



Il forte impegno della Cooperativa di fronte all'attuale emergenza sanitaria

*All'interno
la lettera ai lavoratori
della Presidente del Consiglio
di Sorveglianza Daniela Mori e del Presidente
del Consiglio di Gestione Michele Palatresi*



Lettera ai lavoratori della Presidente del Consiglio di Sorveglianza *Daniela Mori* e del Presidente del Consiglio di Gestione *Michele Palatresi*

Cari colleghi,

*in questo momento il nostro Paese sta vivendo una situazione particolarmente difficile e impegnativa a causa di un **nuovo virus** che sta colpendo in varie parti del mondo e che provoca una comprensibile preoccupazione.*

*La nostra Cooperativa fin dal primo minuto in cui è partita l'emergenza relativa al **Covid-19 (Coronavirus)** ha mantenuto stretti contatti con le istituzioni regionali prendendo le **misure necessarie** per affrontare questa situazione, informandone tempestivamente il proprio personale e tutti i Soci e clienti.*



È stata incrementata la frequenza delle pulizie e la costante sanificazione di tutti gli ambienti riservati ai dipendenti e aperti al pubblico, così come di tutte le superfici nei nostri punti vendita, sedi e magazzini.



*Vista la riconosciuta importanza delle misure di **igiene personale**, abbiamo messo a disposizione delle nostre lavoratrici e dei nostri lavoratori **gel disinfettante e guanti monouso** da utilizzare durante il turno di lavoro secondo necessità.*

*Nei nostri locali sono stati predisposti, giorno dopo giorno, avvisi per Soci, clienti e dipendenti, con tutte le informazioni necessarie per una corretta **prevenzione**, compreso le distanze di sicurezza.*

*Nel prendere queste decisioni abbiamo prestato la massima attenzione alla **sicurezza delle lavoratrici e dei lavoratori** con particolare cura per coloro che hanno uno stretto contatto con il pubblico.*



Desideriamo ringraziarvi per l'impegno e il senso di responsabilità che ognuno di voi sta mettendo nel gestire un'emergenza delicata come questa.

*Il nostro Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, ha affermato che il momento che attraversiamo richiede **coinvolgimento, condivisione e unità di intenti nell'impegno per sconfiggere il virus.***

La nostra Cooperativa, attraverso il comportamento delle lavoratrici e dei lavoratori, ne è stata espressione fin da subito.

*Continueremo a garantire un **servizio essenziale** agli abitanti della nostra regione. Dobbiamo affrontare questa emergenza **uniti** e con **spirito solidale** tra di noi e verso gli altri, come fa una **squadra**, con la fiducia che le capacità e le risorse di ognuno di noi possano servire a garantire un servizio di prima necessità, previsto anche nell'ultimo decreto del Governo, e necessario per le persone, Soci e clienti che vivono nei nostri territori.*

*Di nuovo **GRAZIE.***

Daniela Mori
Presidente del Consiglio
di Sorveglianza Unicoop Firenze

Michele Palatresi
Presidente del Consiglio
di Gestione Unicoop Firenze



Il budget 2020

A CURA DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI GESTIONE, MICHELE PALATRESI

È necessario fare una premessa importante. Al contesto di crisi che da anni attraversa il nostro Paese va aggiunto un cambiamento estremamente significativo che la nostra Cooperativa ha vissuto nell'ultimo anno. Dopo 57 anni trascorsi in Unicoop Firenze, il Presidente del Consiglio di Gestione, **Golfredo Biancalani**,

ha passato il testimone al nuovo Presidente. L'organizzazione ha reagito senza subire alcun tipo di scossone né senso di smarrimento, riuscendo a concretizzare risultati positivi, grazie alla professionalità, alla collaborazione e al senso di squadra che, a partire dal Consiglio di Gestione, hanno animato, a cascata, tutti i lavoratori.



CONTESTO

Siamo di fronte a **un contesto particolarmente difficile che rappresenta per la Cooperativa una grossa sfida e al tempo stesso però una grossa opportunità**.

Il Paese non cresce, facendo registrare nell'ultimo trimestre del 2019 un dato del PIL negativo, che lascia presagire non solo una stagnazione, ma una potenziale recessione.

Sarà difficile che i consumi riprendano a crescere perché siamo di fronte a una vera e propria **regressione**, nonostante una serie di congiunture favorevoli come una bassa inflazione, bassi tassi di interesse, una maggiore vivacità negli investimenti e un maggiore dinamismo nel mercato del lavoro.

Questo significa che i cambiamenti non sono solo legati al potere di acquisto, quindi all'accessibilità ai

beni, ma anche a elementi di natura strutturale e culturale; ad esempio ci sono fasce della popolazione che decidono, in modo virtuoso, di orientare i propri consumi alla **sostenibilità**, andando a premiare le aziende che dimostrano una maggior dedizione a questi aspetti.

Da questo punto di vista possiamo ritenerci **molto attuali**, sfruttando appieno il vantaggio competitivo che ci siamo costruiti negli anni: quello di **una realtà che è attenta non solo al risultato economico, ma anche al risultato che essa produce in termini d'impatto e di sostenibilità sul territorio in cui opera**.

I RISULTATI

Dobbiamo saper sfruttare questo momento con la consapevolezza che è un momento difficile, che i risultati non saranno scontati e non verranno da soli.

I risultati devono essere visti sempre a 360 gradi, guardando soprattutto al domani e all'opportunità che abbiamo di continuare a perseguire gli **obiettivi** che si pone una Cooperativa come la nostra.

Da questo punto di vista noi abbiamo delle enormi opportunità, dobbiamo quindi trovare le modalità per raccontare le nostre origini, la nostra storia e il nostro scopo, attraverso iniziative identitarie, orientate alla ricerca del miglioramento delle condizioni sociali.

È importante capire e far capire ai nostri Soci e clienti che **il nostro scopo non è il profitto, ma l'utile**: elemento necessario per garantire futuro e "durabilità" all'organizzazione, permettendo alla Cooperativa di continuare a tutelare gli interessi dei più deboli: non solo chi ha meno potere di acquisto, ma anche i giovani, il pianeta e le piccole medie imprese.

Lo spot Coop di questi mesi ha colpito nel segno e rappresenta in modo chiaro e netto la nostra visione di **cosa vuol dire essere una Cooperativa di Soci consumatori**. Dobbiamo quindi continuare a credere nella politica che stiamo portando avanti, sia perché dà risultati, sia perché è difficile da imitare, in quanto non è fatta solo di posizionamento prezzi, ma anche di tutte quelle componenti che quest'anno hanno contribuito a valorizzare la nostra azione sul territorio, come quelle sociali e culturali.

BILANCIO COME "UNICUM"

Azioni e iniziative culturali e sociali. Queste ultime stanno fuori rispetto all'attività caratteristica, ma le danno comunque **forza** e si concretizzano all'interno del punto vendita con il Socio/cliente che sceglie di venire a fare la spesa da noi perché si rivede in quello che proponiamo.

Non esiste un bilancio economico e uno sociale: per noi è un **"unicum"** (una cosa sola), fatto di risultati economici, quindi da un utile necessario e sufficiente, per garantire investimenti intergenerazionali alla Cooperativa, e di valori sociali, etici, ambientali.

Con il budget, nei prossimi anni, andremo avanti su questa strada, pensando anche alle **generazioni future**. È per questo che non ci possiamo permettere di prendere decisioni avventate, perché dobbiamo sempre pensare che la nostra realtà è un patrimonio comune di tutti, che deve esistere anche in futuro.

ELEMENTI POSITIVI E NEGATIVI DEL RISULTATO

Il risultato economico che consolideremo è il frutto di un equilibrio complesso tra elementi di positività, che quest'anno non erano

scontati, ma anche di criticità. Vorrei partire proprio dagli elementi positivi, per rafforzare un po' in tutti la convinzione che siamo noi stessi gli artefici e attori protagonisti dei risultati che poi consolidiamo.

Tra le cose che vorrei sottolineare ci sono: **l'aumento del numero di scontrini, la crescita del prodotto a marchio in termini di valore ma soprattutto in termini di quantità e un miglioramento nella soddisfazione del Socio/cliente**.

Tre elementi che sono collegati alle scelte che Unicoop Firenze ha assunto, non solo relative alla nostra politica commerciale, ma anche a tutte le attività che la Cooperativa ha portato avanti in questi ultimi anni.

È importante tenere presente che però, all'interno di un buon risultato complessivo, ci sono anche elementi di **criticità**, soprattutto se proiettati nel futuro.

Sta aumentando la **concorrenza** nel nostro territorio con l'apertura di sempre più discount, stanno aumentando i **costi**, e un'ulteriore criticità è data dalla **distribuzione economica disomogenea del risultato tra formati e punti vendita**, concentrata sostanzialmente nelle strutture più grandi.

La politica che stiamo portando avanti necessita di un **equilibrio sostanziale tra ricavi e costi**, che se non arresteranno la loro crescita progressiva, potrebbero mettere in discussione la politica stessa ed esporci a ulteriori erosioni di quote di mercato e conseguentemente di posti di lavoro.

Altro elemento da sottolineare è che mentre il giudizio dei Soci e clienti è migliorato, è purtroppo rimasta una **disomogeneità di risultati legati alla gestione**.

A questo aspetto si aggiunge il peggioramento, emerso dall'ultimo monitoraggio sulla soddisfazione del cliente, rispetto al tema dei prodotti scaduti sugli scaffali dei nostri punti vendita.

Su questo punto, molto delicato, ne va della qualità e della sicurezza dei nostri Soci e ne va anche della buona immagine e reputazione della nostra Cooperativa: quindi sui prodotti scaduti... il tempo è scaduto! **Scaduti Zero è un obiettivo prioritario**.

LE NOSTRE RISORSE

In un contesto economico e competitivo sempre più complesso, le persone che animano l'organizzazione sono il **nostro patrimonio** e sono fondamentali per raggiungere i risultati che ci siamo posti.

I patrimoni economici si accumulano, ma possono anche finire. Il patrimonio più importante è avere le persone, così come la nostra Cooperativa ha avuto nel tempo, che hanno permesso di accantonare questi patrimoni, nella consapevolezza che sarebbero arrivati momenti di difficoltà dove per portare avanti certe sfide e cogliere gli obiettivi sarebbero serviti **investimenti importanti**.

Sono convinto che gli obiettivi, per essere definiti tali, si devono condividere, altrimenti diventano delle forzature.

La condivisione degli obiettivi è la nostra forza e ci aiuta a sentirci parte di un percorso, responsabilizzandoci rispetto al raggiungimento degli obiettivi stessi.

Questo grande patrimonio umano, di cui solo noi disponiamo, deve essere reso sempre più protagonista delle scelte per creare maggiore consapevolezza, motivazione, migliorare il clima interno, sentirsi e agire come **squadra**.

I risultati ottenuti sono infatti da una parte la sintesi delle scelte, anche coraggiose, che la nostra Cooperativa ha portato avanti e dall'altra riguardano il contributo delle persone, in particolare di quelle che hanno dimostrato un grande senso di appartenenza e di responsabilità per raggiungerli.

I contenuti del budget 2020

A CURA DEL VICEPRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI GESTIONE E DIRETTORE MERCI, GIOVANNI DE NITTO



2020: UN QUADRO POLITICO INSTABILE

L'economia nazionale ha chiuso il 2019 in sostanziale stagnazione e il persistere del clima di incertezza condiziona le decisioni di spesa delle famiglie, limitando i consumi.

Un ulteriore freno arriva dalla flessione demografica e dal progressivo invecchiamento della popolazione. **Dal 2015 la popolazione italiana è in diminuzione** e ciò vale anche per la Toscana.

Continuano inoltre a mostrare trend in crescita i discount, gli specialisti, la ristorazione e il commercio online; aspetti con cui la distribuzione alimentare deve confrontarsi.

LE AZIONI PRINCIPALI

Nell'anno 2019 abbiamo attuato importanti scelte strategiche, in parte già avviate nel 2018:

- **La nostra azione per la difesa del potere d'acquisto**, focalizzata sul **prezzo a scaffale del prodotto Coop**, trasversale ai canali, che ha **rafforzato la nostra leadership** e determinato **deflazione sui prodotti a marchio industriali**.
- **La razionalizzazione della politica promozionale**, in linea con la nostra volontà di **premiare "la buona spesa"** e soprattutto i Soci/clienti **più fedeli** (Scegli Tu, Spendipunti e collezionamenti).
- **L'eliminazione dai nostri scaffali dei prodotti di plastica usa e getta**, che ha avuto un "costo" in termini di vendite, in 6 mesi, di **-1,6 milioni di euro**.

- **La focalizzazione della comunicazione** verso la convenienza e la qualità del prodotto a marchio Coop e verso **il nostro impegno ambientale** che si è concretizzata in una serie di eventi e iniziative.

LE LINEE GENERALI PER IL FUTURO

Come negli scorsi anni le nostre linee generali mettono al primo posto **la soddisfazione del Socio e del cliente**, sottolineando alcuni aspetti essenziali:

- **Conoscere** sempre meglio i nostri Soci, i loro comportamenti d'acquisto e bisogni.
- **Agire** in coerenza con i nostri valori che intercettano le tendenze della domanda: tutela del potere di acquisto, sicurezza-salute, ambiente e territorio.
- **Accrescere** ancora di più il nostro ruolo identitario di tutela del potere di acquisto.
- **Premiare** il Socio fedele

CONVENIENZA

Per noi è più di una semplice leva commerciale, è il **valore identitario**, da coniugare sempre **con la qualità, la sicurezza, la sostenibilità etica e ambientale**.

Continueremo a lavorare per affermare la nostra **leadership assoluta sui prezzi a scaffale** con nuove azioni mirate sia su prodotti freschi che su prodotti industriali e sul **prodotto Coop**, ambasciatore della possibilità, alla portata di tutti, di coniugare convenienza e valori.

Un ruolo che evidenzieremo **rilanciando le pubblicità comparative e le vendite propositive, eventi che vedranno comunque protagonisti il personale e i Soci della Cooperativa**.

IL CONFRONTO CON LA CONCORRENZA

Il continuo monitoraggio dei nostri prezzi e di quelli dei concorrenti ci permette di affermare che abbiamo i **prezzi più bassi** sui prodotti confrontabili.

Nonostante questo aspetto e le varie comparative pubblicate, ancora non siamo universalmente recepiti come i più convenienti.

È necessario quindi uno sforzo da parte di tutti noi per veicolare la nostra convenienza.

Per questo **tutti noi lavoratori dobbiamo essere i primi a conoscere e a comunicare coerentemente il nostro primato in convenienza a tutti i Soci e clienti**, partendo in primo luogo dalle nostre famiglie e dai nostri amici.

ATTIVITÀ PROMOZIONALE

Proseguirà la **politica promozionale avviata nel 2018** e consolidata lo scorso anno.

Rafforzeremo le meccaniche incentivanti per i Soci fedeli come lo Scegli tu di reparto e promuoveremo iniziative speciali con contenuti fortemente coerenti con i temi valoriali.

Ci saranno inoltre maggiori attività per la raccolta dei punti e incremento delle opportunità per il loro utilizzo.

ASSORTIMENTO

La semplificazione assortimentale è un obiettivo fondamentale per generare maggiore efficienza, eliminando le ridondanze e rendendo più agevole la spesa per il Socio.

Una semplificazione che deve evitare l'impovertimento della nostra offerta, ma che anzi dovrà saper cogliere le nuove tendenze di consumo sempre più dinamiche.

In questo senso il ruolo dei lavoratori dei punti vendita è fondamentale

nell'intercettare, attraverso un ascolto attento, i bisogni e le osservazioni, anche critiche, dei nostri Soci e clienti.

Anche a livello di assortimento continueremo a **valorizzare il nostro prodotto a marchio**.

QUALITÀ, SICUREZZA E TERRITORIO

La **sicurezza alimentare** sarà al centro delle nostre scelte, a cui abbineremo **controlli etici** e una **selezione qualitativa dei fornitori**.

Sempre la qualità sarà alla base del rilancio dei prodotti del territorio, che non è solo **"Toscanità"**, perché per molti prodotti è un valore essere **fatto in Italia** con ingredienti di **filiera controllate**.

AMBIENTE

La **sostenibilità ambientale** sarà sempre più il tema dominante, soprattutto per le nuove generazioni. In questo la Cooperativa è all'avanguardia.

Continueremo, pertanto, a distinguerci in questo campo, con tante



Leggi nella pagina successiva la nuova indagine comparativa con Conad.

LE PERSONE

Il contributo che ognuno di noi sarà in grado di dare risulterà essenziale e determinante per centrare gli **obiettivi** che ci siamo prefissati.

È necessaria una piena condivisione degli obiettivi stessi per poi esserne ambasciatori e, come ha sottolineato in precedenza il Presidente del Consiglio di Gestione, Michele Palatresi, una maggiore responsabilizzazione e consapevolezza del cambiamento esterno che stiamo attraversando.

Il futuro lo dobbiamo conquistare con determinazione, impegno e spirito di sacrificio.

CONFRONTO VINCENTE

Il confronto tra i prezzi di 33 prodotti a marchio, con caratteristiche comparabili, acquistati il 12 febbraio 2020, conferma che siamo **più convenienti** rispetto a Conad. A questo primato abbiniamo i valori della **qualità**, della **sicurezza** e della **ecosostenibilità**.

Spesa effettuata in data 12/02/2020 nel superstore **Conad** via Pistoiese (ang. via del Pesciolino) Firenze. Prezzi comparati con i superstore, supermercati e minimercati Coop.fi.

coop.fi		CONAD	
Descrizione prodotto	Prezzo	Descrizione prodotto	Prezzo
Frollini all'uovo Coop - 800 g	1,40	Frollini con uova Conad - 800 g	1,80
Plumcake Coop - x6 - 198 g - preparati con yogurt	0,75	Plumcake con yogurt Conad - 6x190 g	0,79
Corn flakes Coop - 375 g	0,99	Corn flakes Conad - 375 g	1,30
Fette biscottate integrali Coop - 645 g	1,24	Fette biscottate integrali Conad - 645 g	1,68
Olio di semi di mais Coop - 1 litro	1,54	Olio di mais Conad - 1 litro	1,55
Tonno a pinne gialle Coop 3x56 g peso sgocciolato - al naturale	1,89	Tonno Conad 3x56 g peso sgocciolato - al naturale	2,09
Aperitivo rosso Coop - 6x10 cl - analcolico	0,99	Aperitivo Ginger Conad - 6x10 cl - analcolico	1,35
Detersivo pavimenti Coop - 1 litro - fior di lavanda	0,63	Detersivo pavimenti Conad - 1 litro - lavanda	0,85
Docciaschiuma io Coop - 250 ml - nutriente	0,90	Docciaschiuma Essentiae Conad - 250 ml - vellutante	1,00
Pannolini Crescendo Coop - x28 - 2 mini	4,35	Pannolini newborn Conad - x28	4,99
Spinaci Coop - 1 kg - in foglia - surgelati	1,60	Spinaci Conad - 1 kg - surgelati	1,89
Crescenza Coop - 165 g	0,93	Crescenza Conad - 165 g	1,10
Scamorza bianca Coop - 250 g	1,57	Scamorza bianca Conad - 250 g	1,95
Salame tipo Milano Origine Coop - 100 g	1,59	Salame Milano Conad - 100 g	1,65
Uova medie fresche Origine Coop - x6	1,09	Uova medie Conad - x6 - da galline allevate a terra	1,19
Tagliatelle fresche all'uovo Coop - 250 g	0,59	Tagliatelle fresche all'uovo Conad - 250 g	0,85
Rucola Coop - 125 g	0,98	Rucola Conad - 125 g	1,29
Croissant integrali Coop - x6 - 240 g	1,15	Cornetti integrali Conad - 240 g	1,29
Muesli alla frutta vivi verde Coop - 375 g - biologico	1,80	Muesli croccante con pezzi di frutta Conad - 375 g	2,00
Farina di grano tenero "0" Coop - 1 kg	0,35	Farina "0" di grano tenero Conad - 1 kg	0,49
Passata di pomodoro Origine Coop - 500 g - in brik	0,42	Passata di pomodoro classica Conad - 500 g - in brik	0,45
The limone Coop - 3x200 ml	0,69	The limone Conad - 3x200 ml - in brik	0,70
Crocantini misti per gatti Amici Speciali Coop - 400 g	0,75	Fufi croccantini Conad - 400 g con manzo/fegato/verdure	0,79
Candeggina delicata Coop - 1 litro	0,65	Candeggina delicata Conad - 1 litro	1,39
Fazzoletti Coop - 30 pacchetti	1,90	Fazzoletti Conad - 9 fazzoletti x30 pacchetti	1,99
Gelato cono panna e cioccolato Coop - x6 - 450 g	2,20	Gelato cono panna e cioccolato Conad - 450 g	2,25
Yogurt intero banana Coop - 2x125 g	0,59	Yogurt intero banana Conad - 2x125 g	0,64
Latte intero pastorizzato microfiltrato Coop - 1 litro	0,94	Latte intero Più tempo Conad - 1 litro	0,99
Mozzarella Coop - 3x125 g	1,89	Mozzarella Conad - x3 - 375 g	1,99
Fettine di formaggio fuso Coop - x8 - 200 g	0,89	Fettine di formaggio Conad - x8 - 200 g	1,09
Grana padano dop grattugiato Coop - 100 g	1,15	Grana padano grattugiato Conad - 100 g	1,39
Prosciutto crudo stagionato Coop - 100 g	1,95	Prosciutto crudo Conad - 100 g	2,09
Tortelloni freschi ricotta e spinaci Coop - 250 g	0,99	Tortelloni con ricotta e spinaci Conad - 250 g	1,49
Totale €	€ 41,34	Totale €	€ 48,35



A cura della Direzione Marketing.

RUBRICA

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



VERDURA



RIBASSATI COOP

Legumi Bio Vivi Verde Coop

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

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



Il mese della legalità

“
Gli scaffali con i prodotti e progetti che avete sostenuto, sono stati una pagina di cultura, perché certi messaggi graffiano le nostre coscienze
 ”

Nel 2017, con voto unanime alla Camera dei Deputati, è stata approvata la proposta di legge che istituisce e riconosce il **21 marzo** quale “**Giornata della Memoria e dell’Impegno in ricordo delle vittime delle mafie**”.

Nel mese di marzo Unicoop Firenze promuoverà una serie di iniziative commerciali e sociali sulla legalità.

Un tema che la nostra Cooperativa sostiene tutto l’anno, con la scelta di mettere a scaffale un determinato tipo di prodotti: solo nel 2019 sono stati infatti registrati oltre

27 milioni di atti d’acquisto per 193 articoli, fra Equosolidale, Libera Terra, Solidal, Origine, Centopassi e La Valle del Marro. Nello scorso mese di febbraio, per parlare di questi temi al gruppo dirigente della Cooperativa, è stato chiamato Don Luigi Ciotti.



Guarda un estratto dell’intervento di Don Ciotti



LA LOTTA ALLA MAFIA...

“Oggi le mafie sono tornate più forti di prima, anche se sottotraccia. Non c’è regione d’Italia che possa considerarsi esente. Le mafie si sono fatte imprenditrici, si sono rese flessibili ed elastiche, hanno costruito una rete tra loro, vivendo in una zona grigia tra il legale e l’illegale.

Eppure se andate a Palermo, trovate una città profondamente cambiata, loro sono vivi ma non governano più.

Il cambiamento è stato possibile grazie alle tante iniziative sociali che hanno creato fermento” ha esordito il sacerdote.

Una lotta che si combatte con un fine che deve essere quello della **giustizia sociale**:

“L’etica deve essere la base dei nostri progetti, delle nostre scelte e dei nostri investimenti,

partendo in primo luogo dai nostri comportamenti. Bisogna invece evitare questo idolo della legalità che si è costruito nel nostro paese, perché negli anni in cui abbiamo tanto parlato di legalità, sono cresciute l’illegalità e la corruzione nel nostro paese. È da 165 anni che parliamo di mafia. La legalità non può essere l’obiettivo, ma lo strumento, per raggiungere il nostro vero obiettivo che si chiama giustizia sociale”.

...E ALLA POVERTÀ

La cooperazione di consumo è nata per migliorare le condizioni delle persone più in difficoltà. Un’organizzazione come la nostra dimostra quotidianamente di poter essere un valido strumento per arrivare a quel fine chiamato giustizia sociale che identifica Don Ciotti. È necessario continuare a credere in quello con facciamo con ottimismo, perché il nostro operato contribuirà a creare migliori condizioni per tutti noi ma anche per chi verrà dopo di noi. Un obiettivo che si realizza anche con la lotta alla povertà

che si declina in più forme, secondo Don Ciotti:

“Le tre grandi situazioni di povertà del paese oggi sono i poveri, i migranti e giovani. Quest’ultimi sono impoveriti perché hanno studiato e acquisito competenze ma non trovano lavoro, non trovano quello che ti dà la dignità e la libertà. Ecco allora che promuovere le cooperative vuol dire non solo promuovere lavoro, ma anche quei prodotti che sono un segno di liberazione per tutti”.



Parlando di giovani ha sottolineato come la crisi ambientale che stiamo attraversando è collegata a una più generale crisi sociale, definita quindi un’unica grande crisi socio-ambientale, affermando che ognuno di noi deve fare la propria parte, assumendosi le proprie responsabilità per il bene della società, dei territori e della gente.

LIBERA E IL NOSTRO RUOLO CHIAVE

Dopo le stragi di Capaci e via d’Amelio dell’estate del 1992, il sacerdote fondò il coordinamento di “Libera. Associazioni, nomi e numeri contro le mafie”, oggi punto di riferimento per oltre 1.600 organizzazioni nazionali e internazionali. Obiettivo di Libera fin dalle origini fu quello di alimentare quel cambiamento etico, sociale e culturale necessario per spezzare alla radice i fenomeni mafiosi e ogni forma d’ingiustizia, illegalità e malaffare.

Quattro anni dopo Libera ha consegnato all’allora presidente della Camera un milione di firme raccolte per una legge che restituisse alla collettività quanto sottratto dalle organizzazioni criminali:

“Tra le cose positive c’è stato l’incontro con le cooperative, all’interno delle quali quei fragili prodotti hanno trovato forza. Questo ci ha permesso di portare avanti un atto fondamentale di civiltà perché ha dato dignità a quei prodotti, facendoli entrare nelle case di tanti italiani e dimostrando che è possibile confiscare beni ai mafiosi, che da beni esclusivamente in mano a loro

possono diventare beni condivisi. Grazie alle cooperative che si sono messe in gioco soprattutto per aver fatto conoscere certe tematiche”.

Don Ciotti ha poi continuato il discorso prendendo come riferimento il pensiero di Giovanni Falcone, ovvero ribadendo come fatto per tutto l’incontro che la lotta alla mafia è una lotta di legalità, ma anche di civiltà:

“Abbiamo parlato tanto di legalità e ci siamo dimenticati che la lotta alla mafia ha bisogno di civiltà. La mafia si combatte con le politiche sociali, con il lavoro, con la scuola e con la cultura. Devo dire che gli scaffali con i prodotti e progetti che avete sostenuto, sono stati una pagina di cultura, perché certi messaggi graffiano le nostre coscienze e pongono interrogativi che sono più sani delle certezze. Dobbiamo continuare a sognare, a impegnarci, a lasciarci raggiungere dai dubbi ma anche dallo stupore delle cose belle, importanti e positive”.

UNA GIORNATA SPECIALE

Il **21 marzo**, primo giorno di primavera, si celebra la “**Giornata della Memoria e dell’Impegno** in ricordo delle vittime innocenti delle mafie”:

“Abbiamo lottato insieme affinché il 21 marzo diventasse la giornata nazionale dell’impegno e della memoria perché il miglior modo di fare memoria è impegnarci tutti di più. Però non una memoria ingabbiata nel passato, ma una memoria viva e proiettata verso il futuro che deve tradursi tutti i giorni in responsabilità e impegno. Abbiamo il dovere di far emergere il positivo che c’è, con stima e riconoscenza verso quanti hanno sacrificato la vita per tutto questo” ha concluso Don Ciotti.

Dal 19 marzo al 1° aprile:
 25% di sconto su una selezione di prodotti industriali LIBERA TERRA e SOLIDAL.

21 marzo “Giornata della Memoria e dell’Impegno in ricordo delle vittime delle mafie”: il 25% dell’incasso ottenuto dalla vendita dei prodotti di questa selezione verrà devoluto a sostegno di un progetto LIBERA TERRA.



L'inaugurazione di Prato Fabbricone



La spesa facile, veloce e conveniente

Giovedì 20 febbraio si è svolta l'inaugurazione del punto vendita di Prato Fabbricone.

Il nuovo negozio offrirà la possibilità di fare acquisti in tempi più rapidi e di avere una proposta semplificata negli assortimenti, che aiuti nella scelta, garantendo la massima convenienza possibile.

La leggerezza del nuovo punto vendita si declina su più dimensioni: sarà **più veloce** e **più facile** fare la spesa, sia per le dimensioni del punto di vendita sia per l'assortimento, che la nostra Cooperativa ha teso, come scritto, a semplificare. Fare la spesa sarà **più conveniente**, perché il nuovo punto vendita potrà offrire prezzi più bassi degli altri punti vendita del territorio, mantenendo la qualità Coop. Vengono introdotti anche i **prezzi piuma**, ovvero oltre 500 prodotti a prezzi imbattibili che si possono trovare solo in questo punto vendita.

Ma il nuovo punto vendita di Prato Fabbricone si presenta anche come un negozio "agile", pensato

per evitare gli sprechi di tempo e con un'attenzione alle nuove richieste dei consumatori: in particolare per quanto riguarda le linee Fior Fiore e Vivi verde e gli scaffali bassi che favoriscono la presentazione e il prelievo dei prodotti.

Sono presenti in assortimento anche i prodotti legati a salute, benessere, biologico, cibi per animali, prodotti per la persona, oltre alla cantina. Grande attenzione ai prodotti stagionali, del territorio e biologici, mentre le casse sono tradizionali, veloci e con il Salvatempo e sarà presente il prestito sociale. Attenzione anche alla salute e alla sicurezza grazie all'installazione del DAE.



Una scelta quotidiana a tutela dell'ambiente

La spesa al Fabbricone sarà leggera anche per l'ambiente, perché l'impostazione del nuovo negozio mette al primo posto la **sostenibilità**, cercando di ridurre gli sprechi e privilegiando prodotti e pratiche per venire incontro alla sensibilità ambientale dei consumatori.

Si è cercato di ripristinare alcune caratteristiche tradizionali del Fabbricone come le luci naturali, che insieme a quelle esclusivamente a LED forniscono un giusto mix di luci. Inoltre nel punto vendita i frigoriferi sono chiusi da sportelli trasparenti per ridurre il consumo

energetico e i cestini per la spesa saranno tutti in plastica riciclata.

I nostri Soci e clienti troveranno tutte le innovazioni introdotte negli ultimi mesi dalla Cooperativa per tutelare l'ambiente, contro i cambiamenti climatici.



La piantina del negozio all'apertura.

Una serie di incontri partecipativi con i lavoratori

Il gruppo di lavoro del negozio nei mesi scorsi ha partecipato a una serie di incontri, finalizzati ad affrontare le tematiche chiave del punto vendita e del contesto di riferimento.



Il Direttore Persone Fabrizio Guerrini si è soffermato sul contesto di riferimento, sui nuovi stili di consumo e sulle nostre potenzialità rispetto alla concorrenza, indicando in questo nuovo punto vendita la risposta alle esigenze di consumo moderne, mentre Fabio Pelagotti, Direttore d'Area 1 e 4, ha ribadito

il valore delle persone in Cooperativa: "25 giovani lavoratori sono stati assunti. Elemento per niente secondario in questi anni difficili. Questo negozio rappresenta qualcosa di nuovo, il cui successo dipenderà dall'impegno di tutti. Dobbiamo mettercela tutta affinché l'occasione data a questi

ragazzi possa essere estesa anche a tante altre persone, grazie alla creazione di nuove opportunità lavorative. Ho fiducia in quello che abbiamo fatto. **Ha contribuito fortemente il gioco di squadra all'interno dell'organizzazione.** Il risultato è adesso in mano nostra".



...e con la cittadinanza

Prima dell'apertura si è svolta anche un'assemblea con la cittadinanza per presentare il nuovo punto vendita alla comunità, alla quale oltre ai vertici della Cooperativa ha partecipato il **sindaco di Prato, Matteo Biffoni**. Ulteriore conferma della distintività del nostro operato.





Focus sul nuovo punto vendita

"Il nuovo punto vendita è progettato per le esigenze più moderne e per un consumatore che sa cosa vuole, vuole trovarlo in poco tempo e ha a cuore il futuro

del pianeta. Abbiamo introdotto alcune innovazioni rispetto agli altri negozi della Cooperativa, restando fedeli alla nostra distintività, che mette in primo piano

convenienza e qualità, senza che l'una vada a scapito dell'altro" ha affermato **Giovanni De Nitto, Vicepresidente del Consiglio di Gestione di Unicoop Firenze.**

GASTRONOMIA E FORNERIA

È prevista la gestione integrata dei due reparti sia con vendita assistita che a libero servizio. È garantita la copertura di tutte le prestazioni principali e la cottura di alcune referenze della panetteria e della rosticceria. È presente un'area dedicata con molte referenze specifiche per il "pranzo veloce" con predisposizione di un'area di consumo con dei tavolini all'ingresso.



ORTOFRUTTA

Il reparto prevede l'enfatizzazione dei prodotti stagionali, del territorio e biologici. I prodotti sono sia sfusi che confezionati, per una spesa veloce ma con grande attenzione a un packaging riciclabile.



GENERI VARI e PLS

La riduzione delle referenze va di pari passo con la semplificazione del layout orizzontale (più distanza nei corridoi) e verticale (le gondole sono alte un metro e sessanta, tranne le refrigerate).

Per venire incontro alla popolazione che invecchia, le corsie si allargano, lo scaffale si abbassa e gli assortimenti si riducono.

L'assortimento è centrato sulla copertura massima possibile delle prestazioni, con semplificazione delle categorie di spesa basica e presidio dei principali trend di mercato, con grande spazio al prodotto a marchio Coop.

NO FOOD

Nei non alimentari, la proposta si divide in due parti: una proposta continuativa di articoli "di mesticheria" e una proposta stagionale gestita con area a terra molto dinamica.



CASSE e SERVIZI

La barriera casse è basata sulle tecnologie più moderne a oggi disponibili per garantire il miglior servizio possibile.

È presente anche il prestito sociale, mentre per quanto riguarda Piùscelta si potrà effettuare solo il ritiro dei prodotti.



Come sono andati gli assaggi dei prodotti a marchio?



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

La birra lager e la maionese senza uova al centro dell'assaggio numero 27

BIRRA LAGER BIOLOGICA VIVI VERDE COOP - 33 cl

La birra Vivi verde Coop è una birra di puro malto, prodotta in Italia con malto biologico italiano e luppolo biologico.

È prodotta con materie prime accuratamente selezionate e la sua qualità è sottoposta ad approfonditi test, organolettici e degustativi.

Si presenta equilibrata al gusto, dall'odore gradevole e dal colore dorato, ideale per gli amanti della genuinità, adatta ad accompagnare qualsiasi tipo di pasto o anche fuori pasto.



TEST DI ASSAGGIO

- Il prodotto è stato assaggiato da **593 dipendenti**, di cui **438 donne** e **155 uomini**.
- È stato gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, ottenendo il punteggio medio di **7,2**.

ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

- **Sapore:** considerato da alcuni troppo leggero, poco deciso per una birra lager. Retrogusto leggermente aspro e amaro.
- **Formato della bottiglia:** alcuni gradirebbero un formato più grande, da 66 cl.
- **Colore etichetta della bottiglia:** anonimo, poco evidente.
- **Consistenza:** ritenuta da alcuni poco corposa.



MAIONESE SENZA UOVA BIOLOGICA VIVI VERDE COOP - 180 g

Nella maionese Vivi verde Coop non sono utilizzate uova né altre proteine di origine animale. È quindi una salsa vegetale al 100%, adatta a un'alimentazione vegetariana e vegana, biologica, senza colesterolo e senza glutine. Tutto questo senza rinunciare al sapore, all'aspetto e alla consistenza di una maionese classica a base di uova.



TEST DI ASSAGGIO

- Il prodotto è stato assaggiato da **650 dipendenti**, di cui **493 donne** e **157 uomini**.
- È stato abbastanza gradito dalla maggior parte degli assaggiatori, ottenendo il punteggio medio di **6,3**.

ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

- **Sapore:** considerato da alcuni aspro e leggermente acidulo. Altri commenti su sapore troppo dolciastro per essere maionese.
- **Formato:** gradito per alcuni in tubetto.
- **Colore:** poco invitante.
- **Consistenza:** troppo liquida.



coopvoce
 Comunicare è semplice

L'EVOLUZIONE DI UN OPERATORE MOBILE VIRTUALE

A 13 anni dall'esordio, Coop ha deciso di investire **oltre 60 milioni di euro** per dotarsi di un'infrastruttura tecnologica indipendente che permetterà una gestione in autonomia del servizio e dell'offerta di telefonia CoopVoce, pur mantenendo la copertura mobile di Tim.

Abbiamo chiesto ad **Alessandra Gori, Business Manager No Food** di Unicoop Firenze, quali saranno i vantaggi e cosa cambierà concretamente per i 3.000 dipendenti e 250.000 Soci di Unicoop Firenze che sono clienti CoopVoce.

1° giugno 2007

nasce CoopVoce, primo operatore di telefonia mobile virtuale in Italia.

1,5 mln

clienti fedeli e soddisfatti, in crescita del **25-30%** all'anno.

Attivazione in oltre

900 punti vendita

Coop, su tutto il territorio nazionale.

Si contraddistingue da sempre per i propri valori: **convenienza, qualità, lealtà.**

Alcuni numeri.

Totale attivazioni

2015	230.643
2016	322.798
2017	432.310
2018	479.986
2019	632.086

Totale attivazioni.

La notizia

CoopVoce è stato il primo operatore di telefonia mobile virtuale in Italia.

L'operatore ha proposto fin dalla sua nascita prezzi convenienti e trasparenti, differenziandosi dalle altre compagnie per qualità dell'offerta e assistenza puntuale.

Nel corso del tempo è cresciuto costantemente (+25% ogni anno in media), fino ad arrivare oggi ad avere **una base consolidata di oltre 1,5 milioni di utenti**, con un tasso di soddisfazione di oltre il 95% e in costante crescita. >>>

Nei mesi scorsi è stata annunciata una piccola ma significativa rivoluzione, ovvero l'operatore gestirà in autonomia il proprio servizio di telefonia mobile, **riuscendo così a offrire servizi innovativi e vantaggiosi ai propri Soci.**

“La rete a cui CoopVoce si appoggerà rimane quella TIM, ma si potrà intervenire direttamente sui sistemi, accelerando le tempistiche e permettendo lo sviluppo di una serie di nuovi servizi. Saremo più indipendenti, questo comporta

vantaggi per il cliente, per i punti vendita e per lo stesso operatore” ha precisato **Alessandra Gori.**



CoopVoce cambia anche logo.

Il cambio delle Sim

L'operazione comporta un investimento importante e porta con sé **la necessità di sostituire le attuali Sim** con delle nuove emesse direttamente da CoopVoce.

“La prima fase, quella di commercializzazione delle nuove Sim, è già partita, quindi ai nuovi clienti che vogliono attivare un nuovo profilo CoopVoce diamo direttamente quelle nuove” ha affermato la **Business Manager No Food.** *“La seconda fase, più delicata, è quella della migrazione da vecchia a nuova Sim: i nostri 250.000 clienti che hanno una Sim CoopVoce dovranno progressivamente venire nei nostri 29 negozi attivatori a cambiare la Sim”.*

Il processo prenderà avvio nel corso del mese di marzo con una fase pilota in tre punti vendita (Arezzo 073, Prato Pleiadi 030 e Pistoia 051) dove i clienti inizieranno a essere chiamati progressivamente per effettuare il cambio della Sim.

“Il tema nodale è quello di gestire i flussi dei clienti che arrivano nei negozi per il cambio, non creando disservizio al punto vendita e alla persona che effettua il cambio. Dopo la fase di test, nei prossimi mesi inizieremo a estendere l'iniziativa anche ai restanti 26 punti vendita attivatori, avvisando sempre progressivamente tutti i Soci e clienti” ha spiegato **Alessandra Gori.**

CONVENIENZA

- Migliori tariffe base del mercato**
- Minor costo attivazione Sim/promo** tra tutti gli operatori di telefonia mobile
- Migliori offerte del mercato per chiamare/navigare all'interno dei paesi UE:** (CoopVoce è infatti l'unico operatore che permette l'utilizzo di tutti i Giga del pacchetto sottoscritto in Italia anche all'interno dei paesi UE)
- Unico operatore di telefonia mobile che permette la sottoscrizione di pacchetti base a 5€ o anche inferiori** a tale somma per chi utilizza solo minuti e messaggi
- Utilizzo punti collezione** Carta Soci per traffico telefonico (250 punti = 5€)

QUALITÀ

- Miglior copertura di rete** sul territorio italiano (**99,8%**)
- Miglior 4G in Italia** (copertura, prestazioni, velocità) **Fonte: Open Signal di ottobre**
- Miglior Servizio Assistenza clienti** tra tutti gli operatori di telefonia mobile (*punto vendita, 188, assistenza via chat*) **Fonte: ITQF**

LEALTÀ

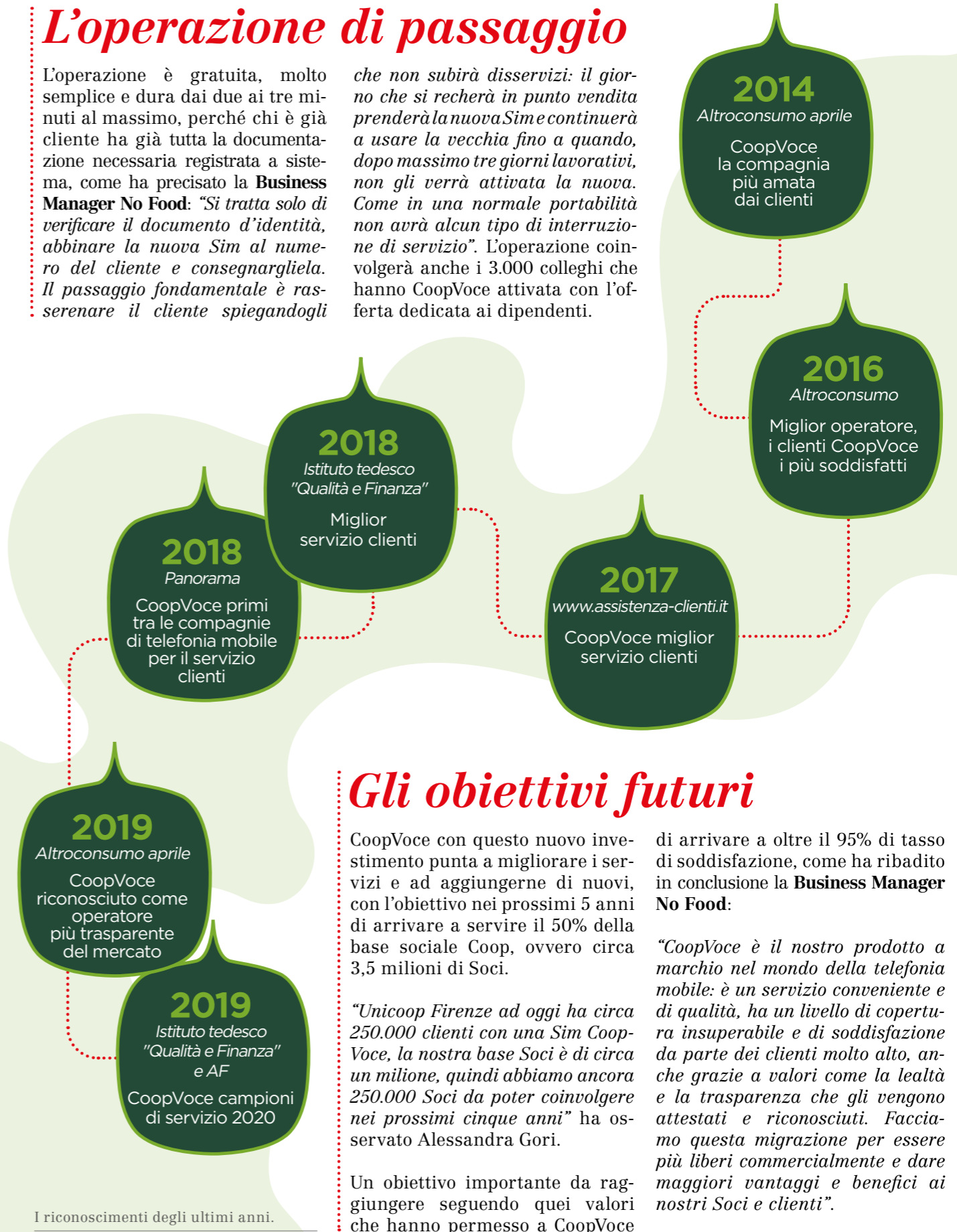
- Nessun costo nascosto** (tariffa base, chiamami, segreteria telefonica...)
- Nessuna rimodulazione nel tempo** (peggiorativa) di pacchetti sottoscritti dai clienti CoopVoce
- Nessun costo di ricarica** (neanche dal tabaccaio!)
- Nessun vincolo** (né di mesi, né di ricariche)
- Nessuna penale** (o costo di attivazione)
- Nessuna attivazione automatica di abbonamenti** (servizi premium inibiti "ab origine")
- Operatore mobile più trasparente d'Italia** - **Fonte: Altro Consumo**



L'operazione di passaggio

L'operazione è gratuita, molto semplice e dura dai due ai tre minuti al massimo, perché chi è già cliente ha già tutta la documentazione necessaria registrata a sistema, come ha precisato la **Business Manager No Food:** *“Si tratta solo di verificare il documento d'identità, abbinare la nuova Sim al numero del cliente e consegnargliela. Il passaggio fondamentale è rasserenare il cliente spiegandogli*

che non subirà disservizi: il giorno che si recherà in punto vendita prenderà la nuova Sim e continuerà a usare la vecchia fino a quando, dopo massimo tre giorni lavorativi, non gli verrà attivata la nuova. Come in una normale portabilità non avrà alcun tipo di interruzione di servizio”. L'operazione coinvolgerà anche i 3.000 colleghi che hanno CoopVoce attivata con l'offerta dedicata ai dipendenti.



I riconoscimenti degli ultimi anni.

Gli obiettivi futuri

CoopVoce con questo nuovo investimento punta a migliorare i servizi e ad aggiungerne di nuovi, con l'obiettivo nei prossimi 5 anni di arrivare a servire il 50% della base sociale Coop, ovvero circa 3,5 milioni di Soci.

“Unicoop Firenze ad oggi ha circa 250.000 clienti con una Sim CoopVoce, la nostra base Soci è di circa un milione, quindi abbiamo ancora 250.000 Soci da poter coinvolgere nei prossimi cinque anni” ha osservato **Alessandra Gori.**

Un obiettivo importante da raggiungere seguendo quei valori che hanno permesso a CoopVoce

di arrivare a oltre il 95% di tasso di soddisfazione, come ha ribadito in conclusione la **Business Manager No Food:**

“CoopVoce è il nostro prodotto a marchio nel mondo della telefonia mobile: è un servizio conveniente e di qualità, ha un livello di copertura insuperabile e di soddisfazione da parte dei clienti molto alto, anche grazie a valori come la lealtà e la trasparenza che gli vengono attestati e riconosciuti. Facciamo questa migrazione per essere più liberi commercialmente e dare maggiori vantaggi e benefici ai nostri Soci e clienti”.

GRANDI NOVITÀ SU MYA

Tempo di novità per i dipendenti della nostra Cooperativa. A partire dal prossimo aprile l'area personale MYA ospiterà una sezione in cui sarà possibile entrare in contatto con l'Ufficio Paghe e Personale.

A spiegarcela è **Fabrizio Tambone, Assistente Servizi Amministrativi.**

Da aprile che tipo di servizio verrà dato ai nostri dipendenti?

Grazie a MYA abbiamo colto tutte le opportunità che derivano da una piattaforma digitale,

ottimizzando i tempi e offrendo ai colleghi una maggior e immediata accessibilità ai dati personali.

Tutti i lavoratori che accedono a MYA, cliccando sul tasto "Contatta l'ufficio paghe e personale" possono inviare moduli, modificare direttamente i propri dati anagrafici oppure richiedere il prestito secondo le modalità previste dal nostro regolamento interno.

Dall'altra parte saremo noi dell'Ufficio Paghe e Personale che gestiremo come sempre le richieste.

È un altro passo nel futuro...

Negli ultimi anni lo sforzo che abbiamo fatto è andato in questa direzione: ridurre il più possibile l'uso della carta e digitalizzare, ove fattibile, tutto ciò che riguarda le procedure amministrative. Questo lavoro è il frutto di una proficua collaborazione con l'Ufficio Comunicazione Interna,

che ringrazio, che ci sta seguendo con l'obiettivo di semplificare i processi di comunicazione tra lavoratori e sedi. Inoltre, non vorrei dimenticarlo, un'altra questione è legata anche alla tematica ambientale.

Nella locandina c'è scritto "risparmia una montagna di carta": mai frase è stata più vera.

Anche questo servizio dà una mano al nostro pianeta.

Come definiresti questo servizio?

Utile: è un servizio in più che offriamo ai lavoratori della Cooperativa.

Permettami di ringraziare i colleghi dell'Ufficio Paghe e Personale che ancora una volta stanno dimostrando grande spirito di collaborazione ed entusiasmo verso queste ulteriori opportunità che gli strumenti tecnologici ci offrono.



I colleghi dell'Ufficio Paghe e Personale. In piedi da sinistra: Michela, Gloria, Nicolò, Maddalena, Viviana, Leonardo, Ilaria, Andrea, Maurizio, Fabrizio. Seduti da sinistra: Cristina, Mirko e Luca.

Da aprile puoi utilizzare anche la tua area personale MYA per:

1. Modificare i tuoi dati anagrafici
2. Contattare l'ufficio paghe e personale
3. Richiedere un prestito secondo le modalità previste dal nostro regolamento interno

COMMENTA LA NOTIZIA!

Da oggi puoi commentare le notizie sia su MYA che sulla intranet.

Un modo in più per partecipare ed esprimere le tue opinioni.



AVVISO PER I DIPENDENTI

INFORMAZIONI IMPORTANTI SUL CORONAVIRUS (COVID-19)

UNICOOP FIRENZE STA SEGUENDO L'EVOLVERSI DELLA SITUAZIONE
ADOTTANDO LE MISURE DI PREVENZIONE INDICATE DAL MINISTERO
DELLA SALUTE E DALLA REGIONE TOSCANA.

TRE BUONE REGOLE PER LA SALUTE TUA E DI TUTTI

1) Se hai raffreddore, febbre o altri sintomi influenzali, stai a casa e chiama il tuo medico o pediatra di famiglia, disponibile al telefono dalle ore 8.00 alle 20.00 tutti i giorni.

2) Evita per quanto possibile i luoghi affollati e comunque cerca di mantenere la distanza di almeno un metro dalle altre persone.

3) Lavati più volte al giorno le mani per almeno 60 secondi.

CONTATTI UTILI REGIONE TOSCANA

Numero verde 800.556060

Numeri delle Aziende sanitarie territoriali:

Asl Toscana centro (Firenze, Prato, Pistoia, Empoli): **055.5454777**

Asl Toscana nord ovest (Pisa, Livorno, Lucca, Massa Carrara, Viareggio): **050.954444**

Asl Toscana sud est (Arezzo, Grosseto, Siena): **800.579579**



PER INFORMAZIONI
SEMPRE AGGIORNATE

www.coopfirenze.it/coronavirus-informazioni

coop.fi



Regione Toscana

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

Seguici on line
myunicoop.coopfirenze.it



idea
unicoopfirenze

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