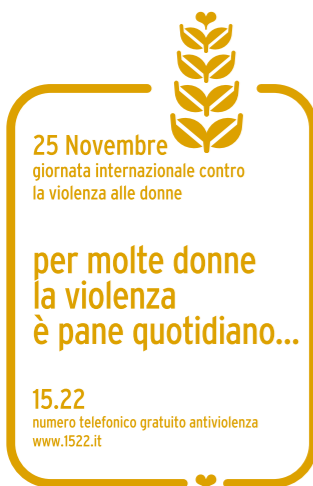
UNICOOP FIRENZE CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE

Il 25 novembre si celebra la Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, istituita dall'ONU.

Ormai da qualche anno la Regione Toscana ha impostato un'azione di sistema per il contrasto alla violenza di genere e, in quest'ottica, continua la campagna di comunicazione per promuovere la conoscenza del numero gratuito di pubblica utilità **antiviolenza e stalking**, attivo 24 ore su 24, **1522**.

Il numero è stato attivato dal Dipartimento per le Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri ed è collegato alla rete dei centri antiviolenza e alle altre strutture per il contrasto alla violenza di genere presenti sul territorio.

Le operatrici telefoniche dedicate al servizio forniscono una prima risposta ai bisogni delle vittime di violenza di genere e stalking, offrendo informazioni utili e un orientamento verso i servizi socio-sanitari pubblici e privati presenti sul territorio nazionale.



In continuità con quanto fatto negli scorsi anni, Unicoop Firenze aiuterà le donne in difficoltà ricordando il numero unico 1522. Nello specifico verrà stampato sugli scontrini e applicato tramite un bollino sugli incarti delle confezioni di pane di nostra produzione e di quello in consegna da Cerealia e Panificio Toscano. Un segnale tangibile di mobilitazione su un tema di rilevanza sociale.

Quest'anno inoltre una parte del ricavato della vendita del pane della giornata del

25 novembre (il 30% dei prodotti che riporteranno il bollino 1522) verrà donato alle associazioni che in Toscana sostengono le donne vittime di violenza.

UN IMPEGNO QUOTIDIANO CONTRO LA VIOLENZA

Dal 2017, primo anno della campagna di crowdfunding "Pensati con il cuore", la Fondazione Il Cuore si scioglie, insieme a Soci e cittadini sul territorio, ha sostenuto

diversi progetti legati al sostegno delle donne vittime di violenza.

Proprio il 25 novembre 2019 è partito il nuovo progetto di crowdfunding "L'abbraccio di Matilda", in collaborazione con Fondazione CR Firenze nell'ambito della campagna Firenze Crowd. Il progetto è volto a promuovere attività psicoeducative per bambini vittime di violenza assistita, in accoglienza con le loro madri presso Casa Matilda e le case rifugio del Centro Aiuto Donna Lilith delle Pubbliche Assistenze Riunite di Empoli.

Per violenza assistita subita da minori in ambito familiare si intende l'esperienza da parte del bambino di qualsiasi forma di maltrattamento, compiuto attraverso

atti di violenza fisica, verbale, psicologica, sessuale ed economica, su figure di riferimento o su altre figure affettivamente significative adulte e minori.

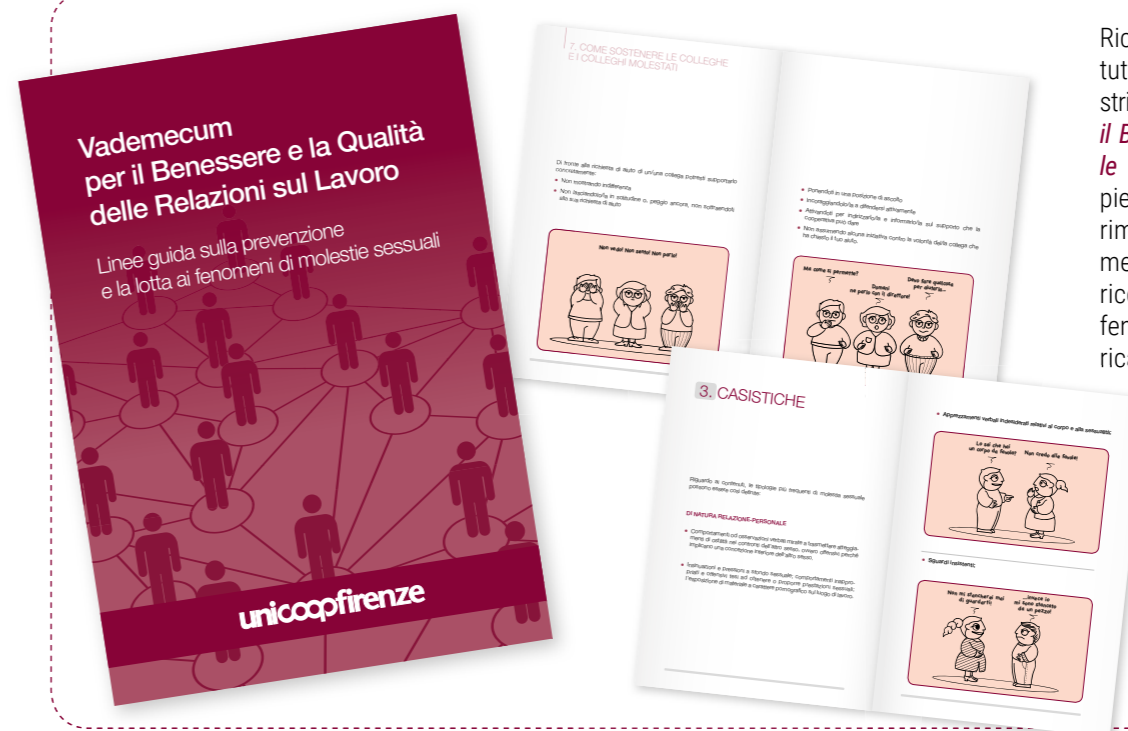
LE AZIONI PER IL BENESSERE DELLE RELAZIONI SUL LAVORO

La Cooperativa da sempre si impegna a tutelare la dignità delle lavoratrici e dei lavoratori e a prevenire qualsiasi fenomeno di molestia, fisica o psicologica.

A questo scopo Unicoop Firenze da quattro anni si è dotata di un Codice di condotta per la prevenzione e la lotta ai fenomeni di molestie sessuali.

Punto cruciale del codice è la figura del Consigliere di fiducia, la persona alla quale potersi rivolgere per avere la necessaria assistenza e consulenza per i casi di molestie sessuali. L'incarico è stato affidato a un avvocato esterno alla Cooperativa, con il duplice vantaggio di avere una persona giuridicamente esperta e vincolata anche al segreto professionale, ed esterna all'azienda, così da dare ai lavoratori garanzie di "terzietà".

Questa figura è raggiungibile al seguente indirizzo: consiglieradifiducia@uniconfirenze.coop.it



Ricordiamo inoltre che a tutti i lavoratori è stato distribuito il "Vademecum per il Benessere e la Qualità delle Relazioni sul Lavoro", un pieghevole con suggerimenti, esempi e promemoria schematici per riconoscere e prevenire i fenomeni di molestia e di ricatto sessuale. Questa attività di informazione è rivolta anche ai fornitori e a tutto il personale esterno.

IL NOSTRO CAREERCOOP.FI

Nel punto vendita di Ponte a Greve si sono svolte le due giornate di selezione per la ricerca di 50 allieve/i capireparto

Mercoledì 23 e giovedì 24 ottobre, nel punto vendita di Ponte a Greve, si sono svolte le due giornate di selezione per l'assunzione di 50 allieve/allievi capireparto. Alla sezione "Lavora con noi" del sito www.coopfirenze.it si sono candidate oltre 4.200 persone.

Grazie alla campagna, anche internamente si è registrato un numero eccezionale di candidature rispetto alle normali richieste. Sono infatti **oltre un centinaio** i colleghi che hanno fatto richiesta per rientrare nell'iter di valutazione interno per il percorso di allievo capireparto. Ricordiamo che questo tipo di candidature interne sono sempre aperte, un canale costantemente utilizzato dai Responsabili di punto vendita per segnalare colleghi interessati o con potenzialità. La Cooperativa ha sempre favorito lo sviluppo interno delle proprie risorse e continuerà a farlo.

"Abbiamo avuto un numero di candidature superiori alle aspettative. Al Careercoop.fi abbiamo invitato 180 persone, cioè tutte coloro che hanno superato i vari step di selezione.



Inviteremo in sede per i colloqui finali circa 100 persone" ha affermato Fernando Sergi, Responsabile del Progetto.

I candidati sono stati divisi in quattro gruppi, due per giornata. A tutti gli incontri hanno partecipato con un intervento: la **Direttrice del Punto vendita di Ponte a Greve Silvana Volpi**, che ha raccontato la sua

storia in Cooperativa, facendo trasparire il suo orgoglio per lavorare in una realtà come la nostra, la **Responsabile Selezione e Sviluppo Rossella Molinari**, che ha descritto il processo di selezione e come avverrà il futuro inserimento dei capireparto e il **Direttore Persone Fabrizio Guerrini**, il quale ha presentato la nostra realtà ai



candidati e si è soffermato sul ruolo che andranno a ricoprire.

Il capireparto è una figura cardine all'interno della nostra organizzazione, un ruolo chiave che racchiude caratteristiche distintive tecniche, relazionali e gestionali.

Alle due giornate hanno partecipato anche il direttore di Sesto Fiorentino **Giorgio Agostini**, il direttore di Montevarchi **Giovanni Baldini**, il direttore di Lucca Est **Francesco Grassellino** e la direttrice di Prato Via Bologna **Ilaria Fastelli**. In momenti diversi,

i quattro direttori hanno raccontato la loro esperienza in Cooperativa ai possibili futuri capireparto.

Inoltre i candidati hanno avuto l'opportunità di vedere da vicino il punto vendita e ascoltare le testimonianze dei colleghi capireparto di Ponte a Greve **Luca De Martino**, **Chiara Schioppo** e **Niccolò Concina**.



"Abbiamo coniugato momenti di selezione con momenti di testimonianza aziendale, da parte di colleghi e da figure di responsabilità all'interno della nostra impresa, e con delle visite guidate in punto vendita, grazie all'aiuto dei nostri capireparto" ha spiegato Rossella Molinari.

"Ringrazio tutti i colleghi di Ponte a Greve, dell'ufficio selezione e sviluppo, della formazione e comunicazione interna, che hanno fatto squadra per la realizzazione di queste due giornate e per l'esito positivo delle stesse" ha concluso Fabrizio Guerrini.



Ricordiamo che **l'obiettivo della Cooperativa è quello di inserire 50 allieve/i capireparto** che inizieranno un percorso articolato tra formazione d'aula e affiancamento sul campo con lo scopo di sviluppare le competenze necessarie al fine di ricoprire il ruolo.

I CORSI AL MEYER RACCONTATI DAI NOSTRI COLLEGHI

Abbiamo chiesto a due nostri colleghi di raccontarci la loro esperienza riguardo ai corsi frequentati

Mercoledì 16 e venerdì 25 ottobre si sono svolti due corsi dedicati ai lavoratori della Cooperativa presso l'ospedale Pediatrico Meyer.

Il primo ha avuto come tema la sicurezza del bambino, in particolare le manovre di disostruzione e le piccole accortezze quotidiane da non sottovalutare.

"È stata un'esperienza positiva. Mi è sembrato un momento di conoscenza importante, uno strumento utile per diffondere la cultura della prevenzione e quella del soccorso efficace. Ci sono state fornite una serie di informazioni preziose non solo sulla disostruzione ma anche sugli incidenti domestici, che magari a causa della velocità della vita di oggi non si trova il tempo di approfondire da soli. È stata una bella opportunità che la Cooperativa ci ha offerto e penso che iniziative di questo tipo aiutino a rafforzare il nostro senso di appartenenza. Ho apprezzato che ci sia attenzione da parte della Cooperativa nel diffondere queste conoscenze tra i dipendenti ed è stato un vero piacere partecipare" ci ha raccontato con entusiasmo la collega Michela dopo il corso.

Il secondo corso invece era focalizzato sullo sviluppo psicomotorio dei bambini



di età compresa tra 0 e 18 mesi. In particolare gli obiettivi sono stati: conoscere le competenze che il bambino matura nel primo anno di vita, riflettere sulle motivazioni che guidano la scelta delle attività e delle attrezzature per la promozione di uno sviluppo psicomotorio di qualità e scegliere con cognizione giochi e strumenti per la prima infanzia.

"Corsi con un'impostazione di questo tipo aiutano a capire azioni, gesti e scelte da compiere nei primi mesi di vita. È stato molto utile rispetto anche all'utilizzo dei

giochi, a tutti gli oggetti superflui che si acquistano. Questo corso mi aiuterà a prendere decisioni migliori per quanto riguarda la crescita di mio figlio. Ringrazio la Cooperativa per aver dato a noi neogenitori l'opportunità di partecipare" ha condiviso con noi il collega Lorenzo.

Continua il progetto della Fondazione Il Cuore si scioglie in Siria. L'équipe di specialisti della Fondazione Ospedale Pediatrico Meyer è ad Aleppo per collaborare con la comunità locale. L'obiettivo della missione è aiutare oltre mille bambini a recuperare dai traumi fisici e psicologici subiti durante la guerra, sostenendo gli operatori che ogni giorno, nella città siriana, lavorano tra mille difficoltà per dare una risposta ai bisogni riabilitativi dei bambini rimasti vittime di lesioni per lo scoppio di mine e il crollo di edifici.



PRANZI E CENE DI SOLIDARIETÀ

Molti lavoratori sono impegnati nell'organizzazione di eventi insieme alle Sezioni Soci finalizzati al sostegno dei progetti di solidarietà della Fondazione Il Cuore si scioglie

IL PRANZO DI SOLIDARIETÀ A SANTA CROCE

Domenica 6 ottobre si è svolto un pranzo di solidarietà nel punto vendita di Santa Croce che ha coinvolto più di 140 partecipanti.

La somma raccolta è stata di 2.400 euro, che sono stati devoluti all'Associazione Amici di Elia Onlus e al progetto "Insegnami a Parlare" della campagna "Pensati con il Cuore" della Fondazione Il Cuore si scioglie onlus.

Grande è stato il coinvolgimento e l'impegno dei colleghi di Santa Croce che hanno allestito lo spazio per il pranzo, preparato da mangiare, servito le varie pietanze e smontato lo spazio per l'iniziativa. Un impegno per la solidarietà che li ha visti muoversi in prima persona e organizzare un pranzo che è stato molto apprezzato dai partecipanti.



LA CENA DI SOLIDARIETÀ A SAN MINIATO



Lo scorso 20 ottobre oltre trenta colleghi di San Miniato hanno dedicato volontariamente un momento della loro vita per organizzare una cena in punto vendita che ha coinvolto oltre 220 persone e permesso di raccogliere oltre 3.800 euro.

"È stato un pomeriggio di solidarietà e di collaborazione, è stato davvero bello

condividere con tutti i dipendenti questi momenti" ha affermato Lara Volpi, Direttrice del punto vendita di San Miniato.

Anche la cena ha sostenuto il progetto di crowdfunding "Insegnami a Parlare" della Fondazione Il Cuore si scioglie.

Ricordiamo che nello specifico, 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.

L'obiettivo della raccolta fondi è stato quello di mettere a disposizione dei bambini degli operatori con competenze professionali specifiche e strumenti per ogni step di grado per poter rispondere alle esigenze di ogni bambino con "Complessi Bisogni Comunicativi".

RACCOLTA ALIMENTARE: NUMERI ANCORA IN CRESCITA!

221

le tonnellate di prodotti raccolti

97

i punti vendita coinvolti

+ 9%

quantità prodotti donati rispetto alla raccolta di ottobre 2018

+ 4%

quantità prodotti donati nei due appuntamenti del 2019 rispetto a quelli del 2018

oltre 2.000

volontari impegnati nella raccolta

+ 10%

numero volontari

Questi sono solo alcuni dei numeri della raccolta alimentare dello scorso 19 ottobre, organizzata dalla Fondazione Il Cuore si scioglie e da Unicoop Firenze a favore di Caritas e delle associazioni di volontariato del territorio.

Come sottolineato in apertura, sono 221 le tonnellate raccolte complessivamente e oltre duemila i volontari che hanno preso parte alla raccolta.

I prodotti donati da Soci e clienti di Unicoop Firenze, principalmente generi alimentari e prodotti per l'infanzia, vengono immediatamente consegnati alle associazioni di volontariato e da lì arrivano nei pacchi spesa e nelle dispense delle mense

solidali che in Toscana supportano decine di migliaia di poveri, una fetta sempre più ampia della nostra società.

La vicepresidente della **Fondazione Il Cuore si scioglie**, Irene Mangani, ha commentato così i risultati ottenuti:

"Il nostro territorio si conferma solidale con quanti stanno attraversando un periodo di difficoltà. Ringraziamo tutti coloro che sabato hanno partecipato, come volontari o donando parte della loro spesa.

La continua crescita delle donazioni è un segnale importante, che testimonia la generosità dei toscani, che nonostante la congiuntura economica ancora negativa non si chiudono nell'incertezza e nella paura, ma piuttosto continuano a occuparsi degli altri".

Un grazie di cuore va ai tanti lavoratori della Cooperativa che si sono adoperati con dedizione per la buona riuscita della raccolta.



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

Seguici on line
myunicoop.coopfirenze.it



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